Scritto da Red.
Martedì 08 Aprile 2025 13:27



VERONA – Terzo giorno di Vinitaly a Verona per la collettiva di imprese guidata dalla Camera di Commercio di Irpinia Sannio (111 aziende nel padiglione della Campania in collaborazione con i 2 Consorzi di Tutela) con la missione di rafforzare l’export e puntare sui mercati internazionali. Il tema dei dazi americani impensierisce gli operatori, in particolare quelli più esposti con le vendite verso gli Usa, ma il movimento di buyer da Italia ed estero rappresenta un antidoto di fiducia per le imprese.

“Con i dazi annunciati alla vigilia della manifestazione da parte della Casa Bianca, questo è sicuramente un Vinitaly particolare, dove regna l’incertezza – afferma Antonio Capaldo, presidente di Feudi di San Gregorio, una delle aziende leader dell’Irpinia che esporta il 30% dei propri volumi, dei quali l’8% negli Stati Uniti -. Devo però riconoscere che lo scenario attuale ha rafforzato molto il rapporto con i partner americani e con tutti gli altri operatori esteri: si è capito che la situazione complessiva, che non riguarda solamente le barriere tariffarie, ma anche il calo generale dei consumi di vino, deve essere affrontata insieme, attraverso il dialogo e nuove strategie che dobbiamo individuare con serenità”.

Il territorio irpino per Capaldo dovrà rafforzare il trend evidenziato negli ultimi anni, caratterizzato da una crescita “prima di tutto dei vini bianchi, di quelli minerali o che vantano una personalità molto spiccata, e puntare sulle varietà autoctone, fattore quest’ultimo che un tempo era considerato un fattore negativo, mentre oggi è un tratto distintivo del territorio e della produzione vitivinicola locale”, dice il numero uno di Feudi di San Gregorio. “Dobbiamo inoltre valorizzare maggiormente come regione l’opportunità dell’enoturismo, elemento che in una regione come la Campania può armonizzare ambiente, storia, cultura, produzioni locali”, conclude Capaldo.

Un Vinitaly che sta dando risultati positivi anche per Milena Pepe dell’azienda irpina Tenuta

Cavalier Pepe. “In questi giorni abbiamo avuto diversi incontri, prenotati da tempo; questo ci permette di guardare avanti con fiducia, nonostante le incognite geopolitiche e le tensioni sui dazi americani – spiega -. Siamo però convinti che si riesca anche in futuro a lavorare con gli Stati Uniti, perché sono consumatori che se si affezionano a un’etichetta o a un’azienda, difficilmente cambieranno. Dovremo trovare delle intese, certamente, ma cerchiamo di dialogare e di guardare avanti in maniera costruttiva”.

L’azienda irpina punta molto all’export, che oggi pesa per il 40% dei volumi, “con presenze in Brasile, Messico, Stati Uniti, Canada, Europa, Turchia e Africa, senza per questo trascurare il mercato interno, dove puntiamo prevalentemente al canale Horeca”.

Anche per i produttori sanniti al Vinitaly il bicchiere è mezzo pieno. “Buyer e importatori americani ci hanno rassicurato e spronato a non demordere; confidiamo in una svolta politica sui dazi e un accordo che sia meno penalizzante per i produttori italiani – afferma Domizio Pigna, presidente della cooperativa La Guardiense di Guardia Sanframondi, nel Beneventano -. Rispetto allo scorso anno stiamo registrando un incremento di oltre il 30% degli appuntamenti con gli operatori, credo sia un buon segnale”.

L’obiettivo è quello di incrementare le esportazioni per una delle più importanti cooperative vitivinicole campane, con 1.000 soci conferenti e 1.500 ettari vitati. “Oggi l’export pesa per circa il 20%, vorremmo arrivare attorno al 50%, per bilanciare il mercato - dice Pigna -. Con gli Usa avevamo avviato un dialogo promettente, ma puntiamo anche all’Europa con Germania, Austria, Svizzera e Scandinavia in fase di ulteriore consolidamento e all’Asia, con Giappone, Corea del Sud e Cina da potenziare”.

Pioniere del vino biologico, Nicola Venditti dell’Antica Masseria Venditti è soddisfatto di questa edizione di Vinitaly con molti incontri in agenda. “Il mercato continua ad orientarsi verso i prodotti di alta qualità, per cui per le aziende che lavorano con elevati standard non intravedono grandi difficoltà – è convinto -. La nostra offerta è legata al settore bio, che è apprezzata proprio nei circuiti Horeca e dove si richiede un prodotto di pregio. Siamo una nicchia, ma questo ci ha permesso di distinguerci”.