



## La News



## Ue & Ocm, vino a rischio?

“Se dopo il 2020 le misure di sostegno per il vino a livello europeo non verranno rinnovate, ovvero se il vino non avrà più la sua specificità nell'Ocm, ma finirà nel calderone di tutti i prodotti agroalimentari, il nostro Paese rischia di perdere 700 milioni di euro l'anno di investimenti per il settore, che è trainante per il made in Italy”. L'allarme, anticipato da WineNews, è di Domenico Zonin, presidente Unione Italiana Vini. Il pericolo è doppio, spiega Zonin: “finanziario, per la diminuzione delle risorse generali della Pac in una Europa a 28 Paesi, e politico, per il rischio di perdere la specificità delle norme dedicate al vino, ancora oggi presenti nella Ocm unica”.



## La critica ed il futuro

Il sistema dei punteggi è tutt'altro che destinato a scomparire. Anche se è innegabile che l'arrivo sulla scena delle nuove generazioni di consumatori, nativi digitali iperconnessi, e con un universo di “opinion leader” più frammentato, e fatto soprattutto di loro coetanei più esperti, di cui consultare le recensioni prima di procedere ad una scelta di acquisto, è destinato a cambiare il quadro generale. Emerge da “Il mondo dopo Parker?”, con Cristina Mariani-May (Castello Banfi), Adam Teeter (VinePair) e Robert Joseph (Wine Business International). Secondo i quali i punteggi, con i loro pregi e limiti conterranno ancora, soprattutto se firmati dalla triade “The Wine Advocate - Wine Spectator - Wine Enthusiast”. Ma tra i giovani, gli influencer saranno molto più numerosi ...

## Cronaca

### Olio, ancora una truffa

Con una tecnica innovativa del riconoscimento del Dna delle “cultivar di olivo” presenti nell'olio (analisi molecolare), il Corpo Forestale, su delega della Dda di Bari, ha scoperto tra Brindisi e Bari una maxifrode su 7.000 tonnellate di olio spacciato come “100% italiano”, ma in realtà ottenuto con la miscelazione di oli, presumibilmente extravergini, provenienti anche da Paesi extra Ue (Siria, Turchia, Marocco e Tunisia). Coinvolte diverse aziende, per un giro d'affari illecito di decine di milioni di euro.



## Primo Piano

### Jancis Robinson: “Italia è il tuo momento, credici!”

“Toglietevi la Francia dalla testa, credete di più nell'Italia del vino, che ha tante risorse e piace al mondo, andate nei mercati più spesso, meglio, e con più organizzazione e coesione, per raccontare i vostri prodotti e il vostro lavoro, e non date nulla per scontato, ma preparatevi sempre a dialogare, nel modo giusto, con gli interlocutori che avrete davanti di volta in volta”: così parlò Jancis Robinson, una delle voci più autorevoli del settore a livello mondiale, firma enoica del “Financial Times”, con 40 anni di carriera di wine writer, festeggiati proprio pochi giorni fa, autrice di numerosi libri di grande successo (dal “The Oxford Companion of Wine”, all'edizione n. 4, al “The World Atlas of Wine” n. 7, con Hugh Johnson), e del seguitissimo [www.jancisrobinson.com](http://www.jancisrobinson.com), “a wine2wine”, il forum sul business del vino di Vinality. Dove è arrivata grazie a Business Strategies, uno degli studi di consulenza sull'internazionalizzazione delle imprese più importanti d'Italia, guidato da Silvana Ballotta, nell'incontro moderato dalla giornalista del Tg1 Anna Scafuri. “L'Italia è cresciuta in qualità, mai alta come adesso, ed è il suo momento - ha detto la Robinson - perchè ha il meglio di quello che il mondo chiede ora: vitigni autoctoni e vini identitari, tanti territori unici (la Sicilia è tra i miei preferiti), ma deve promuoversi meglio. Anche in mercati che pensa maturi, come quello Uk, che invece va educato ancora molto. E dove per esempio dovette fare molte, molte più degustazioni, dove mostrare unita questa vostra varietà e qualità, che invece fino ad oggi sono mancate. Ed organizzarvi meglio nella promozione: mi arrivano inviti a presstour ed eventi a fine anno, e pochi giorni prima che inizino gli eventi, come se ci si accorgesse che sono rimasti soldi che vanno spesi per forza. Non ha senso, gli altri Paesi si organizzano per tempo, ed in maniera più strategica”. Discorso che vale anche per il grande mercato cinese. Un suggerimento, ma anche un “j'accuse”, quello della Robinson, che chiama in causa le istituzioni, in primis, come regia “politica” della promozione, ma anche i privati. Per un vino italiano che, prima di tutto, però, deve smettere di paragonarsi ad altri, e credere di più in se stesso.

## Focus

### Vino & finanza, come e perchè

Vino & finanza, oggi, è un matrimonio possibile, perchè strumenti come mini bond o fondi di private equity, ormai, sono accessibili anche alle aziende del settore, anche se (spesso) di piccole dimensioni. “Per accedere al mercato dei capitali non serve essere una grande azienda - ha spiegato Emanuela Campari Bernacchi di Legance Avvocati Associati - anche l'impresa di piccole-medie dimensioni può emettere obbligazioni, i mini bond, che possono generare anche vantaggi fiscali e i cui costi di approntamento sono davvero alla portata, in media da 500 a 2.500 euro. I mini bond possono essere emessi da realtà con fatturato tra i 2 ed i 50 milioni di euro, ed essere sottoscritti soltanto da investitori qualificati”. Poi c'è il private equity, mercato che vale 3 miliardi di euro in Italia, e che guarda sempre più spesso al wine & food, come racconta l'esperienza di “Taste of Italy”, fondo di Idea Capital (Gruppo De Agostini), focalizzato soprattutto sui passaggi generazionali. Anche se, spiegano gli esperti, sono tutti strumenti che funzionano meglio se l'impresa vinicola è in grado di incorporare la parte agricola e patrimoniale da quella commerciale che, in questo senso, è più appetibile.



## Wine & Food

### Il domani è “instant, trust, fusion, transparency, mini e custom”

“Instant”, perchè vogliamo tutto e subito; “Trust”, perchè c'è voglia, ma anche bisogno, di avere fiducia negli altri; “Fusion”, che è la capacità di mettere insieme idee apparentemente lontane che unite funzionano; “Transparency”, perchè il consumatore oggi vuole storie vere e verificabili; “Mini”, con una sorta di ritorno al “piccolo è bello”; e “Custom”, perchè chiediamo sempre più prodotti personalizzati, cosa resa possibile anche dall'abbattimento dei costi: ecco alcuni dei trend che guideranno i consumi futuri ed il mercato, anche per il mondo del vino, secondo “Wine Intelligence”.

## Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

“L'Italia del vino? È la più grande fonte di emozioni al mondo”: parola di Jancis Robinson, una delle firme più prestigiose del vino mondiale che, a tu per tu con WineNews,

parla di promozione, di territori su cui puntare, e anticipa i trend del 2016. Tra riflessioni sul passato e sul futuro, aneddoti di vita vissuta, curiosità e chicche ...

