

La News



Cresce l'industria del cibo

La crescita dell'industria del cibo made in Italy non si fermerà neanche nel 2017, sia nel Belpaese che nei mercati stranieri. Almeno stando alle previsioni di Federalimentare, che stima un aumento sia del fatturato complessivo (del +1,5%, pari a 134 miliardi di euro, contro i 132 miliardi di euro del 2016), sia delle esportazioni (del +5%, pari a 31,6 miliardi di euro, contro i 30,1 miliardi di euro del 2016), riportando in prospettiva un saldo commerciale in attivo di 10,9 miliardi di euro (+1,5%). Proprio l'export, rispetto alla media dell'industria italiana, fa segnare la performance migliore nel lungo periodo: +144,5% tra il 2000 ed il 2016, contro un +59,3% del totale industria.



Il peso della celebrità

Nello spettacolo, così come nella politica, un personaggio può definirsi realmente celebre solo quando esiste una sua imitazione. Ecco, nel mondo del vino il concetto è identico, solo che invece che suscitare ilarità provoca un certo scontento. Specie perché, il più delle volte, non si tratta di un omaggio, quanto piuttosto di una scopiazzatura marchiana. Ne sa qualcosa il Prosecco che, in pochi giorni, ha visto il lancio di due "imitazioni" ai limiti della legge. Prima l'ineffabile "ProGrigio" della catena della gdo Uk Aldi, con il suo price point appena sotto quello medio di una bottiglia di Prosecco, quindi Eisberg, brand del produttore e distributore britannico Halewood Wines and Spirits dedicato ai vini senza alcol, tipologia difficile da ascrivere al mondo enoico, ma cresciuta del 39% nel 2016.

Cronaca

La "reputation" di Ferrero

La Ferrero, il gruppo dolciario che da Alba ha conquistato il mondo con fumi di Nutella e miliardi di ovetto Kinder, si conferma prima azienda italiana al mondo, e prima assoluta nel settore food, della "Global RepTrak 100" 2017 del Reputation Institute, alla posizione n. 17 nel ranking globale. Seguita, tra le grandi aziende del settore, da un'altra italiana, Barilla (alla n. 23), che nei suoi 140 anni di storia ha portato la pasta made in Italy in più di 100 Paesi, arrivando a fatturare 3,83 miliardi di euro.



Primo Piano

Sistema Prosecco: numeri e obiettivo sostenibilità

Il fenomeno Prosecco non è più una novità, ma una colonna portante del comparto enoico italiano, capace, in un 2016 difficile, di mantenere i dati dell'export sopra la linea di galleggiamento, con exploit importanti su tutti i mercati principali: Usa, Gran Bretagna e Germania. Ma quelle delle bollicine venete (e friulane) è una galassia complessa, in cui si muovono due grandi denominazioni, quella del Prosecco Doc, che ha chiuso il 2016 a quota 420 milioni di bottiglie, e quella del Conegliano Valdobbiadene Docg, dove la produzione ha toccato invece le 90 milioni di bottiglie. Diverso anche l'impatto delle spedizioni verso i mercati esteri, che pesano per il 70% delle vendite di Prosecco Doc e per appena il 40% di quelle del Conegliano Valdobbiadene Docg. Nel complesso, è un'economia che oggi vale 2,5 miliardi di euro, con un boom produttivo riassunto da due cifre: 2,04 milioni di ettolitri imbottigliati nel non lontano 2012, contro i 3,29 milioni di ettolitri imbottigliati nel 2015. Due anime e due prodotti diversi, che non si preoccupano solo di crescere dimensionalmente, ma anche di farlo in sintonia con il territorio, e a dimostrarlo ci sono le strade, parallele, che hanno deciso di percorrere i due Consorzi. È di pochi giorni fa l'annuncio della svolta decisa dal Prosecco Doc sul fronte della sostenibilità, con la messa al bando di Glifosate, Folpet e Mancozeb, primo passo verso una certificazione non solo del prodotto, ma dell'intera denominazione. Il sentiero, del resto, era tracciato: il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg aveva già messo al bando dal 2013 sia il Folpet che il Mancozeb, e adesso fa un'ulteriore passo avanti. Anticipando la normativa Ue, infatti, sollecita con forza gli agricoltori ad abbandonare il diserbo chimico, indicando ai viticoltori la strada della lavorazione del suolo come miglior strategia per la cura della salute del vigneto. E non è un caso che qui, una delle griffe storiche delle bollicine venete, Bortolomioli, abbia intrapreso il cammino dell'agricoltura biologica già nel 2008, e adesso punti con decisione alla Carbon Footprint, un altro step importante verso la sostenibilità (qui la storia completa: <https://goo.gl/71ucpq>).

Focus

Il "paperone" Nikolaev a Bolgheri

Tra compravendite, partnership e nuove proprietà, non si fermano gli investimenti nel vino italiano e nei suoi territori più blasonati: come Bolgheri, dove uno degli uomini d'affari russi più ricchi al mondo per "Forbes", Konstantin Nikolaev, è il nuovo proprietario de La Madonnina, azienda a Castagneto Carducci, acquistata di recente lungo la via Bolgherese, per un affare tra i 3-4 milioni di euro (secondo stime WineNews). Nei terreni ora di proprietà del businessman grande appassionato di vini italiani, a due passi da Le Macchiole e Guado al Tasso (Antinori), dalla Tenuta dell'Ornellaia e dalla Tenuta San Guido, e dai filari del Messorio, Guado al Tasso, Ornellaia e Masseto e del Sassicaia, accanto ad una Villa con Parco, 7 ettari sono a vigneto (la quotazione per un ettaro vitato a Bolgheri è sui 300.000 euro), coltivati a Merlot, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc e Sirah, varietà che hanno fatto grande Bolgheri nel mondo. I primi vini che usciranno dalla cantina sono della vendemmia 2015 e affidati all'enologo Riccardo Cotarella. Con la nuova acquisizione, accanto a Montalcino con il Brunello e alle Langhe del Barolo, Bolgheri si conferma tra i territori più ambiti dai grandi investitori.



Cronaca

Wine & Food

Se gli affitti mandano "per strada" i commercianti e la gastronomia

Un po' per gli affitti troppo alti, un po' per i costi di gestione, un po' per un trend che raccontiamo da anni, tant'è che le saracinesche dei commercianti italiani, a partire da bar e ristoranti, continuano ad abbassarsi senza tregua, mentre non si arresta il boom dello street food, con il furgone diventato ormai la nuova frontiera della gastronomia, più o meno ricercata, come emerge da un'analisi dell'Osservatorio Confesercenti su commercio e turismo, che manda in soffitta il commercio tradizionale e dà il bentornato alle imprese erranti ed il benvenuto all'e-commerce.

Winenews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Il Prosecco al centro del mondo. Non solo grazie al successo commerciale, ma anche per la svolta sulla sostenibilità, che parte dalla messa al bando di tre prodotti,

Glifosate, Folpet e Mancozeb, e per Asti Secco, la querelle con il Consorzio dell'Asti. Ne abbiamo parlato con il presidente del Consorzio Prosecco Doc Zanette.

