

Autoctono, giovane e naturale, così il vino italiano vince nel mondo

Il vino si conferma il prodotto più iconico e che rappresenta al meglio non solo il settore agroalimentare, ma il patrimonio culturale e territoriale italiano.

Un formidabile ambasciatore dell'italianità nel mondo, prima voce nell'export agroalimentare con circa 7,8 miliardi. A gennaio si è registrato un incremento del 14% rispetto al 2023 a testimonianza della resilienza dei produttori più forte di cambiamenti climatici e tensioni internazionali.

Un settore poi che attrae sempre più giovani con l'emergere – ha sottolineato il presidente della Coldiretti, Ettore Prandini - di una nuova generazione di produttori. E' forte l'appeal tra le imprese under 35 con 5500 tra agricoltori e agricoltrici italiani che producono vino.

Un'azienda su dieci tra quelle condotte da ragazzi e ragazze possiede una vigna. Un prodotto giovane e che incarna anche lo stretto legame con il territorio che è stata ed è sempre di più la carta vincente delle etichette nazionali. Sono infatti gli autoctoni i più gettonati dai consumatori secondo quanto emerge dall'analisi di Circana sulle vendite nella grande distribuzione.

Dal Cerasuolo abruzzese al Nebbiolo piemontese – ha sottolineato Coldiretti - sono questi i vini che hanno riscosso il maggior successo di vendite a conferma di una scelta sempre più orientata al territorio nei gusti degli italiani.

E sono stati i vini più amati dagli italiani in vetrina nella Casa Coldiretti allestita al Vinitaly. In vetta per la prima volta un vino rosato, il Cerasuolo d'Abruzzo, con un vero e proprio boom in volume del 19,7% che conferma la crescita dei rosé nelle preferenze degli italiani. Al secondo posto il Grillo di Sicilia (+12,2%) che precede di poco il Pecorino, tipico di Marche e Abruzzo (+12%). In quarta posizione La Lugana di Lombardia e Veneto (+9,5%), a seguire la Ribolla friulana (+8%), l'Orvieto da Lazio e Umbria (+7,6%) e il Friulano (+7,2%). All'ottavo posto c'è il primo vino rosso della classifica, il Primitivo della Puglia (+5,2%), e poi Valpolicella Ripasso (+4,6%) del Veneto e Nebbiolo (+4,4%) caratteristico del Piemonte ma anche della Lombardia. L'aumento delle vendite dei vini autoctoni – ha evidenziato Coldiretti – è in netta controtendenza rispetto all'andamento complessivo delle vendite di vino che nel 2023 hanno fatto registrare un calo in volume del 3,3%.

Il segnale del fatto che il futuro del Vigneto Italia dipende dalla capacità di promuovere e tutelare le distintività territoriali. Ma anche di puntare sempre di più sulla naturalità.

E sono sempre di più i produttori che si sono orientati sul bio. Quasi una vigna biologica su quattro tra quelle presenti in tutto il mondo è italiana, con la superficie vitata coltivata a biologico che ha superato nel nostro Paese i 130 mila ettari, secondo quanto emerge da un'analisi Coldiretti su dati Fibl e Ifoam. In Italia sono 22 mila i produttori di etichette bio con i vigneti che

Il vino dunque simbolo a tutto tondo delle eccellenze nazionali che Coldiretti è impegnata a difendere su tutti i fronti a partire dal fenomeno del fake in Italy.

E cioè i prodotti stranieri spacciati per italiani e che giocano come nel caso del Prosek croato su un “sounding” che riporta al Belpaese. “Partiamo dall’Italia - ha spiegato Prandini - per cercare di portare trasparenza sui mercati a livello mondiale e fare anche una lotta concreta al tema dell’Italian sounding che tante volte si pensa essere solo fuori dei confini nazionali quando purtroppo l’abbiamo anche all’interno del nostro Paese quando ci sono queste storture”.