



I libri bianchi
di *Civiltà del bere*
2016

Wine Export



Il vino italiano nel mondo:
mappe e prospettive



in collaborazione con



Polonia



Dal suo ingresso nell'Unione Europea nel 2004, la piazza polacca ha fatto passi da gigante e oggi offre interessanti prospettive › Si stanno diffondendo i vini di qualità e di prezzo medio-alto › Boom degli spumanti, in particolare dell'Asti

QUI AMANO SPUMANTI E ROSSI IGP

var.% 2015/2014 in valore

Spumanti	+31,52
Asti	+20,92
Bianchi Dop*	-5,41
Rossi e rosati Dop*	-4,02
Bianchi Igp*	+3,23
Rossi e rosati Igp*	+6,77
Altri vini	-14,4

*bott.<2=l

Fonte: Federalimentare-Federvini

Polonia mercato da scoprire, in particolare per le aziende già affermate sulle piazze di punta e con una buona notorietà. Questo Paese, che dal 2004 ha eliminato le barriere doganali ed è entrato nell'Unione Europea, già vede ottime performance per i nostri spumanti da uve fresche e Dop. **Tra il 2014 e il 2015 le vendite sono aumentate del +63,9%** passando da 2,826 a 4,631 milioni di euro (Ice). Buone le prospettive per i vini Igp rossi e rosati sotto i 2 litri (5,22 milioni di euro rispetto a 4,89, con una crescita del +6,77%; Federalimentare-Federvini). Di fatto tra il 2005 e il 2015 si è verificata una crescita nell'export di vini italiani in Polonia da 93.000 a 171.000 ettolitri (Oiv), anche se tra gennaio-settembre 2014-2015 i dati per l'imbottigliato danno segno negativo (Corriere Vinicolo su base Istat). La Polonia si piazza infatti al diciottesimo posto per l'export in bottiglia con 6.129.203 litri nel 2014 e 6.106.121 nel 2015 (-0,4%) e un decremento a valore di -2,5% con 17.109.266 euro nel 2015 rispetto ai 17.547.727 del 2014. C'è da preoccuparsi? No. A settembre 2015 l'Icex evidenzia infatti una crescita progressiva ma sostenuta nel consumo di vino rispetto a prodotti con maggiore gradazione alcolica: questo in un Paese dove le bevande da frutta o miele rientrano nel segmento "vino" e dove la popolazione è abituata a vini dolci o semidolci (non a caso per l'Asti Spumante l'Ice segnala una crescita del +20,9% tra il 2014 e il 2015). Dal momento che la produzione locale è scarsa e grazie all'aumento del reddito procapite oggi si ricercano sempre più vini di qualità e costosi; attorno a Varsavia, con i suoi ristoranti stellati, Wrocław, Gdańsk e Poznań cresce una cultura enologica più raffinata. **I polacchi amano la cucina italiana e cominciano a conoscere bene i nostri vini.** Il Prosecco, ad esempio, è stato uno dei bestseller la scorsa estate nei bar (Tratoria, società di marketing e promozione del vino). È aumentata la **vendita di vino a valore (+36% dal 2008)** rispetto a quella a **volume (+0,6%)** e, nel 2014, le importazioni di vino hanno superato quota 207 milioni di euro, con +4,06% rispetto al 2013; il Paese leader è la Germania, seguita da Francia e Italia. Il vino si compra al discount (46%), nei supermercati, ipermercati (35%) e in negozi specializzati (19%). L'Horeca, dai prezzi elevati, rappresenta solo il 4% del totale delle vendite ma promette bene, aprendo un'interessante strada per i vini superpremium. Un mercato giovane e in rapida evoluzione, con un discreto numero di importatori e grande triangolazione di vini italiani importati in Polonia dalla vicina Germania (Iem). E anche se la frammentazione è un limite e le catene di discount dettano legge abbassando i prezzi e importando direttamente grandi quantità di vino, il business a più zeri è in crescita. Per le imprese italiane un'opportunità ghiotta, fatto salvo che, ad esempio, si apprenda a non pubblicizzare l'alcol sui mezzi di comunicazione polacchi, si paghi l'accisa per i vini da uve fresche e si concentri il marketing sul punto vendita al consumatore. L'Icex prevede infatti che tra il 2015 e il 2018 vi saranno aumenti nel consumo per tutte le categorie di vino e si verificheranno una notevole differenziazione nelle tipologie e un consumo più sofisticato, con predilezione per marche di qualità e prezzi superiori. Uscite dal tunnel del consumo riservato alle occasioni speciali, insomma, le vendite di vino cresceranno sempre più a valore che a volume, premiando le eccellenze.

PER SAPERNE DI PIÙ

Agnieszka Wojtowicz-Jach
Tratoria
www.tratoria.pl

Federalimentare-Federvini
www.federalimentare.it
Ice www.ice.gov.it
Icex www.icex.es
Iem (International
Exhibition Management)
www.iem.it
Istat www.istat.it
Oiv www.oiv.int
Uiv www.uiv.it