

Agroalimentare. Produttori storici ed emergenti alla fiera di Verona dal 7 aprile

A Vinitaly 104 etichette laziali

Fatturato da 115 milioni per le 69 mila aziende del comparto

Giuseppe Latour

Circa 2.400 metri quadri di esposizione che ospiteranno 104 produttori. Oltre trenta degustazioni, incluso un approfondimento storico sul Cesane del Piglio. Per rappresentare una produzione che complessivamente, in regione, nel 2010 ha fatturato circa 115 milioni. Sono i numeri che sintetizzano la partecipazione delle aziende laziali al Vinitaly 2011, in programma alla Fiera di Verona dal 7 all'11 aprile. Una partecipazione che si muove sulla scia delle ultime: meno quantità e più qualità per un settore vitivinicolo che, negli ultimi dieci anni, ha più che dimezzato i volumi, passando da 3,7 milioni di ettolitri a circa 1,5 milioni.

Quantità che muovono circa il 5% del valore aggiunto dell'agricoltura regionale e il 3,8% del valore del comparto vitivinicolo nazionale. Circa 69 mila aziende (dati Arsiad, l'agenzia regionale per lo sviluppo e l'innovazione in agricoltura), e una superficie coltivata di poco più di 2 mila ettari. Le ultime difficili stagioni hanno comunque reso necessaria una rivisitazione della partecipazione alla più importante fiera di settore. «Siamo contenti di essere riusciti a ottenere un

contenimento di costi di oltre il 30% per la nostra partecipazione al Vinitaly», spiega il commissario straordinario Arsiad, Erder Mazzocchi - un'economia che non sacrificherà la qualità dell'evento». La fiera punterà sull'internazionalizzazione, ma anche sulla presenza dei vini laziali nell'area romana. «Punteremo a far conoscere il rapporto qualità/prezzo dei nostri vini - aggiunge Mazzocchi - oggi poco presenti nel canale ristorazione della capitale. L'area metropolitana di Roma consuma il 20% della produzione nazionale di vino e appena il 6% di quella locale».

Tra i partecipanti, marchi ormai storici come Casale del Giglio, in provincia di Latina, guidata da Antonio Santarelli. L'ultima vendemmia ha dato buoni risultati, portando la produzione a quota 12 milioni di bottiglie, in crescita del 10%, per un fatturato di circa 8 milioni. Risultati che derivano da un presidio forte del territorio laziale. «Abbiamo usato per primi», spiega Santarelli - la filiera corretta. Oggi vendiamo due terzi del nostro prodotto nel Lazio. Lentamente, però, stiamo guardando ad altri orizzonti». Quindi, il primo obiettivo è consolidare la presenza nel resto del paese,



Marchi storici. Antonio Santarelli azienda agricola Casale del Giglio



Emergenti. Antonello Lupo, il suo primo vino è del 2008

dove la rete di Casale del Giglio conta circa una settantina di agenti. E, successivamente, puntare sull'estero: «Crediamo nella politica dei piccoli passi nella ristorazione di qualità. Oggi siamo in 25 paesi. E soprattutto il mercato Usa ha per noi prospettive interessanti».

Oltre ai nomi storici, ci saranno anche etichette emergenti come le cantine Lupo di Aprilia. «Abbiamo cominciato da poco, imbottigliando il nostro primo vino nel 2008», racconta il responsabile dell'azienda Antonello Lupo. Ma l'avvio è stato promettente, visto che l'anno scorso al Vinitaly il merlot "Primo Lupo" ha ottenuto la grandemenzione. Per adesso la produzione si attesta a 40 mila bottiglie ma nel giro di quattro anni arriverà a 140 mila. Con l'aggiunta di alcuni vini «Due settimane fa abbiamo imbottigliato un Vermentino e un rosé. Entro fine anno avremo anche una riserva e un passito». A regimare il catalogo dovrebbe comprendere sei o sette vini. Con un occhio di riguardo per l'estero. «Siamo piuttosto forti negli Stati Uniti, che sono il nostro secondo mercato. E guardiamo con interesse a Germania ed Inghilterra, Brasile, Giappone».



Mercoledì 30 Marzo 2011 - N. 12 **Il Sole 24 Ore Roma**

LA FIERA

7-11 aprile

Vinitaly 2011. Il salone internazionale del vino si apre a Verona la prossima settimana

LA PRODUZIONE

1,5 milioni

Gli ettolitri. La produzione di vino in regione nel 2010. Dieci anni fa era di 3,7 milioni



ROMA FINANZA



di Ester Corvi

L'ultimo in ordine di tempo è *Amici miei... come tutto ebbe inizio*, prequel del film di Monicelli; firma-
to Neri Parenti, che in meno di una settimana ha incassato 2,1 milioni di euro, ma solo altre sei le operazioni di tax credit ester-

no (credito d'imposta esteso alle società non cinematografiche, ma che contribuiscono agli investimenti destinati alla produzione filmica) che il gruppo Bnl-Bnp Paribas, attraverso la Divisione corporate, ha effettuato nel corso del 2010, per un investimento complessivo di 2,5 milioni, il massimo conosciuto. Le pellicole finanziate sono state *Un altro mondo* (realizzata dalla casa di produzione Cattleya), *Natale in Sud Africa* (FimMaro), *Qualunque sia il giorno* (Fandango), *Un giorno questo dolore ti sarà utile* (Jean Vigo), *La scomparsa di Patò* (13 dicembre) e *Missione di Pace* (Biancafil). Si tratta di produzioni molto diverse per contenuti, destinazione e bud-

CINEMA Il gruppo Bnl-Bnp Paribas ha partecipato lo scorso anno, con il meccanismo del tax credit, a sette produzioni. E nel 2011, spiega De Angelis, direttore della divisione corporate, ha nuovi progetti in cantiere

Ciak, qui si finanzia

get. «La nostra banca, seguendo una lunga tradizione», spiega Paolo Alberto De Angelis, responsabile della Divisione corporate, «ha voluto privilegiare la diversificazione degli interventi, investendo sia nelle produzioni indipendenti con prodotti di alta qualità, con l'obiettivo di permettere lo sviluppo delle società minori, sia nei progetti internazionali, al fine di favorire la diffusione del cinema italiano anche nei mercati esteri». In linea con questa strategia e grazie alla proroga del tax credit al 30 giugno 2011, la struttura di Finanza d'impresa di Bnl-Bnp Paribas ha perfezionato nel 2011 un intervento finanziario con la società Acaba Produzioni per il

film *Into Paradise*, che è uscito nelle sale lo scorso febbraio e che ha vinto il Sudestival. E il recente sconvolgimento di altri 27 milioni di euro del Fus (il Fondo unico per lo spettacolo) che quest'anno era stato ridotto a 258 milioni, ha dato peraltro ulteriore ossigeno a tutto il settore, compresa l'industria del cinema. Che nel 2010, in base ai dati dell'Anica (Associazione nazionale industrie cinematografiche



Paolo Alberto De Angelis

ed audiovisive), ha ricevuto dallo Stato 26 milioni di euro per i film 100% italiani e 9,4 milioni per i film co-prodotti, a fronte di investimenti privati pari rispettivamente a 228,8 e 48,1 milioni di euro, per un totale di investimenti italiani di 312,2 milioni. Il ruolo svolto dal gruppo Bnl-Bnp Paribas è strategico, visto che, tra fondi pubblici e propri, attualmente gestisce uno stock

di attività verso il settore cinematografico intorno a 610 milioni di euro. «La nostra strategia a sostegno del cinema sia proseguita nel 2011 in maniera determinata», precisa De Angelis. «E crediamo nel ruolo strategico che l'istituto può svolgere nell'attrarre nuovi investitori potenziali, in grado di cogliere il grande ritorno di immagine di cui può beneficiare un'impresa». «A questo proposito», conclude il manager, «sarebbe auspicabile creare fondi o consorzi di investimenti che, se ci fossero le condizioni adeguate (trattamento fiscale favorevole e quadro normativo stabile) potrebbero dare un forte impulso al settore». (riproduzione riservata)