

Porsche analizza i trend. L'hi-tech fa crescere il settore

Il buon vino in 4.0 Italia al ralenti. Francia leader

DI ARTURO CENTOFANTI

Il futuro del settore del vino è nel calice 4.0. Dalla vigna al consumo, sono le nuove tecnologie a spingere la crescita del comparto. Ma se l'Italia è prima per produzione vinicola, la Francia comanda nel settore tecnologico. È quanto ha rilevato una analisi di **Porsche Consulting**, società di consulenza strategica del marchio tedesco di auto. **Giulio Busoni**, responsabile del settore **Consumer Goods** spiega a *ItaliaOggi* perché la competizione nel mondo del vino passi attraverso l'hi-tech.

Domanda. Perché è importante la tecnologia in un settore statico come quello del vino?

Risposta. Le tecnologie sono importanti perché possono dare risposta a due temi critici per il comparto. Il bisogno crescente di ottimizzare la produzione e il miglioramento della qualità del vino. Lo **Smart Agrifood**



Giulio Busoni

si muove in questo senso. In Francia nella regione di **Bordeaux** l'utilizzo dell'IoT per la mappatura del vigore vegetativo ha consentito di risparmiare dal 10 al 30% sui costi per la fertilizzazione mentre in Italia il progetto **PV-Sensing** sta studiando sensori di nuova concezione per il monitoraggio dei parametri agronomici del suolo, della superficie delle foglie, dell'umidità e della rugiada a cui è esposta la pianta. Dati che, grazie ad un modello previsionale, consentono di ottimizzare i trattamenti fitosanitari del vigneto.

D. L'Italia crede nell'Agri-tech?

R. In Italia lo **Smart Agrifood** pesa il 5% del mercato globale e il 18% di quello europeo, un mercato ancora di dimensioni modeste (circa 418 mln di euro), ma dalle grandi potenzialità. Bisogna considerare alcuni fattori peculiari del territorio italiano, che non facilitano l'adozione delle tecnologie, come la conformazione orografica disomogenea, che non consente di approssimare le diverse tipologie di terreni con un'unica soluzione. E la produzione estremamente frammentata, che rende difficile ottenere ritorni positivi dagli investimenti.

D. Gli altri Paesi sono più avanti di noi?

R. Paese di riferimento per il settore vitivini-

colo è la Francia. Essa adotta una politica d'incentivazione delle tecnologie specifica per il settore agricolo e, dal 2016, ha lanciato un'iniziativa specifica dedicata alle start-up del vino, la **WineTech**. Inoltre, la crescita delle startup francesi ad alto potenziale a livello internazionale è il focus del programma **French Tech**. Questa iniziativa si pone tre obiettivi:

- sostenere tutti gli attori (startup, investitori, incubatori) presenti sul territorio francese e all'estero;

- accelerare lo sviluppo di imprese; per questo, è stato stampato un fondo di investimenti di 200 mln di euro per gli acceleratori di startup privati;

- dare visibilità, a livello internazionale, al programma stesso, con un fondo da 15 mln di euro dedicato alla promozione delle startup su eventi internazionali.

D. Quali sono le app più innovative nel settore del vino?

R. C'è **Wineta** che punta ad influenzare gli acquisti, grazie ad un algoritmo in grado di raccomandare il vino in linea con propri gusti personali; poi c'è **Goot**, un'app che consente di accedere a tutti i vini disponibili nelle enoteche di zona e di riceverli in un'ora. Infine, c'è **10-wine**, che propone un modello di consumo mutuato dal settore del caffè: ricariche monodose per un consumo casalingo di qualità e variegato: un bicchiere di vino come la tazzina del caffè.

Vini sostenibili? Con big data e piani ad hoc

Sostenibilità ambientale, tutela della salute e responsabilità sociale. Sono i tre elementi che sempre più caratterizzano le scelte dei consumatori, quelli stranieri in particolare, e che di conseguenza indirizzano le strategie degli agricoltori. Anche dei produttori di vino, alle prese con la presenza in bottiglia dei residui dei trattamenti. Ed è in questa direzione che va il programma **Grape Quality Agreement di Syngenta (Gqa)**, pensato per fornire supporto

alle aziende vitivinicole italiane impegnate nel coniugare i due fattori importanti del mercato, alta qualità e sostenibilità. Gqa è un pacchetto di protocolli di difesa e strumenti integrati pensato per avere rese ottimali per ettaro e al tempo stesso una elevata qualità. Questo, visto in chiave dei vincoli in materia di sostenibilità a tutto tondo in modo da soddisfare la conformità del prodotto alle normative sull'export. Il Gqa si interfaccia con i requisiti previsti da vari sistemi di certificazione, tra cui anche il disciplinare **Viva (Valutazione dell'Impatto della Vitivinicoltura sull'Ambiente)** lanciato dal ministero dell'Ambiente nel 2011. Il programma Gqa coinvolge in Italia 150 aziende vinicole e grandi cooperative per oltre 22 mila ettari. Come spiega **Mauro Coatti**, head of technical support di Syngenta Italia, «Gqa è costituito da un programma di protezione completo e personalizzato di soluzioni sostenibili



Mauro Coatti

e strumenti dedicati, che aiutano le aziende vitivinicole a operare con successo nel mercato internazionale attraverso la garanzia dei requisiti di conformità in materia di residui». Le aziende possono scegliere il protocollo di difesa e «**Syngenta** mette a disposizione dei vitivinicoltori le mappe digitali relative ai mercati internazionali che saranno accessibili in base alla conformità con i **Limiti Massimi di Residui (Lmr)** consentiti nel vino. Tali mappe sono generate dalla piattaforma software dedicata **eMAT**, che mette in relazione anche dati aggiornati in tempo reale sulle normative in vigore nei singoli Paesi del mondo e quelle sul comportamento degli agrofarmaci», continua Coatti. Oltre a questo, «il Gqa garantisce agli agricoltori la formazione. Aspetto fondamentale per un uso sicuro, responsabile e sostenibile degli agrofarmaci. Ogni anno forniamo oltre 2 mila agricoltori e tecnici». Cuore di Gqa è **eMAT** in grado di elaborare i dati provenienti da tre diversi database, due dei quali contengono le informazioni sui residui e uno la lista degli Lmr per tutte le sostanze attive a livello mondiale. Questo permette all'azienda vitivinicola di conoscere, già all'inizio dell'anno, la lista dei Paesi e dei punti vendita nei quali potrà esportare o vendere la propria produzione», conclude Coatti.

Arturo Centofanti

RISIKO AGRICOLA

SIMONIT&SIRCH, gruppo friulano specializzato e accreditato nel settore della formazione del personale addetto alla potatura manuale dei vigneti a livello internazionale, ha siglato una partnership con **Felco**, produttore svizzero d'utensili per la potatura. Le due realtà parteciperanno in tandem a importanti eventi volti a sensibilizzare viticoltori, studenti, appassionati della vigna su tematiche quali la formazione, il tutoraggio, la qualità nello svolgimento delle potature, la scelta degli strumenti più adatti per la sicurezza e il comfort degli operatori.

SECONDO IL SITO UNDERCURRENT, la multinazionale italiana del tonno in scatola **Bolton Group** (1,1 mld euro) sarebbe vicina a rilevare il pieno controllo dell'americana **Tri Marine**, società specializzata nel trading e nella lavorazione del tonno, di cui detiene una quota vicina al 50% dal 2013. Si verrebbe così a formare un gruppo da oltre 2,2 mld euro. I diretti interessati però non confermano.

IDEA TASTE OF ITALY, fondo italiano specializzato nel settore agroalimentare gestito da **DeA Capital Alternative Funds sgr**, ha acquisito il 70% delle quote di **Me&Alice**, società di gestione della catena di 143 pizzerie a marchio **Alice Pizza** (76 mln euro), fondata dalla famiglia Giovannini. L'ingresso del fondo è destinato ad accelerare la crescita del business in Italia, con aperture dirette nei centri commerciali del centro-nord Italia, in outlet e in retail park e, in una seconda fase, anche d'ampliare il presidio di selezionati mercati europei.

AUTOGRILL CRESCE SUL MERCATO cinese nel canale in concessione. La sua controllata **Hms Host** si è aggiudicata due contratti, rispettivamente della durata di 5 e 4 anni, presso gli aeroporti di **Shanghai** e di **Pechino Daxing**, il cui valore cumulato è di 50 mln euro. Nel primo scalo gestirà otto ristoranti e nel secondo altri sei.

IL CHOCOLATIER CUNESE VENCHI (90,5 mln euro) punta sul gelato, oltre che su un cioccolatino d'alta qualità, per proseguire nel suo percorso di crescita a livello globale. Nonostante la frenata nel secondo semestre 2018 (solo +2%, dal +5% del primo semestre) sul mercato italiano, che vale il 60% delle vendite dell'azienda, l'azienda confida di crescere a doppia cifra quest'anno, grazie a due accordi per lo sviluppo di negozi monomarca in Giappone e Indonesia, e all'ampliamento della rete di punti vendita in Cina e Stati Uniti.

HEINEKEN PUNTA A CRESCERE IN MOZAMBICO, paese dove dal 2016 è presente con una filiale commerciale. La multinazionale olandese produrrà birra nel nuovo birrificio che ha inaugurato nella provincia di **Maputo**. L'impianto ha richiesto un investimento di poco meno di 90 mln euro e avrà una capacità produttiva di 800 mila hl.

IL PRODUTTORE E DISTRIBUTORE americano di birre, vini e superalcolici Constellation Brands (oltre 7,2 mld euro) si focalizza sul suo portafoglio premium e cede una trentina di etichette di vini dal costo a bottiglia inferiore ai 10 euro e le relative cantine in California, New York e Washington a **E&J Gallo**, per 1,5 mld euro. L'operazione consentirà a quest'ultima di proporre alla clientela vini con una più articolata scala prezzi.

UNIGRÀ ACQUISISCE IL 100% DI OLFOOD. Unigrà è un gruppo agroindustriale di Conselice (Ra) nel settore della trasformazione e commercializzazione di oli e grassi vegetali. Olfood secondo player del mercato, è stata fondata nel 2008, ha sede a **Orzinuovi (Bs)** ed è frutto della fusione fra **Nuova Odo** e **Lipfood**. Ha un fatturato di 40 milioni di euro.

CRESCE IL VALORE DEL MARCHIO DOC SICILIA in Italia, Germania e Stati Uniti. Il Consorzio di tutela ha chiuso il 2018, grazie all'exploit di **Grillo** e **Nero d'Avola**, a quota 80 milioni di bottiglie di vino prodotte e con una previsione di 100 milioni di bottiglie a fine 2019. In Italia la crescita è stata del 20%.

NEWLAT, UNO DEI PRINCIPALI GRUPPI ITALIANI nell'agroalimentare, ha reso noto di avere acquisito dalla multinazionale argentina **Molinos Río de la Plata SA** il 100% della società **Delverde Industrie Alimentari spa**, storica azienda alimentare italiana specializzata nella produzione di pasta premium con sede a **Fara San Martino**, in Abruzzo. Il valore, enterprise value, attribuito dalle parti all'operazione ammonta a 9,25 mln di euro. Newlat intende supportare lo sviluppo del marchio **Delverde** con investimenti a livello globale. Il gruppo negli ultimi 10 anni ha incrementato il fatturato da 20 a 350 mln; oggi è pronto ad aprire agli investitori il proprio capitale sul mercato **Star di Borsa Italiana**, dove intende quotarsi grazie al supporto di importanti banche nazionali ed internazionali.

Luisa Contri