

A perdere posizioni rispetto al nostro Paese sono soprattutto Francia e Australia

Italia primo esportatore di vino in Canada

L'Italia sorpassa la Francia e diventa primo Paese esportatore in Canada, dove si beve sempre più Tricolore. Nonostante la lieve contrazione generale del mercato del vino registrata nel 2009 (-1 per cento), l'Italia con i suoi 59 milioni di litri esportati nel 2009 (+8 per cento sul 2008) ed un valore che supera i 205 milioni di euro (+2 per cento), si classifica primo Paese esportatore per volume, con una quota di mercato pari al 19 per cento e una performance in assoluta controtendenza rispetto ai suoi principali competitor. I dati, elaborati dall'Ufficio di Statistica Canadese, sono stati presentati ieri 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 per cento del mercato italiano in Canada.

A perdere posizione rispetto al Belpaese soprattutto la Francia che, pur mantenendo la leadership per quota di mercato (24 per cento), ha registrato, nel 2009, dati in



flessione sia per quantità (57 milioni di litri, -2 per cento sul 2008) che per valore (253 milioni di euro, -8 per cento). Stessa sorte per l'Australia (15 per cento quota mercato) che, pur rimanendo in terza posizione, perde il 13 per cento in valore che si attesta così a 158 milioni di euro, mentre aumenta del 3 per cento 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 affermare 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 e 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 per cento sul 2008) contro i 2,1 milioni di litri della Francia che ha perso il 12 per cento rispetto all'anno precedente. Dopo Toronto, il progetto di promozione dell'Istituto Grandi Marchi proseguirà a Calgary dove si concluderà il 10 maggio prossimo.

