



La News



Vola l'on-trade enoico in Uk

Brexit o non Brexit, la premiumizzazione ha lasciato il segno sull'on-trade Uk nel 2017, con il prezzo medio di una bottiglia di vino rosso che è passato da 30,1 a 38,1 sterline (+26,6%) e quello di una di bianco da 26,6 a 30,6 (+15%), con aumenti di prezzo simili (+15,9% e 15,4%) anche per il vino al bicchiere. A dirlo l'"On-Premise Report" 2018 di Wine Business Solutions: a livello di quote di mercato l'Italia si è tenuta stretto il suo secondo posto, con il 24,1% (ma non cresce sul 2016), mentre nello stesso periodo la Francia ha guadagnato il 2,8%, arrivando al 28,8% del totale, e la Spagna, ben distaccata, mantiene il bronzo, ma cala dall'11,5% al 9,8% del totale.



Alimentazione da Ministero

Correva l'anno 2016, ed il 13 gennaio, l'allora Presidente del Consiglio Matteo Renzi annunciava che il Ministero dell'Agricoltura avrebbe preso il nome di Ministero dell'Agroalimentare, centrale nello sviluppo e nell'identità del sistema Paese. Parole che il Ministro delle Politiche Agricole Maurizio Martina, intorno alla metà del suo mandato, commentava positivamente ma che, poi, sono rimaste lettera morta. In questi giorni, due anni dopo esatti, lo stesso Martina, da Ministro uscente, sull'Huffington Post Italia, rilancia, con l'idea di un Ministero dell'Alimentazione (<https://goo.gl/yVTzn9>). "È una delle proposte centrali che avanziamo per continuare a lavorare al massimo sulle tre "A" fondamentali del futuro del Paese: agricoltura, alimentazione e ambiente". Sarà vera gloria!

Cronaca

Henkell-Freixenet, deal in vista

Arriva, forse, l'"ora X" per l'acquisizione della maggioranza assoluta della catalana Freixenet, il produttore di bollicine più grande del mondo, da parte di Henkell, controllata wine & spirits della tedesca Dr. Oetker: dopo l'ok degli azionisti dello scorso novembre, secondo rumors raccolti da "Drinks International" (www.drinksint.com), il board del produttore sarebbe pronto a dare l'ok per un passaggio di mano del 51% del capitale (per 250 milioni di euro) che diverrebbe effettivo entro il prossimo maggio.



Primo Piano

Vino italiano 2018: tante incognite, poche certezze

Tra euro forte, competizione crescente in Usa e Uk e conseguenze della vendemmia 2017, sarà un anno "attendista" e di consolidamento: è questo l'outlook per il 2018 del vino italiano, raccontato a WineNews, dai vertici di alcune delle realtà più importanti, per prestigio, volumi e dimensioni, del Belpaese enoico, come Roberta Corrà (Giv - Gruppo Italiano Vini), Renzo Cotarella (ad Marchesi Antinori), Ettore Nicoletto (ad Gruppo Santa Margherita), Enrico Viglierchio (dg Castello Banfi) e Matteo Lunelli (presidente e ad Cantine Ferrari). Se Corrà parla di "un anno difficile e senza certezze, da guardare a vista" - soprattutto per la forza dell'euro sul dollaro, ai massimi da tre anni a questa parte - per Nicoletto "c'è una pressione competitiva in aumento: in Usa l'Italia è cresciuta e ha mantenuto una buona posizione, ma la Francia si sta rafforzando, e la vendemmia 2017 ha messo una pressione enorme ai prezzi delle uve e degli sfusi. Questo porterà ripercussioni sui margini", il che potrebbe peggiorare il profilo del Belpaese sui concorrenti negli Usa, che per Enrico Viglierchio rimangono "un mercato fondamentale, ma dove è necessario investire di più che in passato". E anche se il 2017 per gli spumanti è stato un altro anno da incorniciare, il futuro del Regno Unito porta Matteo Lunelli ad affermare che "è importante che si continui a riposizionarsi alzando il prezzo finale", e "il cambio diventerà un fattore fondamentale". La Cina, in questo quadro, diventa ben più secondaria, anche se un presidio aziendale va conservato nel lungo periodo. Continua a crescere, invece, il mercato interno, che per Cotarella "ha un potenziale non sfruttato, perché altre aziende hanno puntato oltreconfine", anche se "vendere vino in Italia non è poi così remunerativo rispetto all'estero", dice Nicoletto. Per Corrà, la chiave strategica sarà "la formazione per spiegare la qualità dei nostri vini: è quello che ci permette di muoverci nel posizionamento e di affrontare qualsiasi anno", mentre sia Cotarella che Viglierchio hanno posto l'accento sul turismo, che ha avuto un ruolo nell'alimentare "una crescita anche qualitativa, con una forte ripresa di tutto l'horeca" (<https://goo.gl/1VSh5f>).

Focus

Enoteche, su i punti vendita (+13%)

Ancora buone notizie per le enoteche italiane: oltre all'outlook positivo delineato a WineNews da Andrea Terraneo, presidente di Vinarius, Luca Pizzighella, direttore commerciale di Signorvino, e Andrea Cantamessa, responsabile delle enoteche di Eataly (<https://goo.gl/onvLhk>), che hanno indicato non solo un aumento delle vendite compreso tra il 10 e il 20% nel 2017 sul 2016, ma anche un rinnovato interesse degli eno-appassionati italiani per il vino come regalo e espressione di condivisione, con la fine dell'anno che pesa per circa un quinto del totale delle vendite annuali e le bollicine a fare da capofila insieme alle denominazioni principe del Belpaese come Brunello di Montalcino, Amarone e Barolo, le enoteche hanno archiviato gli ultimi cinque anni con una crescita dei punti vendita del 13%, a quota 7.300. A dirlo Coldiretti e Camera di Commercio di Milano, dai quali emerge che più di un quarto del totale nazionale (il 27%) è guidato da donne, mentre il 12% è guidato da giovani, soprattutto al Sud. Napoli è il capoluogo con più enoteche (546), seguito da Roma (482) e Milano (264), e al top per crescita ci sono Bologna (+170%), Foggia (+68%) e Verona (+66%).



Wine & Food

Fiere, VPE (Verona e Parma) al 50% dell'inglese "Bellavita Expo"

La new.co tra Veronafiere e Fiera di Parma, VPE, è appena nata, e già compie il primo passo all'estero, entrando nel capitale di "Bellavita Expo", società inglese specializzata nelle fiere dell'agroalimentare made in Italy, in mercati come Uk, dove organizza il suo evento principe, a Londra (nel 2018 il Bellavita Expo London sarà di scena il 18-19 giugno), ma anche, Usa, Canada, Messico, Olanda, Polonia e Thailandia. "Con questa operazione ci rivolgiamo ai clienti di Cibus, Vinitaly e Sol&Agrifod con un format dedicato ai mercati internazionali", ha detto l'ad VPE e dg Veronafiere Giovanni Mantovani.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"Per quanto noi miglioriamo il modo di trasmettere i dati, cerchiamo sempre i rapporti umani con le persone. La cosa migliore è sempre trovarsi nella convivialità, ed è una

cosa che manca tantissimo adesso": il tema di "Identità Golose" n. 14, "Il Fattore Umano", per Paolo Marchi, storica firma enogastronomica e creatore del Congresso di Milano.

