

La News



Le mura e la Cantina di Soave

Non capita di rado, per fortuna, che le cantine più importanti del Belpaese si prendano cura, con progetti ad hoc, dei loro territori, andando ben oltre il proprio perimetro aziendale. È il caso, tra gli altri, di Cantina di Soave, la realtà più grande del territorio veneto, che lancia una limited edition di uno dei suoi prodotti di punta, il Soave Classico a marchio Rocca Sveva, con parte del ricavato che sarà devoluto al Comune di Soave, per il restauro della storica ed iconica cinta muraria, costruita tra il 1300 ed il 1400, che circonda il borgo medioevale ed il Castello sul Monte Tenda, cuore storico del paese di Soave, che è Bandiera Arancione del Touring Club dal 2003

(<https://goo.gl/5w0R0G>).



Nuo Capital in Tannico

I capitali stranieri investono ancora nel vino italiano, ma questa volta in maniera peculiare, puntando sull'e-commerce, e su uno dei suoi player più importanti, Tannico, che ha appena raccolto altri 2,5 milioni di euro (per un totale di 8 milioni in 5 anni). Ed oltre la metà di questo nuovo aumento di capitale è stato sottoscritto da Nuo Capital, holding asiatica di proprietà della famiglia Pao Cheng di Hong Kong, già partner del Gruppo Terra Moretti (proprietario di cantine come Bellavista e Contadi Castaldi in Franciacorta, Petra a Suvereto, Sella & Mosca in Sardegna, e Teruzzi & Puthod a San Gimignano) dal 2016. Un segnale importante, che rafforza i piani di crescita all'estero di Tannico, che aprirà presto anche il suo primo wine bar "fisico", a Milano, e lancerà un servizio ad hoc per l'Horeca.

Cronaca

Lidl & il made in Italy

Il made in Italy in tavola tira, e anche le grandi catene straniere della gdo ci investono, al di là degli interessi di "bandiera". Come, ultima in ordine di tempo, ha fatto la tedesca Lidl, che, attraverso Lidl Italia, in partnership con Filiera Agricola Italiana Spa, ha lanciato una linea di prodotti sotto il marchio "Fdai - Firmato dagli Agricoltori Italiani", che si caratterizzano per l'utilizzo di materie di prima scelta, 100% italiane e tracciabili, che saranno distribuiti negli oltre 600 punti vendita Lidl nel Belpaese.



Primo Piano

Cribis, i numeri della filiera del vino italiana

Il settore vitivinicolo, dal filare alla mescita, rappresenta in Italia il lavoro sinergico di più di 470.000 imprese, di cui 66.000 dedite alla produzione agricola di uva, 2.100 rappresentano la sola industria e produzione, 4.500 si occupano di commercio all'ingrosso e la stragrande maggioranza, 400.000, di commercio al dettaglio, dalle botteghe alle enoteche, dai bar ai ristoranti, per un fatturato, nel 2017, di 5,5 miliardi di euro. Ecco la fotografia scattata da Cribis, società specializzata nelle informazioni commerciali su aziende italiane ed estere, al mondo del vino del Belpaese. Analisi da cui emerge come il comparto della produzione agricola di uva, che rappresenta anche la stragrande maggioranza dei produttori di vino, distribuisca tra Nord e Sud il 50% delle aziende: il Veneto è al primo posto, con il 16,8% delle imprese, seguito da Sicilia (13,6%), Puglia (13,2%) e Piemonte (11,4%). La quasi totalità delle imprese di questo comparto ha fino a 5 dipendenti (94,9%). Le aziende del comparto industria/produzione di vino, come detto, sono 2.140, più della metà concentrate in 4 Regioni: prima la Puglia, con il 15,8% di imprese, seguita da Sicilia (13,2%), Veneto (11,9%) e Piemonte (10,2%). Le imprese fino a 5 dipendenti rappresentano più della metà delle realtà, mentre il 12,2% ha tra 6 e 10 dipendenti, il 9,6% tra 11 e 20, il 6,2% tra 21 e 49 e il 2,4% più di 50 persone impiegate. Per quanto riguarda il comparto del commercio all'ingrosso, il 16,3% delle imprese totali è in Lombardia, l'11,4% in Veneto, il 10,5% in Piemonte, l'8,2% in Campania e l'8,1% in Toscana. Anche in questo caso, il comparto è costituito in prevalenza da aziende fino a 5 dipendenti (89,5%). Le imprese dedite al commercio al dettaglio, ovviamente non solo di vino, sono la stragrande maggioranza di quelle considerate nell'analisi di Cribis, oltre 400.000, ed anche in questo caso la Regione leader è la Lombardia, con il 14,7% del totale delle imprese, seguita da Lazio (11,6%), Campania (10%), Veneto (7,6%) ed Emilia-Romagna (7,3%). Anche qui, il comparto è composto perlopiù da aziende fino a 5 dipendenti (84,5%), mentre le aziende tra 6 e 10 dipendenti rappresentano il 10% del totale.

Focus

Ocm promozione, una nuova incognita

Oltre al caos italiano, sul fronte Ocm Promozione, da Bruxelles arriva un'altra comunicazione, che, in attesa del decreto Ocm 2018-2019 (da alcuni atteso per Vinitaly 2018), potrebbe complicare le cose. La Commissione Ue, a domanda della Spagna sulla durata delle azioni di promozione, in vista del ciclo 2019-2023, ha risposto chiaramente non solo che il massimo è di tre anni, prorogabile fino ad altri due, ma anche che un soggetto che ha beneficiato di fondi per questo arco temporale, non può ripresentare domanda di contributo per lo stesso mercato e per lo stesso tipo di azione. Tradotto in parole povere, se un soggetto, per esempio, ha ottenuto un finanziamento per partecipare ad una fiera in un Paese terzo per 5 anni, non potrà ripresentare domanda per lo stesso tipo di azione nello stesso luogo. Un aspetto, peraltro, non nuovo in assoluto, ma che se fino ad oggi è stato interpretato come criterio di priorità nella compilazione delle graduatorie, diventa criterio di esclusione. Un problema non da poco, anche per i player italiani più importanti che, negli ultimi anni, hanno concentrato gli sforzi soprattutto in Usa e Cina, vista l'importanza, presente e futura, di questi mercati.



Wine & Food

Canada, le cinque tendenze chiave di un mercato promettente

L'apertura, almeno in alcune Province, alla vendita di bevande alcoliche in alimentari e botteghe, i numeri che raccontano di una crescita costante e solida dei consumi enoici, l'atteso boom dei consumi dei rosé, ma anche le difficoltà, rispetto al resto del mondo, degli sparkling, e la "minaccia" in termini di concorrenza della cannabis: ecco le cinque tendenze chiave messe in fila da Wine Intelligence che caratterizzeranno il quarto mercato dell'export di vino italiano, il Canada, dove nel 2017 le spedizioni dal Belpaese hanno toccato i 287 milioni di euro per 66 milioni di litri.

WineNews.TV

Guarda il Video / Ascolta l'audio

"L'obiettivo primario è la gestione della denominazione sotto l'aspetto tecnico, con comitati per ogni denominazione, e promozionale, con strategie di comunicazione diverse.

L'impegno sul fronte dell'enoturismo e della sostenibilità non mancherà". A WineNews il neo presidente del Consorzio del Barolo, Matteo Ascheri.

