

È passato un mese dall'annuncio dello storico accordo Cuba-Usa che potrebbe segnare la ripresa economica dell'arcipelago caraibico. Quali prospettive per il vino? Lo abbiamo chiesto ai produttori che già da anni frequentano il Paese. E intanto c'è chi sta pensando di investirci...

Cuba, e adesso? Un mercato in attesa

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

LA AM GROUP DI ALESSANDRO MOSCATELLI È presente a Cuba sin dal 1997. L'azienda è fornitrice ufficiale dell'amministrazione pubblica cubana di materiali elettronici ed informatici ed ha una propria filiale all'Avana. Dal 2011 ha creato una divisione commerciale -Like Italy- che propone, tra l'altro, i vini delle diverse regioni italiane. A proposito della ripresa dei rapporti diplomatici tra Usa e Cuba e i possibili risvolti sul mercato (vedi [Tre Bicchieri n°50 del 18 dicembre 2014](#)) Moscatelli, da imprenditore ben introdotto, è molto cauto: "Sono anni che si parla di disgelo e ora ci sono delle possibilità di apertura ma bisogna essere realisti e rimanere con i piedi per terra. Quanto al vino, lo spazio si sta ampliando e anche i cubani si stanno avvicinando sempre più a questo prodotto, ma è un progresso lento". Anche **Andrea Sartori**, dell'omonima azienda vinicola veronese che può vantare una presenza nell'isola caraibica da almeno quindici anni, è scettico e ha l'impressione "che tutto sia come sospeso: non credo ci sia un'evoluzione rapida della situazione. I volumi di vino ita-

liano sono ancora molto ridotti e in attesa di un cambiamento, non resta che presidiare il mercato". A Cuba dove soprattutto si beve birra e si consumano cocktail a base di rum, famosi in tutto il mondo, lo spazio del vino a partire dagli anni Sessanta è iniziato a crescere. Gli spagnoli svolgono un ruolo importante e sono stati un po' i pionieri. Per effetti dei legami internazionali di Cuba, in passato sono arrivati vini russi e in generale dell'Est europeo, poi hanno iniziato a prendere piede i latino-americani e in particolare gli attivissimi cileni e anche gli argentini. Il pioniere tra gli italiani è stata l'azienda friulana **Fantinel** che dal 1994 ha operato a Cuba con una joint venture denominata "Vinos **Fantinel**", creata per la produzione di vini destinati al mercato locale, che ha dato vita ad una cantina, la Bodega San Cristobal di Pinar del Rio. Quest'ultima nel 2004, dopo essere stata avviata alla produzione di oltre un milione di bottiglie, è stata consegnata al governo cubano. Oggi è possibile trovare un'ampia gamma di vini, dallo Champagne ai Bordeaux, dal Tignanello al Brunello. Gli italiani rappresentano circa il 10% del vino totale presente. >>



RODOLFO MARALLI, DIRETTORE SALES & MARKETING DI Banfi, racconta del crescente interesse per il vino da parte dei cubani: *“In occasione di una degustazione della nostra gamma di prodotti con i sommelier locali, sono rimasto piacevolmente impressionato perché le domande che ci venivano poste erano tutte molto pertinenti. La cultura del vino si sta facendo largo in modo trasversale, ma un nostro Brunello a 120 dollari, in rapporto al loro reddito, resta inavvicinabile”*. Attualmente lo stipendio medio di almeno la metà dei cubani, non supera i 20 dollari. **Stefano Leone**, international export director dei Marchesi Antinori – l’azienda è a Cuba da vent’anni con una gamma di 30 referenze - spiega che l’espansione del mercato *“è limitata dallo stesso sistema distributivo ma le opportunità ci sono: basti pensare al nuovo porto turistico con il duty free e alle altre iniziative economiche in programma. La mia sensazione è che se ci saranno cambiamenti, saranno gradualità”*. **Maurizio Tortomasi** di Ditalia, dal 2008 sul mercato cubano, osserva che *“nel 2013 sono stati aperti 350 nuovi ristoranti”*, ma anche lui è d’accordo che il sistema distributivo centralizzato è una strozzatura e cita un detto locale: *“A Cuba non si vende, è Cuba che compra”*. La sensazione comunque è di evoluzione, motivo che sta spingendo molti operatori italiani, »

EXPORT ITALIANO A CUBA

Nel primo semestre del 2011 nei confronti di Cuba l'Italia ha registrato un balzo sia delle esportazioni, pari a 128,8 milioni di Euro (+ 38,3%) che delle importazioni, pari a 53,3 milioni (+283%) rispetto al 2010. Riprendono vigore le esportazioni italiane di prodotti petroliferi, di prodotti chimici, di prodotti della metallurgia, di apparecchiature elettriche, di articoli di abbigliamento e di prodotti in legno. Nei primi sei mesi del 2011 l'interscambio commerciale con Cuba si riequilibra lievemente, con un saldo che scende da 79,2 a 75,6 milioni di Euro. (Fonte: Sportello informativo delle Camere di commercio italiane per l'internazionalizzazione delle imprese)



» grandi e piccoli, sia a studiare il mercato, sia passare all'azione. **Mara Cottini** è titolare, insieme alla famiglia, di Scriani, una piccola azienda di Fumane in Valpolicella. Qualche mese fa ha partecipato alla XV Fiera Internazionale del Vino de l'Havana: "Qui per entrare nel mercato bisogna avere le conoscenze giuste" racconta "La parola Amarone mi ha aiutato ad aprire qualche porta perché qui l'alcolicità elevata non fa paura, anzi. Sono tornata a casa con dei contatti interessanti che sto approfondendo. Penso valga la pena di continuare".

ANTONIO SANTARELLI DELL'AZIENDA LAZIALE CASALE del Giglio dopo un prima missione esplorativa legata alla sponsorizzazione della Semana de la Cultura Italiana en Cuba dello scorso novembre, ha deciso di fare il salto e investire: "Sono conscio che ci vorranno almeno 3 anni di lavoro. Sappiamo che le possibilità ci sono ma d'altra parte l'Eldorado non esiste: ci vuole pazienza, tenacia, continuità. Il nostro" conclude "vuole essere un investimento a lungo termine". Guarda al futuro **Alessandro Bentini** della Globen, che funge da export manager di una ventina di aziende italiane di varie regioni, e osserva che "il mercato è in espansione e quando finirà l'embargo e cadranno le barriere, a Cuba ci sarà bisogno di

Gourmet
EXPOFORUM | HORECA FOOD & BEVERAGE

PROFESSIONISTI,
IN OGNI SENSO.

PASSIONE per:

FOOD & BEVERAGE VINI & ALCOLICI TECNOLOGIE
PANETTERIA PASTICCERIA GELATERIA CAFFÈ
CIOCCOLATO MACCHINARI ATTREZZATURE ARREDI
ARTE DELLA TAVOLA INNOVAZIONE DESIGN SERVIZI
FORMAZIONE LAVORO E-COMMERCE WEB MARKETING

22-24 Novembre 2015

LINGOTTO FIERE TORINO

www.gourmetforum.it



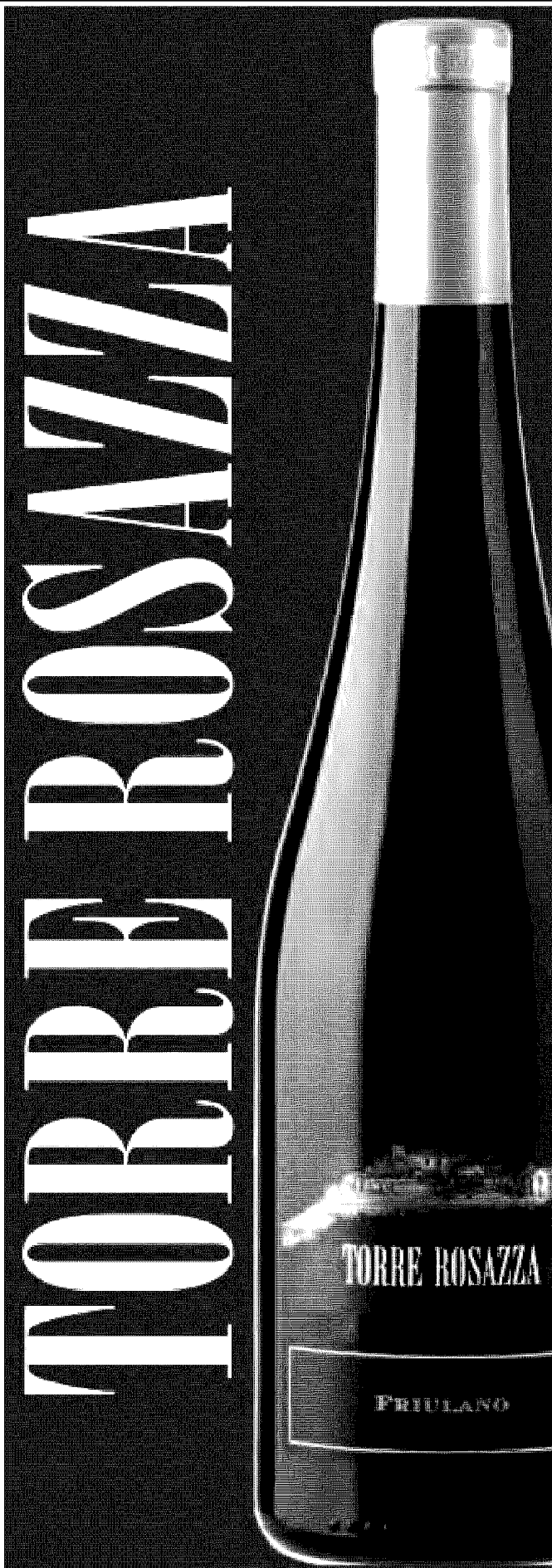
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 085616

COME FUNZIONA L'EXPORT A CUBA

Le merci possono essere importate a Cuba esclusivamente da enti governativi (per es. Gaviota, AT Commercial, ecc.). Le joint venture a partecipazione straniera, generalmente ottengono le licenze attraverso i partner locali che devono avere il 51%. Sono 6 le agenzie che il governo ha approvato per fornire servizi di intermediazione commerciale: Agencia Transitaria PALCO; Almacenes Universales S.A.; Expedimar SA; SIS Cubacontrol S.A.; Cubanacan Express. Il rispetto dei regolamenti e delle norme in materia di etichettatura, di sicurezza dei prodotti, ecc. sono applicati alla frontiera, pertanto l'onere della conformità spetta di fatto all'esportatore. Piccole discrepanze nella compilazione della documentazione possono portare alla confisca della merce. L'ufficio di rappresentanza, dopo aver ottenuto il permesso ad operare dalla locale Camera di Commercio, potrà firmare contratti e controllare la distribuzione delle merci, ma non potrà distribuire, vendere o rivendere beni, perché di esclusivo appannaggio delle strutture di distribuzione e di vendita cubane. Tra queste Palco, Melia Cohiba o ITH, la società al 100% di capitale cubano, che vende all'ingrosso prodotti alimentari e non alimentari nei centri commerciali, nei supermercati, ecc. Il sistema cubano non è poi così tanto lontano dal "three-tier" americano.

» tutto. Nel 2013 nell'isola ci sono stati 2,5 milioni di turisti ma la richiesta è di venti volte tanto e gli americani prima o poi faranno degli investimenti pesanti: ci sarà molto da lavorare». Tra le prossime scadenze il Festival International Habanos (Cuba 22 febbraio-1 Marzo 2015) dove il Consorzio Chianti Docg sarà uno degli sponsor e in collaborazione con la l'Associazione Sommelier Cubana, presenterà i vini e gli abbinamenti con i sigari. Per ora piantare la bandierina è il primo passo ma senza farsi illusioni. Basti pensare che due notissimi marchi italiani come Antinori o Banfi ogni anno fatturano tra i 50.000 e i 70.000 dollari.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.