



Fabio GUARINO

ISTITUTO GRANDI MARCHE
L'ITALIA SORPASSA LA FRANCIA

LE GIUBBE ROSSE BEVONO ITALIAN' WINE

TORONTO. L'Italia sorpassa la Francia e diventa il primo Paese esportatore in Canada, dove si beve sempre più Tricolore. Nonostante la lieve contrazione generale del mercato del vino registrata nel 2009 (-1%), l'Italia con i suoi 59 milioni di litri esportati nel 2009 (+8% sul 2008) e un valore che supera i 205 milioni di euro (+2%), si classifica primo Paese esportatore per volume, con una quota di mercato pari al 19% e una performance in assoluta contro tendenza rispetto ai suoi principali competitor. I dati, elaborati dall'Ufficio di Statistica Canadese, sono stati presentati a Toronto in occasione della tappa di apertura del tour dell'Istituto Grandi Marchi, l'associazione che riunisce le diciassette firme-icona del vino italiano (Marchesi Antinori, Biondi Santi Spa, Cà del Bosco, Carpenè Malvolti, Michele Chiarlo, Donnafugata, Ambrogio e Giovanni Folonari, Jermann, Alois Lagader, Lungarotti, Masi, Mastroberardino, Pio Cesare, Rivera, Umani Ronchi, Tasca D'Almerita, Tenuta San Guido) che da sole rappresentano il 18% del mercato italiano in Canada.

A perdere posizione rispetto al Belpaese soprattutto la Francia che, pur mantenendo la leadership per quota di mercato (24%), ha registrato, nel 2009, dati in flessione sia per quantità (57 milioni di litri, -2% sul 2008) che per valore (253 milioni di euro, -8%). Stessa sorte per l'Australia (15% quota mercato) che, pur rimanendo in terza posizione, perde il 13% in valore che si attesta così a 158 milioni di euro, mentre aumenta del 3% il volume esportato (46 milioni di litri). Secondo il presidente dell'Istituto Grandi Marchi, **Piero Antinori** "Il sorpasso quantitativo del vino italiano conferma non solo che il Canada è uno dei mercati più promettenti per il nostro made in Italy enologico, ma che ci sono tutti i margini per crescere anche in valore, grazie ad un consumatore fortemente

orientato alla qualità e al richiamo dell'italian style. Per questo - prosegue Antinori - non bisogna abbassare la guardia ma continuare a lavorare per af-



fermare sempre più la qualità che ci contraddistingue, attraverso una promozione mirata fatta di azioni di formazione, anche culturale, degli operatori dei monopoli, come quelle che attueremo in questi giorni nell'ambito del progetto europeo EAT (European Art of Taste)". A trainare il bere italiano in Canada, il vino rosso è strutturato preferito dai baby boomers: generazione di 40-50enni particolarmente predisposti a spendere per prodotti di qualità evocativi dell'italian lifestyle. Non solo. Complice l'esenzione dal dazio, il 2009 è stato anche l'anno dello spumante italiano in Canada. Infatti il nostro Paese ne ha esportato 2,3 milioni di litri (+20,6% sul 2008) contro i 2,1 milioni di litri della Francia che ha perso il 12% rispetto all'anno precedente. Dopo Toronto, il progetto di promozione dell'Istituto Grandi Marchi è proseguito a Calgary.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Arretrato per disguido postale

Folonari

www.ecostampa.it

056364