



La Prima di WineNews.it



n. 1672 - ore 17:00 - Giovedì 16 Luglio 2015 - Tiratura: 30835 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

La News



Sagrantino, mongolfiere e arte

Montefalco, uno dei territori più prestigiosi del vino italiano grazie al suo Sagrantino, si prepara ad un matrimonio di spettacoli "aerei" e cultura "terrena", ma di alto livello, nel fil rouge del suo grande nettare rosso, recuperato e rilanciato dalla griffe Caprai. Dal 19 luglio al 2 agosto, nei cieli sui vigneti della Strada del Sagrantino, sarà di scena la "Sagrantino International Challenge Cup", che chiamerà a raccolta oltre 25 equipaggi di mongolfiera dal mondo. E, sempre dal 19 luglio, a Montefalco, sarà di scena la mostra "Benozzo Gozzoli. La Madonna della Cintola", curata da Antonio Paolucci, direttore dei Musei Vaticani, e restaurata anche grazie al Consorzio dei Vini di Montefalco.

Primo Piano

In Asia e Nord Europa il vino italiano "vale" di più

Stati Uniti, Germania e Uk sono storicamente i mercati più importanti, in termini di valore e volume, per l'export del vino italiano tanto per i vini fermi, che per gli spumanti. Eppure, a guardare il "borsino" del prezzo medio al litro che i nettari del Belpaese spuntano oltre confine, la classifica è completamente diversa. Almeno a giudicare dai dati di "Wine by Numbers" di Unione Italiana Vini e Corriere Vinicolo, riferiti al primo trimestre 2015, analizzati da WineNews. Sul fronte dei vini fermi, per esempio, il gradino più alto del podio va ad Hong Kong, con ben 9,04 euro al litro, seguito da Singapore, a 7,53 euro, e dalla Svizzera, terza, a 6,08 euro. In questa particolare "top 10", seguono Corea del Sud con 4,99 euro al litro, Norvegia con 4,88, Canada con 4,35, Danimarca con 4,21, Usa, con 4,04, Svezia con 3,89, e Finlandia con 3,78. Una classifica, come si nota, dominata dai mercati asiatici e nordeuropei, magari più marginali di altri in termini di volume ma che, grazie ad un consumo concentrato tra le classi più abbienti e tra gli appassionati della loro popolazione, garantiscono una redditività maggiore a chi riesce a ricavarci uno spazio. Sopra la media, che è di 3,26 euro a litro, anche Cina (3,59), Giappone (3,48) e Belgio (3,28). La Germania, che è il Paese n. 2 per volumi, è "appena" a 2,7 euro al litro, il Regno Unito, n. 3 per quantità, a 2,13. Come la Russia, che spunta le quotazioni peggiori in assoluto con Repubblica Ceca (2,1 euro) e Spagna (1,84). Il miglior approdo per le bollicine tricolore, a sorpresa, invece, è l'Olanda, dove un litro di sparkling wine made in Italy spunta 6,14 euro al litro, davanti di un'incollatura ad Hong Kong, con 6,12 euro, e a Singapore con 5,31, con i due mercati asiatici che si conquistano anche il podio dei vini frizzanti. A seguire Svizzera, Canada e Belgio, dove un litro di spumante italiano si esporta a 4,81 euro al litro, poi Giappone, con 4,79, Norvegia, con 4,42, Spagna, la terra del Cava, con 4,05 euro, ed Irlanda con 3,85, a chiudere la classifica dei primi 10. Sopra la media di 3,52 euro al litro anche Irlanda (3,85), Austria (3,83), Svezia (3,77), Brasile (3,63), Danimarca e Corea del Sud (3,62), Germania (3,59) e Usa (3,53).

Focus

Agroalimentare: dinamico, ma frammentato

La crisi del mercato interno, anche sul fronte del wine & food, si combatte con l'export. È un mantra che si ripete da tempo, ma che, nel passare degli anni, trova sempre più conferma nei numeri. Considerando gli anni della crisi, per esempio dal 2007 al 2014, le esportazioni sono cresciute complessivamente del 42% nel comparto agroalimentare e solo del 10% in quello manifatturiero, ed il valore aggiunto nel primo caso è cresciuto del 5%, mentre nel secondo è crollato del -12%. Emerge da uno studio di Nomisma, oggi al Padiglione Cibus ad Expo. Nel complesso, nei 7 anni in esame la sola industria alimentare ha visto salire del 48% le esportazioni, ed un +4% nei consumi nazionali. Un settore dinamico, "malato" però di frammentazione: delle 58.000 aziende che lo compongono, l'87,1% sono di piccole dimensioni, con meno di 9 addetti, il 12,7% è di medie dimensioni, fino a 249 addetti, e solo lo 0,2% è di grandi dimensioni. Grande è anche il divario della redditività, con un Roe (redditività del capitale) sceso dal 7,1% del 2011 al 6,7% per le grandi imprese, e dal 4,4% al 3% per le Pmi. Ancora, nel triennio 2011-2013, è salita tra le microimprese la percentuale di bilanci in rosso, dal 38,5 al 41,7% ...



Genagricola & Sampa

Quando cultura d'impresa e sociale si uniscono: Genagricola, la più estesa azienda agroalimentare italiana (14.000 ettari di terreno tra Italia e Romania e più di 760 ettari di vigneti) che fa capo a Generali Italia, si mette insieme alla Comunità di San Patrignano, per un progetto di "Agricoltura Sociale". Un'idea nata per favorire l'inserimento lavorativo nelle proprie tenute dei ragazzi che, nella Comunità, si sono formati professionalmente in ambito agricolo ed enogastronomico, tra i percorsi di recupero di maggior successo messi in campo dalla Comunità. In particolare nelle Tenute di Genagricola saranno impiegati i ragazzi che hanno ottenuto una specializzazione in ristorazione, agronomia, ed in futuro anche di enologia. Ci piace!



Cronaca

Vino, tutela dell'origine ad Expo

Mentre uno dei più importanti mercati del vino, come la Cina, riconosce le Denominazioni, e proseguono i negoziati per il Ttip Ue-Usa, quali sono gli strumenti di protezione delle produzioni agroalimentari e delle Do italiane? Quanto sono decisive protezione e promozione? E l'informazione al consumatore? Ecco i temi del nuovo incontro "L'origine del vino: ambiente, cultura, diritto", il 18 luglio, nel Padiglione "Vino - A Taste of Italy" all'Expo, con, tra gli altri, Massimo Vittori, direttore esecutivo di "OriGIn".



Wine & Food

Allegrini investe ancora a Montalcino: sale al 100% di San Polo

Allegrini, una delle realtà più prestigiose del vino italiano, griffe dell'Amarone della Valpolicella, investe ancora nel territorio del Brunello, salendo al 100% di San Polo, una delle realtà più in vista del territorio di Montalcino. Lo conferma a WineNews, la stessa Marilisa Allegrini, che ha rilevato tutte le quote della società (il 50%) detenute da Leonardo LoCascio, fondatore di Winebow, dopo l'acquisto di San Polo, in joint venture, nel 2007. Allegrini diventa così proprietaria di tutta la cantina e dei 16 ettari di vigneto (di cui 8 a Brunello). Affare, dicono rumors locali, da 7/8 milioni di euro.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Non sono un grande conoscitore di vini, ma ne amo molti. I miei preferiti sono i rossi che, dal Piemonte alla Toscana, passando per il Veneto, hanno reso celebre l'Italia come

Paese produttore, tanto da essere ormai un modello, al pari della Francia, per i produttori del Nuovo Mondo". A WineNews, il vino secondo Paolo Mieli.

