

La News



Camilleri: dal Brunello alla Ferrari

Rosso come la Ferrari, tra i marchi italiani di maggior successo nel mondo, rosso come il Brunello di Montalcino, vino tra i più affermati del pianeta: ad unire questi due simboli universali del made in Italy la figura di Louis Camilleri, già ex vertice di colossi come Kraft Food e Philip Morris, e nuovo ad di Maranello, scelto per il dopo Sergio Marchionne che, nel 2011, come anticipato all'epoca dai rumors di WineNews, ha trovato dimora tra i vigneti di Montalcino con "Il Giardinello". Un rapporto con la terra del Brunello, quello di Camilleri, forte anche del legame con un'altra produttrice "vip", l'ex porno star Savanna Samson, proprietaria, dal 2016, della cantina "La Fiorita".

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Primo Piano

L'agroalimentare italiano è competitivo, nonostante tutto. I numeri del report Ismea

Soffrire del nanismo del suo sistema produttivo, di una burocrazia monstre rispetto ai competitori, dell'incapacità di spendere in maniera efficiente le risorse europee, e di una redistribuzione del reddito lungo la filiera che penalizza pesantemente la produzione di materia prima eppure, l'agroalimentare italiano non è solo uno dei settori più in salute e performanti del Belpaese, ma è anche leader a livello europeo per valore aggiunto. È il quadro che emerge dal "Rapporto sulla competitività dell'agroalimentare italiano" di Ismea, presentata oggi a Roma. Con un valore di 41 miliardi di euro a fine 2017, l'Italia ha raggiunto il suo primato storico e detiene una quota sulle esportazioni agroalimentari dell'Ue (525 miliardi di euro) pari all'8%. Negli ultimi cinque anni le esportazioni italiane del settore sono aumentate del 23%, più di quelle dell'Ue (+16%). E "nei primi 5 mesi del 2018 si cresce ancora, del 3,5%", ha sottolineato il presidente di Federalimentare Luigi Scordamaglia. Il ruolo del made in Italy nelle esportazioni del settore primario europeo emerge chiaramente analizzando le prime cinque voci, per le quali l'Italia è leader. Al Belpaese si deve il 35%-36% dell'export europeo di mele e di uva, il 47% di quello di kiwi, il 61% di quello di nocciole sgusciate, il 35% di quello di prodotti vivaistici. E anche sul fronte della trasformazione l'Italia incide eccome: è il primo esportatore di pasta e di conserve di pomodoro con una quota del 65% circa del valore dell'export Ue, il secondo per vino e olio d'oliva, incidendo rispettivamente per il 27% e per il 23% delle esportazioni europee e, con una quota del 13%, l'Italia è il quarto esportatore Ue di formaggi e latticini. Un successo legato alla passione per la qualità dei prodotti italiani nel mondo, ma anche al mercato nazionale, perché come ricordato dal presidente Ismea Raffaele Borriello, il settore agroalimentare vale "60,4 miliardi di euro di fatturato alla produzione, che sviluppa però un valore aggiunto che tocca i 214 miliardi di euro, se si allarga alla ristorazione, e che vale il 13% del Pil nazionale". Un giro d'affari impressionante, anche grazie ai 160 miliardi di euro che le famiglie italiane spendono per cibo e bevande, voce che assorbe il 15% del loro budget totale.

[Approfondimento su WineNews.it](#)

Focus

La filiera è ricca, gli agricoltori no

Una filiera "ricca", quella dell'agroalimentare italiano fotografata da Ismea, ma con una criticità fondamentale: all'agricoltore puro, quello che produce la materia prima, e non la trasforma, non restano che le briciole. Dall'analisi della catena del valore di Ismea, emerge che su 100 euro destinati dal consumatore all'acquisto di prodotti agricoli freschi, rimangono al produttore come utile solamente 6 euro, contro i 17 euro in capo alle imprese del commercio e del trasporto. Nel caso dei prodotti alimentari trasformati, dove la filiera si allunga, l'utile per l'imprenditore agricolo si contrae ulteriormente, scendendo sotto i 2 euro, al pari di quello realizzato dall'industria alimentare, mentre la quota preponderante del valore è destinata alla fase della distribuzione e della logistica che, prese insieme, trattengono 11 euro. In ogni caso la situazione è in chiaro scuro: secondo Ismea, il reddito reale annuo per unità di lavoro è di 20.000 euro, meglio della media Ue (16.700 euro), ma ben al di sotto dei principali competitor come Francia, Germania e Spagna, dove siamo sui 26.600 euro. Un settore, l'agroalimentare italiano, che si è confermato un argine alla disoccupazione. A fine 2017, ci lavoravano 1,38 milioni di persone, il 5,5% degli occupati in Italia.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



SMS

WineNews su Facebook, da "maggiorenne"

Una pagina per restare sempre aggiornati su ciò che succede nel mondo del wine & food: è quella di WineNews su Facebook che, in poco tempo, è già "maggiorenne". Sul più amato e seguito Social Network dal 12 aprile 2018, ha oltrepassato i 18.000 "Mi piace" da parte dei suoi followers eno-appassionati. Una community che fa parte dell'"ecosistema" digitale dell'agenzia quotidiana di comunicazione sul wine & food nata pionieristicamente per essere solo sul web: on line dal 1 maggio 2000, oggi conta 40.000 visitatori unici al giorno, con la web-tv [www.winnews.tv](#), le newsletter La Prima di WineNews, Italian Weekly WineNews, I Quaderni di WineNews e I Vini di Winenews, e il profilo Twitter (19.100 followers), su una piattaforma completamente "rivoluzionata", online dal 7 giugno 2018.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Cronaca

Basque Culinary Prize 2018 a Jock Zonfrillo

Apprezzato per la difesa della cultura delle popolazioni indigene australiane e per il suo lavoro di salvaguardia della tradizione gastronomica aborigena, ha censito più di 1.200 dei loro ingredienti con la Fondazione Orana, per promuoverne un commercio equo e nuove possibilità di utilizzo, introducendole nei menu del suo ristorante Orana, ad Adelaide, e facendoli conoscere in tv con Nomad Chef: ecco Jock Zonfrillo, chef italo-scozzese, vincitore del Basque Culinary World Prize 2018, oggi nella Modena di Massimo Bottura.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



Wine & Food

Marchi: Montepulciano d'Abruzzo e Vino Nobile di Montepulciano, si riapre la querelle

Il Montepulciano d'Abruzzo diventerà, a breve, marchio registrato: ad annunciarlo, nei 50 anni della Doc del celebre vino abruzzese, il Consorzio Vini d'Abruzzo. Una notizia annunciata trionfalmente, che ha però riaperto la querelle con il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, a tutela della celebre denominazione Toscana, che aveva già registrato il suo marchio, opponendosi all'azione degli abruzzesi. Da un lato, dunque, c'è un marchio dove "Montepulciano" descrive un vitigno, dall'altro uno che indica un luogo di produzione. Due cose diverse e due denominazioni diverse, ma un nome, in parte, comune. E, dal punto di vista del Consorzio toscano, con la registrazione del marchio anche da parte di quello abruzzese, il rischio di fare confusione sul mercato, è più elevato che in passato.

[Approfondimento su WineNews.it](#)



WineNews.tv

Ocm promozione e Comitato Vini, tutto fermo: parlano Unione Italiana Vini e Federvini

Nonostante le rassicurazioni del Ministro delle Politiche Agricole Centinaio, la situazione non si sblocca. A WineNews le parole dei presidenti delle due più importanti rappresentanze del vino made in Italy. Ernesto Abbona (Uiv): "situazione complicata, il tempo passa, è tempo di prendere le decisioni che servono". Sandro Boscaini (Federvini): "è un ritardo che lascia perplessi, una situazione che mette in difficoltà il settore, e avvantaggia i competitor, serve un intervento concreto".

[Approfondimento su WineNews.tv](#)