

di Anna Di Martino

**L**e donne del vino piacciono alle banche. È la curiosa scoperta di una ricerca dell'Università di Siena su un campione di vignaioli dell'Associazione Donne del vino, la più importante a livello internazionale tra le organizzazioni rosa del settore. Ed è una luce in fondo al tunnel: per la prima volta il divario dell'accesso al credito tra maschi e femmine, costantemente a sfavore di queste ultime, registra dati in controtendenza.

La notizia è stata al centro del convegno «Donne, vino e credito» (venerdì 31 gennaio a Siena, nella sede di Ban-



**Piemonte**  
Valentina Abbona, marketing ed export manager delle Cantine Marchesi di Barolo

ca Mps), anteprima della quinta edizione dell'evento Wine&Siena (1-3 febbraio) voluto dalla Confcommercio e realizzato dalla Gourmet's international di Helmuth Kocher, ideatore del Merano Wine Festival.

## I dati

L'analisi condotta dal professor Lorenzo Zanni e dalla dottoressa Elena

# SE IN BANCA BUSSANO LE SIGNORE DEL VINO

Nessun divario di genere allo sportello: nel 97% dei casi le aziende vinicole al femminile hanno avuto credito. E le loro etichette corrono

Casprini sulle 890 socie dell'Associazione Donne del vino mostra che nel 97% dei casi le imprenditrici hanno ricevuto risposta positiva al finanziamento richiesto. Il 57% del campione (costituito dal 29% delle 432 socie produttrici) ha ricevuto il credito da banche locali, il 41,8% da istituti di credito nazionali e il 4,7% da altre fonti di finanziamento. In particolare le 86 cantine che hanno ottenuto credito sono nella maggioranza micro e piccole imprese.

A cosa si deve questo dato positivo che contraddice i risultati negativi di tutti i più recenti studi in materia, specie in alcuni comparti come l'artigianato e il commercio?

Secondo i ricercatori gioca a favore il profilo della donna manager del vino: alta scolarizzazione (il 52,3% ha almeno una laurea di primo livello), esperienza consolidata in azienda, propensione agli investimenti su beni materiali e tecnici, più competen-

**Donatella Cinelli Colombini** Fondatrice dell'Associazione Donne del vino



ze di marketing che finanziarie. Più in dettaglio il 53,5% delle intervistate è coinvolto nella proprietà dell'azienda, il 12,8% nel top management e il 12,8% è responsabile di una funzione aziendale. Percorsi professionali dettati da due principali motivazioni: continuare la tradizione di famiglia (sono ancora la maggioranza in Italia le imprese private a controllo familiare) e passione per il mondo del vino.

Su 1 milione e 300 mila aziende rosa, pari al 21,8% del totale italiano, ben il 28% si concentra nel settore agroalimentare con 830 mila partite Iva (dati Unioncamere). In particolare nell'area agricola il gentil sesso guida un terzo delle imprese e pur occupandosi solo del 21% della Sau (superficie agricola utilizzabile) realizza il 28% del Pil agricolo a dimostrazione di una in-dubbia capacità manageriale. «Le donne del vino sono un

campione privilegiato composto da persone che hanno studiato, a capo di aziende a forte vocazione internazionale, orientate sul biologico e su vini di alta qualità, come risulta da indagini effettuate anche di recente — sottolinea Donatella Cinelli Colombini, presidente nazionale dell'Associazione —. Scaturisce anche da qui la risposta positiva del mercato del credito, contrariamente a quanto avviene in molti altri settori economici, dove il gender gap è ancora forte».

Non solo. Il dato in controtendenza emerso dalla ricerca universitaria senese si deve anche al quadro positivo del mercato nazionale del vino. A cominciare da un export in continuo

**Campania**  
Daniela Mastroberardino (Terredora), vicepresidente vicario dell'Associazione Donne del vino



progresso: secondo i dati Nomisma-Vinitaly, nel 2018 le esportazioni sono cresciute ancora del 2,9% dopo un decennio caratterizzato dal segno più. E soprattutto crescono a spron battuto i valori immobiliari dei vigneti, raggiungendo in alcune aree più vocate quotazioni d'affezione: musica divina per l'orecchio dei banchieri.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## NEWS DALLE AZIENDE

a cura di RCS PUBBLICITÀ

## NICE

Il gruppo tra i protagonisti del progetto pilota di riqualificazione architettonica **CASA21**



Nice, multinazionale italiana leader nel mondo per quanto riguarda i settori dell'Home Automation, Home Security e Smart Home, prende parte a Casa21, l'eccezionale progetto pilota di riqualificazione architettonica nato a Pienza, in Toscana, nella splendida ed evocativa cornice della Val d'Orcia. Obiettivo del progetto è quello di rivoluzionare il patrimonio edilizio esistente in Italia attraverso opere di riqualificazione che rispettino fedelmente l'architettura originale e allo stesso tempo inseriscano impercettibilmente tecnologie avanzate, per rendere le strutture bioecologiche, ecosostenibili e a pieno risparmio energetico. La struttura lignea con rivestimento in pietra naturale, che ripropone l'aspetto originale del casolare toscano, affiancata a un cuore altamente tecnologico fa così di Casa21 non solo un esempio ben riuscito di riqualificazione, ma anche il primo indiscusso intervento di housing sostenibile frutto della straordinaria sinergia di alcune

delle migliori eccellenze abitative. Tra queste si distingue Nice che, forte dell'expertise in materia di automazione per cancelli e porte da garage, contribuisce a questo prototipo innovativo con la gestione del controllo degli accessi, in particolare il cancello a battente al limitare della proprietà e quello scorrevole del garage interrato. L'attività è stata perfezionata dal distributore specializzato di Nice, Toscana Service, e dall'installatore autorizzato Papini di Torrita di Siena, partner ufficiali dell'azienda nell'ambito della regione Toscana. I sistemi di automazione firmati Nice si integrano con le altre grandi aziende di design e architettura sostenibile che fanno di Casa21 un'abitazione intelligente, moderna e funzionale, e che hanno offerto le loro applicazioni per la realizzazione di un nuovo modello da seguire per i piani di recupero, valorizzazione e messa in sicurezza del patrimonio immobiliare in Italia.

• [www.niceforyou.com](http://www.niceforyou.com) •

## KLIMAHOUSE

La chiave del futuro è fare **ECO-SISTEMA**

Si è conclusa con grande soddisfazione degli organizzatori la quindicesima edizione di Klimahouse, a Bolzano. La kermesse è stata animata da quattro giorni di eventi dedicati all'edilizia sostenibile e protagonista è stata l'innovazione, testimoniata dalle proposte di tutte le aziende espositrici che hanno presentato prodotti e soluzioni concrete: dai materiali all'impiantistica, dalle tecniche edilizie più innovative e a impatto ridotto fino ai dispositivi hi-tech. «Non più solo materiali e soluzioni costruttive per tecnici e progettisti, ma un vero



e proprio eco-sistema sul tema del costruire bene e vivere bene rivolto a tutti», afferma Thomas Mur, Direttore di Fiera Bolzano, ampiamente soddisfatto dei risultati ottenuti da Klimahouse 2020. «Questa edizione rappresenta il primo passo di una strategia che punta a posizionare la manifestazione come una piattaforma di riferimento a livello internazionale e a coinvolgere tutti coloro che vogliono diventare parte attiva di un processo di grande cambiamento».

• [www.fierabolzano.it/klimahouse/](http://www.fierabolzano.it/klimahouse/) •

## QUALITY GROUP

Per il gruppo di tour operator un volume d'affari di 165 milioni nel 2019, con un **+12%** sul 2018

Il bilancio annuale di Quality Group – gruppo di tour operator nato nel 1999 cui fanno capo 9 brand – ha superato le previsioni: un volume d'affari di 165 milioni di euro a fronte dei 158 stimati a metà esercizio, con una crescita del 12% sul 2018. Quasi tutte le destinazioni hanno performato bene e il Giappone si è riconfermato primo Paese, con un incremento di volumi del 9%. Commenta Marco Peci (nella foto), Direttore Commerciale Quality Group: «Il livello di innovazione, qualità e affidabilità raggiunto dai nostri prodotti, così come lo sviluppo di servizi esclusivi in molte località del mondo, ha raggiunto un livello che non era nemmeno ipotizzabile dieci anni fa. L'incessante lavoro, il continuo



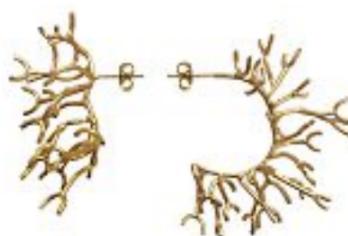
impegno e gli investimenti fatti in questi venti anni di Quality Group ci hanno portato, grazie ai nostri brand e imprenditori, ad avere oggi il prodotto privato, garantito e direttamente controllato più importante sul mercato italiano».

• [www.qualitygroup.it](http://www.qualitygroup.it) •

## AMÀLGAMA

Premi e successo di vendite per un progetto in crescita: la scommessa vincente di **GIORGIA TASCA**

Amàlgama è un progetto di Giorgia Tasca, designer italiana e americana di 33 anni che vive e lavora a Vicenza, luogo d'eccellenza per i gioielli e l'architettura. Il brand nasce pochi anni fa ma ha già alle spalle alcuni premi, esposizioni in gallerie, fiere internazionali e una mostra dedicata a Polvere, la sua ultima collezione. Dopo



diversi anni trascorsi fra America, Europa e Medio Oriente a contatto con grandi brand della moda e del lusso, Giorgia ha chiara nella mente la sua idea di design, la cui forza è direttamente proporzionale alla profondità, ai valori e alla verità che comunica. Da questa idea nasce il progetto Amàlgama, una realtà che vive legata dai confini e dai compromessi. Amàlgama si può definire come una mescola, una fusione, un impasto. Tutti i pezzi della designer sono realizzati a mano con la tecnica della cera persa, sono unici e irripetibili e caratterizzati da una cifra estetica tattile, coraggiosa e minimalista.

• [amalgamajewels.com](http://amalgamajewels.com)  
f [amalgamajewels](https://www.facebook.com/amalgamajewels) •