



# EcoBioNews

Direttore editoriale Giuliano D'Antonio

## Analisi della Coldiretti presentata nel corso di Vinitaly a Verona Si spende di più per l'acqua minerale che per un buon vino

Si spende più per acquistare acqua minerale che vino, i cui consumi sono ulteriormente calati dell'uno per cento a meno di 40 litri per persona in un anno, praticamente dimezzati rispetto a 30 anni fa. E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti presentata al Vinitaly dalla quale si evidenzia che

L'acquisto dell'acqua minerale con 19 euro al mese è diventato la prima voce di spesa del bilancio familiare per le bevande e supera quella per il vino stimata pari a 18 euro nel 2011. "Il forte calo nelle quantità di vino acquistate dagli italiani è stato accompagnato - sottolinea la Coldiretti - da una maggiore attenzione alla qualità, ma a far calare la domanda insieme al cambiamento delle abitudini alimentari soprattutto nelle ristorazione sono state le campagne anti-alcol e la stretta sulle norme del codice della strada che hanno colpito indiscriminatamente anche il vino che è in realtà caratterizzato da un più responsabile consumo abbinato ai pasti che non ha nulla a che fare con i binge drinking del fine settimana". A confermare il trend in discesa sui con-



sumi del vino si abbina la notizia che nel 2011 - si legge ancora nel report della Coldiretti - "si è addirittura bevuto più vino italiano all'estero che in Italia: sono stati esportati 24 milioni di ettolitri di vino a fronte di una produzione nazionale stimata di poco superiore a 40 milioni di ettolitri, la più contenuta degli ultimi 60 anni. Il risultato è che sono aumentate del 42 per cento le importazioni di vino straniero in Italia che nel 2011 hanno raggiunto un quantitativo record di 2,45 milioni di ettolitri, il massimo storico". Più della

metà del vino importato in Italia - spiega la Coldiretti - viene dalla Spagna che ha triplicato in un solo anno le sue spedizioni e per oltre l'80 per cento si tratta di vino sfuso. In questa nuova situazione le associazioni dei consumatori sottolineano l'esigenza di controllare con attenzione le etichette perché - come ricorda Coldiretti - "non è più così insolito trovare sugli scaffali dei supermercati bottiglie che contengono vini stranieri magari ottenuti anche con lo zucchero". "Anche per questo - auspica la Coldiretti - occorre

continuare in sede comunitaria la battaglia per la trasparenza per obbligare, come già avviene per la raccolta delle uve, anche l'indicazione dell'aggiunta di zuccheri non provenienti dall'uva, il cui impiego è sempre meno giustificato".

Se il vino italiano è aumentato di un grado negli ultimi 30 anni anche per effetto dei cambiamenti climatici lo stesso effetto si è avuto anche negli altri Paesi comunitari, come confermano studi che hanno evidenziato addirittura l'emigrazione dello champagne in Gran Bretagna. Il fatturato del settore vitivinicolo ha raggiunto nel 2011 gli 8,5 miliardi realizzati però soprattutto grazie alle esportazioni che sono state pari a 4,4 miliardi facendo diventare il vino la voce più importante dell'export agroalimentare nazionale, con un aumento del 12 per cento rispetto allo scorso anno.

"Un risultato che - conclude la Coldiretti - è il frutto di 650mila ettari di vigneto, 250mila aziende vitivinicole e del lavoro di 1,2 milioni di persone che direttamente o indirettamente sono impegnate nel settore".

(Fonte: coldiretti.it)

## Olio e cioccolata, così vola il "made in Italy" in Cina

Nel 2011 - secondo un'analisi Ismea - le esportazioni dei prodotti agroalimentari verso la Cina, pari a circa 250 milioni di euro, sono cresciute in valore del 30% (+66% per il solo settore primario), mentre sul fronte delle importazioni (590 milioni circa) i dati riportano una crescita più lenta, di poco superiore al +18%. Vino, cioccolata e grassi vegetali (olio di oliva in particolare) sono le categorie di prodotto italiane più gettonate, con un'incidenza del 73,5% dell'export totale. Nel 2011, in base ai dati GTI (fonte Dogane cinesi) elaborati dall'Ismea, l'Italia ha spedito in Cina 31 milioni di litri di

vino per un valore di circa 68 milioni di euro. Si tratta di una quota ancora contenuta (6,5% in valore) che vede l'Italia solo al quinto posto tra i fornitori di vino in un mercato dominato dal prodotto francese (51,9%), ma che presenta potenzialità di crescita elevatissime. Basti pensare che dal 2009 al 2011 l'export di vini italiani in Cina è quadruplicato sia per volumi che per corrispettivi monetari. Nella lista dei fornitori oltre alla Francia figurano, davanti all'Italia, Australia, Cile e Spagna. L'Italia, come emerge dall'analisi Ismea, è invece in cima alla lista dei Paesi fornitori di cioccolata e altre preparazioni

a base di cacao, davanti a Belgio, Svizzera e Germania. Nel 2011 la Cina ne ha importate complessivamente 31 mila tonnellate per un valore di 165 milioni di euro. Di questi il 44% in valore e il 38% in volume sono di provenienza italiana. Per quanto riguarda l'olio di oliva, che è il terzo prodotto tricolore più esportato a Pechino, l'Italia si colloca al secondo posto dietro la Spagna, con una quota di mercato che nel 2011 è però scesa in valore al 23,4% (era al 35% nel 2010), in una fase peraltro di forte crescita delle importazioni cinesi. Tra i prodotti simbolo del Made in Italy, la pasta, nonostante un trend in crescita, è ancora ben lontana dall'affermarsi nelle abitudini alimentari del gigante asiatico. Complessivamente la Cina ha acquistato nel 2011 circa 22 mila tonnellate di pasta estera (28 milioni di euro in va-

lore), di cui quasi il 30% proveniente dall'Italia, che detiene la quota di mercato più rilevante davanti a Taiwan e Corea del Sud.

(Fonte: ismea.it)

