

Notiziario Italic Business News - News ITALIA PRESS agenzia stampa - N° 11 - Anno XIV, 16 gennaio 2007

Termometro eccellenze

La distribuzione del vino italiano in India: quali problematiche?

Nuova Delhi - "Il vino italiano ha una grossa potenzialità in India -spiega Sanjeev Bharadwaj, amministratore delegato della Vibgyor Wines, società importatrice di vini anche italiani- il mercato è molto ricettivo. Non c'è un solo gusto nel Paese, siamo aperti a tutto il panorama enologico italiano". Ma qualche preferenza tra gli indiani c'è: "Sicuramente metterei tra le preferenze al primo posto i vini frizzanti, il prosecco, seguiti dal vino dolce che stiamo sperimentando. Il bianco, soprattutto secco, ha ottimo mercato, il rosso ha una nicchia in alcuni stati". Il problema, secondo Bharadwaj, sono i costi: "Da un lato mediamente il prodotto italiano è più caro di altri, quindi dobbiamo puntare comunicativamente sulla qualità; dall'altro i dazi sono alti. In questo, oltre ai governi e al Wto, potrebbero aiutarci le banche, aprendo opportune linee di credito per l'acquisto di questi prodotti. E' essenziale comunque la sperimentazione e una buona comunicazione".

L'India non è certo un Paese tradizionalmente consumatore di vino. Negli ultimi tempi, però, si nota una decisa inversione di tendenza. Soprattutto nella fascia di età dei giovani tra i 25 e i 34 anni è in netto aumento l'interesse per il prodotto, in particolare per quello italiano. **Nei primi nove mesi del 2006, infatti, l'Italia ha esportato in India quasi 166.500 litri di vino, per un valore di oltre 882 mila Euro, registrando una crescita, rispetto allo stesso periodo del 2005, di quasi il 40%.** Il consumo di vino in India non è diffuso ugualmente in tutto il Paese, ma si concentra prevalentemente in alcuni Stati come il Maharashtra (lo stato con capitale Mumbai), il Karnataka, il Kerala e Pondicherry. In particolare quattro città (Mumbai, Delhi, Goa e Bangalore), rappresentano dal 70 all'80% dei consumi complessivi. Per quanto concerne la tipologia del prodotto, inoltre, circa il 65% delle bottiglie acquistate è nella fascia di prezzo sotto i 15 Euro a bottiglia; solo un terzo del prodotto consumato è di provenienza straniera. Di quest'ultimo, oltre l'80% viene acquistato negli alberghi di lusso, il resto nei ristoranti, **canali privilegiati per la distribuzione visto che nel Paese non esiste la grande distribuzione.**

"La presenza di Vinitaly in India -riferisce Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere- intende avviare strategie di supporto al sistema delle imprese italiane nel suo complesso, di concerto con le istituzioni. Il vino certamente rappresenta una importante chiave per aprire mercati in quanto per noi non è un fenomeno di moda, ma soprattutto di cultura, uno stile di vita".

Anche se fino ad ora solo 1,6 milioni di famiglie indiane bevono vino, si prevede che nel giro di pochi anni la cifra possa raddoppiare grazie alla crescita di capacità di spesa di fasce di popolazione giovane concentrata nelle grandi città. Ciò non toglie che gli amanti del vino nel Paese siano ancora pochi, ma il trend di crescita è elevato: un bel salto in avanti per un Paese che, fino al 2001, non ha permesso l'import di vini, se non attraverso canali diplomatici.

Anche se i segnali di tendenza sono senza dubbio positivi, la conquista del mercato asiatico non si prevede affatto semplice, come conferma **Sauro Mezzetti**, presidente della Camera di commercio italiana in India e membro del comitato scientifico Osservatorio Asia: *"Quello dell'export di vino è di sicuro un tema caldo, basti pensare che l'Unione europea ha di recente fatto ricorso contro l'India presso il Wto (Organizzazione mondiale per il commercio, ndr) contestando le barriere doganali comprese tra il 150 e il 250%".* In tal senso acquista particolare significato il viaggio di Prodi che l'11 febbraio prossimo giungerà a Bangalore alla testa di una delegazione composta da tre ministri, Emma Bonino, per il Commercio internazionale, Fabio Mussi, per la Ricerca, e Antonio di Pietro, per le Infrastrutture, dai vertici di Confindustria, Abi e Ice e dai rappresentanti di almeno 300 imprese italiane. Secondo Mezzetti, accanto allo sviluppo dell'export, **"Il vitivinicolo italiano ha enormi possibilità di agganciare il mercato indiano con l'esperienza in tecnologia e innovazione".**

News ITALIA PRESS