

IVG

Viticultura, Coldiretti: “La chiusura di Ho.Re.Ca pesa, ma la qualità fa salire l’export del +8,9%”

di **Redazione**

13 Novembre 2020 - 11:14



Liguria. “La chiusura del canale Ho.re.ca, con l’entrata della Liguria in zona arancione, assesta un duro colpo per uno dei settori di punta dell’agricoltura ligure, quello vitivinicolo, mentre sul versante dell’export, nonostante la situazione, la qualità del vino locale continua a spingere il prodotto sui mercati internazionali, facendo segnare un +8,9% nei primi sette mesi del 2020, in controtendenza rispetto al mondo del vino italiano in calo del 3,2%”. È quanto emerge da un’analisi della Coldiretti, che sottolinea come “le mancate vendite al comparto della ristorazione locale pesino su uno dei settori che trova nel consumo fuori casa uno dei massimi mercati di sbocco”.

“Inoltre l’invito del premier Giuseppe Conte a festeggiare in famiglia, ma con prudenza, le prossime festività natalizie, senza immaginare feste e pranzi affollati a causa dell’imprevedibilità della situazione, fa temere i produttori per i brindisi di Natale e Capodanno, la mancanza dei quali a livello nazionale costerebbe, 1,2 miliardi di euro, cifra spesa lo scorso anno, in casa e fuori, solo per imbandire con vini e spumanti le tradizionali maxi tavolate delle feste.

“Il crollo delle spese di fine anno a tavola e sotto l’albero - affermano il presidente di

Coldiretti Liguria Gianluca Boeri e il delegato confederale Bruno Rivarossa - rischia di pesare anche sui nostri vini liguri che hanno dovuto già gestire un anno difficili per le chiusure del canale Ho.re.ca e la riduzione del turismo straniero che, da sempre, apprezza notevolmente le nostre produzioni, che vantano il fregio di ben 8 DOC (DOC 5Terre, DOC Rossese di Dolceacqua, DOC Riviera Ligure di Ponente, DOC Golfo del Tigullio-Portofino, DOC Val Polcevera, DOC Colline di Levante, DOC Colline di Luni e DOC Ormeasco di Pornassio) e 4 IGT (Colline del Genovesato, Liguria di Levante, Colline Savonesi, Terrazze dell'imperiese)".

"Tuttavia l'azione imprenditoriale messa in piedi dai nostri produttori e, ovviamente la qualità del vino, hanno fatto in modo che, almeno il mercato estero, continuasse a svilupparsi: ora più che mai è fondamentale sostenere questa crescita con un piano straordinario di internazionalizzazione che preveda anche la creazione di nuovi canali commerciali e una massiccia campagna di comunicazione, superando l'attuale frammentazione e dispersione delle risorse, puntando, in primo luogo, ad una regia nazionale attraverso un'agenzia unica che accompagni le imprese in giro nel mondo, valorizzando il ruolo strategico dell'ICE e con il sostegno delle ambasciate. Inoltre a livello locale quello che suggeriamo è di salutare questo complicato anno scegliendo sempre vino locale o comunque Made in Italy nell'ottica della campagna #iobevoitaliano, in modo da sostenere le imprese del territorio, l'occupazione e l'economia regionale".