

Amarone della Valpolicella: il Coronavirus minaccia il Made in Italy dei vini

Pubblicato: Venerdì 27 Marzo 2020



La paura del contagio che accompagna la tragica diffusione del Covid-19 sta avendo impatti deleteri sull'economia dei Paesi nei quali si manifesta.

In questo momento è l'Italia a pagare il dazio più alto, con una evidente contrazione delle vendite dei prodotti Made in Italy sui mercati nazionali ed esteri.

Tra i prodotti che vedono diminuire il proprio volume d'affari rientrano i vini che, fino agli ultimi mesi del 2019, avevano goduto di una continua ascesa nel gradimento dei buyer internazionali.

La testimonianza di **Guido Accordini, enologo ed esperto di Amarone della Valpolicella**, passito secco DOCG del Veneto, ci invita a sperare in una rapida risoluzione del problema e a guardare con ottimismo alla imminente ripresa del mercato vinicolo.

Indice

1. Quanto vale il mercato del vino italiano nel mondo
2. Come cambia il mercato dei prodotti Made in Italy con il rischio pandemia
3. L'Amarone della Valpolicella e i prodotti Made in Italy di lusso
4. Intervista a Guido Accordini, imprenditore agricolo produttore di Amarone della Valpolicella

Quanto vale il mercato del vino italiano nel mondo

Il 2019 ha assistito alla crescita, sebbene moderata, della vendita del vino italiano sia sul mercato nazionale che su quello internazionale.

I dati relativi alle esportazioni nel mese di dicembre, in particolare, hanno lasciato ben sperare circa l'affermazione dei vini italiani nel mondo.

Nel complesso l'incremento delle vendite, nel 2019, si è attestato al **+3,4%** con un fatturato che ha raggiunto la quota di **5,3 miliardi di Euro** e un quantitativo di vino commercializzato di ben 22 milioni di ettolitri, il 10% in più rispetto all'anno precedente.

I mercati esteri in netta crescita sono stati quelli degli **Stati Uniti, della Russia e della Lettonia**, mentre una leggera decrescita si è registrata nelle esportazioni nel Regno Unito (effetto Brexit), in Canada, in Svizzera, in Danimarca ed in Svezia.

L'incremento delle vendite negli USA, che si conferma il principale mercato estero per i vini italiani, con ogni probabilità è stato determinato dalla mancata attivazione dei dazi sui prodotti italiani, a differenza dei vini spagnoli e francesi che, invece, hanno subito il peso di tasse aggiuntive che ne hanno disincentivato l'acquisto.

Incoraggiante anche il discreto incremento delle esportazioni in **Germania** e, soprattutto, in **Francia** dove l'aumento è stato rispettivamente del 3% e del 6,7%.

Come cambia il mercato dei prodotti Made in Italy con il rischio pandemia

Il trend per il 2020, che poggiava su queste ottime premesse, si è purtroppo scontrato con una realtà pesantemente condizionata dall'emergenza sanitaria determinata dall'epidemia di Covid-19, che sebbene di natura pressoché mondiale, in questi giorni si sta abbattendo con particolare virulenza proprio sul Belpaese.

Inevitabili gli **impatti sul mercato vinicolo**: la paura del contagio, le evidenti difficoltà logistiche legate al blocco dei trasporti, le massicce disdette delle prenotazioni turistiche, la chiusura di enoteche e ristoranti, hanno determinato pesanti ricadute sulle attività imprenditoriali del settore e sul PIL nazionale, anche a causa di importanti fiere ed eventi dedicati che sono stati rinviati e/o annullati per effetto della diffusione del contagio.

Tra gli eventi più importanti, saltati per il Covid-19, la **Fiera del Vino** di Chengdu, in Cina, **Vinexpo** di Hong Kong e **ProWein** 2020 di Dusseldorf, per i quali ad oggi non sono ancora state programmate nuove date.

Vinitaly salterà del tutto l'edizione del 2020 e **Interwine**, prevista il prossimo mese di maggio a Canton, è in forse.

L'impatto del Coronavirus si farà sentire in maniera sensibile sulla crescita globale e si teme che l'atteso ulteriore incremento delle vendite dei vini nostrani possa trasformarsi in una flessione che si spera possa essere contenuta in un range limitato, al fine di limitare i danni.

L'Amarone della Valpolicella e i prodotti Made in Italy di lusso

Tra i vini italiani di lusso, molto apprezzato sul mercato nazionale come su quello estero, è l'**Amarone della Valpolicella**: rosso secco e corposo, questo vino dalla Denominazione d'Origine Controllata e

Garantita è prodotto esclusivamente nella Valpolicella, zona collinare della provincia di Verona, in Veneto.

Storicamente chiamato Amarone per distinguerlo dal Recioto, un passito dolce prodotto con le medesime uve e nella stessa zona, questo rosso strutturato dal colore rosso granato e dal sapore vellutato e pieno, ha visto crescere il proprio gradimento, andando a contribuire sensibilmente al successo dei prodotti Made in Italy.

Nel solo 2019, infatti, **l'Amarone della Valpolicella** ha incrementato del 4% le vendite all'estero e del 6,8% in Italia, con un volume d'affari pari a circa 350 milioni di Euro.

Gli 8.300 ettari di vigneti distribuiti nei 19 comuni del veronese insigniti del marchio Doc, hanno prodotto poco più di 64 milioni di bottiglie, distribuite, per il 63% del totale, sui mercati internazionali.

Gli **USA**, *in primis*, saldamente ancorati al secondo gradino nella classifica dei buyer, ma anche la **Germania**, il **Canada**, la **Cina**, la **Svizzera**, la **Svezia**, il **Giappone**, hanno dimostrato, con un discreto aumento degli ordini, il loro gradimento per **l'Amarone della Valpolicella**.

Intervista a Guido Accordini, imprenditore agricolo produttore di Amarone della Valpolicella

Alla luce dei dati fin qui riportati e degli effetti, in parte già manifesti, del Coronavirus sul mercato vinicolo italiano, abbiamo incontrato **Guido Accordini**, **enologo** esperto nonché proprietario dell'azienda agricola "[Accordini Igino](https://www.accordini.it)" che produce **Amarone della Valpolicella** fin dal lontano 1821.

Una storia prestigiosa che ha inizio ben due secoli fa dalla gestione diretta, da parte del signor Igino, di tre ettari di vigneto ricevuti in eredità e destinati al consumo familiare.

Infatti, i sacrifici e la determinazione del capofamiglia e del figlio Guido, hanno condotto la piccola azienda sul mercato internazionale, fondendo innovazione e tradizione e dando vita ad un'impresa moderna e all'avanguardia che è possibile ammirare sul sito web <https://www.accordini.it>.

L'azienda, da sempre attenta e rispettosa dell'ambiente naturale, al quale riconosce le indubbie qualità dei vitigni e dei prodotti finiti, ha creato un legame indissolubile col territorio d'elezione e produce le sue uve prestando la massima attenzione all'ottimizzazione delle risorse, all'uso dei prodotti chimici e all'impatto ambientale.

Intervistato sull'argomento Coronavirus, il signor **Guido Accordini** ha espresso il proprio personale ottimismo nei confronti della situazione attuale, ottimismo dettato dalla lungimiranza che solo un eccellente imprenditore può avere:

"Fino a qualche mese fa tutta la valpolicella commercializzava ed era in grande espansione con aumenti a doppia cifra di anno in anno con i mercati orientali.

L'avvento del coronavirus ha fermato ovviamente tutto per motivi ben noti, ma non ha fermato il consumo del nostro vino.

Siamo sicuri che questo virus finirà molto presto e siamo altresì preparati a un grande boom di consumi, essendo l'Amarone uno dei primi 5 vini più conosciuti sui mercati orientali".

Non possiamo che condividere le parole e la fiducia di **Accordini** nel **Made in Italy**, poiché siamo certi che la qualità non possa lasciarsi oscurare da un evento epidemiologico, per quanto drammatico esso possa essere.

Finita l'emergenza, il mondo tornerà a desiderare i prodotti e le eccellenze che solo l'Italia sa offrire e anche **l'Amarone della Valpolicella** riprenderà, sui mercati di tutto il pianeta, *l'escalation* che merita.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it