

Vino, le piccole imprese crescono all'estero il doppio delle grandi

Le esportazioni di vino Made in Italy dei piccoli produttori sotto i 25 milioni di euro di fatturato sono cresciute in valore del 16 per cento, quasi il doppio dell'8,5 per cento fatto segnare dalle prime 103 società italiane produttrici di vino che fatturano più dei 25 milioni di euro.

E' quanto emerge da una analisi presentata al Vinitaly dalla Coldiretti sulla base dei dati sul commercio estero nel 2010 di Mediobanca e dell'Istat. Questo significa che le 103 grandi società del vino (che fatturano complessivamente il 55 per cento del totale del mercato) sui mercati esteri sono cresciute la metà delle altre. Una situazione che si verifica nonostante il fatto che spesso i sostegni pubblici alla promozione all'estero si siano indirizzati prevalentemente a favore delle grandi imprese.

“La dimensione da sola non è sufficiente per garantire competitività e quindi il successo delle imprese che devono puntare sul legame con il territorio e sulla distintività che i nuovi concorrenti stranieri non possono offrire”, ha affermato il presidente della Coldiretti Sergio Marini. Una dimostrazione concreta purtroppo si ha anche per le grandi cooperative che, secondo il rapporto Mediobanca, segnano riduzioni nei margini e nella redditività che sono in controtendenza rispetto a quanto emerge nelle altre società di capitali.

Un andamento coerente - ha sostenuto la Coldiretti - con una collocazione di mercato prevalentemente in fasce di prezzo competitivo e una politica commerciale caratterizzata da grandi volumi e sorretta per lo più dalla grande distribuzione organizzata. “C'è la necessità di impegnarsi in politiche di più forte differenziazione, innovazione e valorizzazione del legame con il territorio che rappresentano il vero valore aggiunto della cooperazione.

Gli stessi processi di riorganizzazione dimensionale hanno successo solo se legati all'esistenza o alla creazione di sbocchi di mercato remunerativi, altrimenti possono addirittura dimostrarsi dannosi”, ha concluso il presidente della Coldiretti Sergio Marini nel sottolineare che “purtroppo le uve nelle cantine sociali sono state spesso sottopagate ai viticoltori ad importi che rappresentano in media appena il 15 per cento del prezzo di vendita delle bottiglie”.