

COMUNICATI DEL CONSORZIO

REGISTRATO IN CINA DOPO LUNGA FASE ISTRUTTORIA IL MARCHIO CHIANTI

Si porta a conoscenza delle aziende associate che dopo una lunga fase istruttoria legata alla complessità amministrativa delle istituzioni Cinesi si è addivenuti finalmente alla registrazione del marchio CHIANTI translitterato in caratteri cinesi. La registrazione è avvenuta in data 6 luglio 2018.

La translitterazione scelta ha una fonetica molto simile a chianti ed infatti si pronuncia: SHIANDI.

Non c'è un significato globale, ma il risultato è ottimo sia per la fonetica che per le sensazioni positive che evoca: comunque ha un significato positivo il significato del primo carattere è utilizzato quando si svolge una attività a favore di un soggetto terzo, il secondo indica la pace ed il terzo carattere è quello utilizzato

per indicare le radici di un fiore.

Le aziende associate interessate all'eventuale utilizzo sulle proprie etichette del marchio Chianti ne potranno farne richiesta direttamente al Consorzio Vino Chianti docg.

基安蒂

COMITATO NAZIONALE VINI NELLA RIUNIONE DEL 6 SETTEMBRE C.M. NOMINATE LE VARIE COMMISSIONI ED I REFERENTI TERRITORIALI

Si auspica l'avvio urgente dell'esame delle richieste di modifiche dei vari disciplinari accumulate durante a fase di assenza del medesimo Comitato - Il Consorzio Vino Chianti interessato per l'approvazione della modifica al disciplinare di produzione del residuo zuccherino per adeguarlo ai limiti della normativa europea.

Nella riunione del 6 settembre u.s. sono state nominate le otto Commissioni Territoriali con i relativi referenti che riportiamo di seguito. Il Comitato ha anche fissato la data della prossima riunione prevista per il 20 settembre p.v.. Il MIPAAFT ha reso noto che sono 42 le istanze di protezione o modifica dei disciplinari in attesa di valutazione e che a seguito della ritardata nomina del Comitato e alla conseguente mancato esame dei dossier, ha ritenuto opportuno posticipare con Decreto Dirigenziale del 2 agosto 2018, "in via eccezionale e temporanea", limitatamente alla campagna vendemmiale 2018/2019, la tempistica adottata dal Decreto Dirigenziale 23 dicembre 2015. Il provvedimento del 2015 imponeva, infatti, che il decreto di autorizzazione all'"etichettatura transitoria" fosse emanato entro il 1 agosto di ciascun anno se gli operatori intendono applicare le modifiche o utilizzare le nuove DOP IGP dalla

vendemmia successiva. Con DD del 2 agosto 2018 la data del 1 agosto 2018 è stata spostata al 15 novembre 2018, di conseguenza, le pratiche valutate ed approvate dal prossimo Comitato vini del 20 settembre, potrebbero essere operative già da questa vendemmia.

COMMISSIONE AFFARI GENERALI E ASPETTI LEGISLATIVI:

- Sourin Valentina - Presidente;

- Cagiano de Azevedo Ottavio;
- Defilippi Emilio Renato;
- Ferreri Francesco;
- Fiore Rosa;
- Moio Luigi;
- Zari Rosanna.

COMMISSIONE TECNICO NORMATIVA:

- Castelletti Paolo - Presidente
- Castelli Gabriele;
- Esposito Palma;
- La Rocca Marco;
- Mazzoni Alberto;

- Mastrogiovanni Domenico;
- Scienza Attilio.

PIEMONTE - VALLE D'AOSTA - LIGURIA

Defilippi Emilio Renato Referente

LOMBARDIA EMILIA ROMAGNA
Cagiano de Azevedo Ottavio Referente

VENETO - TIRRENIANO A.A. - FRIULI V.G.

Esposito Palma Referente

TOSCANA - UMBRIA
Mazzoni Alberto Referente

LAZIO - CAMPANIA
Castelli Gabriele Referente

MARCHE - ABRUZZO - MOLISE
Alessi Michela Referente

PUGLIA - BASILICATA - CALABRIA
Ferreri Francesco Referente

SICILIA - SARDEGNA
Mastrogiovanni Domenico Referente

INIZIATIVE CONSORTILI PROMOZIONALI ANNO 2018 2° SEMESTRE

Si porta a conoscenza delle aziende appartenenti alla filiera Vino Chianti DOCG di quelle che sono le iniziative promozionali, messe in campo dal Consorzio Vino Chianti, finalizzate alla divulgazione e conoscenza della Denominazione e dei vini nei paesi UE. ed Extra UE. Le iniziative descritte in estrema sintesi, fanno parte del progetto OCM Promozione 2017/2018 e dei Bandi P.S.R. Regione Toscana Misura 3.2 annualità 2016. Come si evince dal nutrito elenco attività, ancorché riferite solo a questo ultimo scorcio del 2018, il Consorzio in un'annata particolarmente difficile dal punto di vista finanziario, è riuscito comunque a mettere in atto un ampio e variegato numero di iniziative.

TABELLA SINTETICA INIZIATIVE CONSORTILI ANNO 2018 – 2° SEMESTRE

EVENTO	PERIODO	LOCALITA'	PROGRAMMA
SCUOLE DEL VINO CHIANTI IN CINA	20 - 21 /09/2018	SHENZHEN	SEMINARIO DI FORMAZIONE SUL VINO CHIANTI PER EDUCARE FIGURE PROFESSIONALI LEGATE AL BRAND
	25 -26/09/2018	GUANGZHOU	SEMINARIO DI FORMAZIONE SUL VINO CHIANTI PER EDUCARE FIGURE PROFESSIONALI LEGATE AL BRAND
	27 - 28/09/2018	SHANGHAI	SEMINARIO DI FORMAZIONE SUL VINO CHIANTI PER EDUCARE FIGURE PROFESSIONALI LEGATE AL BRAND
	29 -30/09/2018	PECHINO	SEMINARIO DI FORMAZIONE SUL VINO CHIANTI PER EDUCARE FIGURE PROFESSIONALI LEGATE AL BRAND
BRASILE + USA	19-24 OTTOBRE 2018	19/10 = SAN PAOLO 22/10 = NEW YORK 24/10 = LAS VEGAS	WALK AROUND TASTING RIVOLTO AD OPERATORI E STAMPA ED INCONTRI B2B TRA IMPORTATORI LOCALI E AZIENDE PARTECIPANTI CON PROPRIA POSTAZIONE. SEMINARIO RIVOLTO A GIORNALISTI E OPERATORI DI SETTORE.
GERMANIA - POLONIA	14-16 NOVEMBRE	VARSAVIA (14.11.2018) AMBURGO (16.11.2018)	EVENTO CON GAMBERO ROSSO
RUSSIA	22/11/2018	MOSCA	EVENTO CON GAMBERO ROSSO
SCUOLE DEL VINO CHIANTI IN CINA	NOVEMBRE - DICEMBRE 2018	PECHINO	SEMINARIO DI FORMAZIONE SUL VINO CHIANTI PER EDUCARE FIGURE PROFESSIONALI LEGATE AL BRAND
	NOVEMBRE - DICEMBRE 2018	SHANGHAI	SEMINARIO DI FORMAZIONE SUL VINO CHIANTI PER EDUCARE FIGURE PROFESSIONALI LEGATE AL BRAND
	NOVEMBRE - DICEMBRE 2018	GUANGZHOU	SEMINARIO DI FORMAZIONE SUL VINO CHIANTI PER EDUCARE FIGURE PROFESSIONALI LEGATE AL BRAND
	NOVEMBRE - DICEMBRE 2018	SHENZHEN	SEMINARIO DI FORMAZIONE SUL VINO CHIANTI PER EDUCARE FIGURE PROFESSIONALI LEGATE AL BRAND

SCUOLA DI FORMAZIONE VINO CHIANTI IN CINA

A settembre e novembre-dicembre avvio dei corsi consortili di formazione per cinesi

Come previsto dal programma OCM promozione annualità 2017/2018, in questa fase finale dell'anno 2018 prenderanno il via, a partire da questo mese di settembre, in quattro città della Cina una serie di 2 cicli di corsi di formazione e educazione, rivolti ai cinesi, finalizzati ad aumentare od introdurre la conoscenza della Denominazione Chianti e del Vino Chianti docg. Queste persone formate avranno poi

la possibilità di diffondere a cascata le conoscenze acquisite in maniera da dare la massima visibilità alle produzioni di vino Chianti ed alla Denominazione. I corsi si sono svolti a partire dalla fine del mese di settembre c.a. e riprenderanno per il secondo e conclusivo ciclo di formazione, per le stesse persone, nel mese di novembre-dicembre 2018. Riteniamo fondamentale far conoscere le specificità del vino

chianti agli operatori ed al popolo dei consumatori cinesi che tendenzialmente amano più i prodotti invecchiati e più rotondi e con un maggior contenuto di residuo zuccherino, affinché procedano a diffondere le conoscenze acquisite ad ulteriori soggetti. Le città interessate, in questo primo anno di attività formativa, ed i dettagli sui corsi, possono essere reperibili sulla tabella sopra riportata.

INIZIATIVE CONSORTILI PROMOZIONALI ANNUALITA' 2018/2019

PRESENTAZIONE PROGETTO OCM PROMOZIONE PER ACCEDERE AI FONDI COMUNITARI

In questi giorni, il Consorzio vino Chianti, sta procedendo alla presentazione del nuovo progetto di attività promozionale finalizzato all'accesso ai fondi comunitari "OCM Promozione" di cui al Reg. UE 1308/2012. Come tutti gli anni trattasi di un progetto complesso ed ambizioso finalizzato a far conoscere il vino Chianti docg e più in generale la Denominazione in mercati nuovi ed in quelli più strutturati, dove rispettivamente dobbiamo acquisire posizioni di rilievo oppure conservare i livelli già raggiunti. Anche in questo progetto i mercati orientali che promettono le maggiori performance, costituiscono il nucleo principale della progettazione che dovrà comunque essere approvata e finanziata dalla Regione Toscana e, ad oggi non sappiamo da quali date le attività proposte potranno essere messe in atto. I paesi e le attività contenute nel progetto 2018/2019, sono riassunte nella seguente tabella, tenendo presente che i progetti presentati, per opportunità, saranno due e sempre per opportunità i progetti saranno presentati da un'Associazione Temporanea d'Impresa - A.T.I. -, con capofila il Consorzio Vino Chianti, costituita ad hoc con i Consorzi del Chianti Rufina, del Chianti Colli Fiorentini e del Chianti Colli Senesi. Teniamo sottolineare che anche per l'annualità 2018/2019 saranno confermate le cosiddette "Scuole del Chianti" finalizzate a formare operatori ed esperti nella conoscenza del vino Chianti docg e della Denominazione Vino Chianti, in modo da costituire una cinghia di trasmissione e diffusione delle conoscenze acquisite e far sviluppare la presenza del vino chianti docg in Cina. In particolare, anche se alcune date saranno definite in seguito, abbiamo progettato:

PAESE	CITTA'	Data/periodo	TIPO DI EVENTO
MESSICO	CITTÀ DEL MESSICO	Da definire	Workshop + seminario + incontri B2B
GIAPPONE	TOKIO	Novembre 2019	Workshop + seminario + incontri B2B
VIETNAM	HO CHI MINH	Da definire	Workshop + seminario + incontri B2B
RUSSIA	MOSCA	Giugno 2019	Workshop + seminario + incontri B2B
RUSSIA	SAN PIETROBURGO	Giugno 2019	Workshop + seminario + incontri B2B
CINA	CANTON	03/05 giugno 2019	Partecipazione fiera Interwine
CINA	PECHINO/QUINDAO	Da definire	n. 2 Roadshow
CINA	4 NUOVE CITTA'	Da definire	Scuola formazione "Vino e Denominazione Chianti docg" 2 cicli di seminari



ACCORDI BILATERALI FRA UNIONE EUROPEA E STATI EXTRA U.E.

BREXIT: BARNIER SOLLECITA IL REGNO UNITO A PRENDERE UNA POSIZIONE CHIARA SULLE I.G

Il Capo Negoziatore in ordine alla "Brexit" per l'U.E., Michel Barnier, ha invitato il Regno Unito a considerare il destino delle Indicazioni Geografiche dopo la Brexit, nel corso dei colloqui tra le delegazioni U.E. tenutesi a Bruxelles il 31 agosto. Nel suo ultimo Libro bianco sulla Brexit, pubblicato a luglio, il Governo britannico ha dichiarato che stabilirà un **"insieme di regole chiare e semplici sulle I.G. e una protezione continua per le I.G. britanniche nel Regno Unito", non garantendo pertanto i diritti delle I.G. degli altri Stati membri dell'Unione in UK.** Barnier ha manifestato la

sua "preoccupazione" circa il futuro delle 3000 I.G. attualmente protette nell'U.E. in un Regno Unito post-Brexit, ribadendo altresì che la posizione dell'Unione è chiara e prevede che il recesso **"non debba comportare la perdita dei diritti di proprietà intellettuale esistenti"** e che **"dobbiamo proteggere l'intero stock delle IG"**. Per Barnier tale **"protezione è un obbligo internazionale e, poiché è una delle materie oggetto della separazione, deve essere chiarita nell'accordo di ritiro"**. Anche oriGIn, alleanza globale delle I.G., ha rilasciato una dichiarazione in

tal senso, affermando che il futuro delle Indicazioni Geografiche nell'U.E. e, nel Regno Unito, deve essere risolto per garantire **"la massima conservazione dei diritti e la minima interruzione degli scambi"** dopo Brexit. OriGIn ricorda come, nel negoziato tra le Parti, un mancato accordo o un accordo senza garanzie per D.O.P. e I.G.P. U.E., nel Regno Unito, **"sarebbe negativo per le imprese e i consumatori"** e **"potrebbe innescare azioni legali nei tribunali britannici da parte dei consorzi per cercare compensi per i danni che subirebbero"**.

IL CAPO NEGOZIATORE DELL'UE AGGIORNA LA SOCIETÀ CIVILE SULLO STATO DEI NEGOZIATI CON IL BLOCCO COMMERCIALE DEL MERCOSUR

Giovedì 6 settembre u.s., la Commissione europea ha tenuto un incontro con i rappresentanti della società civile sullo stato dei negoziati commerciali tra l'UE e il Mercosur, l'organismo internazionale che rappresenta l'Argentina, il Brasile, il Paraguay e l'Uruguay. Nel corso della riunione, il Capo Negoziatore e Direttore Generale aggiunto per il commercio, Sandra Gallina, ha presentato brevemente i progressi compiuti finora nei negoziati. Gallina ha ricordato che le delegazioni negoziali dell'U.E. e del Mercosur si sono incontrate a Bruxelles dal 9 al 17 luglio per un intero ciclo di negoziati, ed in seguito per una riunione ministeriale il 18 e 19 luglio. Gli incontri, hanno permesso una valutazione complessiva dei progressi raggiunti finora. È sta-

to inoltre confermato il forte impegno politico di entrambe le Parti a raggiungere un accordo, sebbene resti ancora del lavoro da fare e delle differenze tuttora da colmare in diversi settori, ivi incluso quello relativo alle Indicazioni Geografiche. Le soluzioni per tutelare gli interessi dell'U.E. in tali ambiti sono ancora in sospeso e le relative problematiche dovranno essere affrontate per consentire una conclusione positiva del processo negoziale. I gruppi negoziali dell'U.E. e del Mercosur si sono incontrati in Uruguay, dal 10 al 14 settembre. L'U.E. è impegnata a concludere con successo un accordo ambizioso ed equilibrato con il Mercosur, non appena si concretizzeranno le condizioni necessarie.

ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO ITALIA

Osservatorio del vino uiv-ismea: vendemmia buona, produzione a 49 milioni di ettolitri, +15% sul 2017

*"Una buona vendemmia che permetterà al settore vitivinicolo italiano di riprendersi dopo un anno difficile. La produzione è stimata in **49 milioni di ettolitri**, con un **incremento del 15% rispetto ai 42,5 milioni dello scorso anno**, che riavvicina l'Italia alle medie pre-2017. Una crescita produttiva rilevante che delinea un quadro nel complesso positivo seppur con qualche criticità, in particolare al Sud, influenzato da un'estate segnata dalla piovosità consistente che ha messo in difficoltà i produttori di alcune regioni. La viticoltura italiana, in larga parte, ha saputo affrontare questo biz-*

zarro andamento stagionale con attenzione, tempestività e professionalità, consentendo al nostro Paese di confermare anche quest'anno la propria leadership produttiva a livello mondiale". Queste le previsioni vendemmiali elaborate da Unione Italiana Vini e Ismea, per l'Osservatorio del Vino, presentate al Ministero delle Politiche Agricole Alimentari Forestali e del Turismo, insieme al "padrone di casa", il Ministro delle Politiche Agricole Alimentari Forestali e del Turismo Gian Marco Centinaio, a Raffaele Borriello, Direttore Generale Ismea ed a Ignacio Sanchez Recarte,

Segretario Generale del Comité Européen des Entreprises Vins, moderati da Paolo Castelletti, Segretario Generale di Unione Italiana Vini.-



CORRONO I CONSUMI INTERNI DI WINE & SPIRITS ACQUISTATI ONLINE

I primi dati 2018, sugli acquisti del food & grocery, nel canale di *Trovaprezzi.it*, comparatore di prezzi online leader in Italia, confermano l'ottimo andamento online della categoria, che già nel 2017 aveva registrato un +37% rispetto all'anno precedente ed adesso, secondo le previsioni, punta a superare gli 800 milioni di euro, entro fine anno. A farla da padrone è il comparto enogastronomico, con una fetta che copre quasi il 40% del totale delle vendite. Numeri particolarmente positivi arrivano proprio dal mondo wine & spirits nel quale la pre-

visione di crescita è non solo ottima ma costante: si stima al termine del prossimo quinquennio una spesa di oltre 200 milioni l'anno. 123 euro è l'importo dello scontrino medio stimato da *Origini.it*, e-shop dedicato alla vendita di vini pregiati online del gruppo di *Trovaprezzi.it*. Gli uomini che acquistano vino online sono mediamente il doppio delle donne (65,9% contro 34,1%), vivono principalmente nei grandi centri urbani delle Regioni del Centro-Nord (60%), e la metà di loro ha tra i 25 ed i 44 anni.

ITALIA ULTIMA IN EUROPA PER CONSUMI MA PRIMA NEL MONDO PER SPESA ALIMENTARE

L'Italia del 2017 resta il fanalino di coda in Europa per i consumi, in calo rispetto al 2010 di oltre il 2% (-2,2%) a fronte di un solido +12,7% tedesco, di un +10,2% francese e di una sostanziale stabilità spagnola (0,1%). Anche nell'ultimo anno il dato italiano (+0,7%) è il più basso tra le grandi economie europee. Sono numeri "non incoraggianti" che emergono dal *Rapporto Coop 2018*, presentato a Milano. **Gli italiani, tuttavia, si confermano primi in Europa e nel mondo per spesa alimentare (è il 19% la quota di spesa destinata a cibo e bevande, il massimo dell'ultimo decennio), privilegiando l'acqui-**

sto di frutta e verdura. Ciò nonostante, dopo un 2017 molto positivo (anche grazie all'effetto meteo), il primo semestre del 2018 presenta una crescita molto debole (+0,6%) a valore, con un'inflazione del +1,1%, con un netto spostamento a favore dei cibi freschi (+5,4% nel primo semestre) e confezionati (+2%). Il fenomeno del momento in fatto di cibo è sicuramente il "ready to eat" (pronto da mangiare). Non è un caso che, tra i carrelli, il pronto faccia registrare un +6% e che l'e-food sia sempre più un'alternativa diffusa tra gli italiani. Solo nei primi tre mesi del 2018, 3,5 milioni di italiani (+80% ri-

spetto al 2017) sono ricorsi al food delivery, +34% gli acquisti alimentari online nei primi 6 mesi dell'anno. Modernità che va ancora una volta di pari passo con la tradizione, il senso di appartenenza che continua a indirizzare i consumatori italiani verso prodotti italiani (+3%), privilegiando i piccoli brand (+4,3%) alla grande marca. Solo l'apposizione della scritta "100% italiano" fa schizzare le vendite di un +9%. Il salutismo, trend vincente degli ultimi anni a tavola, mostra i primi segni di rallentamento, mentre prosegue la crescita del bio (una famiglia su tre acquista biologico abitualmente).

5

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO UNIONE EUROPEA

L'EUROPA DEL VINO TORNA ALLA NORMALITÀ: DALLA FRANCIA ALLA SPAGNA PRODUZIONE IN CRESCITA

"In generale tutti i Paesi europei stanno recuperando i propri standard produttivi. In Francia la crescita sarà di quasi il 30% sul 2017, la Spagna dovrebbe recuperare il 20%, ma anche la Germania è in crescita del 30% sull'ultima vendemmia. L'unico Paese che non vivrà questa crescita spettacolare è il Portogallo, ma solo perché un anno fa non aveva subito il crollo degli altri Paesi: sarà un'annata positiva, con tutti i maggiori produttori vicini al loro potenziale produttivo". Sono le parole di Ignacio Sanchez Recarte, Segretario Generale del Co-

mité Européen des Entreprises Vins, intervenuto a Roma all'evento di presentazione delle previsioni vendemmiali elaborate dall'Osservatorio del Vino UIV-Ismea. Crescita, ha aggiunto Recarte, che non dovrebbe necessariamente ripercuotersi sul mercato, i cui prezzi, data anche la scarsità di riserve disponibili, si prevedono stabili. Il Segretario Generale del CEEV ha infine ricordato quanto sia importante il supporto dell'Europa, assicurato attraverso le misure promozionali dell'OCM, per agevolare le esportazioni di vino del continente.

LA COMMISSIONE EUROPEA NOMINA IL NUOVO DIRETTORE GENERALE DEL DIPARTIMENTO PER LA SALUTE E LA SICUREZZA ALIMENTARE

Anne Bucher, attuale Presidente del comitato per il controllo normativo della Commissione, assumerà la responsabilità della Direzione Generale per la Salute e la Sicurezza alimentare (DG SANTE) della Commissione a far data dal 1° ottobre.

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

I DIECI PIÙ IMPORTANTI DISTRIBUTORI DI VINO NEGLI STATI UNITI

Per il secondo anno *Wines & Vines* ha pubblicato la sua classifica dei più importanti distributori di vino locale degli Stati Uniti stilata dal gruppo di ricerca di *Wines Vines Analytics*. La posizione nel ranking è attribuita secondo criteri come: il numero o il prestigio delle cantine rappresentate, il fatturato, il numero degli stati coperti e la percentuale di consumatori raggiunta. Rispetto allo

scorso anno, nulla cambia nelle prime cinque posizioni, dove troviamo Southern Glazer's Wine & Spirits, Republic National Distributing Co, Breakthru Beverage, Young's Market Co. e Johnson Brothers Liquor Co.. Ognuno di questi distributori, anche grazie ad operazioni di M&A, ha incrementato il numero delle cantine rappresentate. La prospettata fusione tra Republic National

Distributing Co e Breakthru Beverage, annunciata nel novembre 2017 ed ancora in attesa di approvazione, potrebbe però sconvolgere gli equilibri nel prossimo futuro.



NEI PRIMI SETTE MESI 2018, LE SPEDIZIONI ITALIANE VERSO GLI USA AL +7,5% IN VALORE

L'Italia mantiene la prima posizione fra i Paesi fornitori di vino del mercato statunitense nei primi sette mesi 2018, tallonata, sempre più da vicino, dalla Francia che continua a far registrare ragguardevoli incrementi sia in quantità che in valore. Nel periodo esaminato dall'*IWFI-Italian Wine & Food Institute*, sulla base dei dati ufficiali dell'U.S. Department of Commerce, l'Italia è passata da 1,497 milioni di ettolitri dei primi sette mesi del 2017, per un valore di 779,09 milioni di dollari, a 1,489 milioni di ettolitri, per un valore di 837,53 milioni di dollari dei primi sette mesi del 2018, con una riduzione del -0,5% in quantità e un incremento del +7,5% in valore. Numeri a cui vanno aggiunti quelli degli spumanti, le cui spedizioni sono passate da 362.640 ettolitri, per un valore di 189,5 milioni di dollari, dei primi sette mesi del 2017, a 425.130 ettolitri, per un valore di 240,33 milioni di dollari dei primi sette mesi 2018, con aumento del +17,2% in quantità e del +26,8% in valore. La quota di mercato dei vini importati dall'Italia è risultata pari al 28,6% in quantità e al 31,5% in valore. Nel complesso, le importazioni statunitensi nel periodo sono ammontate a 5,19 milioni di ettolitri, per un valore di 2,654 miliardi di dollari, contro i 5,59 milioni di ettolitri, per un valore di 2,45 miliardi di euro dello stesso periodo del 2017, con una riduzione del -7% in quantità e un incremento del +8,3% in valore. La contrazione nel totale delle importazioni è conseguente ad una generalizzata riduzione dei volumi delle importazioni dai principali paesi fornitori del mercato Usa, con un -24,6% per l'Australia, -18,3% per l'Argentina, -16% per la Germania, -8,2% per il Cile, -5,6% per la Spagna e -0,5% per l'Italia. In controtendenza positiva, invece, Francia (+13%), Nuova Zelanda (+8%) e Portogallo (+6,7%).

LA CAMPAGNA ICE PER CONQUISTARE LA CINA

Ha preso il via, ufficialmente il 6 settembre c.m., in Cina *"ITALian Wines: Taste the passion"*, campagna di promozione del vino italiano da due milioni di euro firmata ICE-Ita Italian Trade Agency, finanziata dal Ministero dello Sviluppo Economico, in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia in Cina, le associazioni (Federvini, Uiv e FEDERDOC) e Vinitaly. A Pechino, nel nuovo auditorium della musica, andrà in scena una serata con 70 giornalisti e 20 key opinion leaders, alcuni dei quali in diretta streaming, per un target di 20 milioni di persone, sul palco da cui verrà lanciata la nuova campagna imperniata sugli asset valoriali del vino italiano. Dal giorno successivo, il video promozionale girerà anche nei centri commerciali e poi dal 9/9 ci sarà una serie di giochi online con cui creare engagement con il pubblico, con in palio bottiglie di

vino italiano. L'obiettivo fissato dei 230 milioni di contatti si basa su una stima di un universo totale di 320 milioni di cinesi che comprano vino imbottigliato ed importato, residenti nei principali centri urbani del Paese, ossia Pechino, Shanghai, Canton e Chengdu, da cui partirà la campagna. Il target non è poi troppo differente da quello di altri mercati: Millennials, Generation X, medium ed high spender rappresentano i driver della domanda, saranno loro i profili obiettivo sui principali social cinesi, ossia WeChat e Weibo. Nei primi 4 mesi, tra settembre e dicembre, verranno investiti 500.000 euro, ed il target da raggiungere è di 83 milioni di persone, di cui 45 milioni digital, attraverso il coinvolgimento di 11 key opinion leaders, posto che i due terzi dei wine lovers dichiarano di lasciarsi influenzare dai post degli influencer cinesi.



NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

VIA ALLA PARTNERSHIP ICE-ALIBABA
PER VALORIZZARE IL MADE IN ITALY ONLINE

Favorire l'export delle imprese italiane sostenendo la diffusione dei prodotti, parallelamente alla cultura del made in Italy in Cina, attraverso l'innovazione digitale: ecco gli obiettivi della partnership tra l'Agenzia ICE e Alibaba Group, leader del commercio elettronico nel Dragone, presentata a Milano. Il primo "piano-Paese" integrato di marketing, a supporto delle imprese italiane sui canali e-commerce del gruppo, prevede

l'apertura su Tmall del padiglione virtuale *helloITA*, dedicato sia alle aziende italiane, già operative sul marketplace diretto Tmall e su quello cross-border Tmall Global, che a realtà esordienti che intendono espandere la propria presenza sul mercato cinese. Fondamentale, ovviamente, il ruolo delle aziende, a partire da quelle del vino, rappresentate da alcuni dei brand più forti sui mercati esteri.

BIOLOGICO

IN ITALIA IL 15% DELLA SUPERFICIE È COLTIVATA A BIOLOGICO

Dal 2010 ad oggi, oltre 800mila ettari, in Italia, sono stati convertiti al biologico, con una crescita percentuale negli ultimi sette anni del 71%. Il biologico in Italia viene attualmente coltivato sul 15,4% della superficie agricola nazionale. Sono i dati diffusi dal Ministero delle Politiche

agricole all'inaugurazione del SANA, il salone del biologico e del naturale di Bologna. Con 1,9 milioni di ettari (+6,3% rispetto al 2016) ed oltre 75.000 imprese (+5,2% sul 2016) nel 2017, l'Italia conferma di essere uno dei principali paesi in Europa per questo tipo di coltivazione.

OSSERVATORIO SANA 2018: NUMERI E PECULIARITÀ DEL BIO ITALIANO

Donna (genere prevalente per il 79% degli intervistati), di un'età compresa tra i 35 e i 45 anni (50%), con figli di meno di 12 anni (43%), di reddito medio-alto (78%) ed *heavy-user* bio (la cui spesa alimentare, cioè, è composta dall'80% al 100% da cibi biologici), che sceglie i prodotti in base ad un particolare stile di vita (*free from/veg/light*) e che sviluppa un rapporto di fiducia con il proprio rivenditore, visitando il punto vendita almeno una volta a settimana. Questo è l'i-

dentikit del consumatore italiano che emerge dalla survey realizzata da Nomisma, con il patrocinio di Federbio e Assobio, per l'Osservatorio SANA 2018, svolta su un campione di 200 punti vendita del canale specializzato in prodotti bio. Alcuni dati dell'indagine realizzata: con 1437 unità raggiunte nel 2017, i negozi specializzati sono il 13% in più rispetto al 2013 e il 111% in più rispetto al 1993 (fonte: BIOBANK). Di questi, il 60% è concentrato nel nord Italia e il 45% ha aperto nell'ul-

timo decennio. In Italia, il canale specializzato bio (relativo alla categoria food&beverage) ha realizzato nel 2017 vendite per 865 milioni di euro, segnando per la prima volta una battuta d'arresto (-3% rispetto al 2016). Frenata riconducibile per lo più al rafforzamento della Grande Distribuzione nel segmento bio. Per quanto riguarda l'assortimento, un punto vendita specializzato propone complessivamente 2.000 referenze, di cui il 79% rappresentate dai prodotti F&B confezionati.

VENDITE BIO:
È BOOM ANCHE NEL 2018

Dopo la crescita record del 2017, il primo semestre di quest'anno fa registrare un'altra importante progressione della spesa di alimenti e bevande biologiche. Secondo le elaborazioni di Ismea, presentate in occasione della Fiera SANA di Bologna, all'aumento di quasi il 10% messo a segno lo scorso anno ha fatto seguito un più 6,5% nel 2018, evidenziando il forte appeal di un comparto che attira sempre più consumatori, aziende agricole e trasformatori. La continua crescita dei consumi negli ultimi anni è il segno che il biologico è entrato stabilmente nelle abitudini alimentari di molti italiani e non è più una nicchia di mercato o una moda del momento, come testimonia anche il cre-

scente spazio sugli scaffali del mass market. In media, nove famiglie italiane su dieci, hanno acquistato almeno un prodotto bio durante lo scorso anno, ed è soprattutto il settentrione a trainare i consumi del comparto. Tra i prodotti prevalgono frutta, ortaggi e derivati dei cereali. Avanzano i vini, con un balzo in avanti del +21,6%, sebbene in corrispondenza di quote di mercato ancora molto esigue. In relazione ai canali di vendita, permane la leadership della G.d.o, in un contesto fortemente dinamico per i discount (+42% l'incremento del fatturato). Cede il 3% l'aggregato "altri canali" in cui converge commercio tradizionale, cash&carry, grossisti, porta a porta, ed e-commerce.

BIO BANK 2018:
IN CRESCITA I RISTORANTI BIOLOGICI.
AUMENTANO GLI E-COMMERCE

Crescono nel periodo 2013-2017 i ristoranti bio, passati da 350 a 556, con una crescita del 58,9%. Seguono i 1.437 negozi specializzati di alimenti bio (+12,5%), le 1.311 mense scolastiche (+6,1%), i 238 mercatini (+3%), mentre le 2.879 aziende con vendita diretta crescono appena dell'1,5%. In calo gli agriturismi a quota 1.497 (-4,5%) e i gruppi d'acquisto solidale a 813 (-8,3%). In aumento gli e-commerce di alimenti bio, passati dai 147 del 2013 ai 344 del 2017, con una crescita del 134%. L'analisi di mercato emerge dal *Rapporto BioBank 2018*. La classifica delle regioni leader per numero assoluto di attività bio nel 2017 riconferma la Lombardia con 1.417 attività, prima per numero di gruppi d'acquisto, negozi, mense, aziende ed e-commerce di cosmesi. Al secondo posto ancora l'Emilia-Romagna con 1.312 attività, che primeggia con vendita diretta, mercatini, e-commerce di alimenti e ristoranti. Al terzo la Toscana con 1.126 realtà e regina degli agriturismi.

TECNICO

DIFESA DELLA VITE: CREATO NUOVO METODO DI RILEVAMENTO DELLA FILOSSERA

Un nuovo metodo di rilevamento, denominato "metodo DNA", è stato messo a punto grazie ad un progetto di ricerca australiano attraverso l'utilizzo della tecnica qPCR (reazione a catena del-

la polimerasi quantitativa) per il rilevamento e la quantificazione della fillossera. Il suo impiego sarà integrato nel protocollo diagnostico nazionale per la lotta alla fillossera.

Anche le piante ottenute da "mutagenesi" sono ogm: LA SENTENZA DELLA CORTE DI GIUSTIZIA UE

La mutagenesi è un insieme di tecniche che consentono di modificare il genoma di una specie vivente senza inserire DNA estraneo. Tali tecniche

hanno consentito di sviluppare varietà di sementi resistenti a erbicidi selettivi. Ora, una sentenza pronunciata dalla Corte di Giustizia UE, stabilisce che

anche gli organismi vegetali ottenuti attraverso mutagenesi sono da considerare Ogm, e come tali vanno regolamentati e trattati.

SITO INTERNET CONSORZIO VINO CHIANTI

INSERIMENTO AZIENDE ASSOCIATE SU SITO INTERNET

Si desidera ricordare che sul sito internet è presente un'area "Aziende" dove le Aziende Associate possono comparire a titolo gratuito. È possibile richiedere la modulistica da compilare ed eventuali ulteriori informazioni, attraverso la e-mail segreteria@consorziovinochianti.it appositamente dedicata a questo tipo di comunicazioni.

Le aziende già presenti potranno invece inoltrarci, previo controllo delle informazioni già presenti, eventuali aggiornamenti al profilo aziendale già pubblicato.

AREA RISERVATA ALLE AZIENDE ASSOCIATE

Si ricorda anche dell'area riservata ai soci: la pagina in questione permetterà all'azienda registrata, di accedere a tutta una serie di dati, elaborazioni, grafici relativi all'andamento del vino Chianti docg, ai prezzi medi dello stesso, alle fascette, eccetera.

Modalità ed istruzioni per la richiesta delle credenziali per l'accesso

all'area di cui sopra potranno essere richiesti all'Ufficio Segreteria del Consorzio.

COMUNICAZIONE SOCIAL

Come noto, a fronte dell'accresciuta importanza comunicativa del web, il Consorzio Vino Chianti ha deciso di dedicare una rinnovata attenzione alla cura ed alla produzione di contenuti digitali destinati al nostro sito ufficiale ed alle nostre pagine sui social network. Le sole Aziende presenti sul sito consortile possono quindi inviare a stretto giro e-mail a segreteria@consorziovinochianti.it anche materiali audio-visivo (documenti, immagini, filmati, foto d'epoca etc.) utili per la creazione di articoli e contenuti editoriali tali da aumentare la diffusione nel mondo del web delle peculiarità aziendali e dei prodotti, oltreché permettere una sempre maggiore presenza della Denominazione nella comunicazione.

Attraverso questo nuovo approccio agli strumenti della comunicazione sociale, che auspichiamo sia condiviso, le aziende potran-

no, senza oneri aggiuntivi, contare sulla cassa di risonanza che il Consorzio Vino Chianti attiverà attraverso questa rinnovata iniziativa, aumentando il livello di visibilità sulla rete con un minimo sforzo.

Contiamo quindi che da parte delle Aziende associate ci sia un rinnovato interesse ad essere presenti, prima sul nostro sito ed in seconda battuta, ad essere parte attiva nello scambio di notizie, aneddoti, foto, filmati aziendali, tali da ottenere il massimo di accessi al sito aziendale e consortile. L'Ufficio Comunicazione è a disposizione per fornire informazioni in merito. Coloro che vogliono già prendere visione del lavoro fatto nei trascorsi mesi, possono visitare i profili Facebook (Consorzio Vino Chianti), Instagram ([consorziovinochianti](https://www.instagram.com/consorziovinochianti)), Twitter (@chiantidocg), nonché il sito stesso www.consorziovinochianti.it.

Ricordiamo che tutte le iniziative sopra descritte sono a titolo gratuito per tutte le aziende associate.

Consorzio
Vino Chianti

Fondato nel 1967

Viale Belfiore, 9 - 50144 FIRENZE
Tel. 055 333600 - Fax 055 333601
E-mail: info@consorziovinochianti.it
<http://www.consorziovinochianti.it>

L'Informatore del **CHIANTI**

MENSILE DI INFORMAZIONE TECNICA ECONOMICA VITIVINICOLA TRADIZIONE E CULTURA

del Consorzio Vino Chianti Fondato nel 1967

Direttore responsabile: Marco Alessandro Bani - Direzione, Redazione, Impaginazione, amministrazione:
Viale Belfiore, 9 - 50144 FIRENZE - Tel. 055 333600 - Fax 055 333601
E-mail: info@consorziovinochianti.it - <http://www.consorziovinochianti.it>
Stampa: ST.G.R.

Registro Tribunale di Firenze - n. 1810 - 16/02/1967