

DORSO ESTRAIBILE

Tutti i giorni focus e analisi sull'economia reale

Grandi eventi/2. A Vinitaly i produttori confermano un avvio d'anno positivo nonostante il supereuro crei problemi di competitività

L'export di vino in crescita del 10%

Gli Stati Uniti, la Russia e il Brasile i mercati che registrano le performance migliori

VENETO



Emanuele Scarsi

VERONA. Dal nostro inviato

L'onda lunga dell'export corre anche nel 2014. I grandi produttori italiani presenti a Vinitaly sono concordi: nei primi 3 mesi del 2014 la crescita delle esportazioni mantiene uno sviluppo molto sostenuto (nonostante sia molto penalizzata dal supereuro), a due cifre, e confidano di mantenerlo sino alla fine dell'anno. Il trend è confermato dal primo outlook di Wine2wine, l'osservatorio di Vinitaly presentato ieri a Verona secondo cui 4 mila espositori della kermesse del vino indicano che Russia, Brasile e Stati Uniti area centrale sono i primi tre mercati su cui sperano di aumentare l'export.

«Malgrado l'euro balli intor-

no a 1,40 dollari - osserva Ettore Nicoletto, ad del gruppo Santa Margherita - nel primo trimestre l'export mantiene un trend di crescita a due cifre. Ma non è casuale: raccogliamo il frutto di molti investimenti, per esempio 10 milioni nel marketing mix degli Stati Uniti». Con un fatturato di 102,4 milioni di euro (+7,1%) Santa Margherita ha registrato nel 2013 il bilancio migliore della sua storia con un ebitda del 28,7% del fatturato e un'incidenza dell'export del 63%. «Quando il rapporto col dollaro supera 1,35 - avverte Nicoletto - iniziaamo ad accusare problemi di competitività».

Ancora più ottimista sul 2014 Guido Folonari, ceo di Philarmónica, che nel primo trimestre dell'anno ha registrato una crescita delle vendite all'estero del 38,7 per cento. «L'ottimo ultimo quarto dell'anno - sostiene l'imprenditore - si è replicato nel

2014 nonostante un dollaro debolissimo: la domanda americana rimane forte mase ci fosse la parità col dollaro l'Europa volerebbe». Poi Folonari segnala che «va forte l'Asia e c'è un risveglio del Giappone. Per i mercati tradizionali, tirano la Germania e la Svizzera tedesca».

Anche per Massimo Ferragamo, proprietario della tenuta toscana di Castiglion del Bosco, il 2014 «è partito benissimo, soprattutto negli Usa e in Cina. Quest'ultimo un mercato difficile ma remunerativo: abbiamo avviato iniziative speciali che ci danno grande soddisfazione». Ferragamo, che risiede negli Usa da 30 anni, spiega il successo del vino italiano ricordando che «è semplicità e verità ed è trainato dalla passione travolgente degli americani per la cucina italiana».

«I mercati esteri - intervengono Gaetana Jacono, titolare della si-

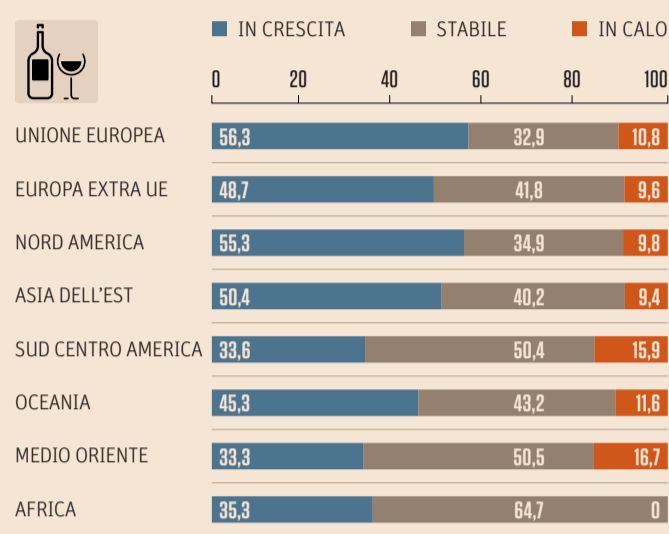
ciliana Valle dell'Acate (400 mila bottiglie) - hanno imparato ad apprezzare la territorialità dei nostri vini. A Vinitaly sono perfino venuti a trovarci alcuni operatori lituani ed estoni che conoscevano perfettamente la differenza tra il Cerasuolo e il Frappato». E nel 2014? «Esporto il 60% della produzione - sostiene l'imprenditrice - e, vista la crescita a due cifre nell'avvio d'anno, credo che manterrò il trend fino a dicembre».

Infine sul Wine2wine, l'osservatorio di Vinitaly, il prossimo outlook verrà presentato il 3 e 4 dicembre 2014 a Verona. «Sono i nuovi tasselli - spiega Giovanni Mantovani, dg di Veronafiere - che aggiungiamo a Vinitaly, inteso come piattaforma di servizi alle imprese vitivinicole italiane che prima ascolta i propri espositori e poi li accompagna sui mercati internazionali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le prospettive future

IL TREND DEL MERCATO
Le previsioni delle aziende. In %



I MERCATI SU CUI SI PUNTA
Le previsioni delle aziende. In %

NORVEGIA	34,4
REGNO UNITO	33,3
RUSSIA	31,1
USA - COSTA OVEST	31,1
CANADA	30,0
SVEZIA	30,0
AUSTRIA	27,8
USA - AREA CENTRALE	26,7
GERMANIA	25,6
PAESI BASSI	25,6

Fonte: Wine2wine - Vinitaly

Lux Wines offrirà un catalogo di etichette d'eccellenza costituito di sole "griffe", la prima è l'Amarone di Allegrini

L'americana Gallo punta sui brand italiani

VERONA. Dal nostro inviato

Sta per nascere una sorta di Lvmh del vino globale d'autore. La "maison" del vino è però americana e non francese: la Gallo Winery - la più grande azienda al mondo di produzione, distribuzione e importazione di vino - punta alla costruzione di un nuovo polo nel business del lusso, partendo dall'Italia del vino. La società, come scrive il sito specializzato WineNews.it, disporrà di

un portafoglio con una dozzina di brand di riconosciuto valore e fama. Almeno metà saranno griffe italiane, a partire dall'italiana dell'Amarone Allegrini. Il legame tra il gigante a stelle e strisce e i brand sarà di sola distribuzione e commercializzazione.

Gallo Winery (nata da famiglia di origini piemontesi ma americana a tutti gli effetti) è un autentico gigante mondiale: commercializza

ogni anno 960 milioni di bottiglie, opera soprattutto nel segmento premium del mercato. La sua sede storica è a Modesto in California.

Il general manager di Gallo Winery Roger Nabadian ha spiegato: «Siamo partiti con Allegrini e contiamo, nel giro di 4-5 anni, di costruire un portafoglio molto selezionato di aziende di altissima gamma, una dozzina di brand selezionatissimi, di cui almeno la metà italiane,

da gestire con una divisione creata ad hoc dell'azienda, che si chiama Lux Wines». Alla guida di Lux Wines ci sarà il manager italiano Giovanni Nencini.

Dal canto suo Marilisa Allegrini dichiara: «Gallo ha capito l'importanza di impostare una strategia nel segmento premium e hanno ben chiaro quale debba essere il posizionamento dei prodotti. Loro non sono il solito importatore che punta sui grandi numeri».

Dunque «una forte apertura di credito per la produzione del nostro Paese - commenta Alessandro Regoli, direttore di WineNews.it - anche nel segmento del "lusso": testimonia la credibilità raggiunta in decenni di lavoro dalle cantine del Belpaese a tal punto da poter sfidare i francesi».

E le altre "griffe"? «Non abbiamo ancora individuato le aziende italiane da inserire nel nostro progetto, a parte Allegrini - aggiunge Nabadian -, ma siamo a Vinitaly anche per questo. E da 20 anni che veniamo e continueremo a farlo perché

I NUMERI

12

Brand in portafoglio
Lux Wines punta a costituire una scuderia con una dozzina di "griffe" del vino, a partire dall'Amarone di Allegrini

960 milioni

Bottiglie vendute
Il Gruppo Gallo ha venduto l'anno scorso circa un milione di bottiglie. La sede della società è in California

per noi è una grande opportunità. Anche per ribadire ai nostri partner che possono contare su di noi per il loro successo sul mercato americano».

Marilisa Allegrini sostiene di non conoscere i nomi degli altri 11 brand da selezionare. «Noi però - conclude - saremo il solo rappresentante per i vini veronesi e della Valpolicella. Ma è facile prevedere che Gallo sceglierà aziende familiari con solide radici nelle varie zone di produzione pregiata del nostro Paese».

E. Sc.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso. Richiamo del ministero delle Politiche agricole

«Nel settore biologico servono regole chiare»

Giorgio dell'Orefice

VERONA

«Nel settore del vino biologico serve un salto di qualità per definire in maniera chiara cosa è bio dai vini naturali o senza solfiti. Da quei prodotti, cioè, che si richiamano solo a questo universo senza sostenere i medesimi vincoli produttivi e costi. Insomma non vogliamo cancellare operatori dal mercato ma fare in modo che tutto quanto viene indicato in etichetta risponda a un disciplinare di produzione e non sia frutto di sola autocertificazione». A dirlo è stato il direttore generale della qualità del ministero per le Politiche agricole, Emilio Gatto, nel corso del Vinitaly di Verona. Un riferimento chiaro a quelle etichette come "naturale", "senza additivi", o semplicemente "sano" che sono riportate sulle bottiglie ma non sulla base di un processo di certificazione come invece richiesto (dal regolamento Ue 203/2012) ai produttori di vino biologico. «Come ministero - ha aggiunto Gatto - siamo disponibili a individuare

un percorso di certificazione anche per questi vini non bio perché non è possibile che in uno stesso segmento di mercato operino prodotti che sottostanno a strutture di costo differenti. Equivarrebbe ad accettare fenomeni di concorrenza sleale per giunta in un quadro di insufficiente informazione

PIÙ TRASPARENZA

«Le indicazioni in etichetta devono rispondere a un disciplinare di produzione e non siano frutto della sola autocertificazione»

al consumatore».

Secondo il dirigente del Mipaaf uno sforzo di trasparenza va fatto anche perché il settore del vino biologico è in grande crescita, conta in Italia 57 mila ettari (pari al 6-7% del vigneto nazionale), una produzione di 502 milioni di litri e realizza oltre confine l'82% del proprio giro d'affari. Senza dimenticare che il vino bio

è uno dei pochi segmenti che vede consumi interni in crescita: le vendite nella Gdo italiana sono aumentate del 4% con un giro d'affari giunto a quota 5 milioni di euro.

Tutti elementi che hanno spinto anche a investire sul settore con la nascita proprio quest'anno di uno spazio dedicato: VinitalyBio. «Una prima esperienza - ha detto Paolo Carnemolla, presidente di Federbio (che ha promosso l'iniziativa insieme a Veronafiere) - che si è rivelata un grande successo visto che si è già creata una lunga lista d'attesa di imprese che vogliono partecipare all'edizione del prossimo anno. Adesso la nostra priorità è quella di studiare, anche assieme a Vinitaly international, iniziative per sbarcare all'estero con la nostra offerta di vini bio. Un aiuto importante potrà venire dai fondi comunitari dell'Ocm vino destinati alla promozione che in futuro potrebbero riservare al nostro settore una corsia preferenziale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nasce OlitalyShop. La piattaforma online di Unaprol

L'olio d'oliva debutta nell'e-commerce

VERONA

Una piattaforma per l'e-commerce dell'olio d'oliva. Si chiamerà OlitalyShop ed è stata presentata ieri, nell'ambito del Sol (il salone dedicato all'extravergine nell'ambito del Vinitaly di Verona) dall'Unaprol, la principale associazione di olivicoltori italiani. Nello shop online ogni consumatore potrà scegliere il proprio olio extravergine in un'offerta di prodotti di diverse regioni italiane che sarà recapitato poi a casa nel giro di

pochi giorni. Tutti gli oli presenti su OlitalyShop sono prodotti nell'ambito del progetto di tracciabilità realizzato negli ultimi anni da Unaprol e che conta oltre 700 filiere certificate con il coinvolgimento di circa 8 mila aziende olivicole. Pertanto, sarà possibile acquistare a distanza l'extravergine direttamente dall'olivicoltore ma con le garanzie di totale rintracciabilità produttiva.

La nuova iniziativa punta a incrociare un mercato, quello

del commercio online, che per i prodotti alimentari è ancora poco sviluppato (si stima un fatturato di 250 milioni di euro su un giro d'affari dell'e-commerce in Italia di complessivi 21 miliardi). Ma un segmento in tumultuosa crescita, visto che lo scorso anno le compravendite on line di prodotti alimentari sono cresciute del 18 per cento.

«Siamo orgogliosi di questa iniziativa - ha detto il presidente dell'Unaprol, Massimo Gargano - che riscrive i confini dell'attività della nostra associazione sempre più attenta ad accompagnare le imprese verso il mercato».

G.d.O.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

UNBELIEVABLE!

Il SOLE 24 ORE e il corso d'inglese BBC a soli 1 euro e 50.







L'autorevole corso d'inglese con quotidiano, dvd o cd-rom sempre inclusi nel prezzo di 1,50€*

Completa il corso. Non perdere l'appuntamento del sabato: libro acquistabile separatamente a soli 6,90€**

Un'opera completa in più livelli dal Beginner all'Avanzato. Un metodo didattico unico, facile e piacevole per tutti firmato BBC: il network inglese famoso nel mondo per la sua autorevolezza.

www.ilsole24ore.com/bbc

OGNI GIOVEDÌ:
quotidiano+dvd
1,50€*

OGNI VENERDÌ:
quotidiano+cd-rom
1,50€*

OGNI SABATO:
libro a soli
6,90€**

LIBRI
Più di 2.000 tra esercizi e prove, spiegazioni grammaticali e dialoghi

Il primo quotidiano digitale

* Prezzo € 1,50 (Biblioteca Multimediale del Sole 24 Ore € 6,99 € 0,10 + il Sole 24 Ore € 1,40) NON VENDIBILE SEPARATEMENTE. L'opera è composta da 30 dvd 30 cd e 30 libri. ** Oltre al prezzo del quotidiano

SOTTOTRACCIA

di **Fernanda Roggero**

EATALY

A Verona
con l'archistar

Ci lavorano da mesi ma l'annuncio ufficiale è avvenuto al Vinitaly. L'anno prossimo aprirà Frigorifero 1930, il nuovo mega Eataly allestito negli ex Magazzini generali della città veneta. Oltre 11 mila metri quadri sovrastati da un'enorme cupola, affidati alle cure di un'archistar. L'ingaggio di Mario Botta (di cui non si è riusciti a scoprire l'entità) non è del parsimonioso Oscar Farinetti (pronto a investire 10 milioni) ma della Fondazione Cariverona, che sul tavolo ne mette 30.

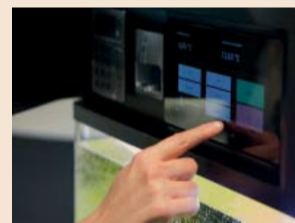
NUOVI TRENDS

Il vino
del produttore

Lui è Paolo Marzotto, da tempo più impegnato in vigna che nella moda. Nella tenuta siciliana Baglio di Pianetto ha deciso di avviare una produzione no frills. Il vino si chiama Agnus, edizione limitata a 2.800 bottiglie. In etichetta né annata né vitigno. Chi lo beve deve fidarsi del produttore, ha spiegato. Potremmo essere di fronte alla prossima frontiera enologica.

FORMAT SOSTENIBILI

Quando la mescita è d'élite



Vino di qualità al consumo. Lo propone Vinario, un brevetto Maurigi, che consente al ristorante di acquistare solo la quantità di vino che consuma. Il sistema gestisce due bottiglie alla volta per la mescita, con un risparmio dal 25 al 30% dei costi. I clienti apprezzeranno?

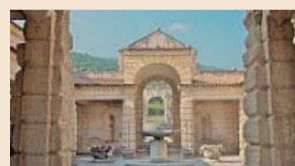
ACQUISIZIONI

Uno champagne
nel futuro di Illy

Per il momento ci si concentra sui nuovi impianti di vigneti a Montalcino, nella tenuta Mastrojanni dove la famiglia Illy produce Rosso di Montalcino e Brunello. Ma i progetti guardano lontano. Verso il Piemonte, in Barolo, e soprattutto in Francia. L'obiettivo, non immediato, racconta Riccardo Illy, è acquisire una maison di champagne.

VINITALY PARTY

Caccia all'invito
più glamour



Quanto a serate e mondanità la fiera di Verona ha poco da invidiare alla settimana milanese del design. Ormai un'istituzione la cena a casa Zonin, dove il cavaliere e signora ricevono con impeccabile ospitalità. Più rilassato il rendez-vous (solo per pochi) nella dimora veronese di Gaetano Marzotto mentre Masi ogni anno chiama un grande chef: stavolta Nino Di Costanzo, da Ischia. Ma il party più desiderato è quello di Marilisa Allegrini. Non solo per l'atmosfera magica della rinascimentale villa Della Torre, e i piatti di Vittorio ma per i balli scatenati con cui si conclude ogni anno la serata.