anno 7 - n. 5 - 4 febbraio 2016

trebicchieri
IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

IL 2016 DEL VINO È L'ANNO DELLE DONNE

AMARONE
Non solo degustazioni. Il Consorzio diffida un'osteria: le dichiarazioni e i retroscena *pag.* 2

DEAL
Sella&Mosca si riorganizza: Campari non vende più? Sorlini fa shopping a Montepulciano *pag.* 3

TOSCANA
Nasce Avito, il consorzio dei consorzi. E arriva l'ok della Regione al piano ungulati *pag.* 4

L'INTERVISTA
Donne del "Vino" e della "Vite" a confronto. Ecco i piani delle due associazioni *pag.* 12

CONSORZI
Dopo due mandati Ratti lascia la presidenza e un Barolo con numeri da record. L'analisi *pag.* 16

Solo su sky | Canale 412

Anteprima Amarone\1. Il "fuori" programma: Consorzio diffida osteria per promozione illegittima. Ed è subito tutti contro tutti

a cura di Loredana Sottile

Anteprima movimentata per il Consorzio della Valpolicella che, in corso d'opera, oltre a degustazioni, incontri e interviste, ha dovuto curare anche i rapporti con gli avvocati. Prima di tutto per l'udienza di ieri (3 febbraio) al tribunale di Venezia per la questione che lo vede contrapposto alle Famiglie dell'Amarone d'Arte: "*Tutto rimandato alla prossima udienza fissata tra una settimana,*" ha detto stamattina a Tre Bicchieri il presidente Christian Marchesini "*ma per arrivare ad una risoluzione si dovrà aspettare almeno fine anno*". Ma non è finita. Sorvolando sul botta e risposta tra Famiglie dell'Amarone d'Arte e Cooperative ("*prezzi troppo bassi*" dicono le prime; "*eppure anche alcune di voi Famiglie il vino lo comprate da noi*" dicono le seconde), c'è poi un'altra notizia che è rimbalzata sulle cronache locali, trovando naturale cassa di risonanza in rete: la diffida che il Consorzio ha inviato, tramite legali, all'Osteria Caffè Monte Baldo di Verona, proprio nei giorni dell'anteprima, per aver utilizzato la dicitura 'Fuori Amarone' per la proposta di alcuni menu creati ad hoc e vini alla mescita. Dicitura che, come riportato nella diffida sfrutterebbe "*indebitamente il traino della manifestazione Anteprima Amarone 2012, organizzata dal Consorzio*". Per una sanzione amministrativa pari a 10 mila euro. Immediata la risposta in ritirata dell'enoteca, che ha deciso, seppur malvolentieri di non 'investire tanti soldi' per vendere (e promuovere) la denominazione.

"*L'idea era semplicemente di proporre dei menu a tema con l'hashtag 'Fuori Amarone', tutto qua*" dice a Tre Bicchieri Simone Vesentini titolare insieme al padre dell'osteria incriminata "*la diffida ci ha spiazzato e, non volendo far guerra a nessuno, abbiamo subito, umilmente, ritirato l'iniziata pur continuando a servire Amarone e piatti a base di vini della Valpolicella. Ma continuiamo a chiederci: dove sarebbe la violazione? I nostri obblighi*" continua "*sono di non sofisticare e non adulterare il vino e di non impossessarci di manifestazioni altrui, ma noi non abbiamo fatto nulla di tutto ciò, come dimostra la solidarietà di tanti produttori* (Sandro Boscaini in testa che dalle colonne de L'Arena non le ha mandate a dire; ndr) *Quello che penso è che la guerra trentennale tra Famiglie e Consorzio alla fine ricade su chi non c'entra nulla e noi siamo capitati in mezzo*". Per la cronaca i menu speciali comprendevano due vini del Consorzio e due delle Famiglie. Questione chiusa per il Consorzio. "*Nel corso dell'Anteprima*" dice a Tre Bicchieri il presidente Marchesini "*abbiamo parlato con l'esercente e ci siamo chiariti. Capiamo che vedersi arrivare la lettera da uno studio legale fa sempre effetto, ma noi avevamo provato a chiamarlo senza fortuna. D'altronde, come Consorzio, abbiamo l'obbligo, secondo il decreto 61 della promozione, di tutelare il marchio e questa era l'intenzione che non voleva certo scatenare tutto questo rumore mediatico*". Poi Marchesini pone l'accento sui tanti precedenti capitati in Valpolicella e chiede più coordinazione: "*Siamo sempre a favore delle iniziative promozionali, ma basterebbe coordinarsi col Consorzio. In tal senso anche dare delle maggiori informazioni in ambito normativo ai produttori su come promuovere i prodotti può essere importante*". E adesso – si stano chiedendo in molti - continuerà l'Osteria Monte Baldo a vendere Amarone a cuor leggero? "*E se vendessimo solo Barolo?*" scherza il titolare "*Battute a parte, ci hanno chiamato dal Consorzio del Bardolino dicendoci che per la loro Anteprima possiamo organizzare tutte le serate che vorremo e che al posto di una diffida, ci manderanno un carico di loro vini*".

Anteprima Amarone\2. Annata a 4 stelle: appunti di degustazione

a cura di Lorenzo Ruggeri

Non nascondiamoci, l'annata 2012 è stata un'annata balorda un po' in tutta Italia. In Valpolicella la primavera è stata umida e piovosa e l'estate torrida. Sulla carta quindi vini più morbidi, con tannini più dolci e sensazioni spostate verso la frutta matura. Questo è quanto ci aspettavamo prima di assaggiare i 77 campioni dell'Anteprima, di cui il 60% non ancora imbottigliato. L'annata è stata valutata 4 stelle ma, si sa, che ormai, a meno di disgrazie particolari, il range di tutti i consorzi, è limitato tra 4 e 5. Certo, rispetto allo scorso anno abbiamo faticato di più: la 2011 era davvero un'ottima annata. Il livello medio si è abbassato, ci siamo trovati di fronte a molti vini già insolitamente pronti, in alcuni casi stanchi, con componenti zuccherine accentuate. **C'è un tentativo di alleggerire strutture e pesi. I livelli di acidità sono medio bassi, ma non mancano campioni di alto livello, con maggiori quote sapide o con impronte fruttate accattivante e complesse.** Il Presidente del Consorzio, Christian Marchesini ha lanciato un appello per valorizzare un vino unico come il Recioto. Appello che accogliamo e rilanciamo, ma che desideriamo allargare anche al Valpolicella: ne abbiamo assaggiato alcuni di straordinaria leggerezza espressiva, al contempo complessi e sfumati, per dirla con un aggettivo in voga, contemporanei, di grande bevibilità.

Sella&Mosca non si vende più?Nuovi vertici e aria di rilancio per la cantina sarda di Campari

a cura di Gianluca Atzeni

Non un netto ripensamento, non una retromarcia vera e propria, sicuramente un cambio di passo. In quale direzione si vedrà in futuro. Sella&Mosca non è più in vendita. Almeno non come lo era prima. Già, perché la storica azienda che ha il suo quartier generale ad Alghero ha recentemente rinnovato i suoi vertici. La mossa arrivata un po' a sorpresa a fine gennaio lascia pensare a una volontà della casa madre, la Campari (che il primo marzo presenta il bilancio), di posticipare o mettere per ora nel cassetto il dossier col quale, a un prezzo di 70-80 milioni di euro, aveva messo sul mercato la cantina (advisor Mediobanca) per tutto il 2015, nell'ambito del piano di disimpegno di alcuni asset non strategici della Divisione vini, oggi guidata dall'ad Sascha Cumia. Probabilmente il prezzo eccessivamente alto, forse il grande impegno che una grande cantina da 550 ettari e 6,7 milioni di bottiglie richiede, hanno fatto desistere i potenziali acquirenti. Quindi, si cambia. E, di fatto, ad Alghero è stata reintrodotta, dopo che mancava da oltre dieci anni, la figura del direttore generale. Il ruolo che fu di Mario Consorte ora è occupato da Gian Matteo Baldi, ex Ronchi dei Baldi di Castelluccio (progetto ideato da suo padre Gian Vittorio, noto regista e produttore cinematografico), ex Bertani Domains, ex Feudi di San Gregorio, con una laurea e specializzazione economia. Uno che, insomma, col vino ha maturato una certa esperienza e che ha forti legami con la Sardegna, visto che è cresciuto a Trinità d'Agultu, in Gallura. "*Il solo spostamento di una figura apicale ad Alghero*" dice Baldi a Tre Bicchieri "*potrebbe essere un segnale che la casa madre ha intenzione di considerare la cantina come un elemento di valore al proprio interno*". Di sicuro, Sella & Mosca, Cantina dell'anno 2013 per Gambero Rosso, che Campari acquistò nel 2002 e che produce Cannonau, Vermentino e Torbato, cessa di essere un'unità produttiva, gestita da Milano, per tornare a essere un'azienda a tutti gli effetti, e attende di conoscere il suo piano di rilancio. Questo non significa certo che non possa essere venduta in futuro. Perché tutto ha un prezzo.

A Montepulciano arriva Stefano Sorlini. Investimento di circa 8 milioni e nuova cantina a maggio

Nuova avventura imprenditoriale per Stefano Sorlini. "*Un progetto tutto personale*" per l'industriale bresciano proveniente dal settore aeronautico (è vicepresidente della Luciano Sorlini spa), che da due anni ha lanciato la griffe di moda italiana Tychemos e che il pallino del vino e un debole per la Toscana li ha sempre avuti. L'occasione di planare su Montepulciano, patria del Nobile, è stata la messa in vendita della tenuta Il Faggeto e dell'azienda agricola di Marco Buracchi. Circa 8 milioni di investimento per poco più di 22 ettari, in zone vocate. Le trattative sono state chiuse "*ad agosto e a fine dicembre 2015*". Nasce così la Tenuta Metinella: "*Il nome*" spiega Sorlini a Tre Bicchieri "*deriva dal poggio in località Cervognano dove c'è l'azienda Buracchi. Ma la nuova cantina sorgerà al Faggeto, sarà molto ampia e dovrebbe essere inaugurata a maggio. Vogliamo che diventi un luogo in cui si faccia anche cultura del vino con incontri e convegni*". Il potenziale produttivo è di 70 mila bottiglie "*ma vogliamo fare qualità e non quantità*". Parte delle vigne va ristrutturata: "*Il prossimo anno faremo i reimpianti*". Sotto la guida dell'enologo Andrea Mazzoni, Tenuta Metinella di dedicherà per ora solo ai rossi: "*Di sicuro un Nobile che sarà il cru, un Rosso di Montepulciano, un Igt. Vogliamo rispettare la tradizione e guardare all'estero, dove sta nascendo la rete vendita*", dice. Sette i dipendenti della cantina ("*nessuno è stato licenziato*") che aderirà a breve al Consorzio di tutela. – ***G. A.***

Nasce "A.Vi.To" il Consorzio dei Consorzi del vino toscano. A marzo la presentazione ufficiale

Ci sono volute le accese discussioni sul Piano di indirizzo territoriale (Pit) di un anno fa per dare ai consorzi del vino toscani la consapevolezza che uniti si vince, che è meglio parlare con una sola voce per difendere le istanze della categoria. Ed ecco che da quell'esperienza, su un'idea del Consorzio Vino Chianti, è stato preso lo spunto per promuovere la nascita di un Consorzio dei Consorzi del vino della Toscana. L'acronimo sarà "A.Vi.To." (Associazione vini toscani dop e igp). Un sorta di lobby di settore, sul modello dell'Uvive in Veneto, che faccia da interlocutore unico con la parte politica, su temi che vanno dalla gestione del territorio, come il problema ungulati, alla promozione. L'accordo c'è – apprende Tre Bicchieri – ci sono grandi e piccoli, c'è lo Statuto (ultimi ritocchi), c'è la suddivisione delle quote di partecipazione, manca la costituzione ufficiale davanti al notaio. L'appuntamento è per il 7 marzo a Firenze. – ***G. A.***

Chianti Docg, prodotti 800 mila ettolitri. Sul mercato quasi 110 milioni di bottiglie

Supera gli 800 mila ettolitri la produzione del Chianti Docg, su un vigneto da 15.600 ettari, con quasi 110 milioni di bottiglie per un valore vicino ai 400 milioni di euro. I dati del Consorzio di tutela, presieduto da Giovanni Busi, confermano la Dop toscana tra le più grandi del panorama vitivinicolo italiano. **Sette bottiglie su dieci sono esportate, soprattutto in Usa, Giappone e Germania**; e si lavora per un'espansione in Sud America e Asia. Intanto è tutto pronto per la quinta edizione del Chianti Lovers Anteprima 2016, a Firenze assieme ai consorzi del Chianti Colli Fiorentini e Chianti Colli Senesi, in cui si potranno degustare la vendemmia 2015 e la riserva 2013.

Wine&Siena, buona la prima. Oltre 2 mila presenze in due giorni

Dopo aver raggiunto le 2 mila presenze nella prima edizione, Wine&Siena guarda già al 2017. La manifestazione, ideata da Confcommercio Siena con la collaborazione di Gourmet's International, è andata oltre le attese. **Presenti 150 produttori, di cui 80 locali.** Il territorio ha risposto bene, nonostante il periodo di bassa stagione. Per il presidente di Confcommercio Siena, Stefano Bernardini, una dimostrazione che "*fare squadra a tutti i livelli dà nuovo impulso al tessuto economico*". Per il prossimo anno si pensa a un evento diffuso in tutta la città, con l'idea di valorizzare luoghi storici e istituzioni cittadine.

Franciacorta, vendute 16,45 milioni di bottiglie nel 2015, il 9% all'estero. L'ambizione si chiama Unesco

Inizia bene la presidenza di Vittorio Moretti, nel senso che la gestione Maurizio Zanella restituisce al numero uno di Bellavista, insediatosi a dicembre, una Docg con il segno più davanti. I dati ufficiali diffusi dal Consorzio di tutela dicono che le vendite per il metodo classico lombardo sono cresciute del 7,1% in Italia e del 7,5% all'estero, con un totale di 16,5 milioni di bottiglie, di cui oltre 1,5 milioni vendute fuori confine. Aumenta lievemente anche il prezzo medio: 19 euro (iva inclusa). È **il Giappone, con il 22% dell'export, il mercato principale, seguito da Svizzera e Stati Uniti** che incidono quasi il 14% sul totale. Il trend delle esportazioni è in crescita per il Giappone (+19% sul 2014) e per gli Stati Uniti (+16%); bene anche Germania (+12%) e Uk (+5%).

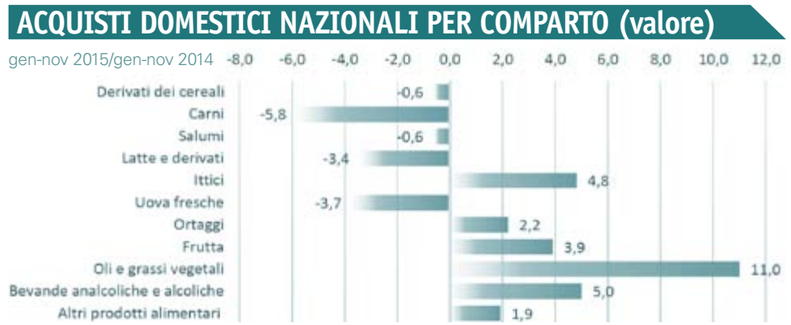
Per quanto riguarda le tipologie, dai dati dell'Osservatorio economico della denominazione emerge un +17,5% del Satèn e dei Dosaggio zero, in aumento del 28,8%. Guardando, invece, al mercato italiano, che assorbe 9 bottiglie su dieci, i maggiori incrementi si registrano in Trentino (+21,6%) seguiti da Toscana e Puglia, con un +18,5%. Il Nord Italia resta la macroregione che acquista più Franciacorta, con Lombardia ed Emilia Romagna in testa. Veneto a +9%. "*L'obiettivo*" dice il presidente Moretti "*è di allargarci anche in altre zone del centro* (il Lazio segna +7%; ndr) *e del sud Italia, dove complessivamente i nostri volumi possono raddoppiare*". Uno dei punti di forza che il Consorzio intende valorizzare in futuro è legato alla difesa e valorizzazione del paesaggio e delle bellezze naturali in chiave enoturistica: "*Sarà fondamentale e ci porterà a diventare innanzitutto una vera e propria meta turistica, per poi ambire al massimo riconoscimento di una Franciacorta Patrimonio dell'Umanità*". – ***G. A.***

Consumi Usa, i Millennials superano i Boomers

È costituita dai Millennials la categoria che negli Stati Uniti beve più vino. La fascia d'età dai 21 anni ai 38 anni, secondo i dati del report diffuso dal Wine Market Council, copre il 36% dei consumatori di vino, seguita da quella dei Boomers (51-69 anni) che per la prima volta, considerato il loro 34%, sono stati superati in questa speciale graduatoria. La cosiddetta Generation X, ovvero quella tra 39 e 50 anni, costituisce il 18%, mentre resta un 12% di consumatori nella fascia d'età superiore. Quanto ai trend, Millennials (+10% e una media di 3,1 bicchieri) e Generation X (+5% e 2,4 bicchieri) bevono di più rispetto a prima, mentre sono in calo le altre categorie. Il consumo medio annuo pro capite negli Usa è di 20 bottiglie.

Ismea-Nielsen, aumentano i consumi di bevande. Bene la birra, in calo vino e spumanti

Timida, ma debole, ripresa dei consumi alimentari. Il +0,4% da gennaio a novembre 2015 lascia intravedere una chiusura positiva per l'anno appena trascorso, considerando un probabile aumento di spesa nel periodo natalizio. Per quanto riguarda le bevande, che rappresentano l'11% di tutto il comparto alimentare analizzato nelle rilevazioni Ismea-Nielsen, si registra un +5% complessivo con +9,1% per l'acqua (estate calda e maggiore affluenza turistica, con l'Expo Milano in testa), +6% per la birra (imputabile all'aumentata preferenza per le artigianali) e -0,8% per il comparto vino e spumanti, a causa della battuta d'arresto dei vini comuni, mentre prosegue il trend positivo per le Dop. Dal rapporto, in particolare, **emerge una certa attenzione dei consumatori agli aspetti salutistici**. Nei numeri questo è rilevato dal calo dei consumi di salumi e carni fresche (-5,8) e dall'aumento degli acquisti di pesce (+4,8%), frutta (+3,9%) e verdura (+2,2%).



Accorpamento dei Comuni: a rischio denominazioni come Barolo, Barbaresco e Montalcino. L'allarme delle Città del Vino: "Tener conto dell'identità territoriale"

a cura di Loredana Sottile

Se il Comune di Barolo venisse accorpato ad un altro Comune vicino, perdendo il suo nome d'origine, avrebbe ancora senso il vino omonimo? È questo il senso dell'allarme lanciato dall'associazione Città del Vino di fronte alla proposta di legge 3420 che prevede l'accorpamento dei Comuni sotto i 5 mila abitanti. In questa casistica rientrerebbero tutti quei piccoli paesi legati a delle denominazioni: Barolo (739 abitanti), Scansano (4500 abitanti), Barbaresco (670 abitanti) e tanti altri. Si salverebbe, per il momento e sul filo del rasoio, Montalcino con 5.139 anime. Ma solo a condizione che non abbassi il tasso di natalità. "*La nostra vitivinicoltura di qualità ha la specificità di essere prodotta in tanti Comuni sotto i 5 mila abitanti*" spiega il direttore di Città del Vino, Paolo Benvenuti "*In questa prospettiva la proposta di legge sullo scioglimento dei piccoli Comuni rischia di mandare in tilt il nostro sistema di qualità*".

Ma cerchiamo di capire meglio. Quali sarebbero i rischi reali che correrebbero questi comuni vitivinicoli e con essi tutto il sistema vino? "*I casi sono diversi*" spiega a Tre Bicchieri il vicedirettore dell'Associazione Paolo Corbini "*potrebbero perdere il loro nome o tenerlo, ma solo in quanto frazione di un Comune più grande. In quest'ultimo caso potrebbe essere necessaria una riformulazione del disciplinare dei vini lì dove si fa riferimento al Comune. E se qualche produttore del territorio accorpato rivendicasse la possibilità di fare a sua volta Barolo, Barbaresco o Brunello solo perché inglobato nel Comune? La possibilità di nuovi contenziosi o di pratiche burocratiche per adattare i disciplinari sarebbero una possibile conseguenza di cui il vino, in questo momento, non ha di certo bisogno*".

E veniamo alle proposte per evitare che tutto ciò si avveri. "*Di sicuro i fini del testo sono condivisibili:*" continua Corbini "*razionalizzazioni delle risorse, tagli alle spese, soluzione agli sprechi. Ma è anche vero che certe leggi non possono cadere dall'alto sui Comuni senza tener conto delle loro esigenze. Bisogna garantire l'autodeterminazione di ogni territorio, soprattutto lì dove c'è un legame col vino così forte. Il criterio numerico non regge, sarebbe più giusto adottare quello identitario*". In questo senso si inserisce la proposta del presidente dell'associazione Floriano Zambon di introdurre nel Testo Unico in corso di redazione "la caratteristica identitaria dei vitigni", in modo che qualunque sia il destino della proposta di legge, le denominazioni possano rimanere tali. E poi rilancia con un'altra soluzione: "*accelerare sull'approvazione della proposta di legge che riconosce il mondo del vino italiano come patrimonio culturale*". Proposta di legge suggerita dalle stesse Città del Vino qualche mese fa, che si ispira al modello francese e che permetterebbe di trattare il vino come patrimonio a sé e quindi in qualche modo 'protetto' anche dalle stesse leggi, in virtù delle sue implicazioni sul paesaggio e sull'ecosistema, ma anche sul turismo con tutto quello che di positivo ne consegue in termini economici e sociali.

Vendita diretta in Ue, la Fivi chiede al Governo di farsi promotore di accordi bilaterali tra Stati

Come aveva promesso, torna alla carica la presidente Fivi, Matilde Poggi, sulla vendita diretta di vino in Ue. Dopo aver incassato a dicembre l'ok del gruppo di lavoro accise per istituire - ma solo nei prossimi anni - un one-stop-shop che consenta il pagamento di iva e accise nel Paese di origine, adesso Poggi ha scritto ai ministri delle Politiche Agricole Maurizio Martina e dello Sviluppo Economico Federica Guidi per sollecitare – in attesa di questo sportello unico intracomunitario - l'adozione di accordi bilaterali per la libera circolazione dei vini all'interno degli Stati Membri. Una soluzione temporanea che potrebbe, però, mettere finalmente fine ad un problema lamentato da più parti. "*Abbiamo bisogno di soluzioni concrete e immediate per far sì che le nostre aziende rimangano competitive*" scrive la presidente dei vignaioli indipendenti "*in attesa di una soluzione comune europea, chiediamo al governo di mettere in atto al più presto gli accordi bilaterali per la vendita diretta dei nostri vini a destinazione degli altri paesi europei*".

STRATEGIE. LA STRADA DEL FRIULI VENEZIA GIULIA: IDENTITÀ SENZA COMPROMESSI

Un patrimonio da 180 milioni di bottiglie, metà a Dop, 10 mila viticoltori e almeno 1.500 imprese che imbottigliano, l'80% con meno di 10 ettari. Terra di bianchi, che coprono 60% della produzione con eccellenze come Ribolla Gialla o Pinot Grigio, che vale un quarto della produzione. Il Friuli Venezia Giulia è questo: carattere e orgoglio territoriale. Il denso tessuto produttivo vede un quadro di microimprese e aziende artigiane familiari che si sono ritagliate spazi di notorietà nel panorama italiano: Jermann, Schiopetto, Felluga, Venica & Venica, Volpe Pasini, Gravner, Lis Neris. Cantine tra 150 e 450 mila bottiglie, a cui si affiancano coop come Cantina Rauscedo, Cormons o La Delizia. Fa un po' storia a sé il Gruppo Fantinel, con 30 mln di fatturato. Negli ultimi anni, la regione ha visto alcune acquisizioni di marchi storici: Volpe Pasini con Schiopetto, Farinetti con Le vigne di Zamò, il Gruppo Angelini con Puiatti, Frescobaldi con Attems. E, ancora, Villa Russiz il cui futuro è ancora molto incerto. Una regione in cui passano ogni anno 4 milioni di visitatori, con buone presenze da Austria e Germania, deve mantenere alta l'asticella del valore aggiunto. Oggi i prezzi sono tra i più alti in Italia: i bianchi in media il 20% in più sui blasonati altoatesini; vale a dire 7,5-9,5 euro per i classici di territorio e 16-18 euro per le selezioni. Ecco perché vedo bene iniziative a favore dell'innalzamento qualitativo come quella caldeggiata dal Consorzio vini Collio, che punta a una Docg basata sugli autoctoni. Vedo meno bene progetti come la Doc interregionale Pinot grigio, sul modello Prosecco. È chiaro che ai principali gruppi fa gola questa partita. Ma se al Veneto interessa abbracciare il Friuli, a questo non interessa abbracciare il Veneto. La strategia, in questo caso, è puntare a mantenere la propria identità. E occorre farlo con iniziative che valorizzino il territorio, come quella sul riconoscimento Unesco del Collio-Brda. Come direbbe Dino Zoff, che della regione se ne intende, lui che è di Mariano del Friuli: "Ho sempre tolto invece di aggiungere, ho cercato di semplificare i gesti, le modalità, per arrivare all'osso delle cose".

Lorenzo Tersi wine advisor | segreteria@ltadvisory.it

A Cellino San Marco la Scuola di potatura del Sud Italia. Intesa Comune e Cantine Due Palme

Il progetto è pronto. E potrebbe dare vita a una scuola di formazione alla potatura del Sud Italia, aperta a tutti. Una prima intesa tra Comune di Cellino San Marco e Cantine Due Palme è stata raggiunta, ora è partita la fase di verifica per chiudere l'accordo. **Su un terreno incolto di 3.600 metri quadrati di proprietà della cantina salentina è prevista una struttura con copertura di 500 mq**: 5 aule, 2 laboratori e servizi annessi, un centro conferenze di 180 mq con moderne tecnologie. La spesa stimata è di 500 mila euro. L'idea è stata lanciata dal patron di Due Palme, Angelo Maci, dopo un recente stage con Simonit&Sirch. – ***G. A.***

Venti nuovi vitigni per la Fondazione Mach. Presto il dossier al Mipaaf

Dodici varietà rosse, otto bianche. Per ora hanno solo nomi generici e non sono ancora nel Registro nazionale delle varietà di vite del Mipaaf. Ma l'obiettivo è questo, perché si tratta di vitigni con precise peculiarità: sono tolleranti alla botrite, si adattano meglio al clima, dando la possibilità di raccogliere le uve in periodi più adatti, con timbri aromatici differenti, e sono in grado di aumentare la complessità del vino. Dieci anni di attività, di lavoro sui genotipi, e di attenta selezione su oltre 30 mila semenzali. La Fondazione Mach li ha coltivati nei vigneti sperimentali a San Michele all'Adige, e dopo i quattro vitigni presentati nel 2014, già nel catalogo Mipaaf, ora sta raccogliendo informazioni per la presentazione di un nuovo dossier. Non è ancora certo che la richiesta sarà fatta per tutti. Intanto, le prime microvinificazioni sono state fatte degustare a San Michele a una platea di esperti del settore.

Toscana, ok alla legge sugli ungulati. In tre anni da abbattere oltre 150 mila capi

La Toscana passa alle vie di fatto per il controllo degli ungulati selvatici (soprattutto cinghiali ma anche daini e caprioli). Il Consiglio regionale ha dato il via libera al piano di abbattimenti straordinari, definito assieme all'Ispra. Nessuno spazio per le soluzioni alternative, come il foraggiamento dissuasivo, le recinzioni elettriche o la contraccezione. In tre anni dovrebbero essere abbattuti oltre 150 mila capi. I numeri li ha ricordati l'assessore regionale all'Agricoltura, Marco Remaschi: solo nel 2015 i danni, compreso il settore vitivinicolo, ammontano a 2,93 milioni di euro. Dal 2010 al 2015 superano 12,5 milioni. Entro 90 giorni dall'entrata in vigore, il testo prevede l'approvazione di uno stralcio al piano faunistico venatorio per la revisione degli attuali confini delle aree non vocate per ciascuna specie.

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Lorenzo Ruggeri, 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

6 febbraio
Vignaioli Naturali a Roma
Westin Excelsior Hotel
via Vittorio Veneto 125
Roma
fino al 7 febbraio

7 febbraio
VinNatur
Palazzo della Borsa
Genova
fino all'8 febbraio
vinnatur.org

11 febbraio
I Migliori Vini Italiani
Salone delle Fontane, Eur
Roma
fino al 14 febbraio

12 febbraio
Buy Wine
Fortezza da Basso
Firenze
fino al 13 febbraio

12 febbraio
Anteprime Toscane
fino al 22 febbraio
anteprimetoscane.it

20 febbraio
Sorgentedelvino live
Piacenza Expo
fino al 22 febbraio

21 febbraio
Vini ad Arte
Anteprima del Romagna Sangiovese Riserva
Faenza
fino al 22 febbraio

22 febbraio
Anteprima Sagrantino 2012
Montefalco (Perugia)
fino al 23 febbraio

27 febbraio
Golositalia
Centro Fiera del Garda
Montichiari (Brescia)
fino al 1 marzo
golositalia.it

28 febbraio
Terre di Toscana
Una Hotel
Via Sergio Bernardini
ex Viale Colombo, 335/337
Lido di Camaiore (Lucca)
fino al 29 febbraio
terreditoscana.info

5 marzo
Livewine 2016
Palazzo del Ghiaccio
Via Piranesi 14
Milano
fino al 7 marzo
livewine.it

6 marzo
Anteprima Bardolino, Chiaretto e Lugana
Lazise (Verona)
fino al 7 marzo

20 marzo
Roero Days
Reggia di Venaria
Torino
fino al 21 marzo

10 aprile
Vinitaly
Verona
fino al 13 aprile
vinitaly.com

chiaretto.
CONSORZIO TUTELA VINO BARDOLINO DOC

PIZZA&CHIARETTO
abbinamento perfetto

LE PIZZERIE PROTAGONISTE DEGLI APPUNTAMENTI

2016

08/02 | La Braciera — Daniele Vaccarella
via San Lorenzo, 6b - Palermo - Tel. 0916885444

17/02 | Enosteria Lipen — Corrado Scaglione
via Conte P. Taverna, 114 - Triuggio (MB) - Tel. 0362919710

21/03 | Urbino dei Laghi Ristorante e Naturalmente Pizza — Thomas Marazzini
via San Giacomo in Foglia, 7 - Urbino (PU) - Tel. 0722580305

21/04 | Mamma Rosa — Marcello D'Erasmo
via Aso, 64 - Ortezzano (FM) - Tel. 0734770194

27/04 | Apogeo Giovannini — Massimo Giovannini
via Pisanica, 136 - Pietrasanta (LU) - Tel. 0584793394

02/05 | 50 Kalò — Ciro Salvo
p.zza Sannazaro, 201 b - Napoli - Tel. 08119204667

05/05 | Montegrigna by Tric Trac — Bruno De Rosa
via Grigna, 12 - Legnano (MI) - Tel. 0331546173

10/05 | In Fucina — Edoardo Papa
via G. Lunati, 25 - Roma - Tel. 065593368

GAMBERO ROSSO

PRENOTA LA TUA SERATA

CARATTERIPOLETTO ADV

Il Vicentino, terra di grandi prelibatezze.

Qui nascono capolavori del gusto assolutamente unici come il formaggio Asiago Dop, morbido e delicato nella variante 'fresco' oppure dal sapore forte e deciso quando 'stagionato', come il Prosciutto Veneto Berico-Euganeo Dop o la Soprèssa Vicentina Dop, delicata armonia di sapori che si presta perfettamente come accompagnamento ideale per ogni piatto. In queste terre germogliano perle di stagione quali il Radicchio Rosso di Asigliano, dalla consistenza croccante e dal tipico sapore amarognolo, il Broccolo Fiolaro di Creazzo, inimitabile ortaggio ricordato anche dal poeta Goethe nel suo viaggio italiano, il Broccolo di Bassano, le Patate di montagna e quelle di pianura, da gustare con l'eccellente Olio Extravergine di Oliva delle colline di questa fertile provincia. Qui crescono anche il Mais Marano dal caratteristico colore arancio intenso da cui si ottiene una polenta morbida e saporita, ideale accompagnamento al Bacalà alla Vicentina e il Riso di Grumolo delle Abbadesse, i cui minuscoli chicchi sono garanzia di prelibatezza per ogni risotto. Da questa provincia, che conta sei zone Doc, si originano vini unici come il Lessini Durello, il Tai Rosso dei Colli Berici, o meraviglie di dolcezza come il Torcolato di Breganze, il Recioto e il Vin Santo di Gambellara, compagni eccezionali per il dessert: ancor più sublimi se degustati in accompagnamento ai dolci della tradizione locale e l'immancabile Grappa, altro grande vanto di un territorio che non pone limiti all'eccellenza dei suoi prodotti.

Il Vicentino, una deliziosa esperienza. Vi invitiamo a provare i nostri prodotti.

madeinVicenza
Camera di Commercio Vicenza
www.madeinvicenza.it

Mercati asiatici, sorpresa Corea del Sud. Proiezioni 2019

Tra il 2015 e il 2019 il mercato del vino in Corea del Sud salirà del 16,2% , a fronte di una crescita mondiale dell'1,4%. Sono alcune delle previsioni del rapporto Iwsr (International Wine and Spirit Research) realizzato per Vinexpo Hong Kong 2016 che si terrà ad Hong Kong dal 24 al 26 maggio. In particolare i consumi coreani potrebbero salire da 3,29 milioni di casse da 9 litri nel 2014, a 3,90 milioni nel 2019. Si consideri che nel 2010 il consumo procapite di vino rosso era di 0,62 bottiglie, nel 2014 è arrivato a 0,76 (+22,6) e, secondo il rapporto Iwsr, nel 2019 potrebbe arrivare a 0,87 bottiglie (+11,5%). Parliamo di rosso perché nel 'Paese del calmo mattino' è la tipologia che va per la maggiore e che rappresenta il 73,5% del consumo totale, contro il 26,5% del bianco.

Ma quali sono i maggiori Paesi fornitori? In cima alla classifica c'è il Cile che, grazie all'accordo di libero scambio, nel 2014 ha immesso sul mercato coreano 0,85 milioni di casse. Segue la Francia con 0,52 milioni di casse nello stesso anno. L'Italia è il terzo fornitore, con 0,49 milioni di casse (+35,9% rispetto al 2010), seguita dagli Stati Uniti. Se, quindi, la Corea riserverà delle sorprese interessanti, molto più deludenti appiano le previsioni per la Cina dove i consumi stanno scendendo e scenderanno ulteriormente nei prossimi anni: -0,3% dal 2014 al 2019. Bisogna cambiare rotta? – ***L. S.***

IL MIO EXPORT. Massimo Stizzoli – Cantina di Monteforte

1. Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?
La scorsa vendemmia l'export ha inciso per il 15% del fatturato, quest'anno, in valore assoluto, si presume sarà circa il doppio.

2. Dove si vende meglio e dove peggio e perché?
Si vende meglio in Inghilterra, mercato che fino ad oggi non conosce crisi, grazie alla forza della sterlina. Crescono i consumi dei nostri vini in Nord Europa, trainati dal Valpolicella, mentre si mantengono stabili e senza particolari flessioni il mercato tedesco e quello olandese. Più complessa la sfida nei confronti dei mercati asiatici.

3. Raccontateci come va con la burocrazia?
La dematerializzazione dei registri di cantina sicuramente avrà delle ripercussioni positive sull'operatività. Anche gli enti certificatori stanno lavorando molto bene e tutto l'iter (dalla richiesta di idoneità del vino alla vendita al consumatore) è stato implementato in maniera chiara e positiva.

4. Come promuoverete il vostro vino nei mercati internazionali?
Fiere ed eventi per la conoscenza dei nostri vini restano gli strumenti principali. Inoltre cerchiamo di sostenere i clienti con attività promozionali e nel prossimo futuro intendiamo accrescere la nostra presenza in Rete con iniziative di web marketing, specie per quei mercati dove gli acquisti via web assumono sempre maggiore importanza.

Cantina di Monteforte | Monteforte d'Alpone | Verona | www.cantinadimonteforte.it

NEL PROSSIMO NUMERO
TENIMENTI D'ALESSANDRO

In un anno particolarmente importante per le donne e il loro ruolo, nasce una nuova associazione al femminile. E intanto Donatella Cinelli Colombini, eletta alla guida delle Donne del Vino, per marzo annuncia la Festa che diventerà un appuntamento nazionale

Donatella Cinelli Colombini

Clementina Palese

Le signore del vino. Partita a due

a cura di Loredana Sottile

Sarà il 2016 l'anno vitivinicolo delle donne?
A giudicare da come è iniziato gli indizi ci sono tutti. Gabriella Diverio da gennaio sarà il nuovo direttore generale di Assoenologi; la tedesca Monika Christmann è da qualche mese la nuova presidente dell'Oiv; a novembre Graziella Cescon è diventata presidente della Fisar; Roberta Corrà ha appena festeggiato il primo anniversario alla direzione generale di Giv; a gennaio è nata una nuova associazione del vino: le Donne della Vite, proprio mentre alla presidenza dell'altra ben più longeva associazione di settore – le Donne del Vino – veniva eletta una colonna della storia vitivinicola italiana (in rosa e non), Donatella Cinelli Colombini. E partiamo proprio da queste due ultime realtà. Due associazioni sovrapposte? Complementari? Contrapposte? Lo abbiamo chiesto alle dirette interessate che, in un'intervista doppia, svelano programmi, obiettivi, differenze e anche perplessità delle rispettive associazioni.

DONNE DEL VINO

Già fondatrice ed ex presidente del Movimento Turismo Vino, ex assessore al Turismo di Siena, attuale presidente del Consorzio del Vino Orcia, consigliere d'amministrazione del Consorzio del Brunello di Montalcino, e ovviamente titolare di Casato Prime Donne e Fattoria del Colle. E adesso anche presidente delle Donne del Vino. **Donatella Cinelli Colombini** ha un curriculum che parla da solo, ma quel che più la contraddistingue, al di là dei ruoli sulla carta, è un contagioso entusiasmo. Per questo è stata scelta per ridare smalto ad un'associazione che esiste dal 1988 e che, oggi più che mai, ha bisogno di contare, al di là dei numeri (oggi le socie sono oltre 650).

Come fondatrice del Movimento Turismo del Vino ha lasciato la sua impronta con Cantine Aperte. Come assessore al turismo di Siena con trekking urbano. Cosa tirerà fuori dal cilindro questa volta?
Ho in mente un grande appuntamento che, degli altri due citati, ha la stessa struttura di 'evento a rete': la festa delle donne del vino. Quest'anno sarà un'edizione zero che riguarderà la Toscana e una ventina di luoghi, tra cantina, enoteche, sedi istituzionali. La immagino come una giornata simile a Cantine Aperte, una grande festa di incontro in cui le donne avranno massima visibilità, interpretando un tema che cambierà di anno in anno. Stavolta abbiamo scelto 'Il vino a tavola'. Ad ognuno la propria interpretazione: da cene con delitto a sfilate di moda (*come quella di Casato Prime donne; ndr*), con un denominatore comune: ognuno potrà scegliere uno dei propri vini e proporlo in promozione. Sono stupita io stessa della forte adesione, sia delle socie, sia della Regione Toscana. E per il 2017 lavorerò affinché l'evento diventi fisso e nazionale. Intanto l'appuntamento con questo primo esperimento è il 5 marzo.

Insomma si è subito rimboccata le maniche. Poche settimane fa l'elezione e subito è partito il countdown per la festa...
Anche Cantine Aperte è nato in poco più di un mese dalla costituzione dell'associazione. Bisogna rischiare e io sono fiduciosa.

...e anche un po' visionaria. Per cos'altro si caratterizzerà questo mandato?
Altra cosa su cui lavorare è la comunicazione. Fino ad ora ci siamo affidati ai classici comunicati stampa, ma ritengo che serva un mezzo più diretto e veloce. Penso ad un blog dell'associazione che dia spunti continui e partecipazione diretta. E poi non può mancare la formazione.

Ci spieghi meglio.
Se il peso delle donne nelle cantine italiane è di circa il 30%, lo stesso non si può dire della presenza nei Cda dei consorzi, eppure le donne possono funzionare molto bene. Ecco, una giornata di formazione, rivolta a queste mansioni, credo, sia un punto di partenza. Ci stiamo lavorando: io ho proposto il nome di 'Quote rosè', ma decideremo tutte insieme.

Insieme. Che poi è anche il suo motto. Eppure, tre settimane fa, praticamente quasi in contemporanea alla sua elezione, nasceva un'altra associazione di donne, le Donne della Vite. Ce n'era bisogno?

DONNE DEL VINO, LA SCHEDA

Nata nel 1988 da un'idea della produttrice toscana Elisabetta Tognana, oggi conta 650 iscritte. Accetta al suo interno solo donne che lavorano in prima persona nel campo del vino e, quindi, non semplici simpatizzanti. Tra gli appuntamenti fissi, la partecipazione a Vinitaly e l'elezione (con cerimonia) dell'Uomo dell'Anno (Massimo Giletti nel 2015). Da quest'anno verranno introdotti nuovi eventi, tra cui la Festa delle Donne del Vino nel mese di marzo.

» Me lo sono chiesta anch'io. Sia chiaro, sono in buoni rapporti con le socie fondatrici e con alcune di loro mi sento spesso: mi fu proposto anche di arruolarmi nel gruppo. Ma la domanda è lecita. Quello che mi auguro, e che ho detto anche a loro, è che ci sia una comunione di intenti e che si prosegua su strade parallele, ma nell'idea della complementarietà. Al momento non è così, ma è ancora presto per dirlo. Sono sicura che loro per prime - e di conseguenza anche noi - ne trarrebbero solo vantaggio.

Parliamo di donne tutte allora. Oggi come siamo messe col gap in viticoltura? Si fa ancora fatica ad inserirsi?
Leggevo uno studio che è stato fatto e che riguarda l'Australia, secondo cui in un Paese che a noi appare tanto aperto, le donne in viticoltura sono ancora discriminate e addirittura vittime di molestie sul posto di lavoro. Sempre in Australia e California, secondo una ricerca del Wine Echonomic, le winemakers non vanno oltre il 10%. In Italia uno studio del genere manca dal 2006, quando lo fece l'Istat, ma da quello che mi risulta, nel nostro Paese non ci sono discriminazioni così forti come in Australia, sebbene il pregiudizio ci sia ancora: dalla donna che assaggia il vino al ristorante al posto dell'uomo, a chi riesce ad ottenere con fatica ruoli-chiave in cantina. Senza fare discorsi femministi, sono convinta che le donne, soprattutto per settori che oggi farebbero la differenza sui mercati, come marketing e comunicazione, siano il motore di sviluppo che fino ad ora è stato tenuto al minimo. E credo che sia ora di dargli gas.

DONNE DELLA VITE

Donne con la D maiuscola. Il messaggio che appare sul logo verde della neonata associazione delle Donne del Vino non lascia dubbi: sono donne, determinate e desiderose di dimostralo. Come recita il loro manifesto, si tratta di "*agronome, enologhe, ricercatrici, giornaliste, artiste, imprenditrici, creative. Donne le cui vite girano intorno alla vite e al vino*". Lo scorso gennaio, dopo due anni di gestazione, hanno annunciato la nascita e iniziato a raccogliere adesioni. Abbiamo provato a saperne di più sentendo la vicepresidente del gruppo, la giornalista **Clementina Palese**.

Partiamo da una domanda che in molti si stanno facendo. Come mai un'altra associazione vitivinicola al femminile: non bastavano le Donne del Vino a rappresentare il settore?
È importante mettere le cose in chiaro. La nostra nascita non deve essere interpretata come una frammentazione, ma come un allargamento delle rappresentatività femminile. Il target è, infatti, solo in parte sovrapposto: ci sono agronome, enologhe, ricercatrici, operaie. Tutte quelle categorie che non avevano un'associazione di riferimento. E poi ci sono anche produttrici e già socie delle Donne del Vino. Una cosa non esclude l'altra, anzi... siamo in contatto con Donatella e magari quando i tempi saranno maturi si potrà organizzare qualcosa insieme. Se poi parliamo di obiettivi, loro sono più focalizzate sulla promozione com'è giusto che sia, noi su altri aspetti tecnici, dalla produzione alla ricerca.

E infatti già dalle prime uscite pubbliche gli intenti sembrano chiari...
Esatto. A maggio andremo in Toscana a visitare due realtà di Montepulciano impegnate nella sostenibilità: Avignonesi, un'azienda molto al femminile e Salcheto, la prima cantina off grid. E poi organizzeremo un convegno sul genoma del Pinot Nero in collaborazione con San Michele all'Adige. A giugno, invece, saremo in Puglia, all'azienda Torrevento per Enovitis in campo, la manifestazione sulle innovazioni della viticoltura italiana.

Ma la prima uscita pubblica ufficiale sarà a Vinitaly.
Sì, stiamo definendo proprio in questi giorni la nostra partecipazione a Verona: vorremmo che fosse una cosa in grande, ma ne parleremo presto.

Il vostro motto?
Etica, Estetica e Bellezza. A cui vorrei aggiungere anche un'altra parola-chiave per noi fondamentale: Relazioni.

» ***Parliamo di quote rosa. Come è cambiato il ruolo della donna in un settore considerato troppo a lungo appannaggio maschile? Ci sono ancora dei pregiudizi da abbattere?***
Purtroppo sì e riguarda un po' tutte: da chi si occupa di giornalismo e comunicazione del vino a chi fa ricerca, da chi sceglie la via dell'enologia a chi prende in mano le redini di un'azienda. Anche se, per fortuna, le cose sono notevolmente cambiate. Forse, però, i settori in cui si fatica di più ad inserirsi, sono l'agronomia e l'agricoltura in senso stretto, magari anche perché è richiesta una prestanza fisica di un certo tipo. Ma a poco a poco...

DONNE DELLA VITE, LA SCHEDA

Nata lo scorso 12 gennaio, mette insieme agronome, enologhe, giornaliste, comunicatrici, ricercatrici, analiste, ristoratrici, sommelier, ma anche creative. Al momento sono meno di un centinaio, ma il numero è work in progress. E possono iscriversi anche uomini. Le socie fondatrice sono l'agronoma Valeria Fasoli (presidente), la giornalista Clementina Palese (vice-presidente), le agronome Alessandra Biondi Bartolini, Lorena Troccoli e Giulia Tamai, la giornalista Costanza Fregoni e la produttrice Lausa Passera.

A meno di un mese dalla vostra costituzione, come stanno andando le adesioni?
Molto bene, siamo a circa un centinaio da tutta Italia. Certo, rispetto alle altre associazioni, noi siamo ancora delle piccole creature, ma siamo molto contente delle adesioni e dell'interesse che abbiamo suscitato. Significa che siamo al passo coi tempi e che la nostra nascita ha intercettato un'esigenza di molte donne del settore. E non solo donne, perché oltre alle loro abbiamo adesioni anche da parte di alcuni uomini.

Uomini in un'associazione dichiaratamente in rosa?
Perché no? In fondo, considerato che la viticoltura è stata per molto tempo un'attività prettamente maschile, sono molti gli interlocutori uomini. Non vogliamo ghettizzarci. Ed aprire agli uomini è un modo per non farlo.

Insomma niente premio uomo dell'anno per la vostra associazione...
Direi di no. Gli uomini ce li teniamo all'interno per dialogarci.

Il presidente del Consorzio, Pietro Ratti, traccia un bilancio dei suoi due mandati a pochi mesi dalle elezioni e mette in guardia sui rischi di una crescita senza controllo della Dop: "Evitare gli atteggiamenti da fortino"

Anno record per il Barolo: 12,5 milioni di bottiglie e prezzi in salita

a cura di Gianluca Atzeni

Anno da ricordare per il Barolo, non solo per il lusinghiero giudizio sulla qualità dell'annata 2015 che andrà verificato tra qualche anno, ma anche per i quantitativi imbottigliati, che hanno raggiunto lo scorso anno quota 12,5 milioni, con un incremento di quattro punti percentuali. Per i produttori della Dop piemontese, si tratta di un risultato molto importante, soprattutto se rapportato ai timori che serpeggiavano cinque anni fa e che erano legati ai rischi derivanti soprattutto da un eccesso produttivo, che avrebbe potuto provocare un ribasso nei prezzi di mercato. Scenari che non si sono avverati, anzi all'aumento delle bottiglie si è accompagnata la crescita delle quotazioni sia delle uve sia del vino sfuso, con un progressivo calo delle giacenze. Per dirla coi numeri, i rilevamenti della Camera di Commercio di Asti quotano lo sfuso nel 2015 a 8,5 euro/litro; un prezzo, come si fa notare dal Consorzio, che conferma il trend di aumento costante dal 2010 che, per ricordarlo, fu l'anno dei 3 euro al litro. Discorso analogo per le uve che, nel corso del 2015, hanno toccato punte superiori ai 4 euro al chilogrammo. Il segno più si rileva, inoltre, nel numero di aziende aderenti al Consorzio presieduto da Pietro Ratti (cantina Renato Ratti), che rappresenta quasi l'80% della produzione: dal 2010, sono state ben 53 i nuovi ingressi, tra cui Poderi Gianni Gagliardo, l'azienda Giovanni Sordo, la cantina di Virna Borgogno. Ad oggi, sono 513 i soci aderenti, di cui 281 producono e imbottigliano Barolo (sono esclusi quindi i viticoltori).

Ma oggi che il quadro è decisamente roseo sono gli stessi vertici consortili a suggerire una riflessione attenta sulle modalità di crescita, sugli indubbi vantaggi e sulle controindicazioni che possono arrivare da un'ipertrofia della Dop, in modo particolare dei suoi prezzi. Uno dei segnali che sta accendendo la spia rossa ai piani alti del quartier generale di Corso Enotria, ad Alba, è la corsa al rialzo delle quotazioni dei vigneti. Gli attuali prezzi appaiono in qualche misura sproporzionati. Basti ricordare alcune delle operazioni del 2015, concentrate soprattutto a inizio anno: i passaggi del vigneto cru Arione da Gigi Rosso a Giacomo Conterno, quello di Cascina Sorello nelle mani della famiglia Boroli, e prima ancora Cascina Cucco di Serralunga d'Alba alla famiglia Cairo (La Raia). Compravendite in cui, in alcuni casi, si è arrivati a sfiorare i 2 milioni di euro per ettaro. Livelli che, come si diceva, hanno indotto e imposto una riflessione. I motivi li spiega a Tre Bicchieri lo stesso **Pietro Ratti**, che entro aprile terminerà il suo secondo mandato alla guida del Consorzio, che dovrà eleggere il successore: "*Ha senso che il Barolo sia scambiato a otto euro al litro e che altri vini siano a due euro? Ha senso*" si domanda Ratti "*che chi produce e possiede questo vino goda di un privilegio escludendo tutti gli altri dei territori limitrofi? C'è una situazione da fortino che va evitata. Sei oggi sei un esempio positivo, una denominazione richiesta e in forte crescita, occorre stare attenti a non creare invidie a non assumere atteggiamenti arroganti. La filiera può e deve riflettere di questo tema*".

Cosa bisognerebbe fare in concreto?
Non ho una risposta risolutiva. Sono arrivato nel 2010 con la denominazione ai minimi storici, un periodo in cui eravamo terrorizzati dall'eccesso di vino sul mercato, mentre oggi siamo a uno dei punti più alti. Ecco perché voglio lanciare la palla alla fine del mio mandato.

Quali sono i rischi?
Il termine 'crescita' è usato dappertutto, a livello italiano come europeo, ma questa crescita pone delle riflessioni sul come gestirla. Nella filiera del Barolo, ad esempio, perché non discutere anche di una decrescita felice, che equivarrebbe a un consolidamento? É uno spunto che voglio lanciare. Bisogna sempre porsi delle domande, altrimenti si rischiano dei rimbalzi negativi.

IL CASO "BARBAROLO"
Sul fronte della tutela, anche il Barolo è in fase di acquisto dei domini .wine e .vin, ma intanto deve risolvere alcune questioni. La prima è quella dei wine kit in Inghilterra, visto che non si ferma l'attività fraudolenta malgrado gli interventi dell'Icqrf. La seconda è la vicenda "Barbarolo" e riguarda un bag in box prodotto in Norvegia (che non fa parte dell'Unione europea), contenente del vino Langhe rosso, che viene confezionato da un'azienda scandinava. Il Consorzio ha avviato una causa legale chiedendo il ritiro del prodotto dal mercato.

L'ANNATA "ECCEZIONALE" DEL NEBBIOLO
Sono in molti ad aver definito "eccezionale" l'annata 2015 grazie all'andamento climatico favorevole. In particolare, il Consorzio evidenzia il grado della maturazione fenolica delle uve Nebbiolo. Erano anni, sottolinea il Consorzio, che non si registrava una maturazione dei polifenoli così perfetta. Questo dovrebbe consentire di avere vini di ottima struttura, ma con tannini maturi a garanzia di longevità di una straordinaria eleganza e finezza.

» ***Prezzi troppo alti possono scoraggiare investimenti?***
Abbiamo una responsabilità nei confronti di chi viene dopo di noi e nei confronti del nostro territorio. È vero che i tempi dei tre euro a litro sono lontani. Ricordiamoci che fu la crisi finanziaria del 2008 negli Usa, uno dei nostri mercati principali, a trascinare al ribasso i prezzi del Barolo. L'anno peggiore è stato sicuramente il 2010. Ma quando le cose vanno bene come ora occorre gestirle altrettanto bene.

Ad esempio, sul fronte dei nuovi impianti. Avete proposto alla Regione Piemonte di aumentare le superfici concesse tramite bando fino a 20 ettari.
Da sei anni il Barolo aumenta gradualmente: per quattro anni sono stati concessi 10 ettari, nel 2015 si è passati a 15 ettari e quest'anno si va a 20 ettari. È una gestione oculata, uno dei punti qualificanti dei miei due mandati. Anche se occorre lavorare ancora.

Quali sono i punti da migliorare e che cosa non torna nei vostri conti?
Nonostante sia stato un anno record di imbottigliamenti e malgrado l'aumento delle quotazioni di uve e vino sfuso, non c'è ancora un aumento dei prezzi della bottiglia sullo scaffale. Questo è un fenomeno evidente nonostante il Consorzio non abbia un osservatorio specifico sul prezzo del Barolo. L'ideale sarebbe disporre di un meccanismo di regolamentazione delle quotazioni di uve e di sfuso a seconda dell'andamento dei prezzi a scaffale. Siamo consapevoli che non sia facile.

SUPERFICI BAROLO 2007-2014

anno	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
ettari	1.804	1.797	1.827	1.886	1.906	2.046	2.054	2.067	2.082

*stime | fonte Consorzio Tutela Barolo

Quanto ha influito il riconoscimento Unesco per Langhe, Roero e Monferrato in questo trend?
Ha avuto un forte impatto sull'immagine. Sono arrivati più turisti. Ma le regole dell'Unesco, quelle sulle modalità di urbanizzazione, sulla protezione dei vigneti, etc. stanno entrando in vigore adesso che la Regione Piemonte sta approvando le linee guida. Anche questo deve essere uno spunto di riflessione per i produttori.

Non è che alla fine rappresenterà un limite?
No. Secondo me siamo arrivati a un punto in cui possiamo permetterci di decidere come crescere. E la riflessione deve portare una cultura diffusa che le nuove generazioni devono apprendere. Il riconoscimento Unesco non è una targa ma un pensiero, un modo di vivere, da interiorizzare. Ed è questo il momento.

Come si stanno orientando le scelte dei viticoltori in un momento come questo?
È l'altro grande tema della nostra zona: vale a dire la 'nebbiolizzazione delle Langhe'. Un trend che si osserva dagli ultimi anni, che equivale a una grande spinta del territorio verso le uve Nebbiolo, sia per le difficoltà che la flavescenza dorata sta provocando ai vigneti, sia per una questione di valori superiori, nel senso che il Nebbiolo (con uve a un prezzo medio di 1,5 euro/kg; ndr) vale di più di un Barbera o di un Dolcetto. Di fatto, la Doc Langhe Nebbiolo sta diventando un punto di riferimento.

Insomma, la base della piramide per chi fa Barolo...
Esatto. Ed è una tendenza che si osserva soprattutto tra le cantine medio-piccole, che la stanno facendo crescere investendoci. La Gdo, per ora, non è ancora interessata a questa Doc. Non so se questa nebbiolizzazione sia positiva o negativa. Di certo, da un lato, si perde un po' di biodiversità ma, dall'altro, ci si specializza. La Borgogna, a cui noi guardiamo spesso, lo ha fatto tanti anni fa, noi lo stiamo facendo adesso.

UN CDA GIOVANE PER LA STRADA DEI VINI
Punta sui giovani la Strada dei vini del Barolo. Dopo aver riconfermato gli incarichi al presidente **Lorenzo Olivero** e al suo vice **Mauro Daniele**, la nuova squadra (in media 35 anni) è composta dai rieletti **Alberto Alessandria** (Crissante Alessandria di La Morra) e **Roberto Giacosa** (sindaco di Roddi e assessore al Turismo dell'Unione dei Comuni) a cui si affiancano **Maurizio Bruzzese** (direttore hotel Antico Borgo Monchiero), **Alberto Frea** (guida turistica di Turismo in Langa), **Daniele Conterno** (cantina Franco Conterno di Monforte d'Alba), **Mariella Conterno Destefanis** (cantina Cadia di Roddi) e **Cristiana Grimaldi** (Enoteca regionale del Barolo). Tra le novità 2016: nuove cartine turistiche illustrate, l'introduzione dell'e-commerce per servizi e pacchetti turistici, la versione mobile per smartphone e tablet del sito.

WORLDTOUR 2016

GAMBERO ROSSO 1986-2016 30 YEARS OF PASSION

trebicchieri

Top Italian Wines road show

Vini d'Italia Tour 2016

GAMBERO ROSSO EXPERIENCE

GENNAIO

18	STOCCOLMA	Vini d'Italia
19	OSLO	Vini d'Italia
25	MONACO	trebicchieri

EVENTO SPECIALE PRESENTAZIONE GUIDA Vini d'Italia

FEBBRAIO

04	CHICAGO	trebicchieri
09	NEW YORK	trebicchieri
11	SAN FRANCISCO	trebicchieri
16	SEATTLE	Top Italian Wines Roadshow

MARZO

03	LONDRA	trebicchieri Special Edition
12	DÜSSELDORF	trebicchieri
21	SYDNEY	Gambero Rosso Signature

APRILE

04	SAO PAULO	Top Italian Wines Roadshow
16	DUBAI	Top Italian Wines Roadshow Special Edition
17-19	DUBAI	Top Italian Food & Beverage Experience
20	ABU DHABI	Top Italian Food & Beverage Experience
23-24	PALM SPRINGS	Gambero Rosso & Vino Veritas Special edition

MAGGIO

15-16	SINGAPORE	Top Italian Food & Beverage Experience
16	SINGAPORE	Top Italian Wines Roadshow
18	BANGKOK	Top Italian Wines Roadshow
20	MANILA	Top Italian Wines Roadshow
25	HONG KONG	Gambero Rosso Top Italian Wines & Spirits Special Edition for VinExpo
26-27	TOKYO	Top Italian Food & Beverage Experience
27	TOKYO	Vini d'Italia

EVENTO SPECIALE PRESENTAZIONE GUIDA Vini d'Italia

GIUGNO

02-04	MOSCA	Top Italian Food & Beverage Experience
06	TORONTO	trebicchieri
06-07	TORONTO	Top Italian Food & Beverage Experience
10	VANCOUVER	trebicchieri
10-11	VANCOUVER	Top Italian Food & Beverage Experience

SETTEMBRE

	LOS ANGELES	Top Italian Food & Beverage Experience
	DALLAS	Top Italian Wines Roadshow

OTTOBRE

25	ZURIGO	Vini d'Italia
27	VARSAVIA	Vini d'Italia

NOVEMBRE

02	TOKYO	trebicchieri
04	PECHINO	trebicchieri
07	SHANGHAI	trebicchieri
09	HONG KONG	trebicchieri
18	MOSCA	trebicchieri

INFO: www.gamberorosso.it/international

segreteria.estero@gamberorosso.it