IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

Lo spumante batte lo champagne per la prima volta negli Usa

Negli States gli spumanti italiani superano quelli francesi non solo a volume, ma per la prima volta anche a valore. Lo rileva l'analisi dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly sui dati SipSource di agosto presentata in occasione della prima fiera oltreoceano interamente dedicata al vino made in Italy. Lo storico sorpasso, registrato attraverso il monitoraggio delle vendite effettive di vino riscontrate dai distributori statunitensi, segna lo switch nella leadership delle bollicine, con l'Italia che vede lievitare le proprie quote di mercato al 35% contro il 31% dei transalpini e il 28% degli sparkling americani.

Un traguardo – rileva l'Osservatorio – raggiunto soprattutto grazie all'ascesa inarrestabile del Prosecco che, non a caso, è riuscito al contempo a raggiungere e superare per la prima volta lo Champagne (28% vs 26% le rispettive quote di mercato). Un successo che traina l'intero comparto dei vini Made in Italy negli Usa dove le vendite sono più che raddoppiate in valore nell'ultimo ventennio, con un aumento del 148%, e nel 2024 potrebbero arrivare a sfiorare 1,9 miliardi di euro, il massimo di sempre, secondo l'analisi della Coldiretti su dati Istat, diffusa in occasione dell'inaugurazione del Vinitaly a Chicago, con la presenza del presidente nazionale Ettore Prandini e dell'amministratore delegato di Filiera Italia Luigi Scordamaglia.

Nella fiera al Navy Pier della cittadina statunitense Coldiretti ha realizzato un grande stand portando il meglio delle produzioni d'eccellenza lungo lo Stivale, a testimonianza della straordinaria biodiversità che caratterizza il Vigneto Italia. Gli Usa sono il primo consumatore mondiale di vino con 33,3 milioni di ettolitri, secondo l'analisi Coldiretti su dati Oiv, e per l'Italia rappresentano in valore il mercato più importante. Ma il Belpaese è anche il principale fornitore in volume degli States, con circa 450 milioni di bottiglie vendute. Il vino è dunque uno straordinario ambasciatore del Made in Italy che ha un effetto traino anche sulle vacanze, tanto che il 90% dei turisti americani indica il vino e il cibo italiani come il primo motivo di scelta per passare le proprie ferie nel Belpaese, secondo un'indagine realizzata da Coldiretti e dalla piattaforma specializzata I Love Italian Food (Ilif), associazione no profit che ha come mission il far conoscere e difendere la vera cultura enogastronomica italiana nel mondo.

"La presenza al Vinitaly di Chicago rientra nelle iniziative che Coldiretti sta portando avanti per la promozione del vino italiano a partire dalla comunicazione dei suoi valori, ed in tale ottica il nostro ringraziamento non può che andare a tutti i soggetti che stanno condividendo questo impegno a sostegno del Paese e dei produttori agricoli: l'Ice, le ambasciate, il ministero degli Esteri e quello dell'Agricoltura – ha spiegato il presidente della Coldiretti Ettore Prandini -. Il vino, i vigneti e i viticoltori portano con sé arte, storia, cultura, tradizioni, convivialità, territori, paesaggi, biodiversità, tutela dell'ambiente, enoturismo. Un patrimonio da difendere su tutti i mercati, per il quale auspichiamo un sostegno attivo anche da parte dell'Europa".

"L'obiettivo è stabilire un canale di comunicazione permanente per informare ed educare i consumatori americani sul perché il vino italiano è così diverso dagli altri vini prodotti nel mondo,

tradizione, oltre a una assoluta sostenibilità delle tecniche di produzione - ha dichiarato l’amministratore delegato di Filiera Italia Luigi Scordamaglia -.Non esiste uno strumento come il vino italiano per suscitare interesse per i nostri prodotti alimentari, né un ambasciatore più efficace per le nostre terre e la nostra biodiversità alimentare e la nostra straordinaria cucina. Faremo in modo che anche tutto ciò venga trainato nelle prossime edizioni di tale appuntamento".