



agenzia stampa elettronica agroalimentare (c.a.s.e.a.)

SOMMARIO

Anno 13 - n° 15 14 Aprile 14

SPECIALE VINITALY

1.1 EDITORIALE

Grillini (non) parlanti. Obiettivo l'Europa.

3.1 VINITALY 2014

La soddisfazione di espositori e buyer.

4.1 RISO

L'Italia esporta riso in...Cina

5.1 LATTIERO CASEARIO

"Parmigiano" in Flessione.

6.1 PARMIGIANO REGGIANO

Parmigiano Reggiano protagonista in USA, Canada e Gran Bretagna

7.1 PRESENZE RECORD

Vinitaly supera 155.000 visitatori (+6%) e cresce l'estero al 36% del totale

7.2 SFIDA EXPORT

Il primo Presidente del Consiglio a Vinitaly. Matteo Renzi

8.1 EXPORT DOVE?

Vinitaly, fotografia dell'export degli espositori

9.2 OCM VINO

OCM, esaurite le risorse

10.1 EXPORT E GDO

GDO USA e UE sempre più interessate al vino italiano

10.2 MARCHE

Marche: export boom per il verdicchio

11.1 EXPO2015

Expo2015: a Veronafiere l'incarico di allestire il padiglione del vino.

13.1 VINITALY 6-9 APRILE

Bagno di folla all'inaugurazione di Vinitaly 2014

Editoriale

Grillini (non) parlanti. Obiettivo Europa

"Capitan Pizza" nel mirino di Beppe Grillo. Dal BLOG di Grillo "sparisce" un post di dissenso del 8/4 delle 20:20.

di Lamberto Colla ---

Parma, 13 aprile 2014 -

"Chi ha scritto questo post?... No perché se c'è uno da cacciare a calci in culo è proprio lui. Ma come? Alla vigilia delle Europee, con le iene dei media che alitano sul collo, si prende una foto di OMISSIS di Pizzarotti, non Pizza!, Pizzarotti!, ricordo ai disattenti, Sindaco del M5S, per farlo passare da OMISSIS. Lo si scredita usando nomignoli alla OMISSIS. Lo si critica pubblicamente facendolo passare per OMISSIS, e poi alla fine lo si invita neanche tanto sarcasticamente a non parlare e stare zitto! OMISSIS OMISSIS "Ma le vogliamo vincere le Europee si o no? Perché così, forse a qualcuno sfugge, NONSIVINCEUNomissis!

Ai banchetti per raccogliere i contributi per le elezioni distribuiamo anche un martello per devastarci Tafazzianamente i coglioni!!

Strategia di comunicazione = 0

Calcio in culo ai responsabili...CHIUNQUE SIANO!

OMISSIS

OMISSIS  08.04.14 20:20|

Questa la trascrizione del commento scomparso che, di fatto, se la prende con Beppe Grillo per l'attacco al più rappresentativo degli eletti Sindaco all'esordio del M5S appena 2 anni fa.

Un po' scurrile il linguaggio usato dal "cittadino" aderente al movimento pentastellato ma efficace. Tanto efficace che, questa volta, non è stato censurato dalle "iene dei media" ma, come sembra plausibile, dal suo stesso media di riferimento, il Blog di Beppe Grillo. Non si può escludere comunque che la responsabilità sia da imputare a un temporaneo problema di internet.



Fatto sta che questo post e il precedente delle 20:19 il giorno 11 aprile non c'erano più. Un guasto di "rete" forse o forse la verità fa male e, in clima di campagna elettorale, risulta sconveniente minare la strategia di comunicazione monolitica impostata da Grillo e Casaleggio.

Una strategia che indubbiamente ha dato i suoi frutti dei quali ne ha beneficiato abbondantemente lo stesso "Capitan Pizza" riuscendo ad affondare l'"invincibile armata" del PD parmense alle amministrative locali del 2012.

Una vittoria del "M5S" in primis e poi di Pizzarotti. Già perchè lo stesso attuale Sindaco di Parma non si era ancora speso per la città sino al momento dell'exploit. Merito del successo si dovette ai due comizi/spettacolo di Beppe Grillo e alla forza della rete, che prima lo portarono al ballottaggio con il PD di Bernazzoli e poi a una storica vittoria, complice anche la voglia di rinnovamento dei parmigiani che mai si sono sottratti alle sfide e al desiderio di cambiamento. Oggi, alla vigilia delle Europee del 25 maggio, la strategia del M5S è identica ad allora.

Cavalcare il dissenso e raccogliere il consenso per portare gli "emeriti sconosciuti" a Bruxelles. Il numero fa la forza e di questo Grillo ne è perfettamente cosciente così come è cosciente del fatto che è lui

l'anima trascinatrice del movimento tant'è che ha ricominciato a comparire con gli "spettacoli" e, novità delle novità, a farsi "benevolmente" intervistare. L'obiettivo è troppo importante per il Movimento che nessuno può e deve minarne il percorso.

Nessuno, nemmeno l'ufficiale, comandante di Parma, "Capitan Pizza" può farlo nonostante sia un privilegiato al quale è stato concesso, primo tra tutti, di intrattenere rapporti, seppur moderati, con la stampa e di avergli perdonato il mancato spegnimento dell'inceneritore di Parma.

A dire il vero, leggendo i ["post" del BLOG](#)

sembra che gli attivisti intravedano un po' troppa attività mediatica di Pizzarotti ma, vista la recente apertura dello stesso Beppe Grillo verso le grandi testate editoriali, non è più un comportamento censurabile con l'espulsione dal movimento.

Anche il Movimento 5 Stelle matura e con la maturità cresce la "critica" e con essa le fratture saranno all'ordine del giorno.

Ma non ora. In tempo di guerra non c'è possibilità di discussione e si applica il codice militare e con esso la Corte Marziale. Il generale ordina e le truppe eseguono. A loro non è dato a sapere del

perché nè tantomeno di discutere gli ordini.

L'obiettivo finale è la conquista dell'Europa.

Nel conto di una guerra ci sta la perdita di vite umane e il sacrificio anche degli ufficiali. Le truppe grilline avanzano inesorabilmente verso nord in una manovra a tenaglia con l'armata della Le Pen impegnata da Ovest e quella di Alba Dorada da Est. Punto di congiunzione, Bruxelles 25 maggio 2014.



Riso**L'Italia esporta riso in...Cina**

Ora è Taiwan che "si mette di traverso" ed a farne le spese sono i nostri produttori di olio e di riso (curiosa la notizia! esportiamo in Cina).

Parma 12 aprile 2014 -

La Repubblica di Cina (quella arroccata nell'isola di Formosa dai tempi della Rivoluzione di Mao) in realtà pare non abbia in animo nessuna ritorsione verso l'Italia.

E di motivi ne avrebbe: mentre Obama apre le porte alla Cina di Taipei scatenando, per farla entrare, Michael Lawson, suo rappresentante in seno alla Organizzazione Internazionale dell'Aviazione Civile (ICAO), così da equiparare Taiwan a tutti gli altri Stati, l'Italia nega uno spazio fra le Nazioni all'EXPO 2015 per compiacere la Cina continentale (che invero fa grossi affari con l'"antagonista" taiwanese e che gli ha riservato un posto di rango "sovrano" nella precedente Expo, tenutasi a Shanghai nel 2010).

Tutto lascerebbe supporre che si tratti di una piccola vendetta ma la realtà pare essere un'altra: quanto all'olio, Taipei, a seguito di un incontro tra esperti chimici italiani con i colleghi tecnici del Ministero della Salute di Taiwan e l'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese (ex ICE) di Taipei ha comunicato che il Governo taiwanese avrebbe accettato le analisi chimiche sulla "clorofillina cuprica" (che è un



colorante) esclusivamente se effettuate dalle ASL italiane e non da altri laboratori europei; si tratta di 7.000 tonnellate di olio di oliva annualmente importato a Taiwan, per un valore stimato di circa 62 milioni di euro per 50/60 per cento di provenienza italiana.

Una soluzione semplice, basta che le analisi siano effettuate in Italia, dalle ASL e non commissionate all'estero...

Stesso discorso per il riso la cui importazione dall'Italia anch'essa bloccata a Taiwan per una controversia sulla presenza di pesticidi.

In realtà ancora una volta la neglittosità è tutta italiana.

Basterebbe che l'Italia mantenesse i propri impegni, (nel nostro caso di riunire il "Foro italo-taiwanese di cooperazione economica, industriale e finanziaria" che è la sede ordinaria di discussione, tra il nostro Ministero dello sviluppo economico e il Ministero dell'economia di Taiwan) per chiarire fra le parti i problemi che di volta in

volta sorgono, ora, quelli dell'olio e del riso.

Taiwan per quanto non paragonabile come mercato alla Cina comunista, non è del tutto isolata a livello internazionale (ad esempio, la Santa Sede intrattiene relazioni diplomatiche con Taipei non con Pechino e così 23 nazioni al mondo).

Ed anche nel nostro Paese non mancano gli amici di Taiwan posto che fioccano le interrogazioni parlamentari a difesa della piccola isola di Formosa e, soprattutto, dei produttori italiani in questo caso.

Oltre trenta parlamentari con diverse iniziative hanno richiesto ai Ministri responsabili (Esteri e Sviluppo Economico) di prendere posizione.

Per ora senza risultato: debole con i forti e forte con i deboli sembra essere il leitmotiv della politica economica estera dell'Italia.

Ed intanto gli esportatori di riso e di olio possono attendere.

VINITALY 2014

La soddisfazione di espositori e buyer

Raccolti i pareri di espositori e buyer sia nazionali che esteri.

Verona Fiere



Vinitaly 2014

La soddisfazione di espositori e buyer.

Raccolti i pareri di espositori e buyer sia nazionali che esteri.

Verona, 9 aprile 2014. Vinitaly 2014 proficuo per espositori e buyer esteri, soddisfatti della qualità della manifestazione e degli incontri business. A Vinitaly Buyer's Lounge, la nuova area dedicata ai contatti di affari di Vinitaly, è stato organizzato un fitto calendario di matching commerciale tra selezionati operatori esteri e cantine all'interno dell'area Taste&Buy e continuo è stato l'afflusso all'Enoteca realizzata con i vini appositamente pensati per i mercati internazionali e messi in degustazione dalle cantine che hanno aderito agli appuntamenti b2b. Organizzati da Vinitaly anche gli appuntamenti business per conto di alcune collettive, tra cui Regione Veneto e Sicilia.

Vinitaly Buerys' Lounge è un'iniziativa nata dal potenziamento dell'incoming realizzato da Veronafiere in collaborazione Vinitaly International, con i suoi delegati in oltre 60 Paesi e con l'Ice e con il Ministero dello sviluppo economico; quest'ultimo ha permesso la partecipazione di buyer da Australia ed Hong Kong.

Complessivamente l'attività di incoming ha potenziato la presenza di operatori del trade da Svizzera, Germania, Gran Bretagna, Francia, Spagna, Paesi Balcanici, Romania, Bulgaria, Polonia, Belgio, Olanda, Lussemburgo, Ucraina, Russia, Paesi Baltici, Kurdistan, Paesi Scandinavi, Ungheria, Portogallo, Repubblica Ceca, India, USA, Canada, Paesi ASEAN, Corea, Giappone, Cina, Sud Africa, Israele, Camerun, Paesi area Mediterranea, Centro e Sud America e Australia.



Successo anche per Vinitalybio, l'altra novità di questa edizione di Vinitaly. «Un successo straordinario – ha affermato Paolo Carnemolla, presidente di FederBio – che testimonia anzitutto la validità di una

scelta che ha puntato sulla certificazione come elemento distintivo e di trasparenza. Presenti durante tutta la durata della manifestazione numerosi operatori e buyer, sia italiani che esteri. Le numerose richieste di adesione per la prossima edizione danno anche la misura del valore della collaborazione fra FederBio e Veronafiere nello sviluppo di un progetto che certamente ha grandi potenzialità».

Grande affluenza nel nuovo padiglione Vininternational, dedicato agli espositori esteri. L'interesse per i vini degli altri Paesi produttori si è evidenziato anche con il "tutto esaurito" delle degustazioni organizzate dalle aziende presenti.

La soddisfazione per i risultati della 48a edizione di Vinitaly si può leggere nelle dichiarazioni rilasciate da alcune importanti cantine espositrici e buyer esteri.

Dichiarazioni espositori

Jacopo Biondi Santi, vincitore del Premio Internazionale Vinitaly 2014 per la sezione Italia e titolare dell'omonima azienda: «Per noi è andata benissimo. Abbiamo visto tutti gli importatori, con una buona presenza dalla Cina al Brasile, dal Canada agli Stati Uniti. Anche sul piano dell'affluenza è stato un Vinitaly da record. Abbiamo avuto afflusso continuo allo stand, nonostante avessimo quadruplicato gli spazi. Si è trattato di visitatori qualificatissimi, anche sul piano italiano e speriamo che sia l'inizio della ripresa del mercato interno».

«Tanta Italia di ottima qualità e molto estero, anche tedeschi» per **Chiara Lungarotti**, ma anche per **Luisa Marinoni**, responsabile ufficio marketing Italia di Cavit, questa edizione di Vinitaly si è caratterizzata con «un numero di buyer esteri maggiore rispetto agli altri anni».

Per **Marta Gaspari**, responsabile marketing di Donnafugata, «le presenze estere sono buone e la manifestazione è andata bene. Vinitaly si conferma una rassegna molto importante, anche rispetto ad altre».

Per **Enrico Viglierchio**, direttore generale di Castello Banfi: «È stata un'ottima fiera, sia per il mercato nazionale, con una presenza di operatori sempre più qualificati, sia per l'estero, con buyer dagli Stati Uniti e da tutti quei mercati che guardano con interesse al vino italiano. Estremamente positivo l'entusiasmo che si è respirato a questo Vinitaly».

«Crediamo molto in Vinitaly, per noi momento topico dell'anno, esattamente come la vendemmia e l'assemblea dei soci – ha detto **Fabio Maccari**, direttore generale Gruppo Mezzacorona –. Quest'anno abbiamo deciso di rinnovare totalmente lo stand ed è stato un successo di visitatori italiani ed esteri. Abbiamo presentato due nuovi prodotti e le proposte sono state recepite in maniera entusiastica. Un bilancio più che positivo, anche per effetto di un mercato che ho visto vivace».

Per **Michele Bernetti**, titolare di Umani Ronchi, «Vinitaly si conferma una manifestazione di livello, con un numero interessante di contatti stranieri, dall'Australia alla Svizzera: fondamentale per noi, che esportiamo il 75% della produzione».

Ivo Basile, direttore della comunicazione di Tasca d'Almerita, esprime un «ringraziamento a Veronafiere per il supporto sul piano logistico, che conferma la grande attenzione verso gli operatori per il buon esito della manifestazione».

«Rispetto allo scorso anno c'è stata una affluenza molto superiore e anche la qualità dei contatti è stata interessante, con operatori inglesi, olandesi, americani, giapponesi – dice **Doriano Marchetti**, presidente Terre dei Cortesi Moncaro – e

si notano una maggiore positività e un interesse crescente da parte dei consumatori».

Per **Anselmo Guerrieri Gonzaga**, Tenuta San Leonardo: «La manifestazione è andata molto bene e grazie a Vinitaly in quattro giorni si riesce a fare il giro del mondo, un valore aggiunto per chi esporta il 50% della produzione come noi. Sono aumentati gli operatori professionali».

Soddisfazione anche a Vivit, con **Federico Pignati**, presidente del consorzio Terroir Marche e fra i soci di Aurora: «È stata la nostra prima volta a Vinitaly ed è stata una grande sorpresa per noi. È stato un vero boom per interesse, affluenza, contatti, visitatori italiani ed esteri, con una grande affluenza di buyer da Nordamerica, Germania, Danimarca, Olanda e Nord Europa».

Dichiarazioni buyer esteri

Brad Jensen, fondatore dell'americana Bon Vivant con un giro di affari di 2 milioni di dollari e vendite in molti Stati degli Usa, intervistato durante una delle degustazioni di Taste & Buy, l'iniziativa di Vinitaly all'interno del nuovo International Buyers' Lounge, ha chiuso accordi con due nuovi contatti: «A New York ma anche in altre città i consumatori stanno scoprendo e iniziano a guardare oltre al Pinot Grigio e al Chianti. Io cerco cantine familiari, biologiche, sostenibili e di tutti i prezzi, fino al top».

Per la canadese **Barbara Philip**, unica Master of Wine donna del Paese e portfolio manager per la distribuzione e responsabile per le selezioni di vino europei del British Columbia Liquor Branch - Bcldb (con un volume di affari di un milione di dollari), già a Vinitaly nel 2012, il Salone veronese «è un momento importante per conoscere piccoli produttori e per partecipare ai seminari organizzati da Vinitaly, perché è importante imparare e capire i prodotti». Tornerà nei prossimi anni.

Yvonne Cheung, sommelier di Upper House di Hong Kong ha messo l'accento sulla varietà dei vini italiani: «C'è così tanto vino qui a Vinitaly che mi piacerebbe poter rimanere un mese intero. Ho trovato molti vini di tutti i tipi e di tante regioni; esplorare è stato fantastico». Di Hong Kong anche **James Elliot Faber**, sommelier al Yardbin/Ronin, che

«cercherà di essere a Vinitaly ad ogni opportunità, perché ci sono ancora molti vini da conoscere e a cui dare visibilità».

Il grande interesse del mercato di Hong Kong per i vini italiani è testimoniata anche da **Christian Pillsbury**, managing director di Applied Wines: «Conosco abbastanza bene i vini più noti a livello internazionale, non vedevo invece l'ora di scoprire nuove regioni come Sardegna, Umbria, Calabria, Emilia-Romagna e di conoscere meglio questi vini. Non mi aspettavo però di scoprire cose nuove delle regioni più famose che già amo. I tasting che ho seguito hanno davvero aperto la mia mente al concetto di qualità. Venire a Vinitaly è stata per me una grande opportunità».

La grande varietà di territori e vini italiani è stata una scoperta anche per **Esther Lee**, executive director di Amber Wines, aziende distributrice con base ad Hong Kong: «Ho trovato molta più diversità di quanto mi immaginavo. Una volta eravamo orientati sulle regioni vinicole più importanti d'Italia, ma ora sappiamo molto di più delle regioni meridionali della penisola».

Tra i nuovi mercati di consumo potrebbe essere anche annoverata la Spagna, dove la cultura del vino è radicata ma dove i vini italiani non sono ancora molto conosciuti nella loro grande varietà. Due importatori presenti durante i giorni di manifestazione, **Pyrénées** (holding da un miliardo di euro con circa 15-20 milioni di vino, attivo nella grande distribuzione di alta gamma) e **Good&Quality** (specializzata in consumi gourmet con circa 1 milione di euro di fatturato in prodotti vinicoli), hanno definito Vinitaly «impressionante» per tutto quello che offre. Per **Rafael Buerba Moreno** di Food&Quality, a Vinitaly anche nel 2013, «quest'anno c'è ancora maggiore qualità e quantità dei contatti. La preferenza va verso i piccoli produttori che fanno qualità e per il rapporto più amicale che si può instaurare». Piccoli produttori, ma anche grandi, invece, per **Albert Sabi** di Pyrénées, che auspica attività di promozione del vino italiano in Spagna, rivolte al consumatore finale, per migliorarne la conoscenza e creare una domanda. (Verona Fiere)

LATTIERO CASEARIO

“PARIPIANO” IN FLESSIONE.

La Troika obbliga la Grecia a “allungare” la scadenza del latte fresco da 5 a 11 giorni.

(virgilio)



Lattiero Caseario

Parmigiano in flessione.

Prosegue la discesa del latte spot. Parmigiano in flessione mentre il Padano conferma i prezzi dell'ottava precedente. Burro e creme stabile ma...

di Virgilio -

Parma 09 aprile 2014 --

mesi di stagionatura fissando i valori tra 7,05 e 7,15 (9 mesi) e 7,70 e 8,35€/kg (15 mesi). Invece confermata la tendenza ribassista per il Parmigiano Reggiano che perde 10 centesimi a Reggio Emilia e 15 a Parma per la stagionatura di 24 mesi, mentre il 12 mesi è rimasto sostanzialmente stabile seppure Milano abbia registrato una perdita di 10 centesimi già dalla settimana in corso. 8,85€/kg (12 mesi) e tra 10,35 e 11,10 (24 mesi) sono infatti i prezzi fissati a Milano il 7 aprile.

- La Troika obbliga la Grecia a “allungare” la scadenza del latte fresco da 5 a 11 giorni. -

Con una maggioranza risicata, il Parlamento greco, ha approvato il provvedimento riguardante i termini di scadenza del latte fresco. Ufficialmente per liberalizzare il settore e favorire i consumatori mentre è cosa nota che la pressione della Troika è stata tale al punto di rischiare di compromettere l'ultima, indispensabile, quindi vitale trincea di finanziamento da parte della UE. Con l'adozione del provvedimento che porta da 5 a 11 i giorni per poter dichiarare il “latte fresco” sono state spalancate le porte del mercato interno al latte di altri Paesi, prevalentemente europei, che contribuiranno a sferrare un altro duro colpo alla economia ellenica. Il settore lattiero caseario greco, c'è da credere, subirà un colpo quasi mortale. La concorrenza è sacrosanta e il provvedimento era necessario ma non indispensabile. L'ennesimo obolo che il governo di Atene ha dovuto pagare per ottenere gli ultimi aiuti di 10 miliardi di euro concordati con il secondo memorandum del 2012, che, tutto insieme, vale ben 130 miliardi di euro. Una spirale eutanassica si è innescata e sarà difficile da troncare: aiuti in cambio di austerità e ristrutturazione funzionale negli interessi dei paesi creditori. In questi tre anni non sembra che la cura dei ragionieri europei abbia sortito benefici effetti per i greci e l'economia interna.

La prima settimana di aprile ha evidenziato prezzi in flessione per il Parmigiano Reggiano mentre per il Grana Padano i valori si sono mantenuti stabili seppure l'apertura della seconda settimana di aprile abbia già registrato una perdita sulla piazza milanese. Analogamente il burro pur nella conferma dei prezzi registrati nell'ultima ottava di marzo ha iniziato a manifestare segnali di nuova flessione nella settimana in corso. Stabili da 4 settimane invece le creme a uso alimentare su entrambe le piazze di riferimento (Milano e Verona).

Prosegue la tendenza ribassista del latte spot. Ancora una perdita dello 0,61% si è registrata a Verona portando la forbice di prezzo a collocarsi tra 41,24 e 42,27€/100 litri di latte.

Entrando in maggiore dettaglio, il burro CEE ha confermato il prezzo di 3,45€/kg che resisteva dal 10 marzo ma già all'apertura della settimana borsistica in corso ha ceduto 5 centesimi (3,40€/kg). Stabile, come si diceva, il Padano nella settimana di riferimento ma occorre registrare che nella seduta di lunedì 7 aprile la borsa milanese oltre a registrare il segno negativo per il burro ha interrotto la debole stabilità del Grana Padano DOP lasciando sul terreno 10 centesimi sia per il 9 sia per il 15

PARMIGIANO REGGIANO

Parmigiano Reggiano protagonista in USA, Canada e Gran Bretagna.

la catena Whole Foods, che ha dedicato al “re” dei formaggi l’edizione 2014 dell’evento “Crack Heard Around the World”.

(CFPR)



Parmigiano Reggiano

Parmigiano Reggiano protagonista in USA, Canada e Gran Bretagna.

Aperte in contemporanea 600 forme di Parmigiano Reggiano in altrettanti punti vendita di Whole Foods di New York, Canada e Gran Bretagna.

Reggio Emilia, 8 marzo 2014 - Oltre 600 forme di Parmigiano Reggiano sono state aperte contemporaneamente in altrettanti punti vendita (dagli Usa alla Gran Bretagna, al Canada) della catena Whole Foods, che ha dedicato al “re” dei formaggi l’edizione 2014 dell’evento “**Crack Heard Around the World**”.

Il via alla spettacolare manifestazione è stato lanciato dal punto vendita Whole Foods di **Brooklyn** (New York) da parte del presidente del Consorzio di tutela, **Giuseppe Alai**, che insieme al consigliere **Aldemiro Bertolini** (presidente della sezione di Modena) e allo chef trisstellato Michelin, **Massimo Bottura**, ha direttamente tagliato una forma.



In contemporanea, il personale del reparto formaggi degli altri negozi della catena si è cimentato nella stessa operazione, tra la curiosità di migliaia di clienti che hanno poi potuto degustare il prodotto e acquistarlo.

Una forma di spettacolarizzazione particolarmente apprezzata fuori dai confini nazionali, ed in particolare negli Stati Uniti, che consente – osserva il Consorzio – quel contatto diretto con i consumatori che risulta fondamentale per far apprezzare nel migliore dei modi le caratteristiche del prodotto, inserendo negli eventi una serie di informazioni relative alla tradizione e alla storia

di un prodotto naturale che conquista anche e soprattutto per questi elementi di legame con un preciso territorio.

“In molte aree – prosegue il Consorzio – proprio il rapporto diretto con la distribuzione e i consumatori rappresenta una efficace forma di contrasto a quelle evocazioni delle denominazioni di Dop come la nostra che le leggi locali ammettono (ad esempio proprio negli USA, dove ora si è aperta la battaglia lanciata dalla UE contro l’uso di termini come “parmesan” e altri), ma consentono anche di avvicinare maggiormente i consumatori al consumo di spicchi e di dimostrare come si presenta all’origine un prodotto che spesso vedono solo grattugiato”.

Non a caso Whole Foods ha scelto il Parmigiano Reggiano come formaggio principe tra tutti quelli venduti. La catena, infatti, ricerca e seleziona direttamente i fornitori nell’area di produzione ed investe molto sulla formazione del personale dei punti vendita, guidando gli addetti ad una buona conoscenza delle caratteristiche del Parmigiano Reggiano e delle corrette metodologie di servizio e conservazione.

L’evento cui è stato dato il via a Brooklyn (e qui erano presenti grandi chef americani, Cristina Braguzzi, rappresentante di **Antica Formaggeria di Carpi**, l’azienda esportatrice che ha organizzato l’evento in collaborazione con la catena e con **Forever Cheese**, ditta importatrice rappresentata per l’occasione da **Michele Buster**) è stato anche preceduto da uno speciale incontro, riservato alla stampa, presso il punto vendita Whole Foods di Columbus Circle (Manhattan, New York) durante il quale lo chef Massimo Bottura, patron dell’Osteria Francese che vanta tre stelle Michelin ed è nella lista dei tre migliori ristoranti al mondo, ha dato vita ad un momento di alta cucina per mostrare la versatilità del Parmigiano Reggiano.

L’iniziativa ha avuto un notevole ritorno mediatico, anche grazie ad un concorso che ha coinvolto food blogger e consumatori, invitandoli ad inviare un proprio pensiero dedicato al Re dei formaggi. I vincitori saranno premiati con un viaggio di una settimana nella zona d’origine del Parmigiano Reggiano.



Eventi

Vinitaly supera 155.000 visitatori (+6%) e cresce l'estero al 36% del totale

La rassegna conferma la sua leadership di principale piazza di affari internazionale del vino

Verona 9 aprile 2014

La rassegna conferma la sua leadership di principale piazza di affari internazionale del vino, con un aumento degli operatori del 6% per un totale di 155.000 presenze in 4 giorni di manifestazione. Importante la crescita in termini numerici e qualitativi dei buyer esteri, saliti a 56.000 rispetto ai circa 53.000 del 2013, raggiungendo un'incidenza del 36% sul totale.

«Alla vigilia di un EXPO che siamo pronti ad affrontare insieme a tutti gli attori coinvolti nel progetto – ha affermato Ettore Riello, presidente di Veronafiere durante l'incontro con Renzi –, non possiamo che esprimere la nostra profonda e sincera gratitudine per il supporto che abbiamo trovato nelle più alte cariche istituzionali. Altro evidente segno di questa attenzione è stata la sempre importante partecipazione a questa 48ª edizione del Presidente della Commissione Agricoltura del Parlamento Europeo Paolo De Castro, del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali Giuliano Poletti, del Ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali Maurizio Martina, del Ministro dell'Interno Angelino Alfano e del Sottosegretario di Stato Giuseppe Castiglione. Il Ministro Martina, in particolare, non solo ha presidiato tutti i giorni di attività ma, con tutto il suo staff ha contribuito a portare al Vinitaly temi e appuntamenti di grande rilevanza per il settore, a ulteriore conferma della concreta e reale vicinanza

del suo Ministero ai reali bisogni del comparto».

L'appuntamento con la 49ª edizione di Vinitaly è in programma a Veronafiere dal 22 al 25 marzo 2015.

Sfida export

Il primo Presidente del Consiglio a Vinitaly

Il Presidente del Consiglio **Matteo Renzi** lancia la sfida export: vino +50% nel 2020.

Verona, 9 aprile 2014. Prima volta di un presidente del Consiglio in visita a Vinitaly, con Matteo Renzi a Verona nella



giornata conclusiva del Salone internazionale del vino e dei distillati, svoltosi insieme a Sol&Agrifood, Rassegna dell'agroalimentare di qualità ed Enolitech, Salone delle tecnologie per la viticoltura, l'enologia e l'olivicoltura.

A Vinitaly il premier Renzi ha lanciato l'obiettivo del +50% dell'export enologico al 2020 e ha annunciato il piano in 18 punti per la semplificazione in agricoltura e per il sostegno delle imprese agricole e dei giovani. «Abbiamo creato un hashtag apposito, "#campolibero", che sarà messo online nel pomeriggio sul sito del Ministero delle Politiche agricole. Resterà online fino al 30 aprile per osservazioni ed entro il 15 maggio ci sarà un provvedimento di investimento forte sui due temi».

«Il Governo sta facendo molto per il vino – ha commentato Ettore Riello, presidente di Veronafiere durante l'incontro con Renzi – e l'investitura che abbiamo ricevuto dal Ministro delle politiche agricole Maurizio Martina nella giornata inaugurale di Vinitaly per la

realizzazione e la gestione del Padiglione del Vino ad Expo Milano 2015 è importante, perché riconosce alla fiera e a Vinitaly un ruolo centrale e di sistema per la promozione del vino italiano nel mondo».

«L'affluenza di buyer dall'estero a Vinitaly in costante crescita negli anni – ha detto Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere – è una dimostrazione della centralità della nostra manifestazione per gli operatori professionali di tutto il mondo. Con 56.000 presenze estere quest'anno su un totale di 155.000 saliamo al 36% di buyer internazionali. Nella top ten quest'anno abbiamo al primo posto la Germania, con gli Usa quasi a pari merito; seguono Gran Bretagna, Canada, Russia, Svizzera, Asia con Singapore, Hong Kong e Cina, la Francia al settimo posto, Austria, Giappone. All'undicesimo posto i Paesi Scandinavi con Danimarca, Svezia e Norvegia».

«Alla vigilia di un EXPO che siamo pronti ad affrontare insieme a tutti gli attori coinvolti nel progetto – ha affermato Riello –, non possiamo che esprimere la nostra profonda e sincera gratitudine per il supporto che abbiamo trovato nelle più alte cariche istituzionali. Altro evidente segno di questa attenzione è stata la sempre importante partecipazione a questa 48ª edizione del Presidente della Commissione Agricoltura del Parlamento Europeo Paolo De Castro, del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali Giuliano Poletti, del Ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali Maurizio Martina, del Ministro dell'Interno Angelino Alfano e del Sottosegretario di Stato Giuseppe Castiglione. Il Ministro Martina, in particolare, non solo ha presidiato tutti i giorni di attività ma, con tutto il suo staff ha contribuito a portare al Vinitaly temi e appuntamenti di grande rilevanza per il settore, a ulteriore conferma della concreta e reale vicinanza del suo Ministero ai reali bisogni del comparto».

L'appuntamento con la 49ª edizione di Vinitaly è in programma a Veronafiere dal 22 al 25 marzo 2015.

Vinitaly**GDO USA e UE sempre più interessate al vino italiano**

Per la prima volta una ricerca IRI su vino italiano e supermercati esteri.

Verona, 7 aprile 2014. Se il mercato interno del vino nella Gdo nei primi mesi del 2014 sembra in ripresa, sicuramente più rosee sono le prospettive che si aprono nei mercati esteri. Nei supermercati Usa, l'Italia è il secondo Paese importatore con una quota del 28,3%, dopo l'Australia, distaccando di 22 punti la Francia. Anche nel Regno Unito siamo il secondo Paese con una quota del 17%, precedendo California e Francia. In Germania invece siamo il primo Paese, davanti a Francia e Spagna.

«C'è grande interesse per il prodotto italiano nella grande distribuzione estera – spiega Giancarlo Gramatica, Cliente Director Iri, illustrando la prima ricerca di settore elaborata in



esclusiva per Vinitaly – Negli Usa i più venduti sono Pinot Grigio, Chianti, Valpolicella/Ripasso/Amarone oltre spumanti e Prosecco. Nel Regno Unito la classifica vede al primo posto il Pinot Grigio, seguito da Prosecco e Sangiovese. In Germania la parte del leone la fanno il Prosecco Frizzante e il Prosecco Spumante».

La crescita delle vendite di vino italiano nella Gdo estera nel 2014 viene valutata come probabile anche da Federdistribuzione: «È prevedibile uno sviluppo di un trend già in atto – afferma Alberto Miraglia – non poche insegne portano il vino italiano nei propri punti vendita internazionali, promuovendolo con manifestazioni specifiche o inserendolo regolarmente nell'assortimento. Altre favoriscono il

prodotto nazionale sfruttando rapporti consociativi con catene distributive estere, incentivando rapporti diretti tra grande distribuzione straniera e cantine italiane, indicando cantine e prodotti interessanti da inserire nelle linee di vino di marca del distributore dell'insegna

estera».

Di vino nella gdo nazionale ed estera si parla oggi alle 10.30 durante il convegno "Cantine e grande distribuzione: nuove strategie per il mercato italiano ed estero" organizzato da Vinitaly. Modera i lavori Luigi Rubinelli, Direttore di RetailWatch; intervengono, oltre a Giancarlo Gramatica e Alberto Miraglia, anche Lamberto Vallarino Gancia, Presidente di Federvini; Domenico Zonin, Presidente di Unione Italiana Vini; Alessandro Masetti, Responsabile Reparto Bevande di Coop Italia, Giovanni Panzeri, Group Category Manager e Responsabile Marca del Distributore di Conad, Dino Borri, responsabile Prodotto estero di Eataly.

Ufficio Stampa Veronafiore

«E' un peccato – è intervenuta la Ceo di Business Strategies, Silvana Ballotta - ma ci sono certamente modi per sopperire a questa mancanza, ad esempio attraverso i fondi regionali e quelli interregionali».

La futura Ocm vino, che sarà aggregata all'interno dell'Ocm unica, avrà ancora finalità di promozione dei vini italiani sui mercati extra Ue e, "novità assoluta, anche sul mercato intra-Ue", come ha ricordato Paolo De Castro, presidente della Commissione Agricoltura del Parlamento europeo, intervenendo da Bruxelles.

Se può considerarsi positivo l'impatto delle misure per la promozione, come ha ricordato Ottavio Cagiano de Azevedo, direttore generale di Federvini, "la nuova Ocm per noi presenta un punto

OCM**OCM, esaurite le risorse**

Gatto (DG Mipaaf) su OCM esaurite le risorse nazionali sino al 2016

(Vinitaly – Verona, 7 aprile 2014). "Il ministero delle Politiche agricole ha esaurito il plafond di risorse nazionali per gli anni 2014-2015 e 2015-2016, ma non significa che in quel periodo non saranno fatte iniziative di promozione, seppure in carico alle Regioni". Lo ha detto al Vinitaly Emilio Gatto, direttore generale per la promozione e la qualità agroalimentare del ministero delle Politiche Agricole, al convegno su "Ocm promozione tra opportunità, novità e criticità", organizzato dal



Mipaaf in collaborazione con Business Strategies, società "professional trainer" sui mercati internazionali per le imprese italiane del vino. La futura promozione, ha ribadito Gatto, verrà declinata "concertando con le amministrazioni regionali e la filiera produttiva, in modo da avere un sistema flessibile e snello". Altro obiettivo del futuro decreto ministeriale per la promozione, "sarà l'apertura verso le micro aziende e progetti al di sotto dei 100.000 euro".

delicatissimo, almeno finché non si chiarisce il meccanismo di passaggio dal sistema dei diritti di impianto a quello di autorizzazione". Importanti entrambe le linee di sviluppo delle

export

Vinitaly, fotografia dell'export degli espositori

Presentato il primo Outlook di wine2wine – L'Osservatorio b2b di Vinitaly. Intervistate le aziende espositrici di Vinitaly sul loro export e sulla loro capacità di strutturarsi e di affrontare nuovi Paesi.

Verona, 8 aprile 2014. Russia, Brasile, Stati Uniti Area Centrale, sono questi i primi tre mercati su cui punteranno gli espositori di Vinitaly per aumentare il loro export. Emerge dal primo Outlook di wine2wine – L'Osservatorio b2b di Vinitaly, presentato oggi a Veronafiere.

Una raccolta di informazioni interessanti, ma soprattutto con un punto di vista originale, che è quello appunto degli oltre 4.000 espositori di Vinitaly, che rappresentano le aziende più importanti ed export oriented italiane.

Questo Outlook, con focus sull'export, è il primo di una serie di ricerche dell'Osservatorio di Vinitaly nell'ambito di w2w, la nuova iniziativa di formazione, informazione e networking in chiave business a supporto dell'attività imprenditoriale di Veronafiere/Vinitaly in programma il 3 e 4 dicembre 2014 a Verona.

«L'Outlook di Vinitaly ora e wine2wine a dicembre – ha affermato Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere – sono i nuovi tasselli che aggiungiamo a Vinitaly, inteso come piattaforma di servizi alle imprese vitivinicole italiane che prima ascolta i propri clienti e poi li accompagna sui mercati internazionali».

Scorpendo i dati raccolti dall'indagine sugli espositori (presentata da Enrico Gallorini di GRS Ricerca e Strategie), divisi in base al fatturato, emergono differenze

per la promozione all'estero, ha precisato il direttore di Federvini, "sia sul piano commerciale che per l'educazione al bere, visto che in alcuni Paesi come il Nord Europa,



significative rispetto all'export e ai Paesi target.

Se quelli con fatturato fino a 100.000 euro esportano mediamente in sei Paesi, quelli sopra i 500.000 mila euro sono presenti con i propri vini mediamente in 20 mercati; i primi prevalentemente nell'Europa comunitaria i secondi in tutte le aree geografiche del mondo. Primo Paese di sbocco è per tutte le classi di fatturato la Germania, mentre al secondo e al terzo posto ci sono la Francia e la Svizzera per i piccoli produttori fino a 100.000 euro di fatturato, la Svizzera e il Belgio per quelli tra 100.000 e 500.000 euro e gli Usa Costa Est e la Svizzera per le cantine di grandi dimensioni. Non mancano comunque piccole realtà capaci di esportare nella East Coast degli Stati Uniti (30%), in Giappone e West Coast Usa (23%), Cina, Hong Kong e Australia (12,5%).

Anche i mercati su cui puntare in futuro, i most favourite target Countries, si diversificano in base al fatturato. Se sul campione totale, infatti, emergono Russia, Brasile e Stati Centrali degli Usa, per i piccoli le tre aree degli Stati Uniti sono ai primi tre posti della lista per oltre il 50% delle aziende intervistate, con la Russia e la Germania che seguono con il 46% delle preferenze. Per le medie aziende ci sono ai primi posti Russia (50%), Brasile (44%), Stati Uniti Centrali (41%), Regno Unito (40%) e West Coast (38%).

Russia in testa tra i mercati su cui investire per il 44% delle grandi

dovremo insegnare a consumare il vino in abbinamento coi cibi come avviene nei Paesi mediterranei".

Ufficio stampa Business Strategies: interCOM

aziende, con il Brasile al secondo posto (39%), mentre al terzo posto ci sono gli Emirati Arabi (31%), che precedono di un soffio Singapore (30%) e Messico (29%). La lista prosegue evidenziando una voglia di diversificare non presente nelle cantine di minori dimensioni, che si giustifica sia con la loro presenza già consolidata in un numero di Paesi maggiore, sia con una strutturazione organizzativa e una capacità di investimento maggiori. I Paesi, segnalati da almeno un quarto degli intervistati, sono in parte "esotici" e in parte "tradizionali, così dal sesto al ventesimo posto abbiamo: Area Centrale degli Stati Uniti, Corea del Sud, India, Svezia, Nuova Zelanda, Vietnam, Australia, Tailandia, Cina, Norvegia, Hong Kong, Taiwan, Turchia, Stati Uniti Costa Ovest e Finlandia.

«Le ricerche – ha spiegato Mantovani – rappresentano l'offerta dell'area Outlook b2b della nuova iniziativa wine2inew; ci saranno poi lo spazio 'evento b2b' con il vero e proprio forum di approfondimento e lo spazio 'network b2b' per l'incontro e il confronto tra aziende a supporto dell'attività imprenditoriale».

«La prima edizione di wine2wine avrà luogo – ha proseguito Mantovani – quando sarà pronto il progetto complessivo per il vino ad Expo 2015, mentre la seconda edizione si avrà nell'inverno 2015 a conclusione della grande esposizione mondiale e diventerà sicuramente un momento di consuntivo sulle attività svolte».

Il report completo, contenente anche un focus sull'export delle aziende che producono vino biologico, è scaricabile dal sito wine2wine.net

expo2015

Expo 2015: a Veronafiere l'incarico di allestire il padiglione del vino.

L'annuncio dell'incarico è stato comunicato dal Ministro delle politiche agricole alimentari forestali, Maurizio Martina, presente alla giornata inaugurale della 48ª edizione di Vinitaly, nel corso della conferenza stampa "Il Vino italiano per Expo Milano 2015", tenutasi presso l'area Mipaaf.

Verona, 6 aprile 2014. Vinitaly, rassegna di riferimento a livello internazionale nel settore enologico organizzata da Veronafiere, è stata incaricata della realizzazione e gestione del Padiglione del Vino per Expo Milano 2015. L'incarico è stato assegnato sulla base della convenzione siglata tra Padiglione Italia e Veronafiere, a meno di un mese dalla firma del protocollo tra il Ministero delle politiche agricole alimentari forestali, il Padiglione Italia e Expo 2015 S.p.A. (firmato lo scorso 10 marzo).

Commentando l'annuncio, il Ministro Maurizio Martina ha dichiarato: «La scelta di Vinitaly è una scelta di competenza, esperienza e professionalità, fatta nella consapevolezza che possa assicurare al vino Italiano una importante e adeguata rappresentazione nell'ambito di Expo Milano 2015. Vinitaly è la manifestazione che più di ogni altra ha scandito e accompagnato l'evoluzione del sistema vitivinicolo nazionale e internazionale, contribuendo negli anni a rendere il vino una delle più coinvolgenti e dinamiche realtà del settore primario».

Diana Bracco, Presidente Expo 2015 S.p.A e Commissario per il

Padiglione Italia, ha aggiunto: «L'accordo di oggi è importantissimo perché un altro pezzo fondamentale della cultura e della produzione italiana fa il suo ingresso nel grande



mosaico del Padiglione Italia all'Expo 2015. In particolare il vino è uno degli elementi centrali della nostra storia e della nostra stessa identità. I vigneti punteggiano tutta la nostra penisola e rendono il comparto vinicolo italiano unico al mondo per varietà e qualità. Il Padiglione Italia sarà il cuore dell'intera Esposizione, e il fatto che la stessa Unione Europea abbia deciso di collocare il proprio spazio espositivo al suo interno, a poca distanza dal vino italiano, è un'ulteriore occasione di attrattività del nostro Cardo: il vino pertanto avrà la giusta primazia che si merita».

«In virtù della profonda conoscenza di Veronafiere del settore agroalimentare, abbiamo ritenuto fin da subito un dovere mettere a disposizione del Paese la nostra esperienza per un'occasione tanto importante e strategica come EXPO 2015, e abbiamo trovato nel Ministero delle politiche agricole alimentari forestali, in Expo 2015 S.p.A. e nei rappresentanti di Padiglione Italia interlocutori che, con altrettanta sensibilità, hanno dimostrato attenzione e piena comprensione per il valore aggiunto che il coinvolgimento di Vinitaly può portare nel corso dell'Esposizione Internazionale. Desidero infine sottolineare che l'incarico rappresenta un

riconoscimento all'intero sistema fieristico italiano» ha dichiarato Ettore Riello, Presidente di Veronafiere.

«Opereremo con il preciso obiettivo di dare massima e piena rappresentazione del comparto, della sua storia e identità e delle sue potenzialità, coinvolgendo tutte le espressioni della filiera, valorizzando per ciascuna di esse il contributo unico e determinante che ha apportato e potrà apportare al comparto, nell'ambito dei precisi contenuti che

animeranno il Padiglione» ha concluso Giovanni Mantovani, Direttore Generale di Veronafiere.

Il Padiglione del Vino a Expo Milano 2015 si svilupperà su una superficie di circa 2.000 metri quadrati e sorgerà nelle aree di pertinenza del Padiglione Italia, esattamente all'incrocio tra il Cardo NE e il Decumano, pertanto nella piazza centrale dell'intera area Expo, dove godrà della massima visibilità.

Nella realizzazione dello spazio e gestione della regia, Vinitaly lavorerà in concerto con Ministero delle politiche agricole alimentari forestali, Padiglione Italia ed Expo 2015 S.p.A per il coinvolgimento di tutta la filiera vitivinicola italiana: dalle associazioni ai grandi gruppi di produttori, dai comitati alla distribuzione ai soggetti che ne divulgano la cultura.

Il Padiglione del Vino italiano racconterà la storia e la tradizione culturale del comparto, riserverà un'area dedicata al "primo approccio" al mondo del nostro vino per i milioni di visitatori che non lo conoscono, destinerà spazi agli educational attraverso wine tasting e masterclass, nonché con il coinvolgimento di produttori e testimonial, e guiderà agli

abbinamenti “wine&food” nell’area specifica.

Un focus importante sarà inoltre sul turismo del vino, sulla cultura del territorio e le bellezze italiane ad esso legate. Non mancherà una forte connotazione tecnologica, fino ad offrire veri e propri viaggi virtuali ed interattivi alla scoperta di attrezzature, macchine e prodotti per la produzione, l’imbottigliamento ed il confezionamento di vino. I visitatori potranno infine accedere all’“Enoteca dei vini italiani”, con relativo wine shop, per la vendita diretta del prodotto confezionato, con consegna a domicilio, merchandising e gadget del vino e di EXPO 2015.

Verdicchio

Marche: export boom per il verdicchio.

(Verona, 6 aprile 2014). È boom per l’export dei vini marchigiani con un +36% rispetto al 2012: su un fatturato complessivo del pianeta vino che nelle Marche supera i 136 milioni (+8,8%), le esportazioni valgono oltre 68 milioni di euro, il 50% del totale. A fare da traino è il Verdicchio – il vino bianco fermo più premiato dalle guide italiane 2014 e ambasciatore delle Marche nel mondo – che con 17 mln di euro assorbe circa il 25% delle esportazioni e fa un balzo sorprendente nel 2013: +41,6% in valore e +10% in quantità (8 milioni e mezzo le bottiglie all'estero). Merito di politiche promozionali vincenti e di una riconosciuta qualità, a partire dalla crescita del prezzo medio del Verdicchio a ettolitro, aumentato del 17,6% rispetto all'anno precedente (dati Ismea). Ma anche della versatilità dell’offerta, sia in termini di varietà – dal Verdicchio al Rosso Piceno, dall’Offida Pecorino al Falerio, dalla Lacrima all’Igt Marche – che di rapporto qualità-prezzo, con bottiglie dai 3 ai 10 euro e oltre. Un boom dell’export che è andato a compensare il -9,4% in valore del mercato interno rispetto al 2012. Fondamentale perciò è stato il sostegno della Regione Marche, che negli ultimi quattro anni ha investito attraverso Ocm e Psr 11.159.000

L’elaborazione delle linee strategiche di sviluppo e definizione del progetto sarà in capo al Comitato



Scientifico, di prossima costituzione. Al fianco di Diana Bracco, Commissario Generale di Sezione per il Padiglione Italia e, presieduto da Riccardo Cotarella (Presidente Assoenologi), il Comitato vedrà anche: Piero Antinori,



euro

per i viticoltori. A sottolineare la vocazione export oriented dei vini marchigiani è stata l’assessore all’Agricoltura della Regione Marche, Maura Malaspina, intervenuta oggi nella giornata inaugurale del Vinitaly in rappresentanza del presidente della Regione Marche, Gian Mario Spacca, assieme ai direttori dell’Istituto Marchigiano di Tutela Vini, Alberto Mazzoni e del Consorzio Vini Piceni, Armando Falcioni.

Tra i Paesi di riferimento della regione vitivinicola più collinare e più longeva d’Italia, Stati Uniti (che assorbono circa il 60% dell’export), Canada e Giappone. Nel Vecchio Continente la parte da leone la fa l’Europa del Nord: Belgio, Olanda, Germania, Svezia e Inghilterra, con un mercato che vale circa 13 milioni di euro sui 20 milioni dell’Ue-28. Buone performance extra Ue anche in Svizzera e in Norvegia, destinazione sulla quale si stanno concentrando molte cantine marchigiane. Sul fatturato totale dei vini marchigiani, l’accelerazione maggiore (+10,3%) la porta la qualità delle produzioni a marchio Doc, Docg e Igt, che passano da 80 a 88,2 milioni di euro.

Presidente Istituto del vino italiano di qualità - Grandi Marchi; Giovanni Mantovani, Direttore Generale Veronafiore; Ruenza Santandrea, Presidente Gruppo Cevico; Lamberto Vallarino Gancia, Presidente Federvini; Domenico Zonin, Presidente Unione Italiana Vini; il Presidente del Comitato Grandi CRU che sarà nominato dall’Assemblea. Del Comitato farà parte anche Raffaele Borriello, Vice Capo di Gabinetto del Ministero delegato all’EXPO 2015, in qualità di coordinatore.

Servizio Stampa Veronafiore

Significativa la linea degli spumanti (il cui simbolo regionale, oltre al Verdicchio, è la Vernaccia di Serrapetrona, unico vino italiano che subisce tre fasi di spumantizzazione), che incide complessivamente per 36,2 milioni e registra un +15% sul 2012.

Tra i segmenti emergenti, in linea col dato nazionale, c’è anche il biologico. Con circa 3.278 ettari di superficie vitata bio (fonte: Sinab), pari al 19% della superficie vitata regionale (17.400 ettari), le Marche sono la sesta regione d’Italia più votata alla viticoltura bio (dopo Sicilia, Puglia, Toscana, Umbria e Abruzzo). Un interesse verso il settore che ha portato alla nascita di un’associazione di ‘vignaioli bio’ sul territorio. Si chiama Terroir Marche, con 8 produttori che su 93 ettari hanno sposato la filosofia biologica, per una produzione complessiva di 338mila bottiglie.

Le Doc Marche: Bianchello del Metauro, Colli Maceratesi, Colli Pesaresi, Esino, Falerio, I Terreni di Sanseverino, Lacrima di Morro d’Alba, Pergola, Rosso Conero, Rosso Piceno, San Ginesio, Serrapetrona, Terre di Offida, Verdicchio dei Castelli di Jesi, Verdicchio di Matelica. Le Docg Marche: Conero, Offida, Vernaccia di Serrapetrona, Castelli di Jesi Verdicchio Riserva, Verdicchio di Matelica Riserva.



vinitaly

Bagno di folla all'inaugurazione di Vinitaly 2014

- Vinitaly inaugura in un bagno di folla. Il Ministro Martina «Il vino è stato e sarà anche in futuro un grande ambasciatore del Made in Italy nel mondo. I numeri che presenta una manifestazione come Vinitaly sono la dimostrazione di un importantissimo punto di forza dell'agroalimentare del Paese»

- di Virgilio -

- Verona 06 Marzo 2014 ----

Complice la temperatura estiva un bagno di folla ha celebrato l'avvio della 48esima edizione di vinitaly. Migliaia di persone hanno preso d'assalto gli oltre 4.200 espositori presenti alla più importante manifestazione mondiale dedicata al vino.

- E, come consuetudine, il taglio del nastro è avvenuto alla presenza del Ministro dell'Agricoltura Alimentazione e Foreste. La prima volta del Ministro Maurizio Martina, il quinto in cinque

anni,

il quale intervenendo per ultimo al convegno inaugurale promette solennemente di “combattere senza sosta l'italian sounding” ma anche di dare una definitiva svolta alla semplificazione delle procedure raccogliendo l'invito del governatore del Veneto, Luca Zaia, il quale ha anche chiesto di perseguire le vere frodi.

- «Il vino è stato e sarà anche in futuro un grande ambasciatore del Made in Italy nel mondo» ha dichiarato Maurizio Martina, Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali, intervenendo all'inaugurazione del salone questa mattina. «Dobbiamo continuare a lavorare in questa direzione – ha continuato il Ministro – perché i numeri che presenta una manifestazione come Vinitaly sono la dimostrazione di un importantissimo punto di forza dell'Italia».

Per il Presidente De Castro «il dato estremamente positivo che celebriamo al 48° Vinitaly di Verona riguarda la straordinaria crescita che il settore sta registrando in tutti i mercati del mondo. Il 2013 si è concluso con saldo positivo

CIBUS

Agenzia Stampa Elettronica Agroalimentare - iscritta al tribunale di Parma al n° 24 il 13 agosto 2002.

cibus@nuovaeditoriale.net

www.cibusonline.net

SOCIETA' EDITRICE NUOVA EDITORIALE Soc. coop. a.r.l.

Via G. Spadolini,2 43022 - Monticelli Terme (Parma)

www.nuovaeditoriale.net

codice fiscale - partita iva
01887110342

iscritta al registro imprese di
Parma 24929

testata editoriale iscritta al
R.O.C. al numero 4843

direttore responsabile
lamberto colla



all'estero di oltre 5 miliardi: è avvenuto il cosiddetto "sorpasso", cioè esportiamo più vino di quanto ne beviamo in Italia. Merito della vitalità delle nostre imprese».

- Per Martina, infine, ai formidabili dati dell'export occorre affiancare un processo utile a "riattivare la domanda interna".

- Alla cerimonia di apertura presenti anche il Presidente della Commissione agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento europeo, Paolo De Castro, il Presidente della Regione Veneto, Luca Zaia, il Presidente della Provincia di Verona, Giovanni Miozzi, e il Sindaco di Verona, Flavio Tosi. A rappresentare Veronafiere, il Presidente, Ettore Riello e il Direttore generale, Giovanni Mantovani.

- La cerimonia si è quindi conclusa con le premiazioni del 21esimo concorso enologico internazionale assegnando 73 medaglie uscite da 21 commissioni,

presiedute da Giuseppe Martelli, Direttore generale di Assoenologi e presidente del Comitato nazionale Vini del Ministero dell'agricoltura, che hanno valutato oltre 3.000 vini provenienti da 30 diversi Paesi.

- Il premio "Gran Vinitaly 2014" è stato assegnato alla CAVIT di S.C. di Trento che ha ottenuto il maggior punteggio con due medaglie conseguite in gruppi diversi.

- Il Premio Speciale "Vinitaly Nazione 2014" quest'anno è andato in Italia a Cantine Due Palme Soc. Coop. Agricola - Cellino San Marco.

- Invece il premio "Banca Popolare di Verona" è stato assegnato al vino Colli Piacentini Doc Malvasia Passito "Sensazioni D'inverno - le Virtù del Poggio" 2011 della Società Agricola Terzoni Claudio S.r.l. - Vernasca (PC) per aver conseguito il miglior punteggio fra tutti i vini veneti, o emiliano romagnoli, o

trentini o friulani di tutte le categorie previste dal regolamento del 21° Concorso Enologico Internazionale.

-(La classifica completa 2014 è disponibile su <http://www.vinitaly.com/areaEspositori/concorsiVinitaly/sel/2>)

-
- Insieme a Vinitaly, hanno aperto i battenti anche Sol&Agrifood, la Rassegna dell'agroalimentare di qualità ed Enolitech, il Salone Internazionale delle Tecniche per la Viticoltura, l'Enologia e delle Tecnologie Olivicole ed Olearie.

«Sono due manifestazioni dalle potenzialità di successo replicabili come quelle di Vinitaly – ha commentato ancora Martina –. Oltre al vino, nel settore agroalimentare abbiamo altri prodotti e altre filiere d'eccellenza che lavorano altrettanto bene».

-

