



# La Prima di WineNews.it



n. 858 - ore 13:06 - Martedì 8 Maggio 2012 - Tiratura: 29611 "enonauti", opinion leader e professionisti del vino  
Registrazione del Tribunale di Siena n. 709 del 31 Marzo 2001 - Direttore responsabile: Alessandro Regoli

## La News



### Sempre più musica nel vino

Se tutti i cantanti o gruppi musicali che, in qualche modo, producono vino o hanno etichette a loro dedicate si mettessero insieme, ne nascerebbe un concerto da far impallidire Woodstock. Ultimi arrivati, in ordine di tempo, i "Train", celebre band americana, che ha lanciato la sua linea di vini "Save Me San Francisco wine", con i nomi delle loro più celebri canzoni, come "Drops of Jupiter", il cui ricavato va, in parte, a "Family House", onlus che aiuta le famiglie con bambini gravemente malati. Ma tra le vigne si aggira un'altra star della musica: è Fergie (foto), voce dei Black Eye Peas, che produrrà con l'etichetta Ferguson Crest, nella sua tenuta di famiglia in California.

## Primo Piano

### Vino ed export, la parola ai buyers stranieri

Nel 2011 l'exploit del vino italiano sui mercati esteri ha permesso al comparto di chiudere l'anno in positivo, grazie alla solidità dei mercati storici (Germania, Stati Uniti e Gran Bretagna), e alla performance dei mercati emergenti (Russia, Cina, Brasile, India), che si stanno ritagliando un ruolo sempre più importante. WineNews, al Porto Cervo Wine Festival, ha intervistato buyers indipendenti di tanti mercati, e quello che ne emerge è un quadro complesso, figlio di un mondo in continuo mutamento. "In Scandinavia, Svizzera ed Austria - racconta Søren Hannibal Villadsen - la quota di vino italiano ha raggiunto il 30%, è facile da commercializzare, l'unico problema potrebbe arrivare da un aumento dei prezzi incontrollato, dettato dall'euforia del momento". Un monito condiviso anche da Mark Hintzen, buyer bavarese: "la varietà dei vini italiani è irraggiungibile per tutti, e poi noi tedeschi abbiamo una vera passione per il Belpaese, è la nostra meta preferita, e ci piace portare a tavola gli stessi splendidi vini che abbiamo bevuto in vacanza. Ma attenzione a tenere sotto controllo i prezzi". In Russia la musica non cambia, quello che cambia sono le problematiche: "il nostro è un mercato relativamente giovane - spiega Margareta Krasnopolzkaya - in cui i vini toscani (Brunello, Chianti) e piemontesi (Barolo, Dolcetto) la fanno da padrone. Il vero problema è un sistema di norme, licenze e certificazioni molto complicato che, con tasse e dazi altissimi, fanno aumentare i prezzi allo scaffale di 5-6 volte sul prezzo d'origine". Situazione simile in India: "un mercato pieno di potenzialità, e che ama profondamente lo stile di vita italiano - spiega Vikash Gupta - ma sul quale c'è da lavorare tantissimo affinché il vino entri a far parte della nostra cultura". Le certezze, però, arrivano dai mercati storici: "in Usa, i vini italiani vanno alla grande - racconta Ross Bouchard - e adesso stiamo scoprendo anche il Sud Italia, con la consapevolezza che c'è ancora spazio per crescere". Anche nel Regno Unito le cose vanno bene, come spiega Nick Burton: "la cultura del vino italiano si è affinata tantissimo, il consumatore conosce le differenze e sa orientarsi, ma attenzione ad abbassare la guardia, la concorrenza è tanta".

## Focus

### Federalimentare, idee per il rilancio

Tornare a crescere si può, rilanciando i consumi e sostenendo l'internazionalizzazione. Al punto che l'industria alimentare italiana che, nel 2011, ha visto diminuire leggermente produzione, numero di addetti e di imprese, ha visto il fatturato a +2,4% sul 2010, e lo prevede in crescita del 2,3% nel 2012. A patto di affrontare subito i nodi centrali, con proposte come quelle di Federalimentare, da Cibus 2012 (www.cibus.it). In primis, contrastare Italian Sounding e contraffazione, con investimenti all'estero, attraverso la piena deducibilità dei costi per promuovere e commercializzare i prodotti italiani; innalzare il tetto massimo per la defiscalizzazione delle operazioni di merger & acquisition in Italia e all'estero; dotare di più risorse la nuova Icc, portando la quota del Piano Promozionale 2012 destinata al settore alimentare dal 7% al 12%-15% del budget. Ma anche con una nuova normativa più flessibile sull'autotrasporto, un rafforzamento dello schema di riciclo e recupero degli imballaggi, senza l'istituzione di un deposito cauzionale, e con più chiarezza, anche con l'Antitrust, sul Regolamento Europeo sulle indicazioni in etichetta, per non lasciare le imprese nell'incertezza.



### Se davvero l'agricoltura ...

In tanti lo hanno già detto, tanti altri ora lo ribadiscono: l'agricoltura, il cibo e il vino made in Italy sono le risorse più importanti che ha l'Italia per uscire dalla crisi e tornare a crescere come Paese e sistema economico. Lo dicono industriali e artigiani del settore, ma anche istituzioni come il Ministro delle Politiche Agricole Mario Catania (e non potrebbe essere altrimenti) o il Ministro dello Sviluppo Economico Corrado Passera, che lo hanno ripetuto da Cibus a Parma. Bene, se è una convinzione così diffusa e sedimentata sia nell'impresa privata che nell'amministrazione pubblica del Belpaese, ci auguriamo che davvero, finalmente, si passi dalle parole ai fatti, riportando le tematiche del settore in cima all'agenda politica dove, a dispetto delle parole di tanti, ad oggi restano sempre finanza e industria.

## Cronaca

### Piatti italiani pieni di "bio"

Se in Italia, nel 2011, i consumi alimentari complessivi sono calati, c'è una nicchia che tanto più nicchia non è, e cresce, nonostante la crisi: è quella del biologico, il cui business ha segnato il +8,9% sul 2010. A dirlo una ricerca Ismea & Gfk-Eurisko. A crescere di più sono uova (+21,4%) prodotti lattiero-caseari (+16,2%), biscotti, dolci e snack (+16,1%) e bevande analcoliche (+16%). Giù, invece, l'olio (-18,6%), la pasta (-11%), carni e salumi (-8,2%). Il giro d'affari in Italia è di 1,5 miliardi di euro.



## Wine & Food

### Il gusto made in Italy conquista lo "star system" Usa

Basta cibi esotici, fast food e ristoranti etnici. Oggi le stelle di Hollywood sono affascinate dai prodotti italiani. I divi dello star system preferiscono mozzarella di bufala (40%) e Parmigiano Reggiano (44%) a ostriche e champagne. Con i sapori del made in Italy che, per tanti, diventano anche occasioni di investimento, da cantine a catene di ristoranti. Una tendenza registrata dal "Polli Cooking Lab", analizzando 200 testate internazionali e 1200 siti Internet. E 7 su 10, quando parlano del prestigio del Belpaese, puntano solo sul wine & food certificato "made in Italy" ...

## WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

Quando un'acquisizione non è una sconfitta per la cantina acquisita, ma un'occasione di rilancio: il caso di Cantina Due Palme, colosso cooperativo della Puglia da 2.500

ettari e 1.200 soci, 7 milioni di bottiglie ed un fatturato di 22 milioni, che ha "salvato" diverse realtà del territorio. Parola al presidente Angelo Maci.

