

COMUNICATI DEL CONSORZIO

**WINE ART A FIRENZE, DOMENICA 24 SETTEMBRE 2020-1.500 PERSONE PER L'EVENTO CHE HA UNITO VINO E ARTIGIANATO**

1500 persone, a ingressi scaglionati e nel rispetto delle norme sanitarie, in tre luoghi d'eccezione per la prima edizione di Wine Art. Un successo per un evento unico nel suo genere, che ieri ha portato allo Chalet Fontana, al Semiottagono delle Murate e a Palazzo Budini Gattai le eccellenze toscane: i manufatti di 15 artigiani, i vini pregiati di 9 cantine del Chianti e il menù ideato per l'occasione dalla chef Enrica Della Martira. L'iniziativa (a ingresso gratuito) è stata organizzata da Confartigianato Imprese Firenze in collaborazione con Consorzio Vino Chianti e Cna Firenze Metropolitana con il contributo della Camera di Commercio di Firenze e della Fondazione CR Firenze.

Hanno partecipato anche l'assessore al Turismo del Comune di Firenze, Cecilia del Re, e l'assessore alla Attività produttive, Federico Gianassi

Con il contributo di  
FONDAZIONE CR FIRENZE  
Chianti.  
Confartigianato Imprese FIRENZE  
CNA FIRENZE Metropolitana  
Camera di Commercio Firenze  
1770-0020

**WINE ART**  
27 SETTEMBRE 2020  
10.00 - 21.00  
LE ECCELLENZE  
DELL'ARTIGIANATO E DEL VINO  
INSIEME

Chalet Fontana  
Viale Galileo 7, Firenze

Semiottagono Murate  
Piazza Madonna della Neve 8, Firenze

Palazzo Budini Gattai  
Via dei Servi 51, Firenze

MENÙ DI DEGUSTAZIONE A CURA DI  
ENRICA DELLA MARTIRA

Evento gratuito

NORMATIVA E COMUNICATI

**MODIFICHE AL TESTO UNICO**

Come già comunicato a mezzo circolare n° 61/2020 del 2 ottobre c.m., in data 16 settembre 2020 è entrata in vigore la Legge 11 settembre 2020 n. 120 "Conversione in legge, con modificazioni del decreto-legge 16 luglio 2020, n. 76, recante misure urgenti per la semplificazione e l'innovazione digitale".

La legge è intervenuta modificando anche alcuni articoli del TU vino, ed in particolare:

- *modifica dei criteri per il riconoscimento della DOCG, rendendoli più restrittivi;*
- *anticipo del periodo vendemmiale al 15 luglio, anziché al 1° agosto di ogni anno;*
- *impossibilità di indicare in etichetta la menzione "Riserva" su i vini novelli;*
- *abrogazione dell'obbligo di assumere qualifica di Pubblica sicurezza per gli agenti vigilatori dei Consorzi di tutela.*
- *abolizione obbligo di riportare sui dispositivi di chiusura dei contenitori inferiori ai 60 litri, in maniera indelebile e ben visibile del nome, ragione sociale o marchio registrato dell'imbottigliatore o in alternativa del codice identificativo attribuito da I.C.Q.R.F.*

## COMUNICATI DEL CONSORZIO

## ACCORDO ICQRF, MIPAAF E SOGIN PER UNA MAGGIORE TRACCIABILITÀ DEI PRODOTTI AGRICOLI ED AGROALIMENTARI

Sviluppare un processo per la tracciabilità dei prodotti agricoli ed agroalimentari in base alla presenza di isotopi naturali al loro interno. È questo l'obiettivo che si pone l'accordo di collaborazione tra l'Icqrf, l'Ispettorato Repressione Frodi del Ministero delle Politiche Agricole, e la Sogin, la Società Gestione Impianti Nucleari, siglato alla presenza del Sottosegretario Giuseppe L'Abbate. I due enti, infatti, intendono avviare ricerche sperimentali per l'applicazione delle tecniche di derivazione nucleare, per verificare l'accuratezza e l'effettività dei requisiti relativi all'origine dei prodotti agricoli ed agroalimentari.

## OCM VINO - MISURA "PROMOZIONE SUI MERCATI DEI PAESI TERZI": PUBBLICATO L'AVVISO PER LA PRESENTAZIONE DEI PROGETTI CAMPAGNA 2020/2021 - IL CONSORZIO HA CHIESTO CHE VENGANO INSERITE LE CLAUSOLE DI ELASTICITÀ INTRODOTTE NEI PROGETTI OCM 2019/2020

Il Mipaaf ha pubblicato l'atteso Decreto direttoriale del 30 settembre 2020 n. 9193815, recante "OCM Vino - Misura Promozione sui mercati dei Paesi terzi - Avviso per la presentazione dei progetti campagna 2020/2021", con relativi allegati. I fondi destinati alla promozione in Italia ammontano a circa 100 milioni, ripartiti tra Ministero delle Politiche Agricole, 30%, e Regioni e Province autonome, 70%. **L'avvio delle attività di promo-**

**zione per l'annualità 20/21 è prevista il 1° aprile 2021. La scadenza per la presentazione dei progetti nazionali è fissata al 23 novembre 2020, mentre la scadenza per il termine delle istruttorie da parte del Ministero e delle Regioni e Province autonome per i progetti nazionali, regionali e multiregionali è fissata al 20 gennaio 2021. Si attendono le istruzioni operative della Regione Toscana.**

## DL AGOSTO. DECISA LA DESTINAZIONE DEL TESORETTO DA 60 MLN: MENO DI 10 A DOP E IGP. CONFERMATO BONUS RISTORAZIONE. NO AD ABOLIZIONE CONTRASSEGNO SU ALCOLICI IN ITALIA

E' trasformato nella Legge n° 126 del 13 ottobre 2020 il cosiddetto Decreto Agosto (l. 104/2020), Provvedimento che stabilisce la destinazione finale degli oltre 61 milioni di euro (su 100 disponibili) non utilizzati dal settore vitivinicolo italiano per la riduzione volontaria della produzione di uve per la campagna 2020. La maggior parte dei 61,34 milioni di euro complessivi, pari a 51,8 milioni di euro, **andrà alla misura dell'esonero contributivo (a carico dei datori di lavoro), mentre gli altri 9,52 milioni di euro sono destinati al sostegno dei vini Dop e Igp**, con misure specifiche e criteri di assegnazione che dovranno essere ulteriormente definiti attraverso un successivo decreto attuativo. La scelta del Governo era stata anticipata in settimana dalla Ministra Teresa Bellanova,

intervenuta alla Milano wine week: "Cinquanta milioni saranno utilizzati per l'esonero straordinario dei contributi previdenziali e assistenziali anche per vini ha detto "e gli altri 10 milioni saranno a disposizione per Dop e Igp". Tutte le risorse dovranno essere spese entro il 2020. **I DUBBI DELLA FILIERA:** la filiera vitivinicola, che nell'ultimo incontro con il Mipaaf non era andata all'unisono su come usare queste risorse (e che attendeva di essere interpellata una seconda volta dalle istituzioni), non si è espressa ufficialmente. Ma trapela un po' di malumore, dal momento che tramonta, innanzitutto, l'ipotesi di una maxi-distillazione dei vini Dop e Igp invenduti, che era stata chiesta da alcune sigle sindacali (tra cui l'Uiv e la Federdoc), e tramonta anche l'ipotesi di destinare i fondi in-



## COMUNICATI DEL CONSORZIO

teramente a misure di promozione e marketing (come auspicava l'Alleanza delle cooperative, che si dice comunque soddisfatta). Probabilmente, il Mipaaf, considerati i tempi stretti per spendere i soldi (entro dicembre), è andato sul sicuro scegliendo la via più breve. In ogni caso, Bellanova, per rassicurare i delusi, ha aggiunto, sempre dalla Milano wine week, che "nella legge di Bilancio ci sarà tempo per altri interventi". **L'HORECA: confermato il bonus ristoranti da 600 milioni** di euro nel Decreto Agosto. La filiera dell'Horeca, danneggiata dagli effetti economici della pandemia

da Coronavirus, può respirare. Il bonus è riservato a ristoranti, mense e catering che potranno disporre di contributi a fondo perduto da spendere per produzioni di filiere agricole e alimentari del territorio, comprese quelle Dop, Igp e i prodotti vitivinicoli. **Il testo del Decreto consente anche ai ristoranti delle aziende agricole la possibilità di fruire del contributo.** Tra le altre misure, viene incrementato di 10 milioni di euro il Fondo di solidarietà nazionale per le aziende danneggiate dalle eccezionali gelate tra 24 marzo e 3 aprile 2020.

## PROMOZIONE. NASCE IL TAVOLO TECNICO DEL VINO - MINISTRO BELLANOVA: "AL LAVORO SULL'AUMENTO DEL PLAFOND OCM PROMOZIONE" - ICE ILLUSTRATE I PROGETTI DEL PIANO PER L'EXPORT -

Ripartire dall'export. In tempo di Covid, il mondo vitivinicolo guarda ai mercati con la speranza di archiviare al più presto i mesi più bui. A sostegno del settore, arriva anche il Tavolo del Vino che mette insieme Maesci, Mipaaf, Ice e Uiv all'interno delle azioni previste dal Patto per l'Export. "Lo specifico tavolo sul sostegno all'internazionalizzazione sarà convocato quanto prima" ha annunciato il ministro Teresa Bellanova, intervenendo alla conferenza inaugurale di Milano Wine Week (3-11 ottobre). "Avrà una natura estremamente operativa" ha chiarito il Ministro "perché non mi stancherò mai di dire che è dalle imprese che devono arrivare le indicazioni per ottimizzare le strategie e le politiche mirate al settore". Tra queste indicazioni c'è quella di implementare le risorse per la Promozione da 100 a 150 milioni di euro: "Su questo ci stiamo lavorando" ha assicurato Bellanova "e ribadiamo piena disponibilità al confronto con le Regioni e in condivisione di tutte le parti: le decisioni non devono arrivare con degli strappi, ma con la piena adesione da parte di tutti". Per il presidente di Unione Italiana Vini, Ernesto Abbona, quella del Tavolo tecnico del vino "è la strada giusta, ma sarà fondamentale portare al tavolo azioni concrete di rilancio di un export che per la prima volta nel corso degli ultimi due decenni sta subendo una flessione a causa dell'emergenza sanitaria. Tra queste, c'è l'implementazione urgente di un piano di comunicazione istituzionale concentrato sui mercati prioritari (come Usa, Canada, Cina), pianificato e

condiviso anche in ottica di rilancio enoturistico". E, poi, l'associazione chiede dei piani integrati in ottica di mercato ma anche di brand awareness in favore del prodotto enologico Made in Italy presso mercati strategici ancora culturalmente lontani. Dal canto suo il direttore Ice, Carlo Maria Ferro, ha annunciato l'impegno per l'export su quattro pilastri: la campagna sul "nation brand", il sostegno alle fiere, l'e-commerce e la formazione. "Il patto per l'export è un cantiere aperto" ha detto "con varie iniziative in essere". **Tra queste una delle più importanti è l'accordo con ben 24 piattaforme di e-commerce - da Amazon ad Alibaba - da siglare entro l'anno. Tra cui, 16 relativi al settore vitivinicolo. "E per il nostro Paese" ha annunciato "c'è anche Tannico, con l'obiettivo di portare il vino italiano in tutto il mondo: le aziende entreranno a costo zero e saranno assistite in tutte le fasi, dalla creazione del portale all'incasso della fattura. L'obiettivo è avere una vetrina del Made in Italy - anzi 24 vetrine - di oltre 6 mila imprese, tra cui diverse centinaia del mondo del vino".** Ice è, inoltre, al lavoro anche sul sostegno alle cosiddette minifiere: "Per esempio wine2wine" ha continuato Ferro "sui cui abbiamo messo risorse simili a quelle che mettevano su Vinitaly soprattutto per la parte di incoming. E, poi, per manifestazioni come Milano Wine Week, per cui i nostri uffici esteri sono attivi nel collegare i Paesi esteri, in modo da ottenere quelle che oggi si chiamano eventi phygital, ovvero che coniugano parte fisica e digitale".

## ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO ITALIA

## NEL 2020 CRESCE IL NUMERO DI AZIENDE AGRICOLE CHE FA VENDITA DIRETTA (+5%) E IL FATTURATO SUPERA I 6,5 MILIARDI DI EURO

Il lockdown ha stimolato molte imprese agricole a individuare nuove soluzioni per superare le difficoltà logistiche e organizzative dei canali consueti orientandosi così verso la vendita diretta. Un fenomeno che va letto anche come segnale promettente dell'orientamento verso una filiera agroalimentare più corta e sostenibile. Secondo i risultati dell'indagine trimestrale sulle aziende agricole realizzata dall'Ismea, l'emergenza Covid-19 ha determinato un sensibile aumento del numero delle imprese agricole che praticano la vendita diretta e, di conseguenza, il fatturato di questo canale che, nel 2020, supererà i 6,5 mi-

liardi di euro. I produttori che quest'anno hanno scelto di accorciare la filiera, raggiungendo in autonomia il consumatore finale, sono il 21,7% del campione analizzato, percentuale che aumenta di circa il 5% rispetto al 2019 (17%). Non solo: chi ha adottato il canale di vendita diretta, vi destina mediamente l'82% della produzione aziendale, quota che nel 2019 era del 73,1%. Nel 2020 la vendita diretta diventa così il terzo canale scelto dagli agricoltori, dopo il conferimento a cooperative, consorzi e OP (indicato da quasi il 39% dei rispondenti) e la vendita a grossisti e intermediari commerciali (indicato dal 25%).

## VINO DECISIVO PER LE SORTI DEL TURISMO ITALIANO

4

A differenza delle città d'arte, le wine destination si sono riempite persino nell'estate 2020. A dirlo è Donatella Cinelli Colombini, ideatrice della giornata "Cantine Aperte" e prima portabandiera dell'enoturismo italiano. L'onda lunga del Covid infatti non ha favorito la fruizione di mostre e musei, teatri e monumenti d'arte al chiuso, ma ha lanciato virtualmente la sfida per operare una trasformazione delle denominazioni del vino in attrattori capaci di richiamare visitatori dall'Italia e dall'estero e, così facendo, rimettere in piedi il settore del turismo italiano. "Perché la locomotiva vino trascini la ripresa - commenta Donatella Cinelli Colombini - bisogna che le grandi bottiglie ed i loro luoghi di produzione diventino molto

più visibili, acquisendo spazio e rilevanza nei siti ufficiali del turismo dove attualmente sembrano desaparecidos. Devono diventare delle vere rockstar: Chianti, Prosecco e vini dell'Etna per esempio, sono calamite turistiche più potenti del Museo dell'Accademia, di Palazzo Vecchio o della Cattedrale di Monreale. Sarebbe opportuno che il Governo li utilizzasse mostrandoli on line, in TV, facendoli raccontare per radio e spingendoli con B2B e press tour. L'economia italiana ha bisogno del turismo e il turismo italiano può e deve tornare forte, ma per farlo ha bisogno del vino per recuperare slancio. Sono certa che i produttori italiani - conclude - siano pronti ad affrontare e vincere questa grande sfida".

## L'EFFETTO COVID SUL COMMERCIO CON L'ESTERO È UN SALDO POSITIVO DELLA BILANCIA COMMERCIALE AGROALIMENTARE NEI PRIMI 6 MESI DEL 2020 - VINO IN FLESSIONE (-4,1%).

Il saldo del commercio agroalimentare italiano con l'estero nel primo semestre 2020 chiude in positivo nonostante il blocco forzato dovuto alla crisi Covid-19: +710 milioni di euro contro il deficit di quasi 1,2 miliardi dei primi sei mesi del 2019. Un risultato non scontato che, come evidenzia Ismea, è frutto della congiuntura di due contrapposte dinamiche dei flussi. **Da una parte, la forte crescita tendenziale delle esportazioni nei primi due mesi dell'anno (+10,8%) e la ripartenza di giugno (+3%), quando si sono allentate le re-**

**strizioni dell'emergenza Covid-19; dall'altra, la flessione delle importazioni (-5,1% rispetto allo stesso periodo del 2019).** Di conseguenza, nel primo semestre il consuntivo dell'export è arrivato a 22,1 miliardi di euro con una crescita del 3,5% su base annua, un dato che consente all'agroalimentare italiano di raggiungere il peso dell'11% sulle esportazioni di beni e servizi totali dell'economia nazionale. Secondo l'elaborazione Ismea dei dati Istat, dopo il calo di aprile (-1,5% rispetto allo stesso mese del 2019) e il tonfo di maggio





## ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO ITALIA

(-10,2%), da giugno l'export agroalimentare made in Italy è tornato ad aumentare, a dimostrazione delle doti anticicliche del comparto. **Riguardo ai "vini e mosti", il calo delle esportazioni del 4,1% per un valore di 2,9 miliardi di euro nel periodo gennaio-giugno 2020 è da attribuire verosimilmente alla flessione della domanda proveniente dai canali Horeca in conseguenza alle misure di contenimento, come la chiusura dei locali, intraprese per controllare la pandemia; infatti, il peso di questi canali di vendita all'estero è simile alla realtà nazionale e rappresenta il 70/80% del totale delle vendite. Più nel dettaglio per**

**prodotto, le esportazioni dei vini in bottiglia, che esprimono il 70% del valore complessivo del comparto, si sono ridotte del 3,5% attestandosi a 2 miliardi di euro nel primo semestre 2020, le esportazioni di vini spumanti invece hanno subito una flessione più consistente (-7,6% per 630,7 milioni di euro) e i vini sfusi hanno perso il 2,5% scendendo a 145,7 milioni di euro in controtendenza risultano le richieste dei vini Bag in box (rappresentano solo il 2% del valore dell'intero comparto) che sono risultate in crescita tendenziale dell'11,7%, attestandosi a 54,3 milioni di euro nel periodo in esame.**

## ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO UNIONE EUROPEA

### GERMANIA - LA FOTOGRAFIA DEL 2019: I DATI DEFINITIVI

Grande annata qualitativa, consumi in lieve discesa, avanzata delle etichette locali ed export positivo. Il quadro che emerge dai dati statistici dell'Istituto dei vini di Germania è sostanzialmente positivo. Il 2019 è stata un'annata di eccezionale qualità in cui si è sofferto, come già nel 2018, l'effetto del gran caldo estivo (fino a 41 gradi registrati a luglio) ma si è beneficiato di uno stato fitosanitario delle uve ottimale. La produzione complessiva è stata di 8,3 milioni di ettolitri, al di sotto della media decennale (8,8 mln/hl), per il 63% ottenuta da vitigni a bacca bianca. Riesling, Pinot nero, MullerThurgau, Pinot grigio e Dornfelder rappresentano assieme il 60% del raccolto complessivo. Guardando al consumo interno, i dati dicono che la Germania ha bevuto meno vino fermo, considerando un calo di 0,4 litri pro capite, a una quota di 20,1 litri che è nella forbice degli ultimi venti anni, compresa tra 20 e 21. Invariata la quantità di spumanti consumati: 3,3 litri pro capite. Pertanto, i tedeschi hanno bevuto 23,4 litri di vini e spumanti pro capite nel 2019. Le vendite dei vini tedeschi sono stabili in uno scenario di calo complessivo per il vino di 0,9%. La quota di mercato detenuta sul totale è del 45%, seguita dai vini di Italia (16%), Francia (12%), Spagna (9%). Le vendite al dettaglio nel complesso del comparto food hanno registrato una spesa media di 3,12 euro per litro, superiore di 3 centesimi rispetto al 2018. I vini si collocano a 3,31 euro/litro, perdendo 8 centesimi, a causa di un'annata 2018 abbondante che ha abbassato i listini. Al contrario, i vini tedeschi, acquistati direttamente dal produttore aumentano di 9 centesimi a 6,89 euro/litro. Spiccano le preferenze degli under 30 per i vini locali. **Il commercio al dettaglio ha veicolato il 79% del vino totale venduto in Ger-**

**mania nel 2019, di cui 50% nei discount, 18% nei supermarket e 11% negli ipermercati. Stabili le vendite online al 4%. Infine, l'export: cresciuto del 3% nel 2019 a 1,04 milioni di ettolitri con valori di 305 milioni di euro, in calo dello 0,6%, con un prezzo medio di 2,93 euro/litro. Il cliente principale, gli Stati Uniti, è in calo del 4% a volume e del 9% a valore (a 65 milioni di euro) per effetto dei dazi al 25% conseguenti alla sentenza Wto sul caso Boeing-Airbus.** L'intesa di libero scambio dell'Ue col Giappone ha avuto un impatto positivo: +17% a volume e +13% a valore. Positivi i risultati in Scandinavia (56 milioni di euro) e in Cina, quinto mercato, con valori in crescita del 2% a 17 milioni di euro.



## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO UNIONE EUROPEA

## IN FRANCIA IL POST LOCKDOWN SEGNA UNA NETTA RIPRESA NELLA COMMERCIALIZZAZIONE DEI VINI DA FESTA: CHAMPAGNE E VINI DOLCI IN TESTA

Dal 1° gennaio a venerdì 30 agosto 2020, le vendite di vino nei supermercati francesi rimangono sostanzialmente stabili rispetto alle prime 35 settimane del 2019: + 0,1% in volume e + 0,6% in valore secondo i panel Nielsen. Ma dietro questa apparente stabilità si celano forti disparità tra le categorie. Rosati e bianchi compensano le difficoltà di Champagne e vini rossi: nelle prime 35 settimane del 2020, le vendite di vino rosso e Champagne sono diminuite rispettivamente dell'1,6% e del 4,2% in volume e dell'1,4% e del

3% in valore, mentre i vini bianchi secchi e rosati mostrano aumenti del 4 e 2% in volume e del 4,6 e 3,4% in valore. Se, tuttavia, le vendite di Champagne sono diminuite della metà durante il confinamento (-49,6% in volume e -51,3% in valore), hanno registrato un significativo rimbalzo dopo il lockdown (+10,4% in volume e +12,5% valore). Lo stesso dicasi per i vini dolci, che hanno registrato un forte calo da marzo a maggio (-11,6% in volume e -15% in valore) per poi segnare una decisa ripresa (+20% in volume e +18,3% in valore).

## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

## IL MERCATO USA REGISTRA L'AUMENTO PIÙ SIGNIFICATIVO DELLA PERCENTUALE DI CONSUMATORI CHE ACQUISTA VINO ONLINE

Il mercato statunitense registra la crescita più significativa della percentuale di consumatori abituali di vino che acquistano online, tendenza accelerata dall'impatto del Covid-19. Come si evince dalle analisi di Wine Intelligence, un quarto di wine drinker statunitensi utilizza ora un canale online per l'acquisto di vino.

## 100MILA RISTORANTI CHIUSI IN USA NEI 6 MESI DI PANDEMIA

Circa 100mila ristoranti hanno chiuso permanentemente o a lungo termine in Usa nei 6 mesi caratterizzati dalla presenza del Covid-19. Uno su sei, con 3 milioni di impiegati che hanno dovuto rinunciare al proprio lavoro ed un settore che prevede di chiudere l'anno in corso con una perdita di 240 miliardi di dollari. E' davvero a tinte fosche lo scenario che emerge da un sondaggio effettuato dalla principale associazione della ristorazione statunitense, la National Restaurant Association. Tra gli operatori del settore permane uno stato d'incertezza diffuso: la maggior par-

te di ristoranti lotta ancora per la sopravvivenza e pochi si aspettano che la situazione migliorerà nei prossimi sei mesi. Ben il 40% dei ristoratori intervistati ritiene improbabile che la propria attività possa essere aperta nei prossimi sei mesi se non ci saranno nuovi aiuti dal governo federale; il 60% lamenta una diminuzione dei margini di profitto (a causa di costi operativi più elevati), e in generale le vendite sarebbero diminuite in media del 34%. Il numero dei dipendenti impiegati sarebbe ora pari al 71% di quello di pre-pandemia.

## GLI STATI UNITI ADOTTANO REGOLE PIÙ FLESSIBILI PER L'INDICAZIONE DELLE CALORIE IN ETICHETTA E NELLA PUBBLICITÀ DELLE BEVANDE ALCOLICHE

Il Tax and Trade Bureau (TTB) statunitense ha deciso di consentire l'uso di "valori medi" per le dichiarazioni volontarie delle calorie su etichette e pubblicità di vino, liquori e birra. La decisione del TTB amplia le tolleranze per le dichiarazioni caloriche volontarie nell'etichettatura e nella pubblicità delle bevande alcoliche, al fine di renderle più coerenti con quelle consentite dalle normative statunitensi sull'etichettatura degli alimenti

della Food and Drug Administration. I produttori di bevande alcoliche possono ora utilizzare database e valori medi quando indicano il conteggio delle calorie sulle etichette. Il TTB ha anche chiarito che le aziende del settore non sono tenute ad effettuare analisi di laboratorio per ciascun lotto di prodotto, volte a convalidare le dichiarazioni volontarie sul contenuto di nutrienti.

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

## STATI UNITI. CRESCONO I VINI ITALIANI NEI PRIMI OTTO MESI: IMPORT A +2,3%. È BOOM DI E-COMMERCE E FINE WINE. FRANCIA AL PALO A CAUSA DEI DAZI

Il Covid non ferma le vendite di vino italiano in Usa, anzi l'Italia, approfittando dei dazi aggiuntivi applicati ai principali competitor, allunga notevolmente il passo. I NUMERI. Secondo quanto emerge dai dati doganali elaborati dall'Osservatorio Vinality-Nomisma Wine Monitor per wine2wine, nei primi 8 mesi di quest'anno, l'Italia ha recuperato oltre 370 milioni di euro sullo storico competitor d'Oltralpe e chiude l'estate con un ulteriore allungo a 1,16 miliardi di euro di vendite (+2,3% sul pari periodo 2019) contro una Francia che - a causa dei dazi sul vino in essere dallo scorso ottobre - non è mai andata così giù, con un trend in rosso del 25,7% (998 milioni di euro). Oltre alla Francia, soffrono anche gli altri Paesi produttori colpiti dalle tariffe aggiuntive: Spagna (-11,8%) e Germania (-34,4%), contribuendo in maniera decisiva alla contrazione complessiva dell'import di vino statunitense sul periodo (-10,5%). Occhio alla Nuova Zelanda che, invece, resta in terreno positivo e riesce a spuntare un lusinghiero +7,1%.

**IL COMMENTO.** "L'Italia" è il commento del direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani "oggi detiene una quota di mercato sulle importazioni Usa di vino che si avvicina al 35%, un record raggiunto grazie alla congiuntura e a un rapporto qualità-prezzo più che mai competitivo. Ora serve mantenere le distanze e riallineare i segmenti di mercato penalizzati dal Covid-19 attraverso un'accelerazione della promozione made in Italy". Per Veronafiere la prossima occasione sarà al wine2wine exhibition & forum, l'e-

vento fisico-digitale in partnership con Agenzia-Ice, che si terrà a Verona dal 22 al 24 novembre.

**I CANALI DI VENDITA.** Intanto, nel corso del web-focus sugli effetti del Covid, organizzato da Veronafiere-wine2wine in collaborazione con Colangelo & Partners, è venuto fuori come in questi mesi sia completamente cambiato l'approccio al consumo di vino negli Stati Uniti: volano i consumi al di fuori dei luoghi di acquisto e ancora di più le vendite on-line, che compensano in buona parte il gap riscontrato nei locali (bar e ristoranti). "In questi mesi abbiamo assistito agli incrementi di acquisto più forti di sempre da parte dei nostri 46 milioni di utenti" ha detto Heini Zachariassen, fondatore dell'app Vivino "con crescita in tripla cifra nei 5 mesi di emergenza. Nel periodo abbiamo registrato un punto di svolta per i fine wine italiani, soprattutto per i rossi toscani, l'Amarone e il Brunello di Montalcino". Sullo stesso tenore l'opinione del fondatore del portale Wine.com Michael Osborn: "La quota dei nostri utenti che operavano acquisti è passata dal 24% in regime pre-Covid all'86%. Nel corso dell'anno i vini italiani sono cresciuti del 53% grazie agli acquisti in fascia alta dei millennials e generazione X". Diverso lo scenario sul fronte Horeca, che secondo il co-fondatore e ceo del distributore SevenFifty, Aaron Sherman è "calato del 33%". Ma anche qui il vino italiano è tra i favoriti, grazie al posizionamento nella fascia alta (sopra i 50 dollari), ovvero la categoria che, nonostante il Covid, si è dimostrata più resistente.

7

## LA PANDEMIA APRE CRESCENTI OPPORTUNITÀ PER I FORMATI DI VINO ALTERNATIVI IN USA E CANADA

I consumatori di vino negli Stati Uniti e in Canada stanno rivalutando il loro rapporto con diversi formati alternativi di vino - lattine, vino in scatola e altri formati non in vetro - osservandoli oggi sotto una luce nuova e più positiva. Uno studio condotto da Wine Intelligence nel 2020 suggerisce che, mentre le bottiglie di vetro da 75 cl sono ancora dominanti, la crescita dei formati più piccoli, e in particolare delle lattine, continua a guadagnare slancio. Ad oggi, queste nuove tendenze restano limitate in termini assoluti. Sebbene i livelli di consapevolezza riguardo al vino in lattina siano cresciuti notevolmente negli ultimi tre anni,

attualmente ancora meno di quattro consumatori di vino su dieci, negli Stati Uniti e in Canada hanno reale contezza che il vino possa essere confezionato in lattina, e solo il 6% in Canada, e l'8% in Usa afferma di aver acquistato tale formato negli ultimi sei mesi. Più convincente, tuttavia, è il tasso di cambio di acquisto delle lattine - raddoppiato dal 2017 - e la percentuale crescente di consumatori disposti a prendere in considerazione l'acquisto di vino in lattina se fosse disponibile e se il prodotto risultasse in linea con il loro gradimento. Ma l'aspetto probabilmente più interessante di questa indagine è dato dall'elevata misura in cui i

## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

formati più piccoli in generale, e le lattine in particolare, sono accolti dai giovani di età compresa tra 21 e 39 anni: i Millennial e la Gen Z, il cui potere d'acquisto e le cui preferenze daranno forma alla categoria del vino per i prossimi 30-40 anni. I Millennial non hanno probabilità di imbattersi in vino in lattina più di chiunque altro, ma hanno oltre il 50% di probabilità in più di acquistare questa tipologia di formato una volta che ne sono a conoscenza. Allo stesso modo, i ragazzi della Gen Z, che hanno raggiunto l'età legale per bere, hanno

il doppio delle probabilità rispetto ai consumatori abituali in generale di acquistare vino in lattina una volta che sono consapevoli dell'esistenza. Tra le motivazioni alla base dell'exploit soprattutto dei formati più piccoli, i giovani collocano economicità, portabilità-praticità e moderazione. Le analisi di Wine Intelligence rivelano infine un'analoga tendenza nei mercati del Regno Unito e della Svezia (con il PET che, soprattutto in quest'ultimo caso, spicca tra le opzioni alternative di confezionamento).

## CANADA: I BUYER ACQUISTANO GRANDI QUANTITÀ DI VINO DI ETICHETTE CONOSCIUTE A PREZZI CONTENUTI. LE DO DEL VINO ITALIANO CONTINUANO A PRESIDARE LE WINE LIST DEI RISTORANTI

Se anche in Canada, dall'inizio dell'epidemia da Covid-19, molti canadesi hanno preferito restare vicino casa e acquistare prodotti locali, a partire dal 20 luglio, in British Columbia, tutti gli operatori autorizzati nel settore dell'ospitalità e del turismo sono stati autorizzati per la prima volta ad acquistare vino a prezzi all'ingrosso, cosa che chiedevano da tempo prima del Covid-19. La questione sarà riesaminata a marzo 2021. Come già avvenuto precedentemente in Québec, i ristoranti possono ora vendere vino oltre che cibo da asporto. Tra le tendenze emerse negli acquisti vinicoli in un Paese dove la distribuzione è sostanzialmente controllata dai monopoli provinciali, una in particolare ha riguardato i buyer professionisti che acquistano grandi quantità di vino di noti brand

a basso costo, con le vendite di vini pregiati in diminuzione a marzo. Anche le vendite di aprile hanno registrato un calo, principalmente a causa della riduzione dell'orario di apertura e delle chiusure domenicali. A maggio e soprattutto a giugno, si è visto invece un ritorno di clienti di fascia alta. In un contesto caratterizzato dall'orientamento verso prodotti locali (come dimostra, ad esempio, la performance dei vini VQA dell'Ontario che segnano un aumento a volume del 14,6% da inizio anno presso LCBO, monopolio della stessa provincia canadese), le denominazioni del vino rosso italiano ben si collocano nelle wine list di un campione rappresentativo di ristoranti del Québec, monitorato da MiBD Wine Analytics (4 tra le prime 15).

## FORTE IMPULSO PER L'ACQUISTO DI VINO ONLINE POST-PANDEMIA IN USA, CINA E REGNO UNITO

Dopo la spinta iniziale registrata durante il lockdown, il canale di acquisto online del vino ha mantenuto lo slancio nella maggior parte dei mercati e sembrerebbe ora manifestare un comportamento più radicato nelle abitudini dei consumatori. I dati sulle intenzioni future elaborati da Wine Intelligence suggeriscono, infatti, che l'acquisto di vino online continuerà a crescere in importanza nei principali mercati di consumo di Cina, Stati Uniti e Regno Unito, dove tale propensione appare più marcata.

## LE GIOVANI CINESI VALGONO LA METÀ DEL MERCATO ON LINE DI VINO E SPIRITS

Le giovani donne di età compresa tra i 25 e i 30 anni controllano il mercato delle bevande alcoliche online in Cina, un settore che rappresenta il 30% della vendita totale di tali bevande nel Paese. Questa è la conclusione più importante emersa dal Rapporto intitolato "Comportamenti di acquisto online dei giovani consumatori nel 2020", recentemente pubblicato CBN Data, società cinese specializzata in ricerche di mercato.

Lo studio afferma che le giovani donne nate negli anni '90 costituiscono la metà dei consumatori di bevande alcoliche online in Cina e il numero di acquirenti di sesso femminile di età inferiore ai 30 anni ha già superato i maschi nella stessa fascia di età. Dalla ricerca emerge anche che Il Moscato d'Asti risulta essere la tipologia di vino più ricercata da queste giovani consumatrici con alto potere d'acquisto.





## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

### PESANTE 2020 PER LE IMPORTAZIONI CINESI DI VINO - RIDUZIONE DI UN TERZO DELLE IMPORTAZIONI -

La Cina ha ridotto le sue importazioni di vino di un terzo durante i primi otto mesi dell'anno. I pessimi dati degli ultimi mesi non lasciano presagire una pronta ripresa. La crisi del coronavirus ha solo accentuato il calo che le importazioni cinesi di vino stavano registrando dal 2018, dopo il record storico raggiunto nel 2017. Il crollo si registra in tutte le categorie (imbottigliato, sfuso, sparkling e bag-in-box), in valore e volume, e riguarda tutti i fornitori analizzati tranne l'Argentina, le cui vendite all'ingrosso si sono moltiplicate. Nell'imbottigliato, motore degli acquisti cinesi, nessuno si salva. La Francia, il Paese con le vendite più elevate, perde sia in volume (-56 milioni di litri) che in valore (-173 milioni di euro). La tendenza negativa del vino francese in Cina si aggiunge a quella registrata negli Stati Uniti (dazi Trump) e nel Regno Unito (Brexit).

### UN NUOVO MODELLO DI ANALISI E CONTROLLO MIGLIORERÀ LA COMPETITIVITÀ DEL VINO ARGENTINO

Gli specialisti argentini dell'Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) e dell'Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) hanno progettato un modello per l'analisi e il controllo di qualità del vino, unico nella regione, che migliorerà il commercio internazionale. Il nuovo modello consentirà ai laboratori e alle cantine di confermare e garantire il rispetto di parametri legati alla qualità e sicurezza, con comparabilità internazionale

- essenziale per la certificazione, accreditamento ed esportazione dei vini -, come il titolo alcolometrico, l'acidità volatile e gli zuccheri. La sicurezza di un prodotto è un anello fondamentale nel rapporto tra azienda e consumatore, per questo i mercati richiedono alle cantine un sistema di gestione della qualità, personale adeguato e meccanismi volti a tutelarne la qualità, l'igiene e sicurezza.

9

### ARGENTINA: IN PIENA PANDEMIA, IL VINO SI AFFERMA SULLE ALTRE BEVANDE ALCOLICHE

Secondo i dati della società di consulenza Investigaciones Económica Sectoriales (IES), il consumo di vino in Argentina ha registrato un aumento dell'8,8% nei primi 7 mesi del 2020 (dopo un aumento del 4,9% nel 2019), per un totale di 5,3 milioni di ettolitri venduti in tale periodo. La performance si colloca in un contesto in cui il settore delle bevande, con e senza alcol, ha registrato nello stesso periodo una contrazione del 6,3%.

### LA NUOVA LEGGE SUL VINO AFFONDA LE IMPORTAZIONI DI VINO SFUSO IN RUSSIA. ITALIA PRIMO FORNITORE IN VALORE

**La Russia ha ridotto le sue importazioni di vino sfuso del 55% nella prima metà del 2020 e di quasi il 90% a giugno, mese in cui è entrata in vigore la nuova normativa nazionale, il cui obiettivo è tutelare la produzione locale (nonostante, secondo gli operatori, sia insufficiente a coprire il consumo nazionale).** La Spagna, il principale fornitore di vino sfuso, ha registrato

in questa categoria perdite del 70% nel semestre e quasi del 100% nei mesi di maggio e giugno. Le importazioni di vino russe sono diminuite, a livello globale, del 19% in volume e del 3,4% in valore. La Russia ha aumentato solo i suoi acquisti di spumante. A livello di Paese, l'Italia guadagna quota come primo venditore in valore, seguita da Francia e Spagna.

## NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

## L'ELEVATO CONSUMO OFF-TRADE NEL REGNO UNITO FA CRESCERE LA DOMANDA DI VINO AUSTRALIANO

Con un'inversione di tendenza rispetto agli ultimi anni, nel 2019-2020 l'Europa è diventata il centro di crescita per le esportazioni di vino australiano. Il mercato trainante di destinazione dietro questa crescita è il primo mercato di esportazione di vino australiano in volume: il Regno Unito. **Nell'anno conclusosi a giugno 2020, le esportazioni di vino australiano in UK sono diminuite del 2% in volume, a 232 milioni di litri, ma sono aumentate in valore del 3%, a 383 milioni di dollari australiani.** Sebbene non sembrerebbe trattarsi di una crescita estrema, è tuttavia un grande miglioramento rispetto ai dati per l'anno terminato a gennaio 2020, dove sia il volume che il valore sono diminuiti del 12%. La tendenza al ribasso delle esportazioni nel 2019 ha riflesso la fine delle strategie adottate dai marchi più grandi per immettere il loro prodotto sul mercato prima dell'uscita del Regno Unito dall'Unione Euro-

pea. Dietro la crescita degli ultimi tempi c'è stata un'impressionante performance delle esportazioni nel periodo marzo-giugno 2020. In tale arco temporale, le esportazioni sono aumentate del 43% in valore, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, raggiungendo \$ 117 milioni. Anche il volume è cresciuto del 24% a 68 milioni di litri. Il fatto che la crescita del valore abbia superato la crescita del volume nel quarto trimestre ha portato al valore medio più alto delle esportazioni dal 2011, a 1,65 \$ / litro. Come confermano le principali società che si occupano di analisi di mercato, in pieno lockdown si è verificata una spinta nei consumi e un aumento della frequenza delle occasioni che li hanno favoriti, ed essendo il vino australiano distribuito essenzialmente nel canale off-trade non sorprende che le esportazioni siano aumentate negli ultimi mesi data la crescita generale del mercato enoico britannico.

10

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

## BREXIT: AGGIORNAMENTO SUI NEGOZIATI CON IL REGNO UNITO

**Nell'ultimo ciclo di negoziati con il Regno Unito è stata presentata una bozza di legislazione britannica, che riconoscerebbe alle IG un livello di protezione simile a quello europeo, con il riconoscimento delle IG esistenti, vale a dire che le IG attualmente protette non necessiterebbero di alcun nuovo esame e manterrebbero quindi la protezione della quale godono.**

Dal 1 gennaio 2021, il Regno Unito istituirà i propri schemi di qualità, che saranno aperti ai produttori del Regno Unito e di altri paesi e proteggeranno i nomi geografici di alimenti, bevande e prodotti agricoli (inclusi birra, sidro), bevande spiritose, vino e vino aromatizzato.

Il Dipartimento per l'ambiente, l'alimentazione e gli affari rurali (DEFRA) gestirà i programmi del Regno Unito, ed i registri dei nomi protetti.

La legislazione britannica prevede l'uso di nuovi loghi, che per il vino e bevande spiritose resteranno facoltativi.

Nonostante le incertezze legate ai negoziati, la Commissione è fiduciosa che entro la metà di ottobre sarà possibile trovare un accordo sulle indicazioni geografiche, anche se tale accordo resta subordinato al buon fine del negoziato ed alla corretta attuazione dell'accordo di recesso. Come è noto Boris Johnson e Ursula von Der Leyen hanno approvato sabato 3 ottobre u.s. un

ulteriore mese di negoziati sulla Brexit dopo aver concordato che sono stati compiuti progressi sufficienti per giustificare un'ultimo sforzo per raggiungere un accordo. In una dichiarazione congiunta Johnson e Von Der Leyen hanno sollecitato i rispettivi collaboratori ad intensificare i negoziati nelle prossime settimane.

Michel Barnier (capo negoziatore UE) ha riferito al Parlamento Europeo che le ultime due settimane di ottobre saranno critiche, e bisognerà in ogni caso prepararsi ad un "No Deal", con la speranza che un accordo possa essere ratificato all'inizio di novembre.

Lo scorso 29 settembre è passato alla Camera dei Comuni il disegno di legge sul mercato interno (per evitare il ripristino di un confine tra Repubblica di Irlanda ed l'Irlanda del Nord), che rimette in discussione alcuni impegni assunti dal Regno Unito nell'accordo che disciplina l'uscita dall'UE il 31 gennaio 2020. Secondo la Commissione, questo il disegno di legge costituisce una violazione dell'accordo di recesso. La Commissione Europea in risposta al passaggio del disegno di legge alla Camera dei Comuni ha messo in mora il Regno Unito, intimando che il disegno di legge venga ritirato entro 30 giorni, decorsi i quali la procedura di infrazione contro il Regno Unito proseguirà secondo le regole del Trattato.

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

### BREXIT - COSA RISCHIA IL VINO IN CASO DI NO DEAL?

Dal primo gennaio 2021 la Brexit sarà operativa. Per esportare nel Regno Unito potrebbero cambiare, quindi, le regole di etichettatura, con la necessità di indicare in etichetta l'indirizzo di un importatore nel Regno Unito che dovrà assumersi la responsabilità del prodotto. Non è, poi, esclusa la certificazione di importazione, la VI-1 (utilizzata per i mercati terzi) che presuppone una serie completa di test di laboratorio sul vino, con prezzi che possono superare le 300 sterline. Infine, resta lo spettro dei dazi: senza accordi sarebbero introdotte le tariffe previste dal Wto, ovvero dai 13 euro ad ettolitro ai 32 euro per lo spumante.

### BREXIT - DE CASTRO: "ACCORDO IN CONTINUA EVOLUZIONE - NON ESCLUDIAMO PARACADUTE NORMATIVO TRANSITORIO PER L'AGROALIMENTARE"

"Il confronto tra Unione europea e Regno Unito per arrivare a un accordo post-Brexit è all'ordine del giorno quotidiano, e quindi in continua evoluzione". Intervistato da Trebicchieri del Gambero Rosso, Paolo De Castro, coordinatore S&D in ComAgri del Parlamento Ue e relatore sul pacchetto agricolo del Next Generation Eu, fa il punto sulle trattative Brexit e il futuro dell'agroalimentare europeo. "I rappresentanti delle parti si sentono e si incontrano per trovare un valido compromesso, sul piano giuridico ed economico. Ma intanto la Commissione Ue ha avviato una procedura d'infrazione contro il Regno Unito, accusandolo

di violare l'Accordo di recesso e questo non mi sembra un segnale di distensione che prelude a una soluzione, almeno non a breve." Interrogato su un possibile compromesso temporaneo per l'agroalimentare, De Castro non esclude alcuna possibilità: "L'agroalimentare, e il settore del vino in particolare, rappresentano un fronte importante, quanto specifico di una trattativa articolata e complessa. Se da entrambe le parti c'è la determinazione politica per trovare un accordo, anche un paracadute normativo transitorio non è da escludere a priori."

11

### ICE LONDRA: DAL PRIMO APRILE APERTURA DI UN HELP DESK DEDICATO ALLA BREXIT

Si informa che presso l'Agenzia ICE di Londra è stato attivato, dal 1° aprile 2019, un "help desk" dedicato alla "Brexit" con l'obiettivo di fornire i seguenti servizi:

- **ASSISTENZA** per le aziende esportatrici riguardo le problematiche post Brexit (dogane, normative, etichettatura, standard fiscale etc).
- **ATTRAZIONE INVESTIMENTI** di supporto alle aziende che disinvestono nel Regno Unito.

- **INFORMAZIONE** per le PMI riguardo la transizione Brexit.

Scrivendo al seguente indirizzo è possibile iscriversi alla newsletter ICE per ricevere aggiornamenti sulla situazione-UK in tempo reale ed avere chiarimenti riguardo all'attuale situazione nel Regno Unito:  
brexit@ice.it

### IL PARLAMENTO EUROPEO "PREOCCUPATO" DA BOLSONARO: MERCOSUR NON RATIFICABILE.

Il Parlamento europeo "esprime profonda preoccupazione per la politica ambientale di Jair Bolsonaro che è in contraddizione con gli impegni assunti nell'accordo di Parigi, in particolare per quanto riguarda la lotta contro il riscaldamento globale e la protezione della biodiversità; sottolinea, in tale contesto, che l'accordo Ue-Mercosur

non può essere ratificato nella sua forma attuale". È quanto recita il testo dell'emendamento alla relazione sull'attuazione della politica commerciale comune, del relatore Jorge Warborn (Ppe), approvato ieri dalla seduta plenaria del Parlamento europeo.

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

### LA SENTENZA WTO: L'UE POTRÀ APPLICARE DELLE CONTRO-TARIFE AI PRODOTTI USA

È della prima settimana di Ottobre la decisione dell'Organizzazione mondiale del commercio che autorizza l'Unione Europea ad applicare dazi per 4 miliardi di dollari a prodotti e servizi americani in relazione alla vicenda degli aiuti Usa a Boeing. Una decisione che potrebbe ricambiare le carte in tavola, dopo l'altra sentenza che aveva portato,

dallo scorso anno, il governo Trump ad applicare sanzioni all'Unione Europea per un limite massimo di 7,5 miliardi di dollari. Tra i prodotti italiani colpiti con dazi al 25%, ci sono salumi, formaggi e liquori. Fino ad ora il vino tricolore (al contrario di quello degli altri Paesi Ue) è riuscito ad evitare le tariffe aggiuntive.

### APPELLO DEL SETTORE WINE & SPIRITS UE-USA PER SCONGIURARE I DAZI ED EVITARE L'ESCALATION DELLE TENSIONI COMMERCIALI

Diciotto associazioni degli Stati Uniti e dell'UE che rappresentano rivenditori, ristoratori, produttori di distillati, vino e birra, grossisti e importatori, hanno lanciato un appello sollecitando l'Unione europea e gli Usa a trovare un accordo che porti ad un'eliminazione dei dazi applicati su vino e bevande spiritose, comparti produttivi che

generano crescita economica e posti di lavoro su entrambe le sponde dell'Atlantico. Inoltre, in riconoscimento del grave danno che sta subendo il settore in questo periodo, gli Stati Uniti e l'UE dovrebbero immediatamente accettare di astenersi dall'imporre nuove tariffe e sospendere tutti i dazi aggiuntivi durante le negoziazioni in corso.

12

## BIOLOGICO

### NASCE LA PRIMA PIATTAFORMA PER LO SVILUPPO INTERNAZIONALE DEL BIOLOGICO ITALIANO

L'ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane, e FederBio, la Federazione nazionale dell'agricoltura biologica e biodinamica, rinnovano la collaborazione all'insegna della valorizzazione dell'agroalimentare biologico sui mercati internazionali. Al centro dell'intesa l'attivazione della piattaforma Ita.Bio, sviluppata per incrementare il posizionamento del biologico italiano sui mercati internazionali e sui canali e-commerce. L'intesa prevede la promozione di soluzioni di market intelligence tese a consolidare il processo di internazionalizzazione della filiera agroalimentare biologica italiana. La partnership punta a offrire analisi di scenario e competenze, a supportare

la definizione di politiche di sviluppo in base alle informazioni sui mercati di riferimento, a fare rete con la community condividendo le conoscenze e a sostenere l'interpretazione delle sfide dello scenario competitivo globale. La partnership tra le due realtà ha portato allo sviluppo della piattaforma Ita.Bio, uno strumento innovativo per le attività di promozione del BIO Made in Italy sui canali internazionali, con particolare riferimento a Usa e Cina, che si propone di individuare un paniere di prodotti bio italiani a maggior potenziale di espansione a livello internazionale e idonei ad essere valorizzati attraverso i canali dell'e-commerce.

Consorzio  
Vino Chianti

Fondato nel 1967

Viale Belfiore, 9 - 50144 FIRENZE  
Tel. 055 333600 - Fax 055 333601  
E-mail: [info@consorziovinochianti.it](mailto: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](mailto:info@consorziovinochianti.it) - <http://www.consorziovinochianti.it>  
Stampa: ST.G.R.

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