anno 7 - n. 36 - 8 settembre 2016

trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

SIAMO ALL'ORA X PER VENDERE VINO ONLINE IN CINA

EXPORT
Vino e alcol a 7,3 mld di euro, Italia sul podio dei saldi commerciali. L'analisi Federvini *pag.* 2

DOC
Il rilancio dell'Orvieto. Sinergia con il territorio e produzione più orientata al mercato *pag.* 3

ESTERI
Riparte il World Tour del Gambero Rosso: tra le new entry Pechino e Città del Capo *pag.* 11

E-COMMERCE
Il 9/9 del vino: Cina chiama Italia. Tutto quello che c'è da sapere per entrare su Alibaba *pag.* 12

VENDEMMIA
L'Italia mantiene il primato produttivo. Sarà un'annata di grande qualità per i rossi *pag.* 18

Solo su sky | Canale 412

Federvini e Fondazione Edison: export bevande alcoliche a 7,3 miliardi. Verona, Cuneo e Treviso le province top. Italia sul podio dei migliori saldi commerciali

Supera i 7 miliardi di euro la produzione esportata di vini e alcolici italiani nel 2015, contribuendo a fare del nostro Paese uno di quelli quelli più competitivi del settore food and wine. L'analisi della Fondazione Edison, presentata a Milano assieme alla Federvini, sottolinea come il vino rappresenti un vero e proprio traino per il comparto bevande alcoliche che, nel dettaglio, ha raggiunto lo scorso anno i 7,3 miliardi di fatturato all'export, con un saldo commerciale positivo per 5,8 miliardi: di questi, la voce "vini di uve" contribuisce con 5,4 miliardi (dato record sul 2014) e 5 miliardi di surplus commerciale. Secondo l'indice Fortis-Corradini, elaborato per conto della Fondazione Edison, che calcola le eccellenze competitive nel commercio internazionale in base al saldo commerciale, l'Italia è seconda al mondo in questa speciale classifica (la prima è la Francia) alle voci "vini in bottiglia" (vedi grafico) e "vini spumanti", mentre è prima in assoluto in "aceti, liquori, vermouth e amari".

L'analisi territoriale regala alcuni dettagli interessanti. Il Veneto resta la principale regione esportatrice di vini e bevande alcoliche (oltre 2 miliardi di euro), seguita da Piemonte (1,4 miliardi, a -0,8%), Lombardia (un miliardo) e Toscana (930 milioni), entrambe in crescita; poi Trentino Alto Adige (542 mln) ed Emilia Romagna (370 mln). Guardando invece alle province, sui 7,3 miliardi di euro di vini e alcolici esportati, circa 2,3 miliardi derivano da tre sole province: Verona, Cuneo e Treviso, che superano tutte i 500 milioni di euro. Assieme ad altre sette (nella classe 200-499 mln), il cui export vale 2,2 miliardi, formano un gruppo di dieci che rappresenta il 60% dell'intero export italiano di vini e bevande alcoliche. "*La filiera del vino è una bandiera del Made in Italy che ogni anno sta dimostrando di saper fare passi in avanti enormi in termini di qualità e innovazione*", dice Marco Fortis, direttore della Fondazione Edison. Per il presidente di Federvini, Sandro Boscaini, l'intera filiera non può cullarsi su questi risultati "*ma occorre uno sforzo maggiore per migliorare ulteriormente la qualità della produzione. Il vino italiano deve diventare espressione di esperienza, tradizione, cultura, territorio e valori umani. Abbiamo buone aspettative sul mercato, considerando le ottime previsioni vendemmiali di quest'anno*".

fonte Federvini e Fondazione Edison

Nuovi ingressi nel Consorzio vini di Romagna: in arrivo la Doc Rimini

a cura di Gianluca Atzeni

Novità in vista per la Doc Colli di Rimini, denominazione romagnola che nel 2015 ha imbottigliato circa 300 mila bottiglie. Numeri certamente da piccola Doc, ma su cui il Consorzio vini di Romagna presieduto da Giordano Zinzani dimostra di voler puntare, alla luce soprattutto dell'ingresso nell'ultimo semestre di ben nove nuovi soci all'interno della compagine consortile (Podere Vecciano, San Patrignano, Podere dell'Angelo, Terre di Fiume, Enio Ottaviani, Tenuta del Monsignore, Fiammetta, Valle delle Lepri e Santini). "*Quasi tutti i produttori della Doc Colli di Rimini sono ora dentro al Consorzio. Finora*" spiega Zinzani (enologo della Caviro) "*questa Doc era rimasta senza un governo vero e proprio. Il consiglio interprofessionale presso la camera di Commercio non è più previsto dall'attuale normativa sui vini Dop. Anche grazie alla fiducia di un gruppo di cantine e produttori, vogliamo recuperare e rilanciarla, a partire dalla modifica al disciplinare per ottenere anche la tutela erga omnes*".

foto Consorzio Vini di Romagna

La prima novità è proprio il cambio del nome da Colli di Rimini a "Doc Rimini", l'inserimento della tipologia "rosso riserva" e l'eliminazione della riserva per Cabernet Sauvignon e per Sangiovese. Per il Rébola (nome che identifica il Pignoletto in territorio riminese) saranno previste solo le tipologie "secco" e "passito", mentre scompariranno "amabile" e "dolce"; nella zona di produzione entrano anche 7 Comuni ex marchigiani, aggregati dal 2009 all'Emilia Romagna con referendum; l'imbottigliamento, inoltre, sarà esteso dalla provincia di Rimini a tutta la Romagna. L'istruttoria è stata inviata al Comitato vini del Mipaaf e si attende un via libera nei prossimi mesi.

Nel 2015, la Colli di Rimini Doc ha contato 95 produttori di uve, 19 imbottigliatori per un totale di 2.200 ettolitri. Oggi vale un 2% dell'intera produzione del grande Consorzio vini di Romagna: "*Una parte dei fondi a disposizione saranno destinati a questa Doc*" conclude il presidente Zinzani "*per la sua promozione in modo da avere più visibilità*".

STRATEGIE. PINOT GRIGIO SÌ, MA SENZA SVENDITE

Argomento caldo il Pinot grigio. È di una settimana fa il via libera del Comitato vini alla grande Doc delle Venezie, con un potenziale da oltre 250 milioni di bottiglie. In questo caso, siamo di fronte a uno dei vitigni varietali più importanti. Coltivato in tutto il mondo (dall'Australia all'Ungheria, dalla California all'Italia), si è affermato nel corso degli ultimi 15 anni come una delle tipologie più note tra i vini bianchi a livello internazionale. Coi suoi quasi 25 mila ettari, pressoché metà della superficie globale, il ruolo dell'Italia in questo quadro è riconosciuto. Anche per merito di un top brand come Santa Margherita che da decenni ha creduto nelle sue potenzialità. L'ammiraglio della famiglia Marzotto è diventato leader nel mercato Usa e, in scia, corrono: il gruppo Giv che esporta l'equivalente di circa 20 milioni di bottiglie; aziende Toscane a "trazione" statunitense come Banfi e Ruffino, che affiancano il Pinot grigio in "cross selling" con il Chianti; grandi aziende come Enoitalia, Botter, Fratelli Martini e Schenk che stanno crescendo nelle private label. Il progetto di una macro-denominazione del Triveneto, che rappresenta l'82% dei valori di Pinot grigio italiani, servirà da un lato a certificarne e garantirne la tracciabilità e, dall'altro, a fare massa critica e conferire una precisa identità territoriale al prodotto, che faccia il pari con quanto accaduto all'altra grande Doc: il Prosecco. L'idea di un grande territorio, di una vasta landa, con una viticoltura specializzata in questo vitigno che abbia dietro un nome che richiama alla mente il fascino di Venezia non potrà che essere strategicamente efficace. Ne nascerà una sorta di sistema che dovrà essere preso a modello. Oggi, in grandi Paesi consumatori come Germania e Inghilterra, metà dei vini importati riguardano la tipologia Pinot grigio. Non solo dall'Italia, si badi bene. Per alcuni competitor, questo vino è una commodity. In Australia, ad esempio, si può trovare sfuso a 0,90 dollari. Quello italiano deve certamente puntare ad avere grande diffusione, ma occorre fare attenzione a non "svendere" quel valore qualitativo e riconoscibile di "wine leader" che oggi gli appartiene.

Lorenzo Tersi wine advisor | segreteria@ltadvisory.it

Doc Pinot grigio delle Venezie: Ok da Comitato vini

Il Comitato vini del Mipaaf ha approvato il disciplinare della Doc Pinot grigio delle Venezie, denominazione che secondo quanto auspica l'Associazione temporanea di scopo (Ats) presieduta da Albino Armani dovrebbe vedere la luce definitivamente entro novembre, se non ci saranno controdeduzioni entro due mesi dalla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale. Primo passaggio superato quindi, ma è chiaro che occorrerà, nel frattempo, modificare un apposito decreto Mipaaf (del 23 dicembre 2015) per far sì che i produttori possano rivendicarla già da questa vendemmia.

Orvieto, al via il progetto per il rilancio della Doc. Spunta l'idea di una versione "spumante"

a cura di Gianluca Atzeni

La Doc Orvieto cerca il rilancio. E la strada passa per "Orvieto diVino", progetto voluto dal presidente dell'Unione internazionale degli enologi, Riccardo Cotarella, e lanciato dal sindaco di Orvieto, Giuseppe Germani, assieme dal presidente del Consorzio, Vicenzo Cecci. A supporto, il lavoro di un Comitato scientifico composto da esperti del settore. Si punta su eventi locali, degustazioni e master class abbinate a "Umbria Jazz Winter Festival", incoming di giornalisti per promuovere il territorio orvietano e umbro, valorizzando arte, cultura, cibo e vino. I fondi arriveranno da Consorzio, Psr regionale, Ocm vino, Comune. La città della rupe, in pratica, riscopre il vantaggio delle sinergie. Il presidente Cecci è chiaro: "*Forse ci si è un po' seduti sui successi del passato senza tenere conto che il mercato è diventato molto dinamico e competitivo. Ora vogliamo fare sistema con tutto il territorio per riposizionare meglio il nostro vino e le diverse eccellenze in ambito nazionale e internazionale*". La prima uscita potrebbe essere a ottobre presso Eataly Roma.

Sono circa cento i soci del Consorzio, 33 le cantine, per una produzione 2015 vicina a 13 milioni di bottiglie e un primo semestre 2016 a 7,1 mln di bottiglie. Il trend a volumi è in crescita così come l'export, dove arriva il 75% dell'Orvieto (Usa, Canada, Germania e Uk). "*Ma c'è anche la volontà di creare un mercato locale importante*", aggiunge Cecci. Ad esempio, aumentando la presenza nei ristoranti locali. Sul fronte produttivo, si lavora a una versione spumante, seguendo i mercati. E così il vino dei Papi punta a integrare il disciplinare Orvieto Doc (non del Classico). "*Ci stiamo lavorando*", dice Cecci. Vedremo se l'idea rilanciata di recente dal manager di Ruffino, Fabio Vittorio Carone, diventerà concreta.

Donnafugata si allarga: acquistata un'altra cantina a Pantelleria

a cura di Andrea Gabbrielli

Donnafugata ha acquistato all'asta la cantina della ex società cooperativa Nuova Agricoltura per un importo di 500 mila euro. La struttura, abbandonata da almeno sei anni a seguito del fallimento dell'azienda, è situata in Contrada Barone/Serra di Ghirlanda, ed è stata valutata con una perizia autorizzata dall'Assessorato regionale attività produttive. Nuova Agricoltura è stato l'ultimo tentativo di fare una cooperativa sull'isola, dopo le fallimentari vicende di Agricoltori Associati prima e di Enopolio poi. "*L'acquisizione della cantina*" ha detto a Tre Biccheiri Antonio Rallo, amministratore dell'azienda "*è stata un'occasione che abbiamo colto per ottimizzare la gestione dei nostri processi produttivi sull'isola, dove potremo svolgere in modo più funzionale quello che già facciamo a Khamma. Materialmente non ne siamo entrati ancora in possesso, sarà quindi con la vendemmia 2017 che sfrutteremo appieno tutte le opportunità offerte dalla nuova struttura*". A Pantelleria ottenere delle licenze edilizie non è agevole e i tempi possono essere molto lunghi. Inoltre i costi di costruzione risultano molto elevati. Attualmente, oltre all'unità produttiva di Kamma, Donnafugata si serve di una vecchia cantina nella Piana di Ghirlanda, la prima acquisita dall'azienda sull'isola. E in totale ha 68 ettari di vigneto di proprietà in produzione.

Montefalco Doc, avanti con la sostenibilità. Ridotti i trattamenti fitosanitari

Prosegue il percorso sostenibile della Doc Montefalco, che si prepara a Enologica (16-18 settembre). Il primo anno di attività dell'applicazione del protocollo Grape assistance sulla riduzione dei fitofarmaci ha consentito di ridurre del 5% gli interventi fitosanitari e del 14% l'indice di frequenza dei trattamenti (Treatment Frequency Index): "*Il progetto ha avuto un impatto positivo. Sarà possibile avanzare in maniera sempre più precisa*" spiega Amilcare Pambuffetti, presidente del Consorzio Vini Montefalco "*una caratterizzazione microclimatica delle aree vitate di Montefalco insieme alla mappatura delle zone a maggiore rischio di incidenza di malattie su vite*". La vendemmia è alle porte, con quantità stabili sul 2015 ma di "*altissimo livello qualitativo*" soprattutto per le uve Sagrantino.

Il ritorno dei fine wine? L'indice Liv-ex 1000 segna il record storico. Positivo anche Italy 100

Che i fine wine saranno l'investimento del futuro lo avevamo già detto, e adesso arriva anche la conferma dall'indice Liv-ex 1000 (che raggruppa mille vini da tutto il mondo, con una predominanza francese), che nel mese di agosto ha registrato un nuovo record dai tempi della "bolla" cinese del 2011: 281,62 punti, in crescita del 14,84% da gennaio 2016. Il precedente picco nel luglio del 2011 era stato di 279,69 punti.

Più in generale, le quotazioni dei fine wine sono aumentate dallo scorso dicembre, per poi trovare nuovi impulso sotto l'effetto Brexit: l'indebolimento della sterlina, ha incoraggiato gli investitori e i wine merchant che operano in euro e dollaro ad investire in zona Bordeaux-Borgogna. Sebbene qui si dovrebbe aprire tutto un discorso proprio sulla svalutazione della sterlina, rapportandola al fatto che l'indice in questione è, comunque, espresso, proprio nella moneta inglese, riportando così qualche sfalsamento rispetto al reale aumento dei prezzi.

Non addentrandoci oltre in questa analisi, risulterebbe positivo anche l'indice Liv-ex 100 che, con agosto, è entrato nei suoi nove mesi consecutivi di guadagni positivi: in aumento del 2,9% sul mese di luglio. Bene, infine, anche l'Italy100 (ultime 10 annate di Masseto, Ornellaia, Sassicaia, Solaia, Tignanello, Barbaresco e Sorì Tildin di Gaja, Barolo Vigne di Luciano Sandrone, Redigaffi di Tua Rita e Guado al Tasso di Antinori): + 7,9% nel 2016, +17,5% negli ultimi 5 anni.

Vino e tecnologia. Paura di pronunciare male il nome di un'etichetta? Arriva Saywine, l'app parlante

Può la pronuncia rappresentare un problema per la vendita di un vino? Scommette su questo lo chef italoamericano Robert Aiudi, che ha appena lanciato l'app Saywine per **aiutare i wine-lover a pronunciare correttamente i nomi dei vini**, senza incorrere in figuracce e inibizioni. Nella pratica l'applicazione consentirà agli utenti di ascoltare la pronuncia di ogni etichetta sia nella lingua originale, sia in inglese, per poi poter replicare la pronuncia. Così chiedere al sommelier questo o quel vino non sarà più così difficile. Si parte proprio dai vini italiani, toscani per la precisione. Un incentivo a berne di più?

GIUSTI

Una collezione di 8.767 bottiglie

www.giustiwine.com

GIUSTI

UMBERTO I

Tenuta Abazia

ROSSO VENETO

ITALIA

#vendemmiamostrano2016

Dopo il successo dello scorso anno, Tre Bicchieri rilancia l'iniziativa "Vendemmiamo strano". Mandate le foto delle vostre vendemmie più particolari, con qualche riga di accompagnamento che indichi il nome dell'azienda, del comune, del vitigno e del sistema di allevamento a settimanale@gamberorosso.it o pubblicatele con l'hashtag #vendemmiamostrano2016. Noi le inseriremo nei prossimi numeri di Tre Bicchieri…

Il "Baragioeu", la tradizione continua

Piccoli vendemmiatori impegnati nella raccolta delle uve Clinton e Isabella, all'interno del parco comunale della Villa Annoni a Cuggiono, in provincia di Milano, al confine col Piemonte. In queste aree attorno al fiume Ticino, quando nel XIX secolo la fillossera distrusse gran parte dei raccolti, le popolazioni iniziarono a vinificare queste uve resistenti alle malattie. Nasce così il "Baragioeu", vino di brughiera, di baraggia, chiamato anche "bruschétt": un rosso dal carattere brusco, molto acidulo, tra 9 e 10 gradi alcolici. Se ne ricavano ogni anno circa 300 litri, per un consumo che si concentra nella sagra del Baragioeu, organizzata ormai da 33 anni dall'associazione Amici del Museo, che preservano così il loro patrimonio storico-culturale.

San Gimignano, la vendemmia del cinquantenario

È una vendemmia tutta particolare quella di quest'anno per la Vernaccia di San Gimignano. Perché la denominazione compie mezzo secolo. Il vino, infatti, per primo ottenne nel 1966 la Doc. In questa foto dell'azienda Panizzi, scattata nella vigna in località Larniano, nel comune di San Gimignano, nasce la Riserva della Vernaccia di San Gimignano Panizzi. La mano effettua una "prima ecografia" della futura riserva, come l'hanno definita i proprietari, visto che la vendemmia è imminente. Uve sane, con una buona concentrazione aromatica e acidità che si è preservata, fa sapere il Consorzio di tutela, nonostante le bizze del meteo.

Non solo vino. La vendemmia che produce solidarietà su due ruote

Questa non è la foto di una vendemmia, ma di quello che produrrà: non solo vini, ma anche Hugbike, le prime biciclette solidali che si "guidano con un abbraccio" e che saranno consegnate a ragazzi affetti da autismo della onlus Oltre il Labirinto. L'iniziativa è dall'azienda Le Manzane di San Pietro di Feletto (Treviso) che per domenica 11 settembre ha promosso la "Vendemmia solidale, festa e beneficenza nella Terra del Prosecco Superiore". Il programma prevede la vendemmia dell'uva, musica dal vivo, spettacoli di giocoleria, merenda e visita in cantina. I posti in cantina sono limitati e su prenotazione. Per le iscrizioni contattare lo 0438 486606 o scrivere una e-mail a info@lemanzane.it

Ci sono i nuovi 13 Masters of wine 2016, ma ancora nessuno italiano

Tredici nuovi Masters of wine e ancora nessun italiano. Quest'anno a superare la prova finale per l'ambito riconoscimento dell'Istituto inglese, sono stati quattro inglesi (Richard Ballantyne, Matthew Forster, Jeremy Lithgow e Ana-Emilia Sapungiu), due irlandesi (Barbara Boyle e Mick O'Connell), due statunitensi (Matt Deller e Mary Margaret McCamic), una australiana (Bree Boskow), una indiana (Sonal Holland), un francese (Iain Mundson), un taiwanese (Mark Pygott) e una cinese (Fongyee Walker). In questo modo il numero di MW nel mondo è arrivato a 353 da 28 diverse nazionalità.

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli, Lorenzo Tersi
progetto grafico
Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago
contatti
settimanale@gamberorosso.it | 06.55112201

pubblicità
direttore commerciale
Francesco Dammicco | 06.55112356
dammicco@gamberorosso.it
resp. pubblicità
Paola Persi | 06.55112393
persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

fino all'11 settembre
Festa del Moscato di Scanzo
Domus Bergamo
Piazza Dante
Bergamo

9 settembre
Salone di vini selezionati Douja d'Or
Asti
fino al 18 settembre

venerdì 9
Centomiglia sulla Strada del Prosecco Superiore
fino al 10 settembre

11 settembre
"Vendemmia solidale, festa e beneficenza nella Terra del Prosecco Superiore"
Azienda agricola
Le Manzane
di San Pietro di Feletto
(Treviso)
ore 9-16
lemanzane.com

12 settembre
Milano Beer Week
fino al 18 settembre
milanobeerweek.it

16 settembre
Enologica
Montefalco (Perugia)
fino al 18 settembre

16 settembre
Fermentazioni
Italian craft beer fest
Officine Farneto
Roma
fino al 18 settembre

17 settembre
Festival Franciacorta
fino al 18 settembre
franciacorta.net/it/festival

18 settembre
Bacco & Baccalà
Villa Sesso Schiavo
di Sandrigo (Vicenza)
baccalaallavicentina.it

22 settembre
Terra Madre
Salone del Gusto
Torino
salonedelgusto.com
fino al 26 settembre

22 settembre
presentazione guida Pizzerie d'Italia 2017 del Gambero Rosso
Palazzo Caracciolo
Napoli
gamberorosso.it

23 settembre
Gambellara Wine Festival
Gambellara (Vicenza)
fino al 25 settembre

30 settembre
Sagra dell'Uva
Cupramontana (Macerata)
fino al 2 ottobre

2 ottobre
Showrum
Italian Rum Festival
A.roma Lifestyle Hotel
Roma
fino al 3 ottobre

TRE BICCHIERI 2017

Aspettando la presentazione della guida **Vini d'Italia 2017**, prevista per il 29 ottobre, continuano le anticipazioni dei Tre Bicchieri.
Le altre regioni saranno svelate nei prossimi giorni su www.gamberorosso.it

SARDEGNA

- Alghero Torbato Terre Bianche Cuvée 161 2015 | *Sella & Mosca*
- Barrile 2013 | *Contini*
- Cannonau di Sardegna Cl. D53 2013 | *Dorgali*
- Cannonau di Sardegna Cl. Dule 2013 | *Gabbas*
- Cannonau di Sardegna Senes Ris. 2012 | *Argiolas*
- Capichera 2014 | *Capichera*
- Carignano del Sulcis 6Mura 2011 | *Giba*
- Carignano del Sulcis Buio Buio Ris. 2013 | *Mesa*
- Falconaro 2011 | *Dolianova*
- Latinia 2010 | *Santadi*
- Vermentino di Gallura Sup. Sciala 2015 | *Surrau*
- Vermentino di Sardegna Stellato 2015 | *Pala*

CALABRIA

- Gravello 2014 | *Librandi*
- Grisara 2015 | *Ceraudo*
- Masino 2014 | *iGreco*

Guida Pizzerie d'Italia 2017: il 22 settembre la presentazione a Napoli

L'autunno del Gambero Rosso si apre all'insegna della pizza: il 22 settembre l'appuntamento è a Napoli, a Palazzo Caracciolo, con la presentazione della guida Pizzerie d'Italia 2017 che, come ogni anno, sancisce gli assaggi più convincenti tra pizzerie al piatto e a taglio, dispensando spicchi e rotelle. Seguirà la degustazione per gli ospiti dell'evento, mentre i premiati, una volta ritirato il diploma, dovranno rimettersi con le mani in pasta. In questa occasione, si rinnova la collaborazione con il Consorzio tutela vino Bardolino Doc e il suo Chiaretto che accompagnerà gli assaggi di pizza, in un abbinamento da non perdere, grazie alla freschezza agrumata del vino rosato del Garda.

Guida realizzata in collaborazione con
chiaretto. CONSORZIO TUTELA VINO BARDOLINO DOC
molinomagri LA TUA FARINA DAL 1929

BADIA DI MORRONA TOSCANA
Gaslini Alberti
PODERI DEI BRICCHI ASTIGIANI PIEMONTE
www.gaslinialberti.it

Oltre 30 tappe estere per i 30 anni del Gambero: la nuova stagione del World Tour

Con 30 anni di esperienze sulle spalle e l'arrivo della guida Vini d'Italia, riparte il tour mondiale del Gambero Rosso. Calcio d'inizio a Roma, il 29 ottobre, con la presentazione di Vini d'Italia 2017, che in questo momento è nelle mani dei traduttori inglesi, tedeschi, cinesi e giapponesi. Dalla Capitale si volerà, poi, all'estero. Quattro i format previsti. In primo luogo, il **Tre Bicchieri World Tour**, riservato solo alle cantine che hanno ottenuto il massimo riconoscimento nella Guida. Prima tappa Seoul il 2 novembre, poi ancora il 4 a Pechino, prima volta per la capitale cinese, il 9 a Hong Kong e il 16 a Tokyo, in collaborazione con il Vinexpo. Il 30 gennaio si riprende da Monaco, con tanto di presentazione della Guida in tedesco, poi Stoccolma, anche questa new entry, mentre a febbraio è in programma la classica Tre Bicchieri week nordamericana, che si arricchisce di una nuova tappa a Los Angeles: il 7 Chicago, il 9 New York, il 13 LA, il 15 San Francisco. A marzo il circuito dei Tre Bicchieri troverà casa nuovamente a Düsseldorf per aprire le danze della Pro-Wein. Infine, il 3 maggio sarà la volta della City di Londra, altro mercato chiave e in fase di rimodulazione, per poi chiudere con Toronto l'8 giugno, in cooperazione con Lcbo, il monopolio degli alcolici dell'Ontario.

30 ANNI DI SUCCESSI

Il secondo format è **Vini d'Italia**, la manifestazione dedicata a tutte le aziende che hanno superato il filtro delle degustazioni regionali e sono riuscite ad accedere nell'omonima guida nazionale. Zurigo e Varsavia aprono il tour rispettivamente il 21 e il 25 novembre. Il 18 gennaio Vini d'Italia riprenderà da Oslo, per poi spostarsi il giorno successivo a Copenhagen. Il 6 aprile Vini d'Italia sbarcherà a Miami, per poi calare il tris finale nel mese di giugno, con gli eventi di Mosca, Vancouver e Seattle.
Festeggia la decima edizione il **Top Italian Wines Rodashow**, il tour portabandiera del Gambero Rosso che vede coinvolte oltre 60 cantine per sei eventi nei mercati a maggiore potenziale di crescita in prospettiva. Si parte da Città del Capo il 1 dicembre, prima assoluta nel continente africano, poi sarà la volta di Taipei e ancora Osaka. A marzo, un altro esordio: la tappa di Hanoi in Vietnam, l'8 marzo, poi ancora Singapore, uno dei porti sicuri del vino italiano di qualità, e ancora Sydney.
Infine, il **Top Italian Wines Extra**, riservato a non oltre 30 aziende, che si concentra su quei mercati particolarmente complessi dal punto di vista dell'accesso, ma in netta fase di stimolo e apertura. Posizionarsi qui in anticipo può regalare grosse soddisfazioni in ottica di medio-lungo termine. Ecco dunque le tappe di Cuba il 4 marzo, Bangkok, il 6 marzo, San Paolo il 17 marzo e, infine, Dubai.
Un quadro d'insieme ambizioso e molto stratificato che darà continuità e slancio allo straordinario trend delle esportazioni di vino italiano che sono cresciute di oltre il 500% negli ultimi 30 anni.

IL MIO EXPORT. Dino Addis – Cantina Gallura

1. Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?
Cantina "Gallura" esporta direttamente l'11% del fatturato.
2. Dove si vende meglio e dove peggio, e perché?
I mercati ormai consolidati sono Europa e Usa, che rimangono quelli numericamente più importanti. Ma siamo presenti anche nei mercati giapponese, australiano e sudamericano.
3. Come va con la burocrazia?
Ci sono ancora troppi cavilli, soprattutto nei Paesi emergenti, bisognerebbe rendere il tutto più semplice.
4. Come promuoverete il vostro vino nei mercati internazionali?
L'Italia, in tutto il mondo, ha un'ottima immagine con il suo food e i suoi vini. Quindi se si riesce a comunicare con iniziative mirate (abbinare il cibo del territorio con i propri vini), lavorare in sinergia con gli chef, raccontando storia, cultura e tradizione, si riscuoterebbe sicuramente curiosità anche in nuovi mercati.

Cantina Gallura | Tempo Pausania | Olbia-Tempio | www.cantinagallura.net

NEL PROSSIMO NUMERO
LE MORETTE

È l'ora di Tmall 9.9 Global Wine & Spirits Festival: l'Italia è il secondo Paese più rappresentato. Ecco come le cantine si sono preparate all'evento e quali sono le modalità per aprire un proprio store sulla piattaforma cinese

Il vino in Cina alla prova del 9/9 su Alibaba

a cura di Loredana Sottile

L'EVENTO: COS'È IL TMALL 9.9 GLOBAL WINE & SPIRITS FESTIVAL?

9/9, una data destinata a fare storia per il vino, visto che il Paese del Dragone gli aprirà le sue porte. E lo farà a partire, non da un ingresso qualsiasi, ma da quello principale del commercio online. Infatti, il gigante dell'e-commerce Alibaba, come ha annunciato il suo fondatore Jack Ma allo scorso Vinitaly, per 12 ore trasformerà i suoi portali in una vetrina per la vendita di vino proveniente da ben 50 Paesi da tutto il mondo in quello che è stato battezzato "Tmall 9.9 Global Wine & Spirits Festival" che in cinese si pronuncia "Jiu Jiu", omofono di vino e nove. Tmall, invece, è la piattaforma b2c di proprietà di Alibaba Group.

Cosa succederà nella pratica? Dalle 9 di mattina alle 9 della sera (occhio all'uso insistente, quasi "mantrico" del numero 9) 400 milioni di clienti cinesi - non soltanto quelli interessati al vino - avranno a disposizione una vasta gamma di etichette ed offerte tra cui scegliere, con banner pubblicitari e campagne promozionali mirate a rendere ancora più allettante l'acquisto.

Ma la festa è già iniziata. Per offrire massima visibilità e opportunità ai brand di entrare in contatto con i consumatori, Tmall ha lanciato una serie di campagne marketing dal 1 settembre, come le aste live per etichette rare e in numero limitato. Non solo. Un centinaio di esperti di vino a livello mondiale, tra cui il francese Jean-Luc Thunevin e il critico americano James Suckling, condivideranno in video live i propri pareri sui vini attraverso le app di Tmall e Taobao. Nel corso della giornata, invece, ogni azienda presente con un proprio store (che sia cantina, importatore o gruppo) potrà mettere in promozione due, al massimo tre prodotti. Obiettivo? Portare 100 mila vini da tutto il mondo in quello che dovrebbe diventare - ma prima di parlare per il futuro bisogna vedere il bilancio - un appuntamento annuale.

Giusto per capire di cosa stiamo parlando: Alibaba ha un fatturato annuo di circa 500 miliardi di dollari, raggruppa 10 milioni di aziende e propone qualcosa tipo un miliardo di prodotti a 400 milioni di clienti in Cina. Per quanto riguarda il settore vino, dal 2013 al 2015, la piattaforma Tmall ha quintuplicato il numero di acquirenti, raggiungendo più di 10 milioni di consumatori, soprattutto tra i ventenni e nelle città minori. L'accordo con l'Italia e il consecutivo lavoro con il nostro vino è cosa recente, come ricorda **Rodrigo Cipriani Foresio**, managing director di Alibaba Italia e Sud Europa: "*Solo quattro mesi fa, quando annunciammo l'iniziativa dal palco di Vinitaly, due sole cantine italiane avevano lo store sulle nostre piattaforme, oggi l'Italia con 50 cantine e oltre 500 etichette, presenti in vario modo, è il secondo Paese più rappresentato* (dopo la Francia; ndr) *nell'ambito di un grande evento come il Tmall 9.9. Numeri che confermano la nostra convinzione di come Alibaba possa fare molto per aiutare il vino italiano a crescere in Cina, aumentando la propria quota di mercato rispetto all'attuale, che non rende giustizia a un prodotto di qualità come quello che i nostri produttori sanno selezionare e offrire*". Non a caso, nove mesi fa Alibaba ha inaugurato in Italia il suo primo ufficio per l'Europa, in modo da affiancare gli imprenditori nelle pratiche per approdare sulla piattaforma online cinese.

COME APRIRE UN PROPRIO FLAGSHIP STORE SU ALIBABA

Per capire più nel dettaglio le modalità di partecipazione delle cantine italiane al "Tmall 9.9" e soprattutto le modalità per aprire un proprio store sulla piattaforma, abbiamo chiesto informazioni al business development manager responsabile food&wine **Manfredi Minutelli**. "*Al momento*" ci dice "*sono cinque le realtà vitivinicole ad avere un proprio flagship store. I primissimi ad averlo attivato, ancora prima dell'apertura dell'ufficio italiano di Alibaba, sono Le Rovole e Nata-*

» *le Verga, a cui sono seguiti Mezzacorona, Giv - che al momento ha portato 7 delle sue 18 cantine - e Iswa con i suoi 7 marchi. Ma ci sono anche altre modalità di partecipazione alla giornata del vino. Ad esempio altre cantine saranno presenti attraverso il proprio importatore cinese, com'è il caso di Antinori con Cofco o di Castello Banfi, Ruffino e Donnafugata con Asc. Infine, altre sette cantine sono state selezionate da Tmall Direct Import all'interno di un progetto pilota che, eccezionalmente, ha previsto l'acquisto diretto dei vini da parte di Alibaba. Per questo progetto ci siamo avvalsi della collaborazione di Vino75, giovane enoteca online con base a Firenze che sta lavorando per aprirne una anche sulle nostre piattaforme*".

Ma facciamo un passo in avanti, andando oltre la giornata dedicata al vino, per capire quale sia la procedura per poter arrivare ad Alibaba."*Il primo criterio*" spiega il responsabile italiano "*è quello del marchio: l'azienda deve dimostrare di essere detentrice del marchio registrato anche in Cina o di avere la licenza per vendere il prodotto. A quel punto, e dopo tutta una serie di documenti richiesti, passano dalle quattro alle sei settimane per attivare una posizione online e aprire un account Alipay, unico sistema utilizzato per i pagamenti sulla piattaforma. In questo periodo l'azienda deve provvedere a costruire il proprio store che, ricordiamo, non è realizzato da Alibaba, ma da società terze con cui l'azienda viene messa in contatto e tra cui può scegliere quella che meglio si presta alle proprie esigenze*". Una volta dentro, però, non è finita, perché bisogna portare fisicamente il vino in Cina. E Alibaba, al contrario di altre piattaforme e-commerce, è molto esigente in fatto di puntualità nelle consegne, anche perché i feedback dei clienti, in un Paese dove si acquista principalmente online, non perdonano. Oggi la cantina può scegliere tra due piattaforme, che corrispondono anche due procedure differenti per far entrare il vino in Cina: Tmall Classic o Tmall Global. La differenza la spiega Minutelli: "*Nel primo caso – l'unico modo possibile fino allo scorso 8 aprile quando, con il cambio della normativa, anche il vino è stato inserito tra i prodotti importabili con la modalità cross border - bisogna avere un proprio importatore locale tramite cui far arrivare il vino in Cina, con tutti i controlli, i dazi e gli adeguamenti del caso. Vedi nomi e retro-etichette tradotte in cinese. Con Tmall Global, invece, si possono fare entrare i vini anche senza importatore: è come se la vendita avvenisse in Italia, anche se il vino nel frattempo deve trovarsi già in Cina per motivi di logistica. In questo caso i magazzini Tmall sono quelli bonded (*porto franco; ndr*) e i dazi agevolati si pagano solo una volta che il prodotto è venduto ed esce dal* »

» *magazzino*". E andiamo agli investimenti: quanto costa aprire un proprio punto vendita su Alibaba e successivamente gestirlo? Come ci spiega Minutelli, prima di tutto c'è un deposito cauzionale di 25 mila dollari a garanzia. Poi, in modo specifico per il settore vino, si parla di un contributo annuale fisso di 5 mila dollari. Il resto si conteggia sulle vendite, con un 2% che va ad Alibaba e l'1% ad Alipay. Il resto rimane all'azienda che, però, deve conteggiare tra le spese anche quelle per realizzare lo store e gestirlo da un punto di vista logistico, tramite le società terze di cui parlavamo sopra. "*Chiaramente*" ci tiene a precisare il nostro interlocutore "*avere il proprio prodotto online, non significa vendere vino. Per farlo, un po' come funziona dappertutto, bisogna fare promozione, farsi conoscere e portare traffico sul sito*".

LA CANTINA. L'ESPERIENZA DI MEZZACORONA

Tra le prime cantine italiane ad aver avviato un proprio flagship store c'è il gruppo trentino Mezzacorona, che lo ha inaugurato lo scorso 30 maggio. "*In questa fase di rodaggio*" ci dice il direttore generale **Fabio Maccari** "*stiamo cercando di posizionarci, vivacizzando e mantenendo dinamica la nostra vetrina. Ad esempio tramite short movie che, a quanto pare, hanno molta appeal sui consumatori cinesi. Per quanto riguarda la logistica ci siamo affidati ad una società terza, con cui ci ha messo in contatto Tmall, per cui adesso la nostra fornitura è già nel loro magazzino in conto vendita. Ma nella primissima fase abbiamo potuto contare sui nostri 11 distributori, già presenti in Cina, che si sono messi a disposizione per aiutarci nella logistica. La cosa interessante, che vorrei sottolineare, è che non c'è nessuna forma di rivalità tra i due canali, come spesso avviene in altri Paesi: i distributori, anzi, sono contenti del nostro arrivo su Alibaba, perché per loro è una forma pubblicitaria che serve a renderci più popolari tra i consumatori cinesi. Senza contare che* »

PER I MILLENNIALS CINESI IL WEB È IL SECONDO CANALE DI ACQUISTO

In Cina sono i millennials a guidare gli acquisti di vino sul web. Per loro internet rappresenta il secondo canale, dopo la Gdo (23%) e prima delle enoteche (8%).
Il 13% dei giovani e ricchi consumatori del Paese del Dragone acquista, infatti, il vino online, superando la quota dell'altro grande Paese buyer, gli Usa, dove la percentuale si ferma al 3%. Lo svela un'indagine condotta su 1.200 millennials cinesi e 2.300 giovani Usa, realizzata dall'Osservatorio Business Strategies Paesi terzi in collaborazione con Nomisma/ Wine Monitor. Dallo studio emerge anche l'approccio al vino, in gran parte dettato dal web: se infatti il 44% preferisce scoprire le caratteristiche del prodotto con le degustazioni al ristorante, il 40% ama farlo attraverso la consultazione di siti e blog dedicati al vino. Una percentuale quasi tripla rispetto a quanto registrato dai coetanei statunitensi (15%).
Andiamo alle importazioni dall'Italia. Nonostante il nostro Paese sia fermo al quinto posto nella classifica dei fornitori, con un misero 5% di quota di mercato (44% per la Francia), sembrerebbe comunque che tra i giovani e ricchi cinesi il vino italiano stia guadagnando posizioni, raccogliendo il 14% dei consumi, dietro soltanto ai francesi (30%). Secondo le elaborazioni Nomisma-Wine Monitor (su dati dogane), nei primi sette mesi di quest'anno l'Italia è il Paese tra i "top exporter" in Cina che è cresciuto di più in termini percentuali, con un aumento – sullo stesso periodo del 2015 – del 28,1% (68,7mln di euro). Il dato è infatti leggermente superiore rispetto ai 3 principali fornitori in Cina, con la Francia che a luglio ha chiuso con un +26,3%, l'Australia a +26% e il Cile a +20,1%.

» *comunque, ci sono parti del Paese, al di fuori delle grandi città, dove non riuscirebbero ad arrivare. E questa è la grande scommessa di Alibaba, così come la nostra*". Troppo presto per fare bilanci, anche perché il vero trampolino di lancio sarà proprio la giornata del vino, ma i primi risultati sono già visibili. "*I primi feedback positivi che abbiamo ricevuto*" ci dice Maccari "*sono le rewiew dei giornalisti cinesi che, dopo l'arrivo sul portale, si sono dimostrati molto interessati a conoscere meglio la nostra realtà. E, intanto, in concomitanza con la giornata del vino, una delegazione di clienti top di Tmall è in viaggio-premio in Italia e sta visitando la nostra cantina. Da questa esperienza sul canale Tv Tmall verrà trasmesso un video promozionale del 9/9 di cui saremo protagonisti. Subito dopo sarà il tempo dei bilanci*".

IL GRUPPO. L'ESORDIO DI ISWA

Sarà in assoluto un esordio sulla piattaforma cinese quello di Iswa-Italian Signature Wines Academy, il gruppo di sette cantine provenienti da diverse regioni d'Italia con alle spalle una lunga tradizione vinicola. Da pochi giorni arrivato su Tmall, Iswa domani proporrà quattro vini per ognuno dei suoi sette marchi. "*La scelta di presentarci come gruppo è stata vincente*" dice la presidente del consorzio, **Marilisa Allegrini** "*ed è stato uno dei motivi per cui Alibaba ci ha contattato e scelti per rappresentare l'Italia sulla loro piattaforma. In questa fase, la difficoltà maggiore è stata creare tutta l'impalcatura dello store, fornendo le giuste informazioni, compresa la traslitterazione dei nomi in cinese. Ma adesso siamo dentro. Ognuno di noi, chiaramente, ha un pregresso nel mercato cinese, ma si tratta di esperienze filtrate dagli importatori che portano i nostri vini direttamente nell'alta ristorazione o negli alberghi di lusso. Adesso Alibaba ci dà la possibilità di capillarizzare la distribuzione e stabilire un contatto diretto con il consumatore, aprendo con questo un vero dialogo. Dialogo che, ci auguriamo, possa culminare , altre all'acquisto del vino, nel voler conoscere più da vicino chi c'è dietro al prodotto, magari anche venendo in Italia. Ricordiamo che Iswa punta parecchio anche sull'ospitalità e siamo sicuri che questa sia la chiave per rilanciare non solo il mondo vitivinicolo, ma anche tutto il Paese. È una scommessa che ci stimola parecchio*". Ma non è l'unica. I vini scelti per Alibaba, ci dice Allegrini, sono quelli ritenuti più consoni per il mercato cinese, ma comunque vini di alto livello "*Non vogliamo posizionarci su fasce basse di prezzo*" spiega "*l'obiettivo che ci siamo posti è portare in Cina vini prestigiosi, senza svenderli. La Francia in questi anni ci è riuscita, adesso tocca a noi. Siamo curiosi di vedere come il consumatore accoglierà questa sfida*". »

LA PROPOSTA DI VINITALY PER AMPLIARE LE ROTTE DIGITALI IN IN CINA

Neppure Vinitaly vuole mancare al grande appuntamento con le vendite di vino online in Cina. "Oltre alla Vinitaly international Academy, che in Cina ha già formato dieci ambasciatori del vino italiano" ha detto il direttore generale di Veronafiere Giovanni Mantovani "Vinitaly è disponibile a realizzare, in partnership con i principali attori del settore vinicolo, la multipiattaforma Italian Wine Channel, per ampliare la commercializzazione online attraverso i canali più innovativi e diffondere una più puntuale conoscenza delle peculiarità dei vini e dei vitigni italiani". Il suo messaggio è stato lanciato a Shangai, alla vigilia dell'evento di Alibaba e nel corso dell'incontro "Ecommerce: the new gateway for italian wine in China", organizzato da Ice, Italian Trade Agency con l'Ambasciata d'Italia nella Repubblica Popolare Cinese, il ministero dello Sviluppo economico e il ministero delle Politiche agricole.

» L'ENOTECA ONLINE. VINO75 ALLE PROVE GENERALI

L'accordo passa anche da portale italiano a portale cinese. È il caso di Vino75, l'enoteca online fiorentina che è stata scelta da Alibaba per selezionare una decina di etichette da inviare in Cina per la giornata del vino. "*In queste ore la nostra fornitura - un intero container di circa 10 mila bottiglie - dovrebbe già essere giunta ai magazzini di Tmall*" dice **Andrea Nardi Dei** ceo del gruppo "*e devo ammettere che adesso c'è molta curiosità per capire cosa succederà il 9/9: c'è chi scommette sul fatto che verranno vendute in pochi minuti, come è già avvenuto per altre categorie merceologiche nelle giornate ad esse dedicate. In ogni caso è una gran bella soddisfazione essere, in qualche modo, presenti a questa 'prima' del vino*". E adesso la startup fiorentina sta lavorando per il prossimo evento cinese: l'11/11, la giornata che già da anni Alibaba dedica, non al vino in particolare, ma più in generale all'e-commerce. "*Per allora*" aggiunge Nardi Dei "*dovremmo già avere il nostro flagship store: siamo alle ultime pratiche burocratiche. E poi si tratterà di saper gestire tutta la parte marketing: siamo consapevoli che Alibaba è un mare vastissimo dove, per emergere, bisogna saper lavorare ed investire bene sul posizionamento*". E Nardi Dei, forte dell'esperienza italiana nel campo dell'e-commerce, e in attesa del debutto nel Paese del Dragone, ci spiega alcuni trucchi per avere successo sulla piattaforma cinese: "*Stiamo studiando il mercato dell'e-commerce cinese che è molto diverso rispetto a quello italiano. Ci siamo accorti che ad esempio il consumatore è molto più interessato alle foto: ne vuole tante e anche apparentemente poco eloquenti, come il vino inquadrato dal basso, quasi a mostrare la fattura stessa della bottiglia. Ma sono molto efficaci anche le bottiglie ambientate, con sullo sfondo la cantina o il paesaggio. E ancora di più dei piccoli video promozionali che spieghino meglio il vino stesso. Se ci sono dei premi è preferibile inserire il documento che certifica il riconoscimento, e non è difficile imbattersi nella pubblicazione dei documenti sanitari, tutto nell'ottica di rassicurare il cliente sulla provenienza e sulla veridicità del prodotto*".

ACCORDO ALIBABA-MIPAAF. UNA TASK FORCE VIGILERÀ SULLE INSERZIONI

Proprio alla vigilia del "Wine Friday", il Governo italiano ha firmato un accordo con Alibaba per promuovere le eccellenze agroalimentari del nostro Paese e combattere i falsi, dal parmesan al prosecco contraffatto. Un iter che in realtà era già iniziato lo scorso anno e che, con questo nuovo accordo estende la tutela dalla piattaforma b2b, accessibile solo alle aziende, a quella b2c. In un anno sono già state impedite le vendite mensili di 99 mila tonnellate di falso parmigiano, e di 13 milioni di bottiglie di Prosecco che non arrivavano dal Veneto. "Un risultato fondamentale" è il commento del ministro delle Politiche Agricole, Maurizio Martina "che, in sede di WTO, inseguiamo da decenni e che invece sul web siamo riusciti a costruire in pochi mesi e con risultati eccezionali. Sul versante della promozione avevamo preso l'impegno a Vinitaly per essere protagonisti nella giornata del vino il 9/9 e lo abbiamo mantenuto: il mercato cinese offre opportunità che vanno colte subito". In che modo avverrà la tutela? Per individuare i falsi il Ministero delle politiche agricole ha costituito una task force operativa dell'Ispettorato repressione frodi che quotidianamente cerca i prodotti contraffatti e li segnala ad Alibaba. Entro 3 giorni le inserzioni vengono rimosse. L'accordo prevede, a fianco dei controlli, anche momenti di educazione ai consumatori sull'importanza delle indicazioni geografiche alimentari.

L'Italia mantiene la leadership nei confronti di Francia e Spagna. Per Martina bisogna lavorare ora sul valore dei vini. Intanto, il trend positivo dei primi 5 mesi lascia prevedere un nuovo record dell'export. Qualità: sarà un'annata da grandi rossi

Vendemmia 2016: primato italiano

a cura di Gianluca Atzeni

Nonostante compaia il segno meno di fronte alle stime di settembre sulla raccolta 2016, l'Italia deve ritenersi soddisfatta. Innanzitutto, perché non si tratta di una perdita sensibile (-2% secondo l'Osservatorio del vino promosso da Uiv e Ismea a 48,5 milioni di ettolitri e tra 0 e -5% a 48,9 mln/hl per l'Assoenologi); in secondo luogo, perché il comparto nazionale viene da un 2015 che ha rappresentato una delle migliori annate in termini di volumi, con oltre 49 milioni di ettolitri, che un anno fa hanno dato nuovamente all'Italia il primato mondiale. Gradino più alto del podio su cui l'Italia del vino siederà tranquilla anche stavolta, con ampi margini su Francia e Spagna che prevedono di produrre rispettivamente 43 mln/hl (-10%) e 42,9 mln/hl (stabile sul 2015), a causa di andamenti climatici non favorevoli. L'umore è più che positivo. Lo è prima di tutto quello del presidente dell'Osservatorio del vino e di Uiv, **Antonio Rallo**, perché da un lato i volumi sono superiori alla media degli ultimi cinque anni e, dall'altro, "*la qualità delle basi spumante e delle uve bianche che si stanno raccogliendo in questi giorni lasciano presagire un'ottima qualità per il vino, con prospettive eccellenti per le uve rosse*". Una conferma che arriva anche dal presidente degli enologi italiani, **Riccardo Cotarella**, che nello stesso giorno (il 6 settembre) ha diffuso le consuete previsioni dell'associazione: "*Il millesimo 2016 è stimato ottimo con alcune punte di eccellente, in particolare per i vini da bacca rossa che saranno vendemmiati a fine settembre. Il 2016*" aggiunge il numero uno di Assoenologi "*potrebbe essere incorniciato come millesimo da ricordare. Sarà l'andamento climatico di settembre e di ottobre (per alcune varietà tardive come Nebbiolo in Valtellina, Cabernet in Alto Adige, Aglianico del Taurasi in Campania e autoctoni dell'Etna) a decidere il livello finale della produzione*". Un'annata da grandi vini rossi.

Guardando le singole regioni, Uiv e Ismea stimano un recupero del Piemonte, dopo due annate di scarso raccolto, in crescita la Valle d'Aosta, stabile la Liguria, mentre il Friuli perde qualche punto; Lombardia e Trentino Alto Adige hanno scontato gli effetti di un clima piovoso; Veneto in leggera risalita soprattutto per l'entrata in produzione di nuovi impianti ed Emilia Romagna in crescita. Al centro, perdono raccolto Toscana e Umbria, bene invece Lazio, Abruzzo, Molise e Marche; la Campania lascia sul terreno un 20%, per via delle alluvioni nel beneventano ma anche per grandine e per le gelate di fine aprile. Crescono le »

foto Consorzio Vini di Romagna

OCM VINO, BIANCHI (MIPAAF): "MAI PERSO UN EURO SUI FONDI NAZIONALI"

"L'Italia non ha mai perso un euro sui fondi nazionali dell'Ocm vino, mentre sul fronte delle Regioni mi auguro ci siano meno disimpegni di risorse rispetto al passato". Così Luca Bianchi, capo dipartimento Mipaaf per le politiche competitive, della qualità agroalimentare e pesca è tornato sul tema dell'ultimo decreto Ocm: "Ci abbiamo lavorato due anni con la filiera, ma c'è ancora da fare. È chiaro che l'Ocm vino ha delle regole che non si possono aggirare, sono più stringenti, soprattutto sui temi dei nuovi beneficiari e dei nuovi mercati. È giusto che altri produttori vi possano accedere. Non esistono diritti consolidati".

» produzioni in Calabria, Basilicata e Puglia; la Sicilia dovrebbe attestarsi a -15% ma con una qualità da buona a ottima. Stabile la Sardegna, nonostante la siccità perdurante.

È chiaro che, come si è detto più volte, tutto ciò non basta all'Italia vantare un primato mondiale in quantità. Il lavoro da fare è sui valori. E il ministro per le Politiche agricole, **Maurizio Martina**, punta su un obiettivo ambizioso, seppure non in tempi brevi: "*Dobbiamo diventare leader mondiali anche per valore. È una sfida alla nostra portata, che vogliamo vincere insieme ai produttori, continuando a investire su qualità e innovazione*". Il gap con la Francia resta ancora molto ampio, visto che i transalpini hanno esportato nel 2015 vino per 9,7 miliardi di euro (dati Fevs). Ma l'Italia, a giudicare dai primi cinque mesi dell'anno, potrebbe spuntare un altro record, tutto suo, nel commercio con l'estero nel corso di questo 2016. Il direttore generale di Ismea, **Raffaele Borriello**, crede a questa possibilità: "*Le esportazioni dei primi cinque mesi segnano un +3,7% a valore, ma ciò che più importa è che rileviamo un aumento nei volumi. Questo significa che se l'Italia saprà confermare il trend di crescita, pari al 5% annuo, il 2016 sarà un altro anno record*". A brillare sul mercato sono i vini a Dop, con +11,8% a valore e +8,5% a volume, rispetto a un calo degli Igp e dei vini comuni. In altre parole, se questa progressione non si arresterà nella seconda parte dell'anno, si potrebbe andare oltre la quota di 5,4 miliardi di euro raggiunta nel 2015. E saremmo di fronte a una crescita più genuina, e meno drogata se così vogliamo dire, considerata la minore incidenza dell'effetto cambio, che ha condizionato invece i dati a valore dello scorso anno. La performance delle esportazioni italiane è sostenuta senza dubbio dalla grande domanda di spumanti e, in particolare, di Prosecco. "*Il successo delle bollicine*" sottolinea Rallo "*deve continuare, ma da solo non può supportare la crescita delle nostre esportazioni. Inoltre, occorre guardare al mercato interno che ancora assorbe, non dimentichiamolo, il 50% del prodotto. Il primato su Spagna e Francia ci soddisfa, ma occorre allo stesso tempo garantire una buona redditività ai viticoltori*". Nonostante il consumo tra le mura interne sia atteso a fine 2016 sotto 36 litri procapite, secondo la stima di Assoenologi, il settore vino sta vivendo un buon momento. Nel secondo trimestre 2016, secondo le rilevazioni di Ismea, il clima di fiducia delle imprese italiane del vino è l'unico positivo (13,8) tra i principali settori dell'agricoltura, che nel complesso registra una situazione non ideale (indice a -5,5). Tra gennaio e luglio 2016, le vendite di »

» vino nella grande distribuzione risultano stabili a volume, mentre aumentano del 2% in valore: crescono soprattutto gli spumanti (+9%) così come i vini a denominazione d'origine (+4%): "*Possiamo leggere questo dato come indice di una crescita dei listini, da un lato, e di un posizionamento di genere superiore per quanto riguarda i comportamenti d'acquisto dei consumatori, dall'altro*", fa notare **Fabio Del Bravo** (Ismea).

Sul fronte degli scambi, come spesso accade, i mesi estivi registrano pochi movimenti e contrattazioni. Il mercato, come spiega anche Assoenologi, sta un po' alla finestra in attesa di capire quali saranno le previsioni della raccolta per la nuova stagione. In generale, le principali denominazioni italiane (Doc e Docg) stanno spuntando prezzi che, rispetto a un anno fa, sono generalmente più alti; in flessione gli indici Ismea dei prezzi delle Igt, stabili o in lieve rialzo i vini comuni. Il messaggio è chiaro: meglio puntare sul prodotti di qualità e sfruttare al meglio le risorse dell'Ocm vino. Che all'Italia non mancano: "*Tradizione, legame col territorio, eccellenza, una biodiversità da oltre 500 vitigni. È questo*" fa notare Martina "*che rende il sistema Italia unico al mondo. Su questo dobbiamo costruire il successo dei prossimi anni*".

EVITIAMO LE DOPPIE PREVISIONI

Le previsioni sulla vendemmia influenzano inevitabilmente il mercato. Ad oggi sono due le stime preliminari rese note tra agosto e settembre. Una di Uiv-Ismea, l'altra di Assoenologi (che a ottobre presenterà le definitive). Se le stime 2016 sono vicine nei grandi numeri, colpisce la differenza tra regioni: Piemonte e Veneto crescono per Uiv-Ismea, mentre sono in calo per Assoenologi; situazioni discordanti anche per Friuli Venezia Giulia e Marche; e in Puglia tra +2% e +10% la differenza è di ben 1 milione di hl. La domanda, rivolta alla conferenza di presentazione al Mipaaf, è: per evitare doppioni, perché non parlare con una sola voce? Il presidente dell'Osservatorio, Rallo: "Speriamo che con Assoenologi si possa attivare una collaborazione. Assieme contribuiremmo a fare dell'Osservatorio una fonte più completa".

PREVISIONI A CONFRONTO. PRODUZIONE ITALIANA VINO E MOSTI (MIGLIAIA DI ETTOLITRI)

UIV-ISMEA				ASSOENOLOGI		
2015	2016 STIME	VAR %	REGIONE	2015	2016 STIME	VAR %
2467	2580	5	Piemonte	2467	2470	0
1372	1188	-13	Lombardia	1410	1270	-10
1230	1114	-9	Trentino A. A.	1230	1170	-5
9733	9966	2	Veneto	9733	9250	-5
1872	1807	-4	F. V. Giulia	1872	1960	5
7382	7722	5	Emilia R.	7382	8120	10
2825	2612	-8	Toscana	2825	2680	-5
765	703	-8	Umbria	2460	2330	-5
1676	1717	2	Lazio			
959	983	3	Marche	959	910	-5
2666	2717	2	Abruzzo	2777	3050	10
1559	1239	-20	Campania	1614	1290	-20
7546	7732	2	Puglia	7932	8730	10
5579	4715	-15	Sicilia	5092	4070	-20
793	793	0	Sardegna	794	790	0
23	27	17	Valle d'Aosta	816	810	0
76	76	0	Liguria			
273	275	1	Molise			
149	160	7	Basilicata			
342	352	3	Calabria			
49284	48477	-2	ITALIA	49363	48900	-1

fonte Uiv Ismea al 4-9-2016 su dato Istat provvisorio

fonte Assoenologi

GAMBERO ROSSO HD
Solo su sky Canale 412
IN COLLABORAZIONE CON
mazda

Fondere cucina e intrattenimento con ironia e semplicità. Andrea Golino racconta la cucina italiana attraverso le sue ricette ispirate al finger food.

In questo programma, giunto alla sua IV edizione, Andrea è alle prese con una parte fondamentale del suo lavoro, l'ideazione e la preparazione di una moltitudine di cibo da gustare prendendolo con le mani, un modo di mangiare sempre più in auge negli appassionati di gastronomia.

Dopo aver fatto la spesa nei mercati di Roma lo chef punta a rendere moderni e attuali i grandi classici della cucina nostrana con ingredienti freschi e di stagione. In ogni puntata due ricette, tanto divertimento e piccoli consigli utili per tutti coloro che vogliono dare un tocco "finger" ai piatti di tutti i giorni.

IN ONDA DAL 14 SETTEMBRE OGNI MERCOLEDÌ ALLE ORE 22:00

CON LA PARTECIPAZIONE DI

Foxy Cartapaglia MASTER · Dr. Green RISOLI · Consorzio Tutela Vini Picenti · KissinGarlic · Carpenè Malvolti · Zenato · KENWOOD · roobis