



# La Prima di WineNews.it



n. 1119 - ore 17:00 - Giovedì 16 Maggio 2013 - Tiratura: 30194 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino  
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

## La News



### Alla ricerca della "natura"

In cucina la tendenza è sempre più "natura e filiera corta". E cosa c'è di più naturale delle erbe spontanee? Per valorizzarle l'Accademia Italiana della Cucina ha realizzato un video-documentario, "Selvatico di Pregio": asparagina, stridoli, raperonzoli, salicornia, raccontando anche storie di chef che li trasformano in veri e propri manicaretti. Ma il contatto diretto con la natura è sempre più un must anche per i ristoranti, e dopo Peppe Zullo e Pietro Zito, che dalla Puglia hanno aperto la via, si moltiplicano i locali con tanto di orto. Ultimo caso il "Villa Calina" di Alessandro Cappotto, a Coccaglio, in Franciacorta, che ha trasformato l'orto in "salotto vegetale" per cooking class ed eventi ...



### Il vino divide la Francia

"Pensate che in questo momento infliggere una tale tassa a questo settore sia giudizioso?" È la domanda, retorica, che un nutrito gruppo di Senatori socialisti francesi, tra cui il capogruppo François Rebsamen, hanno posto alla Commissione di valutazione e controllo della sicurezza sociale del Senato, presieduta dal collega (sempre socialista) Yves Daudigny, che ha proposto di tassare la produzione più rappresentativa dell'enogastronomia d'Oltralpe, che deve fare i conti con un consumo medio già dimezzato negli ultimi 20 anni. E se non bastasse, lo scontro enoico andrà in scena anche sui campi di calcio, con al finale di Coppa di Francia tra Evian e Bordeaux, ossia tra l'acqua e i cru del Médoc: noi, su chi tifare, non abbiamo dubbi ...

## Cronaca

### Sarà una Pac per giovani

"Per favorire il cambio generazionale in agricoltura dobbiamo puntare sugli strumenti contenuti nella Politica Agricola Comune (Pac), come la maggiorazione del contributo per la realizzazione degli investimenti produttivi, se realizzati da giovani agricoltori". Parola del neo Ministro delle Politiche Agricole, Nunzia De Girolamo che, al suo primo question time alla Camera, si è impegnata a garantire la maggiorazione del 25% dell'importo medio degli aiuti europei ai giovani imprenditori.



## Primo Piano

### Export, un must da realizzare in modi diversi

L'export, per la crescita dell'agroalimentare italiano, è una strada obbligata. Che si può percorrere in tanti modi diversi, con successo, come emerso dal "Cibus Global Forum" di Parma. "Esportare un prodotto made in Italy è riduttivo. Noi abbiamo scelto di pensare i nostri prodotti in Italia, di realizzarli ovunque con la cura italiana, ma coinvolgendo anche le realtà locali dei mercati che siamo andati a colpire, e di produrre, in parte, anche in loco". A dirlo Gino Luglio, ad Ferrero, brand italiano tra i più famosi nel mondo. C'è anche chi ha puntato sulla sinergia con altre griffe, come Mutti, n. 1 del pomodoro e dei condimenti, in Usa, per esempio, promuovendosi con il marchio della pasta La Molisana e a quello dell'Olio Monini, "con grandi risultati - spiega l'ad Francesco Mutti - anche se non è detto che una formula che funziona in un Paese vada bene in un altro, e senza contare che in Italia è difficile realizzare sinergie simili per tanti motivi, in primis la dimensione delle aziende". Un'altra via, "che è molto dispendiosa ma che aiuta molto", è quella dei "flagship store", negozi bandiera con il marchio aziendale da creare all'estero, come ha fatto, ad esempio Parmacotto. "Il primo passo è quello di creare una propria struttura societaria nei Paesi target, che faciliti le cose da un punto di vista distributivo - spiega il presidente Marco Rosi - anche perché l'export manager come concepito fino ad oggi può essere un apripista, ma non basta più". Altra via è quella di investire nella formazione, per esempio, degli chef che poi useranno il tuo prodotto e altro del made in Italy, come ha fatto il Gruppo Colavita, uno dei più grandi produttori di olio di oliva, il cui nome campeggia nel cuore di New York, ad Hyde Park, dove al "The Colavita Center for Italian Food and Wine" si formano ogni anno centinaia di cuochi che diventano ambasciatori del made in Italy enogastronomico. Oppure c'è chi, partito da piccoli numeri, ha conquistato il mondo studiando i punti deboli di avversari ben più strutturati, come il gruppo delle bevande San Benedetto, che investendo non sulla concorrenza di prodotto, ma sull'innovazione tecnologica e logistica, è diventato partner di colossi come Coca Cola ...

## Focus

### Il 51% delle imprese del wine & food esporta

Nel 2002 investivano nei mercati internazionali 2 imprese italiane del wine & food su 10. Oggi siamo al 51%. Numeri di Federalimentare, da un'indagine su oltre 1.000 imprese di tutto il Belpaese, che testimoniano una volta di più quanto i mercati esteri siano fondamentali per la vita e la crescita dell'agroalimentare italiano. Una scelta lungimirante per molti, obbligata per tanti, visto che i consumi interni calano da anni, mentre le esportazioni sono cresciute anche in tempo di crisi, tanto da raggiungere i 25 miliardi nel 2012 (il 20% dell'intero fatturato dell'agroalimentare), con una crescita del 13% nei primi 3 mesi del 2013, che fa sperare in un nuovo record in valore a fine anno. Un successo, quello dell'export agroalimentare italiano, testimoniato spesso dai grandi marchi, ma realizzato da una miriade di piccole e piccolissime aziende (con meno di 50 dipendenti), che rappresentano il 90% delle realtà esportatrici. Tra i prodotti, a fare la parte del leone, il vino, che rappresenta da solo il 20% delle esportazioni totali, seguito da pomodori pelati e conserve vegetali (12%), dolci (12%), formaggi e latticini (10%), pasta (9%), olio d'oliva (7%), prosciutti e salumi (5%) e caffè (4%).

