

La News



Mezzacorona su Alibaba

Mezzacorona leader della cooperazione viticola trentina, lancerà il primo "wine flagship store" italiano su Alibaba, ad inizio giugno. Lo ha annunciato a Cibus di Parma Rodrigo Cipriani Foresio, country manager per l'Italia del colosso cinese dell'e-commerce fondato da Jack Ma, ospite dell'ultima edizione di Vinality in un faccia a faccia con il premier Renzi, che aveva visitato proprio lo spazio della cantina trentina (unica, oltre alla siciliana Donnafugata, in cui il magnate cinese si era fermato per un brindisi, nella foto). "Per noi è un grande orgoglio - commenta il dg Mezzacorona Fabio Maccari - la Cina, dove cresciamo molto con un lavoro paziente e costante, ha un grande potenziale".



Il Tour, il Giro e il vino

Mentre i vigneti italiani, come ormai da qualche anno, si preparano ad accogliere il "Giro d'Italia 2016", con la "Chianti Classico Stage" (15 maggio), prima tappa intitolata ad un vino, per i 300 anni del Gallo Nero, oltralpe il vino fa discutere proprio attorno all'evento più atteso al mondo dagli amanti di ciclismo: il "Tour de France". Se, infatti, ancora una volta, per un accordo triennale fino al 2017, vino ufficiale del Tour sarà il cileno "Bicicleta" di Cono Sur, nell'edizione 2016 i vigneroni francesi, dopo polemiche e minacce, si riprenderanno il posto d'onore: in ogni tappa, dalla partenza a Le Mont-Saint-Michel all'arrivo sugli Champs-Élysées a Parigi (2-24 luglio), nei villaggi del Tour ci sarà un "pavillon des vins" per assaggiare i vini delle Regioni attraversate dalla "Grande Boucle".

Cronaca

725.000 \$ per una "bottiglia"

Se l'incontro tra "il vino" & l'arte fa il botto in asta: è successo ieri a New York, dove Christie's ha battuto sotto il martelletto nella sua "Impressionist & Modern Art Evening Sale", 725.000 dollari per "Femme-Bouteille", un nudo di donna su bottiglia, opera surrealista del grande artista francese René Magritte, parte di una serie di opere d'arte in bottiglia, dipinta nel 1940-1941, quando negli anni della Seconda Guerra Mondiale la tela scarseggiava e gli artisti sperimentavano nuovi materiali per realizzare le loro opere.



Primo Piano

Acquisizioni & aggregazioni: parla Lorenzo Tersi

Acquisizioni e aggregazioni: termini sempre più comuni anche nel mondo del vino. Perché la necessità di competere nei mercati internazionali sta facendo sì che continuare all'insegna del "piccolo è bello" sia un lusso che pochi possono permettersi, ma anche perché tante cantine, anche importanti, si trovano di fronte ad un passaggio generazionale che vede nell'apertura a partner esterni una garanzia di continuità e di prosperità. E, soprattutto, perché per creare ancora valore aggiunto servono sempre di più strumenti finanziari importanti e competenze specializzate. Con chi investe che, quasi sempre, vuole comunque mantenere in azienda chi quell'impresa l'ha creata o guidata, perché è garanzia della sua identità, elemento fondamentale per il mercato del vino. Ecco, in estrema sintesi, la fotografia di quello che sta avvenendo del tessuto imprenditoriale vinicolo d'Italia, storicamente caratterizzato da realtà di piccole dimensioni, scattata a WineNews da Lorenzo Tersi, fondatore e guida di LT Wine&Food Advisory, società di consulenza e marketing specializzata proprio in operazioni di "mergers & acquisitions". "Evidentemente oggi servono nuove leve per competere a livello mondiale, perché è vero che l'Italia è il produttore n. 1 al mondo, ma ha anche la possibilità di crescere ancora e favorire quel percorso di internazionalizzazione che contraddistingue le nostre imprese", spiega Tersi. Percorso per cui crescere di dimensioni e garantire una continuità aziendale è fondamentale, e che tante realtà del Belpaese hanno messo in atto in modi diversi, spesso investendo in territori diversi da quelli dove sono nate, per creare un'offerta di grande valore e con una massa critica competitiva, dice Tersi, che cita esempi come Antinori, Frescobaldi, Feudi di San Gregorio o Santa Margherita, tra gli altri (intervista completa su <http://goo.gl/RcFfUQ>). E se c'è chi questa strada la intraprende come scelta strategica, c'è anche chi si trova in qualche modo costretto a cercare partner e capitali, anche per lo stress finanziario subito negli anni della crisi. "In territori anche importanti come Montalcino o la Franciacorta, ci sono il 10-20% di realtà disponibili a trovare partnership per guardare al futuro".

Focus

Caporalato, agromafie e "made in Italy"

430.000 vittime, e un'economia illegale compresa tra i 14 e i 17,5 miliardi di euro, con la contraffazione agroalimentare che ne costituisce il 16% (2,2-2,8 miliardi) e alcuni settori più esposti - come pane, vino, macellazione e pesca e pomodori. Di rilievo anche i fenomeni di sofisticazione, così come il nuovo intreccio tra agromafie e rinnovabili, e quasi il 50% dei beni sequestrati alle cosche sono terreni agricoli - un sintomo del crescente interesse delle mafie al riguardo. Ecco i numeri dell'edizione n. 3 del rapporto "Agromafie e Caporalato" presentato oggi a Roma dall'osservatorio Flai-Cgil "Placido Rizzotto", e che descrivono quanto questo fenomeno possa mettere a rischio il futuro di un "made in Italy" agroalimentare davvero virtuoso. Dal rapporto emergono 80 distretti agricoli, tra Nord e Sud Italia, in cui si registrano grave sfruttamento e caporalato, e si sottolinea che le ispezioni sono cresciute del 59% nel 2015 - ma più del 56% dei lavoratori rilevati nelle aziende agricole sono parzialmente o totalmente irregolari. "Ci auguriamo di ottenere una corsia preferenziale per il ddl contro il fenomeno, attualmente al Senato", ha detto il Ministro delle Politiche Agricole Martina.

