



La News



“Tavernello” da record ...

Era la fine degli anni '80: “versa versa, meschi meschi, Tavernello”, recitava un vecchio spot. Oggi “la mamma” del Tavernello (e di tanti altri marchi), la cooperativa Caviro, che produce uno dei vini più venduti d'Italia (in barba alla critica), ha annunciato la chiusura del bilancio 2013 con un fatturato di 321 milioni di euro (+13% sul 2012), e soprattutto un margine operativo lordo di 20,3 milioni di euro, contro i 12,2 milioni di euro del 2012. Grazie allo sviluppo all'estero, come tutti, ma anche alla crescita in Italia, con un dato nettamente in controcorrente rispetto al calo generalizzato del mercato nazionale, soprattutto per il vino in brick, “must” del colosso cooperativo ...



Guerra ai falsari

Piano piano, si dirada la nebbia su quella zona grigia del mondo del vino che è la contraffazione, minaccia del terzo millennio per tutto il mercato enoico del Vecchio Continente, specie quando si parla di grandi bottiglie. Al di là dei casi più eclatanti, dal falsario indonesiano Rudy Kurniawan alla società inglese Antique Wine Company, sono i Governi di Cina e Francia, adesso, a farsi carico di una lotta senza quartiere che corre su due binari, quello della prevenzione e quello della repressione. Partendo da un certificato d'origine per i vini francesi che prendono la via di Pechino, il “Protected Eco Origin of Products”, e dalla battaglia delle autorità cinesi alle navi imbottigliatrici che, in acque internazionali, producono materialmente i falsi che da anni “drogano” i mercati.

Cronaca

Eataly e i piccoli borghi

Eataly, con l'enogastronomia, esporta anche i valori e la bellezza delle piccole comunità italiane. E per valorizzare il patrimonio culturale, artistico, paesaggistico ed ambientale d'Italia ha lanciato “Abbiamo deciso di raccontarci al mondo”, due eventi (dal 2 al 17 ottobre a Roma e in febbraio 2015 a New York), con l'associazione “I Borghi più belli d'Italia” per spiegare, con conferenze, mostre, degustazioni ed intrattenimento, come sia fondamentale, per la rinascita dell'Italia, puntare sul meglio dei piccoli centri.



Primo Piano

Obiettivo export a 70 miliardi di euro in 10 anni

Se è vero che l'industria agroalimentare italiana, che vive e cresce in gran parte grazie all'estero, non può e non deve rassegnarsi a quello che pare un inesorabile calo dei consumi sul mercato interno, è un dato di fatto che lo sviluppo maggiore passerà gioco forza dall'export. Che potrebbe salire, secondo molti, dai 26 miliardi di euro in valore di oggi, a 70 miliardi in 10 anni. È uno dei messaggi emersi da Cibus, fiera internazionale dell'alimentare made in Italy, a Parma fino all'8 maggio (www.cibus.it). Un sentiment che trova riscontro nell'indice di fiducia tra le imprese dell'industria alimentare italiana, che cresce e torna in positivo, dopo oltre due anni di sentiment negativo, come rileva Ismea su un panel di 1.200 industrie italiane del settore. Con una voglia di investire in innovazione di prodotto e/o di processo che si respira nel 37% dei casi, e se l'82% delle imprese ha in programma di mantenere invariato il proprio piano di produzione, il 9% pensa di investire per crescere, e solo il 7% delle imprese ha in programma dei ridimensionamenti. A dare fiducia ai produttori di wine & food del Belpaese è la crescita del numero di Paesi che hanno fame di made in Italy, perché se come spiega una ricerca di Bain&Company, i primi partner commerciali dell'Italia rimangono, nell'ordine Germania, Usa, Francia e Regno Unito, si registra una crescita notevole e solida anche in Cina, Russia Brasile, e ottimi segnali arrivano anche da Paesi come Canada e Giappone, e da mercati nuovi per i nostri prodotti come la Thailandia. Ma certo le difficoltà non mancano, a partire da un euro molto forte e che rischia di penalizzare le esportazioni extra Ue, alle difficoltà di pagamento che iniziano a manifestarsi anche nell'export (seppur in modo assai più blando che sul mercato italiano), con società come Atradius, che si stanno specializzando nell'offerta di servizi come le polizze assicurative contro il rischio di credito. Ma, in generale, il sentiment che emerge è più che positivo, come ha sottolineato anche il viceministro per le Politiche Agricole Andrea Olivero, secondo cui “i dati positivi che abbiamo rappresentano un'ottima prova generale per Expo 2015”.

Focus

Il “wine & food” italiano cresce anche online

Il “wine & food” italiano cresce, anche online. Non solo le ricerche su Google di “made in Italy, in un anno hanno fatto segnare un +12%”, ha spiegato a Cibus Diego Ciulli (Google Italia). Ma anche l'e-commerce, seppur ancora con volumi relativamente piccoli, è sempre più apprezzato come canale per l'acquisto di cibo e vino tricolore soprattutto all'estero. A svelarlo uno studio di www.vente-privée.com, portale leader dell'e-commerce “ad evento” in Europa, da cui emerge che, nel solo 2013, ben 4,9 milioni di prodotti alimentari, e 3,3 milioni di bottiglie di vino hanno viaggiato in Ue grazie alle vendite sul sito. Con oltre 470.000 e-shopper europei di prodotti enogastronomici, e con gli italiani, con 76 euro di media, ed i tedeschi con 80 euro, tra i maggiori acquirenti, seguiti da francesi (65,5 euro) e spagnoli (64 euro). E, intanto, sul fronte della tutela del made in Italy, oggi è stato firmato un importante protocollo d'intesa tra Associazione Italiana Consorzi Indirazioni Geografiche (Aicig), Ministero delle Politiche Agricole ed eBay, leader mondiale delle aste on-line che renderà più semplice segnalare e rimuovere gli annunci che promuovono prodotti contraffatti, e punire i trasgressori.



Wine & Food

Le terre della California piacciono anche all'Università di Harvard

I terreni della California sono sempre più al centro dell'attenzione degli investitori, e anche la “Harvard Management Company”, il fondo d'investimento dell'Università di Harvard, negli ultimi due anni, ha speso 61 milioni di dollari per l'acquisto di 10.000 acri (più di 4.000 ettari) divisi tra le contee di Santa Barbara e San Luis Obispo, molti già vitati, altri da vitare. L'Università, però, non pare abbia intenzione di buttarsi nel mondo del vino, ed è interessata, piuttosto, a ciò che scorre sotto i filari: l'acqua, sempre più al centro del dibattito sulla gestione delle risorse, e un plus valore da non sottovalutare.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

La riscoperta dei contadini veri, quelli che il processo di industrializzazione dell'agricoltura “sta facendo sparire”, la dimensione sacrale del lavoro agricolo, che

ancora si riscontra nelle società tradizionali, ma anche l'agricoltura come “una scuola di liberazione”: così Silvia-Pérez Vitoria, “pasionaria” della civiltà contadina.

