

Il regno dei vini italiani

ALICE BONVICINI (January 26, 2011)



L'Italia rimane il primo esportatore di vino in America e Vino2011, la tre giorni organizzata dall'Istituto nazionale per il Commercio Estero, lo dimostra

400 produttori, 300 buyers da tutti gli Stati Uniti. Sono questi i numeri di [Vino2011](#) [2], il più grande evento di promozione del vino italiano negli Stati Uniti. "La terza edizione del più grande wine-show in America sarà un'opportunità per creare contatti, ma anche per poter partecipare a degustazioni e corsi" ha detto Aniello Musella, Direttore dell'[ICE](#) [3] di New York, che organizza l'evento. Per tre giorni il [Waldorf Astoria](#) [4] si trasforma nella mecca degli amanti del vino. L'Ambasciatore Vattani,

Presidente dell'[Istituto nazionale per il Commercio Estero](#) [3], ha sottolineato durante la conferenza iniziale come ci si trovi nell'età dell'oro dei vini italiani. "Gli Americani hanno una profonda passione per tutto ciò che è italiano ed è questa passione che ha permesso ai vini prodotti in Italia di essere al primo posto nel mercato statunitense. Nero d'Avola, Aglianico, Cirò sempre più introvabili nei wine store, ed il Prosecco, il vino bianco frizzante del Veneto, che comincia ad insinuare il primato dello Champagne dei cugini francesi.

Una posizione di predominanza questa che è destinata a crescere, ci dice l'Ambasciatore Vattani, poichè i vini italiani sono sinonimo di qualità ed ecosostenibilità. Inoltre l'Istituto nazionale per il commercio con l'estero con Vino2011 ha aiutato 80 nuovi produttori a registrare la propria etichetta, facilitando il primo e più difficile step nel contattare distributori americani.

Il primo seminario intitolato "Il futuro dei vini italiani: il punto di vista dei maggiori esperti del settore" ha esplorato i possibili scenari dell'industria nel prossimo decennio. Moderatrice era Elin McCoy, editorialista enogastronomica di [Bloomberg News](#) [5], nonché autrice del libro "The Emperor of Wine: The Rise of Robert M. Parker, Jr. and the Reign of American Taste". Presenti all'evento produttori, buyers, giornalisti, rappresentanti regionali di Puglia, Toscana, Lombardia, Friuli-Venezia Giulia, Veneto e anche Giovanni Mantovani di [Vinitaly](#) [6] e BuonItalia.

Per Jon Fredickson, Presidente di Gomberg, Fredickson & Associates, c'è un "un cielo blu nel futuro del vino italiano". Per quattro decenni i vini prodotti nel Bel Paese sono stati al primo posto nel mercato americano grazie alla ricchezza dell'offerta per quanto riguarda sia i vini da tavola che i vini più costosi. Inoltre, i Millennials, il gruppo di consumatori d'età 18-35, iniziano a bere vino prima delle altre generazioni. Oggi l'Italia produce il 18% della fornitura mondiale di vino, in questa prospettiva è evidente che l'Italia manterrà questo ruolo chiave, probabilmente anche in maggiori proporzioni.

Per Leonardo Lo Cascio, Presidente, Direttore Generale e fondatore di [Winebow Inc](#) [7], è la diversità dei vini italiani a rendere il futuro dell'industria luminoso. Nella categoria sotto i \$25 nessuna regione del mondo s'avvicina a ciò che l'Italia offre. Altri paesi sono popolari per fenomeni sporadici, per esempio il Malbec dell'Argentina, il Sauvignon Blanc della Nuova Zelanda, o lo Shiraz dall'Australia, l'Italia invece continua ad offrire un'incredibile varietà. Inoltre in Italia "vino e cibo sono parte della stessa frase", e con la cucina Italiana popolare come non mai, i segnali di un decennio prospero ci sono tutti. Ovviamente "la cucina ed i vini francesi sono popolari," ha concluso Lo Cascio, "ma gli italiani sono decisamente più simpatici".

Parlando dei Millennials, la nuova generazione di consumatori di vino, Cristina Mariani May, proprietaria e co-Direttore Generale di [Castello Banfi](#) [8], ha affermato che i produttori di vino non possono ignorare il livello di preparazione dei consumatori. In uno scenario di ampliata conoscenza e globalizzazione, gli standard dei vini locali devono essere alzati. Uve indigene, vini retrò come il Lambrusco, il Soave, il Frascati, sono nel futuro del vino Italiano. Infine, parlando della difficoltà di ottenere una certificazione organica, ha affermato che nonostante ciò molti produttori utilizzano processi naturali. E data la passione degli Americani per tutto ciò che è naturale questo è un ulteriore punto a favore dell'Italia.

Sergio Esposito, fondatore e Direttore Generale di Italian [Wine Merchants](#) [9], ha affermato "non dobbiamo aver paura di acquistare vini costosi". In America c'è un'altissima concentrazione di individui facoltosi che, nonostante la crisi, continuano ad essere potenziali consumatori di beni di lusso, il problema è l'assenza di misure per categorizzare il lusso italiano. Esposito ha continuato dicendo che per rivitalizzare questo mercato dei cambiamenti sono necessari. "Prima di tutto il vino non può essere considerato solo un bene di consumo immediato. Una migliore documentazione, meno vendite opportunistiche, ma soprattutto l'acquisto in casse invece che in bottiglie singole possono servire a galvanizzare il mercato del vino di lusso".

Tyler Colman, giornalista e blogger (aka [Dr. Vino](#) [10]) ha parlato dei Millennials, responsabili per la crescita lenta ma inesorabile del vino italiano in America. Colman insegna una classe sul vino presso NYU la cui lista d'attesa continua ad essere lunghissima ogni semestre. "Gli Americani hanno sete di cultura del vino". Parlando di come i giovani consumatori di vino ottengono consigli, Colman, ha menzionato riviste, newsletters, negozi, ristoranti, amici ma soprattutto internet: blogs, Facebook,



Tweeter. Il parlare di vino è uno step importantissimo sia per i consumatori più vecchi che per quelli nuovi ed ha sottolineato come nel prossimo decennio i social network avranno un ruolo chiave in questo dialogo.

A confermerà la crucialità dei social network c'è la presenza a Vino2011 di [Virtual Vino](#) [11], che per il secondo anno consecutivo apre il dialogo tra i consumatori, i media ed i partecipanti alla fiera via Twitter, Facebook, un Live Stream ed il blog ufficiale Vino2011 scritto da Anthony Giglio. L'esperimento di Virtual Vino 2010 è stato così positivo, con quasi 500,000 partecipanti, che "quest'anno ci aspettiamo almeno 1 milione di hit" ha concluso l'Ambasciatore Vattani.

Related Links: <http://www.italianmade.com/vino2011/> [12]

Source URL: <http://www.iitaly.org/magazine/focus-in-italiano/fatti-e-storie/article/il-regno-dei-vini-italiani>

Links

[1] <http://www.iitaly.org/files/vino-rosso1296079526jpg>

[2] <http://www.italianmade.com/vino2011>

[3] <http://www.ice.gov.it>

[4] <http://www.waldorfastoria.com>

[5] <http://www.bloomberg.com/news/>

[6] <http://www.vinitaly.com>

[7] <http://www.winebow.com>

[8] <http://www.castellobanfi.com>

[9] <http://italianwinemerchants.com>

[10] <http://www.drivino.com>

[11] <http://www.italianmade.com/vino2011/blog/virtual-vinos-tv-guide-our-official-schedule-livestream-videos>

[12] <http://www.italianmade.com/vino2011/>