



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

SOMMARIO

Anno 14 - n° 11 15 marzo 2015

1.1 EDITORIALE

Giustizia e moralizzazione. Cosa insegna la triste storia del bunga bunga.

3.1 EXPORT VINO

I Buyer internazionali vogliono il vino del Belpaese

4.1 CEREALI E MATERIE PRIME

Materie prime, in attesa degli effetti di Expo2015,

5.1 LATTIERO CASEARIO

Burro: raggiunto il colmo?

6.1 ECONOMIA

Inflazione: Coldiretti, pesa balzo prezzi verdura del 10,8%

6.2 QUOTE LATTE

Quote latte, in partenza le cartelle esattoriali.

6.3 ASPETTANDO VINITALY

Le cantine più famose al mondo si convertono al "bio" e l'Emilia Romagna c'è.

7.1 EXPORT EVENTI

Parmigiano e Prosciutto di Parma in "vetrina" da Harrods,

7.2 ASPETTANDO VINITALY

Il boom dei vini biologici, e artigianali.

8.1 ASPETTANDO VINITALY

Il Lambrusco coccola il palato degli italiani.

9.1 PROMOZIONI E PARTNER

Per Bacco che promozione!

Editoriale

Giustizia e moralizzazione. Cosa insegna la triste storia del bunga bunga.

Cosa rimane dopo il caso Ruby. Macerie della giustizia, macerie della politica e della credibilità nazionale. La giustizia nostrana sempre più simile alla sharia? Per fortuna esiste il terzo grado di giudizio.

di Lamberto Colla - Parma, 15 marzo 2015 -

L'assoluzione dell'ex premier e ex cavaliere Silvio Berlusconi per il caso "Ruby" non può e non deve essere archiviata ma diventare oggetto di studio politico, economico, deontologico, sociale e religioso.

Non tanto per la sentenza finita a favore del signor B. qualsiasi ma per gli interrogativi che spalanca sulla conduzione ma soprattutto sulla pubblicizzazione delle varie fasi del percorso giudiziario e degli effetti privatistici e pubblici che questo ha comportato.

Una magistratura inquirente che, alla luce dei risultati, è apparsa più dedita alla moralizzazione piuttosto che a offrire il meglio del nostro ordinamento giuridico.

Una giustizia, che almeno nelle prime fasi, si è mossa alla pari della sharia (diritto penale islamico. [Nel Corano stesso sono descritte](#) le pene da applicare ai casi più gravi lasciando solo i reati minori al sindacabile giudizio degli

amministratori della giustizia) mettendo in evidenza, se comunque ce ne fosse stato bisogno, il livello di degenerazione raggiunto dalla nostra classe politica e il ridottissimo tasso

di moralità, limitato alla quasi esclusiva facciata di circostanza.

Ben diverso invece il comportamento tenuto dai giudici francesi nel caso che

ha visto coinvolto l'ex direttore del FMI (fondo Monetario Internazionale) e candidato all'Eliseo Dominique Strauss-Kahn "reo" di avere il vizio orgiastico. Una debolezza, peraltro confessata, venuta fuori di pubblico dominio a seguito della denuncia di una inserviente dell'Hotel che lo ospitava a New York che poi si è rivelata solo frutto di una macchinazione, molto probabilmente, ordita per intralciare la sua ascesa alla poltrona più ambita di Francia e proseguita con l'accusa di favoreggiamento della prostituzione nel processo che lo vedeva coinvolto sul giro di squillo all'Hotel Carlton di Lille.

In questo caso la magistratura transalpina decise di non procedere in quanto nulla



di legalmente rilevante fu riscontrato. Non venne in mente a alcun magistrato di costruire una linea d'accusa sulla base di comportamenti che rientrano nella esclusiva sfera privata. [Al contrario lo stesso pubblico ministero fece richiesta di proscioglimento «puro e semplice».](#)

Poi, come era da attendersi, il giudizio morale si è abbattuto sul collo dell'uomo politico emarginandolo come era giusto che fosse.

Uno sviluppo processuale ben diverso da quello riservato all'ex premier italiano.

Già perché se il signor B. è stato assolto perché il fatto non sussiste, la qual cosa comunque non scioglie il giudizio morale sulla persona che ognuno potrà far valere nella segretezza dell'urna.

Ma come si diceva, la questione apre molti interrogativi. Il primo e più scontato è quello che la **complicità tra alcuni giornali nazionali e alcuni giudici sia stata orchestrata per favorire la decadenza del potente leader del partito di maggioranza relativa e Capo del Governo senza curarsi degli interessi reali del Paese.**

Le bastonate mediatiche provenienti anche dalle testate estere hanno giudicato ancor prima della sentenza contribuendo a scatenare il tornado finanziario che si è potuto misurare con lo **spread**

a **“forza” 585** registrato nel 2011 ovvero quasi 500 punti superiori al 2007 quando misurava stazionario intorno ai 90 punti. Proprio quel valore, 585, fu la goccia che fece traboccare il vaso e portò alla sostituzione imperativa del Capo del Governo orchestrata dal Presidente Giorgio Napolitano.

Ed ecco che, dopo anni di saccheggio, lo spread è in questi giorni tornato ai valori del 2007 lasciando però sul terreno le testimonianze della devastazione.

E per fortuna che esiste il terzo grado di giudizio, quello della Corte Suprema di Cassazione che, a quanto pare, sta diventando sempre più l'ultimo baluardo a difesa del diritto, **di quella giustizia giusta che cittadini vorrebbero avere come alleata.**

Quella Corte Suprema che ha il coraggio di ribaltare anche le sentenze dei due precedenti gradi, come il caso recente degli [allevatori lombardi coinvolti nella vicenda “quote latte”](#), o come la vicenda che vedeva contrapposti produttori [di un salame tipico e una multinazionale dell'alimentare](#) e, per finire, al caso Berlusconi premier.

Il ricorso alla cassazione sta diventando indispensabile per fare valere i propri diritti. Il

guaio è che in pochi possono permetterselo. Il ceto medio è stato sepolto dalle macerie dello spread e il diritto a una giustizia equa si è perciò limitato alla estrema minoranza del Paese e non più alla maggioranza. E poiché è un diritto individuale la difesa del cittadino, se questa non può essere perseguita causa impossibilità economica, il diritto stesso viene compromesso.

Non è proprio il caso, in questo periodo di forte e diffuso sconforto, mettere in cattiva luce il potere giudiziario e con esso le forze dell'ordine, argini maestri di contenimento ultimo del **fiume “insofferenza”** al colmo della sua portata. Ecco perché sarebbe il momento che, separatamente, il potere **politico** e il potere **giuridico** ripensassero i loro comportamenti, o meglio quello di alcuni loro illustri, mediatici e telegenici rappresentati, e sotterrando l'ascia di guerra ricominciassero a dare il buon esempio.

Sono i cittadini che lo vogliono è lo Stato di Diritto che lo pretende.

Non è scritto da nessuna parte che debbano esserci dei vinti e dei vincitori, si può benissimo ripartire azzerando tutto pensando esclusivamente agli interessi della nazione.

EXPORT

I Buyer internazionali vogliono il vino del Belpaese

Vino nel mondo. Gli italiani meglio dei francesi. Lo scenario economico di alcuni paesi è cambiato ma l'Italia trova sempre più spazio grazie all'ottimo rapporto qualità/prezzo. Il Lambrusco conquista il Brasile.

(Alexa Kuhne)



economia

I Buyer internazionali vogliono il vino del Belpaese

Vino nel mondo. Gli italiani meglio dei francesi. Lo scenario economico di alcuni paesi è cambiato ma l'Italia trova sempre più spazio grazie all'ottimo rapporto qualità/prezzo. Il Lambrusco conquista il Brasile.

Di Alexa Kuhne - Parma, 15 marzo 2015 -

Il nostro vino convince. Conquista ogni spazio nel mondo. Scalza, qualche volta, il bordeaux francese. I segnali sono tutti in positivo. Sta ai produttori e ai distributori, ora, renderlo ancora più seducente.

Come? Mostrando la capacità di rimodulare e di trovare l'approccio giusto alle varie situazioni. Per continuare a crescere – suggeriscono gli esperti di Vinitaly – bisogna accattivarsi aree geografiche molto differenti fra loro.



“Il contatto con i mercati – spiega **Giovanni Mantovani**, direttore generale di Veronafiere – è fondamentale per capire le tendenze e dare alle aziende le informazioni e i servizi di cui hanno veramente bisogno e per scegliere con cognizione di causa, visto l'incremento degli investimenti del 34%. Per questo Vinitaly, con Vinitaly International, è una fiera ‘aperta’ tutto l'anno, che da Verona si sposta in Cina, Usa, Canada e in altri Paesi”.

Un mondo a due velocità, quindi, ma in eterna evoluzione.

Ecco, di seguito, un sintetico viaggio virtuale nell'“atlante” del commercio enoico.

Dall'indagine le reazioni migliori arrivano dai nostri partner storici, come la **Germania**, gli **Stati Uniti** e la **Gran Bretagna**. L'**India**, invece, si dimostra a dir poco ostica e la **Russia**, che pure nel 2014 ha resistito, si trova in mezzo alla peggior svalutazione del rublo degli ultimi anni, mentre il Brasile paga dazi altissimi.

In **Cina**, ad esempio, è importante sfruttare la debolezza manifestata nel 2014 dalla Francia, lavorando sulla costruzione di brand forti, a patto che si parli di prezzi ragionevoli. Sempre più popolari Barolo, Barbaresco, Brunello di Montalcino e Amarone della Valpolicella.

Ma l'Asia non è solo Cina, ed anche i piccoli scalpitano, a partire dal **Vietnam** il mercato del vino è cresciuto molto velocemente ed i protagonisti sono stati la Francia e l'Italia, ma c'è da fare i conti con una polarizzazione dei consumi, tra bottiglie sotto i due euro e vini sopra i venti. Anche in **Corea del Sud** si sta sgonfiando la bolla dei vini francesi, e la gente guarda agli italiani, più accessibili. In **Brasile** i vini rossi toscani stanno facendo bene, così come le bollicine di Lambrusco e Franciacorta ma l'aspetto più problematico è quello che riguarda l'altissima pressione fiscale.

Risalendo il Sud America, tra i Paesi più in salute c'è il **Messico**, dove la cultura del vino sta crescendo velocemente, specie se si parla di vino italiano, dalle etichette toscane a quelle del Nord Italia, come l'Amarone della Valpolicella, con un occhio ai vini del Sud. Il prezzo medio si attesta

sui 12-22 dollari, mentre nella fascia più bassa non c'è competizione con i vini cileni ed argentini.

Tornando nell'emisfero Sud, c'è un Paese capace di essere, allo stesso tempo, competitor e partner: l'**Australia**, dove la passione per il vino italiano nasce, innanzitutto, dalla passione degli australiani per il Belpaese, scelto sempre più spesso come meta per le vacanze e quando tornano in Australia vogliono continuare a bere i vini straordinariamente diversi scoperti durante il viaggio.

Restando fuori dal Vecchio continente, il nostro partner commerciale più solido sono senza dubbio gli **Stati Uniti**, dove la grande presenza della ristorazione italiana è il primo veicolo di promozione per il vino e poi ci sono consapevolezza e dimestichezza

con le tante diverse denominazioni, tanto che a fianco delle etichette più affermate stanno emergendo i vini di Sicilia, Puglia e Montepulciano d'Abruzzo per i rossi, e Alto Adige e Friuli per i bianchi. Dopo la crisi, però, si spende qualcosa in meno, e allora se la fascia 10-25 dollari va ancora forte, sopra i 40 dollari si fa più fatica.

Nord America non vuol dire solo Usa, anzi, e in **Canada**, ormai, il vino italiano è diventato più importante di quello francese, grazie soprattutto grazie ai vini piemontesi, toscani e veneti, ma bisogna tener presente che qui il vino è molto caro: se in Italia una bottiglia costa 4-5 euro, in Canada arriva a 25 dollari.

Chiudono questo viaggio i mercati del Vecchio Continente, dove il vino italiano è conosciuto da secoli. Come nel **Regno Unito**, dove adesso vanno forte alcune regioni emergenti della Toscana, Montecucco, Maremma e Morellino, ma il mercato si sta muovendo anche su vini bianchi di carattere, come il Timorass”. E se il Prosecco continuerà ad andare bene, sembrano esserci grosse difficoltà per i metodo classico, che non riusciranno a scalzare lo Champagne dalla sua posizione di leader.

Non sorprende più la **Germania**, dove i vini italiani costituiscono una fetta importante del mercato con un'offerta che arriva da ogni regione e praticamente su ogni fascia di prezzo sensibile.

Buona anche la reazione della **Svezia**. La chiave di volta per la conquista della **Danimarca**, invece, sta nel food pairing: il vino italiano va bene, il prezzo medio si aggira sui 5-8 euro, e i consumatori lo apprezzano molto perché si sposa benissimo con i cibi locali.

Rimonta sulla Francia anche in **Olanda**, dove il prezzo è sì una variabile importante e il consumatore è molto preparato e sa riconoscere e premiare il giusto rapporto qualità/prezzo.

La **Francia**, insomma, è l'eterna rivale, certo non l'unica da cui guardarsi, eppure, anche qui, c'è una nicchia di consumatori che hanno imparato ad apprezzare l'Italia del vino, salita alla ribalta dopo il boom dei prezzi di Bordeaux: il consumatore del francese ha trovato nel vino italiano esattamente ciò che cercava. Ottimi vini al giusto costo.

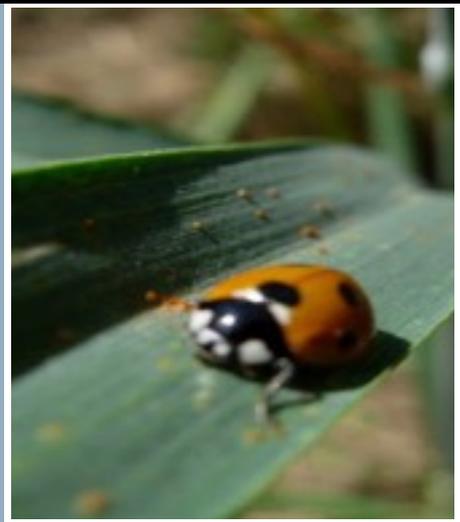


MERCATO CEREALI

Materie prime, in attesa degli effetti di Expo2015

Mercati ancora condizionati dal cambio valutario che attenua gli effetti delle produzioni sudamericane.

(Mario Boggini e Virgilio)



internazionali

Materie prime, in attesa degli effetti di Expo2015

Mercati ancora condizionati dal cambio valutario che attenua gli effetti delle produzioni sudamericane.

di Mario Boggini e Virgilio - Milano, 12 marzo 2015 -

Stentano a farsi sentire i vantaggi derivanti dall'ingresso sui mercati dei raccolti sudamericani, Brasile e Argentina in testa. L'atteso effetto calmierante che si sarebbe dovuto determinare con l'ingresso dei volumi dal sud america si è fortemente attenuato dal recupero dai cambi valutari, che vede il dollaro in recupero sull'euro, e dagli strascichi a seguito degli scioperi degli autotrasportatori brasiliani e degli agricoltori argentini.

Le previsioni degli analisti internazionali indicano un probabile calo di prezzi all'origine del 7% a partire dal mese di maggio, che a nostro giudizio non si tradurrà completamente in un vantaggio economico proprio in forza del cambio valutario.

Indicatori internazionali (11/3/2015)-

L'Indice dei **noli** è salito ancora a 568 punti. Il **petrolio** oscilla intorno a 50\$ dollari al barile e il **cambio** è sceso a 1,05781.

Mercato interno - Sul mercato interno continuano a registrarsi scambi ridotti anche sul fronte del mais nonostante la certezza che le semine saranno in calo. Il mercato dei proteici è sostenuto dal valore del dollaro mentre quello dei cruscami da un'industria che non lavora a pieno regime.

Gli operatori sono in attesa degli effetti di Expo2015 e che questi siano percepibili già dal mese di aprile. 20 milioni di persone attese dovrebbero incidere enormemente sulla ripresa dei consumi.

Intanto, i prezzi a medio e lungo termine tendono al rialzo, essendo, come noto, l'Italia un Paese grande importatore di materie prime.

Continua la "carica" dei premi, come non si osservava da qualche anno, sulla farina di soia proteica che sul luglio -

M e r c a t i dicembre si aggirano tra 63 e 65 dollari a tonnellata e tra 68 e 70\$/Ton sul 2016.

Sul fronte delle **bioenergie** comincia a intensificarsi la ripresa delle coperture utili a allungare l'autosufficienza in previsioni della prossima campagna maidicola che si preannuncia in contrazione di volumi. Tra 132 e 140 €/ton (periodo giugno - luglio) i valori di alcune partite di farina di mais contaminate da Don trattate in questi giorni.

Indicatori del 11 marzo 2015		
Noli*	€/€	Petrolio WTI \$/Barile
568	1,05781	50,0 \$/bar

(*) **Noli** - L'indicatore dei "noli" è un indice dell'andamento dei costi del trasporto marittimo e dei noli delle principali categorie di navi dry bulk cargo, cioè quelle che trasportano rinfuse secche. Il BDI può anche costituire un indicatore del livello di domanda e offerta delle rinfuse secche.

Mario Boggini - esperto di mercati cerealicoli nazionali e internazionali - (per contatti +39 338 6067872) - mail@europroitalia.com - Valori indicativi senza impegno, soggetti a variazioni improvvise. Questa informativa non costituisce servizio di consulenza finanziaria ed espone soltanto indicazioni-informazioni per aiutare le scelte del lettore, pertanto qualsiasi conseguenza sull'operatività basata su queste informative ricadono sul lettore.

EUROPRO srl - intermediazione granaglie e cereali - Milano

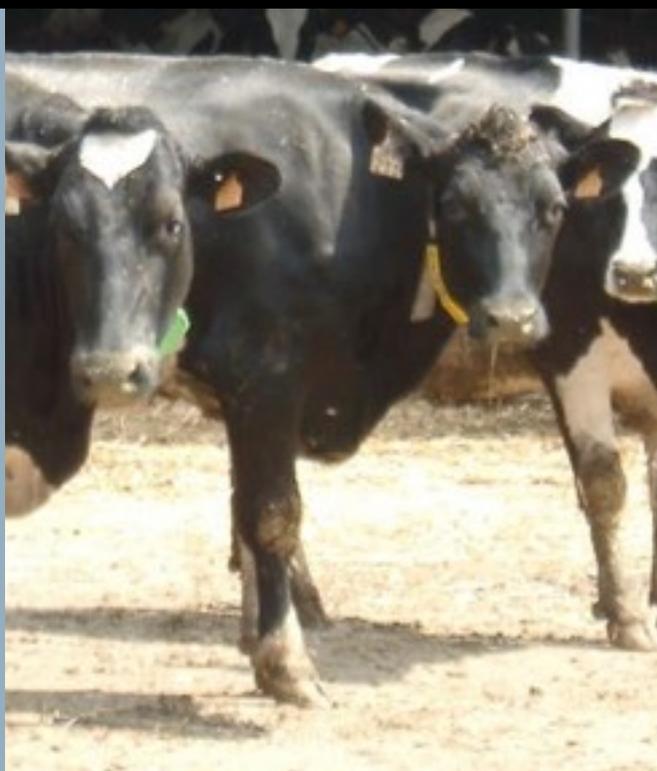
Andalini
posta dal 1936

LATTIERO CASEARIO

Burro: raggiunto il colmo?

Listini quasi tutti invariati. Storica sentenza, condannato un produttore di falso "parmigiano" nel mantovano.

(Virgilio - CLAL)

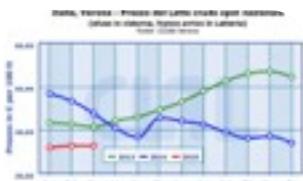


Lattiero Caseario

Burro: raggiunto il colmo?

Listini quasi tutti invariati. Storica sentenza, condannato un produttore di falso "parmigiano" nel mantovano

di Virgilio, 11 marzo 2015 -



LATTE SPOT : Ancora nessuna variazione sulle quotazioni del latte spot a Verona. Il prezzo del latte crudo spot nazionale si è mantenuto nell'intervallo compreso tra 35,57-37,12€/100 litri di latte alla

borsa merci scaligera. Analogo

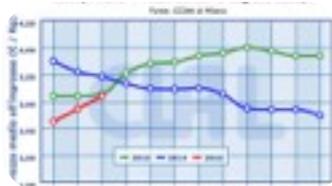
comportamento per il latte intero pastorizzato spot di provenienza estera che, dopo l'impennata dello scorso 9

febbraio (+ 3,17%), ha mantenuto le quotazioni comprese tra 32,99 e 34,02€/100 litri di latte.

BURRO E PANNA:

Raggiunto il culmine della fase ascendente del burro che torna ai valori dello scorso agosto. Prezzi ancora molto distanti dai valori del 2013

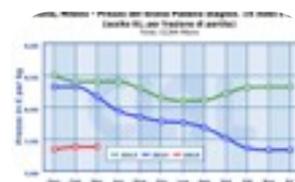
quando il Burro CEE quotava intorno a 3,90€/kg contro l'attuale 3,10€/kg. Alla borsa milanese il burro di centrifuga è stato quotato a 3,30, 2,30 invece per il pastorizzato mentre lo zangolato è rimasto a 2,10€/Kg. 5 centesimi invece guadagnati dal burro zangolato di Parma che, raggiunto il valore di 1,70€/kg lo scorso venerdì 6 marzo, dovrebbe, in questa settimana, vedere confermato il prezzo come infatti ha anticipato la borsa reggiana nella seduta di ieri (10/3 ndr). Ha avviato una fase discendente invece la crema a uso alimentare cedendo 4 centesimi a Milano (1,66€/kg) mentre è rimasta ferma tra 1,65 e 1,70€/kg la panna di centrifuga a uso alimentare trattata a Verona.



GRANA PADANO:

Anche in questa undicesima settimana nessuna variazione è intervenuta relativamente al prezzo del Grana Padano DOP dall'inizio d'anno se si escludono i 5

centesimi recuperati il 26 gennaio e limitatamente al 15 mesi di stagionatura. Tra 6,35 e 6,45€/kg quindi la forbice all'interno della quale si è assestato il prezzo all'ingrosso del 9 mesi di stagionatura e tra 7,05 e 7,70€/kg l'intervallo di prezzo del 15 mesi e oltre rilevati a Milano.



PARMIGIANO REGGIANO:

Nessuno stravolgimento dal fronte del Parmigiano Reggiano che recupera 5 centesimi solo sul minor valore del 12 mesi di stagionatura. Tra 7,40 e 7,80€/kg è la quotazione del 12 mesi registrata alla borsa di riferimento comprensoriale di Parma relativamente al 12 mesi di invecchiamento e tra 8,75 e 9,10 l'intervallo di prezzo all'ingrosso del 24 mesi di stagionatura.



Da segnalare infine la notizia che per la prima volta è stato condannato un produttore di falso "parmigiano". La sentenza è stata disposta del Tribunale di Mantova, che ha condannato a 18 mesi di reclusione, ad una multa e al risarcimento dei danni (sia nei confronti del Consorzio del Parmigiano Reggiano che del Consorzio del Grana Padano, costituiti parte civile nel procedimento) il responsabile di un caseificio nel quale erano stati individuati fenomeni di contraffazione. *"Siamo molto soddisfatti di questa sentenza di condanna, è il commento del Consorzio del Parmigiano Reggiano, sebbene ci siamo trovati di fronte ad un caso davvero raro in Italia, riteniamo sia un buon esito rispetto non solo perché si è stroncato un fenomeno di contraffazione, ma perché costituirà un ulteriore deterrente rispetto ad altri eventuali fenomeni simili"*.

economia

Inflazione: Coldiretti, pesa balzo prezzi verdura del 10,8%

Cala il tasso di deflazione. L'andamento dei prezzi è, per Coldiretti, il risultato di una situazione congiunturale dovuta al maltempo e non deve quindi ingannare.

Roma, 12 marzo 2015 - A frenare la deflazione ha contribuito il balzo dell'10,8 per cento dei prezzi della verdura rispetto allo scorso anno dovuto



radicchio e broccoli e danneggiato quelle in serra lungo tutta la Penisola. E' quanto afferma la Coldiretti nel commentare i dati sull'andamento dell'inflazione in Italia a febbraio che evidenziano anche un aumento dell'1,2 per cento dei prezzi della frutta che fa aumentare il carrello della spesa.

anche al maltempo che ha distrutto le coltivazioni invernali in campo come cavoli, verze, cicorie, carciofi,

L'andamento dei prezzi - sottolinea la Coldiretti - è dunque soprattutto il risultato di una situazione congiunturale dovuta al maltempo e non deve quindi ingannare sul reale andamento dei consumi che rimangono ancora fortemente stagnanti nell'alimentare. Tuttavia - conclude la Coldiretti - è prevista una inversione di tendenza nel 2015 con il ritorno della fiducia sui mercati dimostrato dallo spread e, tra i consumatori, con un aumento degli acquisti alimentari per la prima volta da inizio della crisi.

(Coldiretti 12 marzo 2015)

latte

Quote latte, in partenza le cartelle esattoriali.

Dal Ministro delle politiche agricole Maurizio Martina l'annuncio che Agea ed Equitalia hanno già predisposto l'invio di 1405 cartelle esattoriali con interessi aggiornati al 31 dicembre 2014.

di Virgilio - Parma, 14 marzo 2015 -

Dopo l'annuncio del Ministro Martina che sono in via di notifica, a livello nazionale, 1.405 cartelle esattoriali, la Coldiretti dell'Emilia Romagna commenta che riguarderà solo "una esigua minoranza dei 4.200 allevatori dell'Emilia Romagna che nel tempo si sono messi in regola ed

hanno rispettato le norme acquistando o affittato quote." Quella del ministero risulta essere un atto dovuto dopo la decisione della Commissione europea di deferire l'Italia alla Corte di Giustizia Ue per il mancato recupero dei prelievi dovuti dagli allevatori che hanno superato le quote latte individuali.

"La questione quote latte - ricorda Coldiretti - è iniziata 30 anni or sono nel 1983 con l'assegnazione ad ogni Stato membro dell'Unione di una quota nazionale che poi doveva essere divisa tra i propri produttori ma all'Italia fu assegnata una quota molto inferiore al consumo interno di latte. Una



disattenzione nei confronti delle politiche comunitarie sulla quale si sono accumulati errori, ritardi e compiacenze che - continua Coldiretti - hanno danneggiato la stragrande maggioranza degli agricoltori italiani.

Nell'ultimo anno di attuazione del regime delle quote latte che terminerà il 31 marzo 2015 c'è il rischio concreto - precisa Coldiretti - dell'arrivo di nuove multe per il superamento da parte dell'Italia del proprio livello quantitativo di produzione assegnato dall'Unione Europea, dopo quattro anni in cui nessuna multa è stata dovuta dagli allevatori italiani."

Aspettando Vinality

Le cantine più famose al mondo si convertono al "bio" e l'Emilia Romagna c'è.

Dai Marchi storici alle piccole realtà, crescono in Italia i viticoltori che si innamorano del vino biologico. Vinalitybio

Di Alessandra Ardito - 11 marzo 2015 -

La 'conversione' alle uve bio comincia anche dall'Emilia Romagna

Quando si parla di **vino biologico**, sia in Italia che nel resto del mondo, ci si riferisce ad una realtà ormai consolidata. Non a caso, dati e numeri della viticoltura biologica nel nostro Paese sono in costante aumento, con sempre più aziende che puntano sul bio, verso cui a crescere è prima di tutto l'attenzione e la richiesta da parte dei consumatori.

Ad analizzare le più importanti case history delle cantine italiane, dai marchi storici ai grandi gruppi, dalle piccole realtà alle griffe più famose che si sono "convertite" al biologico è un'indagine realizzata da Vinality.



Lo si spiega al **Vinalitybio**, a **Verona dal 22 al 25 marzo**.

Ma perché le aziende passano **"dalla parte" del bio?** C'è più di un motivo: dal cercare di attrarre gli amanti del bere bene, alla volontà di diversificare la produzione, dall'attenzione per l'ambiente, al desiderio di sperimentare. Quale che sia la motivazione, però, è un dato di fatto che l'Italia è il primo Paese europeo per numero di produttori biologici, e tra i dieci maggiori al mondo.

Con oltre 45.000 aziende vitivinicole biologiche (circa il 17% del totale europeo), l'Italia è leader in Europa per il settore, seguita dalla Spagna e dalla Polonia.

Nel mondo la superficie coltivata supera 1,3 milioni di ettari, per un giro d'affari attorno ai 3 miliardi di euro, con l'Italia che ha conquistato la leadership in Europa (con un peso sul fatturato bio

europeo dell'8%, e su quello mondiale del 4%).

Per quanto riguarda la superficie coltivata a vite in Italia, sono oltre 44.000 gli ettari di superficie vitata biologica in Italia, ma con più di 23.700 ettari di superficie "in conversione", per un totale che supera i 67.900 ettari, il 18,5% in più sul 2012.

La superficie viticola convertita al bio ha dunque una dinamica positiva, in controtendenza con le superfici totali viticole che nel 2013 si sono attestate a 646.000 ettari contro i 655.000 dell'anno prima.

In Veneto, in Valpolicella, per esempio, grandi cantine applicano i dettami dell'agricoltura sostenibile da anni e, a partire dalla vendemmia 2015, dopo la fase di conversione, otterranno la certificazione biologica. E ancora, si va dalla linea bio di **Cantine Riunite & Civ**, tra le più grandi realtà del vino italiano, a **San Patrignano**, la più importante comunità di recupero dalla tossicodipendenza, che produce vino biologico in Emilia Romagna, così come la **Cleto Chiarli**. La **Sicilia biologica** è un altro esempio di come, piccole ma conosciute realtà alle pendici dell'Etna - tra le quali **Centopassi di Libera Terra** che produce vini e prodotti bio nei terreni confiscati alla mafia - e grandi aziende, seguano anche i principi della viticoltura **biodinamica**.

Eventi

Parmigiano e Prosciutto di Parma in "vetrina" da Harrods

A Londra un'esperienza foodie davvero speciale

- Un omaggio all'origine e alla maestria dei prodotti artigianali: è per questa ragione che Prosciutto di Parma e Parmigiano Reggiano, nell'ambito dell'iniziativa Stealing Beauty (Furto di bellezza), sono i protagonisti della mostra allestita da Harrods, il tempio del lusso londinese, nelle vetrine che si affacciano sulla Hans Crescent.

Fino al 28 marzo 2015, cosce di Prosciutto di Parma e forme di Parmigiano Reggiano resteranno esposte nel cuore della capitale di un Paese di prima importanza nelle esportazioni dei due prodotti, per lanciare un particolare messaggio, sostenuto dal linguaggio artistico, che si riassume nel valore insostituibile dei territori, delle



tradizioni locali e della maestria degli artigiani nella determinazione delle caratteristiche inimitabili di questi prodotti Dop.

Non a caso, dunque, le due eccellenze alimentari italiane vengono associate ad un'aquila – considerata la più bella creatura del mondo animale – intenta a rubare tale bellezza, esposta insieme ad alcuni vini spagnoli.

A completare l'esposizione, poi, una serie d'immagini relative al Parmigiano Reggiano e al Prosciutto di Parma che scorreranno sugli schermi posti al quinto piano della sede Londinese di Harrods, disposta su 7 piani e 93.000 metri quadrati di superficie.

La scelta dell'eccellenza rappresentata dai due prodotti, però, non si ferma ad aspetti culturali ed estetici: Harrods,

infatti, ospiterà una giornata di degustazione all'interno della Food Hall. I clienti potranno così degustare Prosciutto di Parma appena affettato e Parmigiano Reggiano, oltre ad approfondire la conoscenza dei prodotti e delle loro qualità.

(Fonte Consorzio Parmigiano Reggiano e Consorzio Prosciutto di Parma)

Aspettando Vinitaly

Il boom dei vini biologici, e artigianali

Cosa sono i vini bio? Gli appuntamenti di Vinitaly aperti agli addetti e a chi vuol conoscere e investire. Saloni specializzati e un seminario-degustazione per spiegare cosa sono, come sono e come si vendono i vini di nuova generazione.

di Alessandra Ardito - Parma, 11 marzo 2015 –

Il **vino certificato bio convince**. E diventa un primato tutto italiano.

Frutto di un'attenzione per il territorio, piace sempre più sui mercati internazionali.

Spesso è il risultato dell'opera laboriosa di piccole, piccolissime cantine più conosciute all'estero che nel proprio Paese.

A Vinitaly, in programma a Verona dal 22 al 25 marzo, si parlerà di un amore esplosivo negli ultimi anni per produzioni enologiche sane e convincenti.

Due saloni specializzati, Vinitalybio e Vivit, e quest'anno, per la prima volta, una collettiva Fivi faranno un po' di chiarezza sui prodotti bio del mercato vitivinicolo mentre il seminario 'The Good, the Bad and the Ugly of Artisanal Wines', organizzato dalla Vinitaly International Academy, definirà cosa sono e come si qualificano – anche dal punto di vista commerciale sui diversi mercati – le varie tipologie di prodotto.

Immane e necessaria, al termine degli incontri, una degustazione di vini italiani ed

esteri per capire il valore organolettico dei vini artigianali, in crescita anche dal punto di vista qualitativo.

Perché i vini biologici rappresentano in Italia - primo produttore europeo - ormai l'11% della superficie vitata e una produzione potenziale di 5



milioni di quintali di uva da vino, con un peso di oltre il 7% sul totale nazionale.

Numeri poco incisivi, ma pure in aumento, invece, per i vini naturali, che rappresentano un mondo difficile da circoscrivere. Nel contesto di un progetto di valorizzazione di questo mercato in espansione e di comprensione delle normative vigenti, **Federbio** ha organizzato anche il convegno 'La revisione della normativa sul vino biologico. Il comparto si confronta'. L'incontro ha lo scopo di avviare un percorso di ampia consultazione tra tutti gli attori del comparto vitivinicolo italiano, al fine di porre le basi per alleanze e sinergie con le organizzazioni di altri Paesi europei, a tre anni dall'approvazione del regolamento europeo sulla produzione dei vini biologici.

La teoria sarà naturalmente affiancata, all'interno

di Vinitalybio, dall'**Enoteca bio**, che mette in degustazione tutti i vini biologici delle oltre 220 cantine che li propongono a Vinitaly.

Vivit sarà invece la vetrina dei vini artigianali, frutto del lavoro di quei produttori che si riconoscono nell'autenticità di un territorio e nella individualità.

Oltre 120 le cantine presenti, provenienti oltre che dall'Italia da Gran Bretagna, Francia, Germania, Austria e Slovenia.

Una collettiva di 56 aziende vitivinicole aderenti alla **Fivi (Federazione italiana vignaioli indipendenti)** affiancherà gli incontri.

La Fivi è un'associazione di aziende vitivinicole (convenzionali, biologiche e biodinamiche) che svolgono al loro interno tutto il ciclo dalla raccolta dell'uva alla commercializzazione del vino prodotto con le proprie uve, con lo scopo di rappresentare la figura del viticoltore di fronte alle istituzioni, promuovendo la qualità e l'autenticità dei vini italiani.

A conclusione del focus di Vinitaly, **'The Good, the Bad and the Ugly of Artisanal Wines'** sarà l'appuntamento degustativo per chi è scettico nei confronti di concetti come artigianalità e 'startigianalità' nel mondo del vino, anche quando si tratta di grandi aziende. E' molto spontaneo, infatti, chiedersi se solo coloro che si sporcano le mani in vigna tutti i giorni con piccole produzioni possano godere di questa definizione e se i vini non biologici possano essere anch'essi artigianali.



Aspettando Vinality

Il lambrusco coccola il palato degli italiani

I vini scelti nei supermercati dell'Emilia Romagna sono anche Sangiovese e Pignoletto. Tra gli amati marchigiani e abruzzesi e, per la prima volta, l'Orvieto.

di Alessandra Ardito Parma, 10 marzo 2015

Il Lambrusco piace. E sempre di più domina, insieme a Sangiovese e Pignoletto, gli scaffali delle grosse catene commerciali. I consensi più sorprendenti riguardano soprattutto questo rosso vivace e leggero, con i suoi 12 milioni e mezzo di litri venduti.

Il segreto del suo fascino è proprio nel gusto fresco e brioso che incontra, senza pretese, tutti i palati.

Oltre al re Lambrusco, i nettari di uva più richiesti nelle grandi distribuzioni della regione, nel 2014, sono quelli del territorio dell'Emilia Romagna. Lo conferma la classifica elaborata per **Vinality** dall'**Istituto di ricerca IRI**.

In generale, la ricerca sottolinea che ci sono segnali di miglioramento nel 2014 per le vendite in tutto il settore enologico, che invertono la tendenza negativa del 2013 e degli ultimi anni e fanno ben sperare per il 2015.

Lo studio indica ancora quali sono stati **i vini più amati lo scorso anno**, in base a una classifica che si riferisce ai supermercati. In vetta troviamo **Chianti e Lambrusco**, che da anni conquistano le prime posizioni del podio, ma che mostrano una flessione delle vendite a volume. Al terzo posto **Il Vermentino**, un bianco che continua a crescere di anno in anno. Buone le performances del **Prosecco, del Nero d'Avola, del Muller Thurgau e del Traminer**.

Tra i vini **"emergenti"**, cioè con maggior tasso di crescita nel corso del 2014, troviamo ai primi posti i vini marchigiani/abruzzesi Pecorino e Passerina, e il siciliano



Inzolia. Entra in questa classifica, per la prima volta, il laziale Orvieto.

Altro dato che salta all'occhio: la **cultura enologica** sta diventando una passione trasversale, che fa innamorare un tutti: si scopre sempre più il buon bere e si presta attenzione non solo al costo, ma anche all'etichetta del vino, alla sua qualità, in barba a questo momento fatto di rinunce.

E infatti, quello che vien fuori dall'inchiesta è che la difesa del 'valore' passa dalla difesa dei prezzi. Alla base c'è anche la scelta consapevole dei produttori che hanno compreso che ogni prezzo riflettere un sano equilibrio di bilancio, bilancio in cui alle principali voci di costo deve aggiungersi sempre più quello della comunicazione, che deve avere tra i suoi obiettivi quello di trovare i consumatori di vino del domani.

Un tema sul quale sta riflettendo anche la **Grande Distribuzione** e di cui si parlerà nella tradizionale tavola rotonda di Vinality che vede confrontarsi produttori e distributori. **Angelo Corona**, rappresentante di **Federdistribuzione** (la più grande associazione di catene distributive) a Vinality 2015, così commenta i dati di Iri: *"Occorre sostenere i consumi senza 'drogare' il mercato e senza annullare la percezione del giusto prezzo che i consumatori devono mantenere. Il 2014 ci offre qualche segnale positivo, come la crescita a volume e valore della bottiglia fino a 75cl, fatto che non avveniva da anni"*.

"Su questi segnali occorre lavorare per dare continuità - ha aggiunto Corona -. Va ripensato il display dello scaffale, per abbinare un assortimento profondo con criteri che rendano facili la lettura dell'esposizione e la scelta. La comunicazione va migliorata e resa più efficace, sia lavorando sullo scaffale, sia con 'app' per gli smartphone, introducendo degustazioni e settimane del vino

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



regionale. O evidenziando il corner del vino biologico che nei supermercati è ancora di nicchia, ma è cresciuto nel 2014 dell'11,3% a volume ed ha raggiunto i 1.432.000 litri

Per Bacco che promozione

Per Bacco che promozione!

Da StePa la promozione di marzo parte dalla Puglia. Unica Bianco e Unica Rosso.

- **Unica Bianco**, il seducente bianco dal **blend di**



Bombino Bianco e Falanghina, i vitigni legati alla tradizione pugliese. Un intenso profumo di frutti esotici e floreali che ben si accoppiano con i frutti di mare crudi, crostacei e formaggi delicati.



carattere d'origine pugliese. Note balsamiche e speziate lo rende piacevole e immediato. Si abbina naturalmente con piatti dal gusto forte e deciso ed è ottimo con verdure grigliate e involtini di peperoni.

Parole, parole, parole ... meglio degustare la selezione di **StePa** offerta nello **SHOP on line**

Con le **Card fedeltà Bronze, Silver e Gold** avrete la possibilità di godere di ulteriori e fantastici sconti



- **Unica Nero di Troia - Primitivo** Puglia I.G.T., un **rosso rubino di forte intensità e**





[Pasta Andalini](#)



Innovazione nella tradizione

[Mulino Alimentare S.p.A.](#)



[U.N.I.M.A. Parma](#)



[Confcooperative Parma](#)



[S.A.L.A.](#)

[Soluzioni Avanzate Logistica Alimentare Srl](#)

[Power Energia Società Cooperativa](#)



[ITE Italian Tourism Expo](#)