anno 9 - n. 14 - 12 aprile 2018

trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

OTTIMISTA E IN SALUTE. IL VINO SECONDO MEDIOBANCA

EXPORT
Nei primi due mesi, l'Italia ri-supera la Francia in Usa. In Cina "batte" la Spagna *pag.* 2

HORECA
Il vino spinge i fatturati dei grandi ristoranti. Le anticipazione Altagamma *pag.* 6

CONSORZI
Barolo, intervista al neo presidente Ascheri. Asolo, si punta a valorizzare la Docg *pag.* 8

MEDIOBANCA
Bene ricavi, investimenti e occupati. Lo stato di salute del comparto nel report *pag.* 20

MONTALCINO
Ecco perché i gruppi stranieri puntano sul Brunello. Intervista al nuovo ad di Biondi Santi *pag.* 24

Solo su sky Canale 412

EXPORT. Nel I bimestre l'Italia rialza la testa: in Usa sorpassa la Francia, in Cina la Spagna

Primi numeri del 2018 sul fronte esportazioni. E notizie positive per l'Italia che si riprende la leadership a valore sul mercato del vino statunitense, persa lo scorso anno alla fine del terzo trimestre a favore della Francia. Non solo. In Cina il Belpaese supera la Spagna e si piazza al quarto posto. Ma vediamo nel dettaglio. I numeri di Vinitaly-Nomisma Wine Monitor (base doganale) segnalano un aumento a valore del 3,8% tra gennaio e febbraio 2018, contro il 3,4% della Francia, portando così l'Italia a quota 243 milioni di euro coi francesi secondi a 227 milioni di euro. *"Un dato ancora molto parziale"* sottolinea il dg di Veronafiere, Giovanni Mantovani.

"Tuttavia, la positiva reazione dei nostri operatori al sorpasso dello scorso anno è di buon auspicio anche per il prossimo Vinitaly, che dedicherà proprio al mercato statunitense un focus specifico", in particolare su New York, California, Illinois, Minnesota, Winsconsin. Il **controsorpasso è dipeso dal sempre buon andamento delle bollicine italiane (+18,3%) rispetto a uno Champagne che ha perso il 23,1% del valore**. Tra i vini fermi imbottigliati, l'Italia è stabile (+0,8%) mentre la Francia registra un +16,6%, grazie ai rosati di Provenza, uno dei trend da tenere d'occhio anche in questo 2018. L'andamento del vino italiano è *"ancora più significativo"* come evidenziano Vinitaly e Nomisma Wine Monitor *"se considerato il contesto non positivo della domanda statunitense nel primo bimestre, con le importazioni di vino che sono diminuite del 2,3%"*. Dopo Italia e Francia, si registra il balzo della Nuova Zelanda (+33,9%) che però, in valori assoluti, è ben lontana con un valore di quasi 4 volte inferiore a quello italiano. In forte calo l'Australia (-23,3%) mentre la Spagna soffre e perde il 5,4% a valore. Per quanto riguarda la Cina, quella italiana risulta tra le migliori performance dei principali produttori mondiali di vino. Una corsa che vale al Belpaese il 4° posto – soffiato alla Spagna – nella classifica dei top importer cinesi, con una quota di mercato che traguarda il 7%, un valore delle vendite e supera, tra gennaio e febbraio, i 30 milioni di euro con un incremento in valore anno su anno del 34,7%, contro la media mondo a +19,7%. Sul podio ci sono sempre Cile (+12,7%, 48,5 milioni di euro), Australia (aiutata dai dazi ridotti a +28,2%, 110 milioni di euro) e Francia, che rallenta a +12,1% ma intercetta con 164 milioni di euro ancora ben più di un terzo (38,44%) della domanda complessiva di vino cinese (430 milioni di euro).

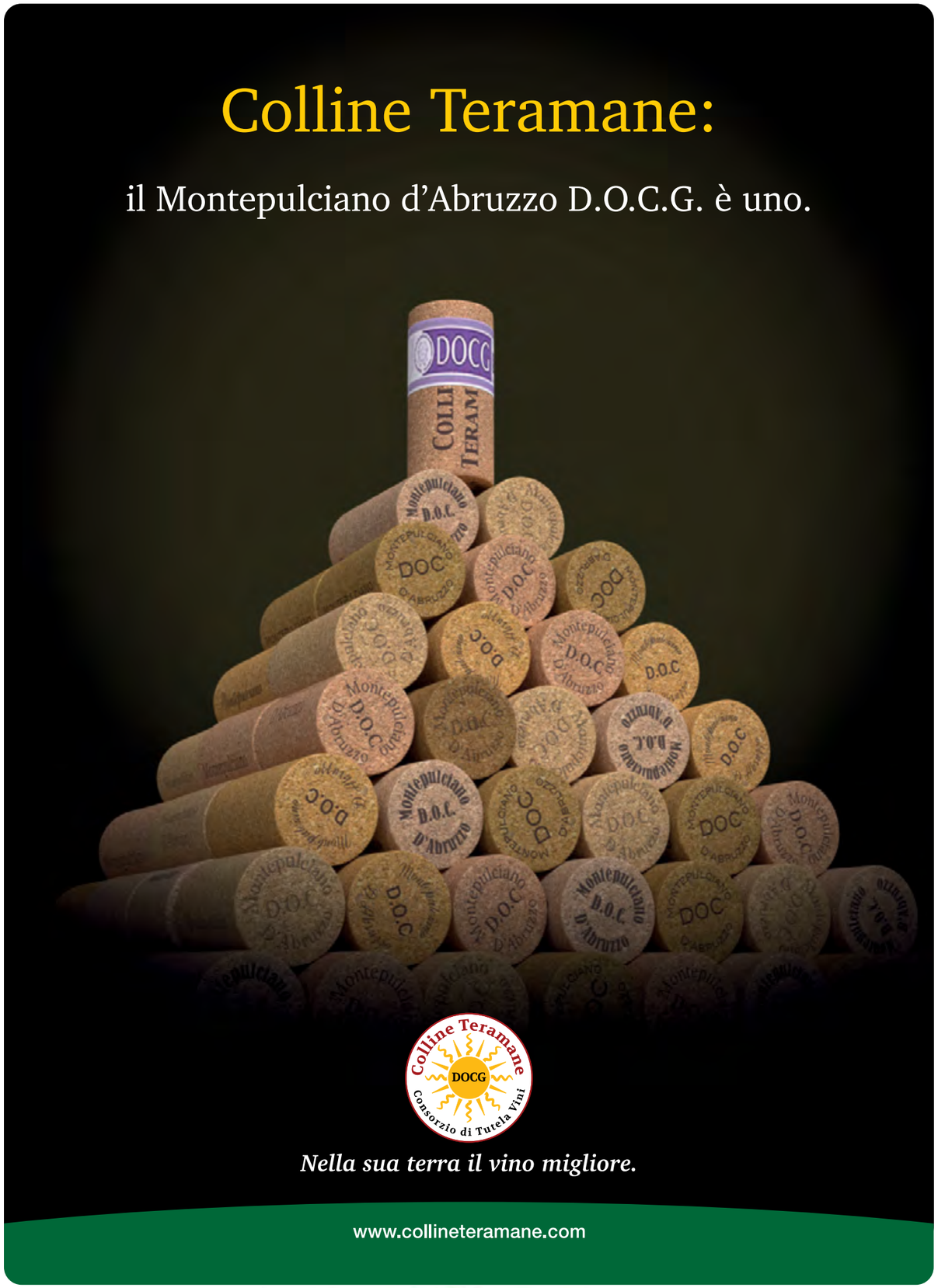
MERCATI. Torna "Wine Marketing". Come è cambiata l'Italia in 10 anni: esportazione a +69%

La premiumization dei consumi, le incognite della Brexit, i cambiamenti nella gestione dei monopoli canadesi, le performance rosati negli Stati Uniti, il nuovo approccio alla sostenibilità del Systembolaget svedese. Sono questi i temi principali dell'ultima edizione di Wine Marketing (Agra Editrice, 126 pagine, 50 euro), libro curato da Nomisma Wine Monitor su scenari, mercati internazionali e competitività del vino italiano, a 10 anni dall'ultima (e seconda) edizione.

Rispetto alla pubblicazione del 2008, Wine Marketing, che rappresenta uno strumento per gli operatori del settore, è arricchita dai commenti di Lamberto Frescobaldi (Marchesi Frescobaldi), Matteo Lunelli (Gruppo Lunelli) ed Ettore Nicoletto (Santa Margherita).

E se si guarda ai 10 anni trascorsi, si nota che l'Italia oggi esporta vino per un 69% in più, superiore alle crescite della Francia (+33%) e meno rispetto alla Nuova Zelanda (+160%). **Tra i grandi cambiamenti, la riduzione dell'export di sfuso (-15% a volumi), e la crescita degli spumanti:** *"Grazie a una crescita del 240%, oggi l'Italia contribuisce al 23% di tutto l'export mondiale in valore degli spumanti, contro un peso di appena il 10% detenuto nel 2007"*, ha ricordato Denis Pantini.

I rossi fermi non hanno registrato gli stessi risultati (+52% in dieci anni) ma, per crescere, sarà importante guardare a Usa, Russia e Cina almeno per i prossimi cinque anni.



Realizzato con i fondi FEASR – PSR Abruzzo 2014/2020 sottomisura 3.2 - 2017

BIOLOGICO. Dal 20 maggio arriva la banca dati: ecco come cambia il sistema dei controlli

Cambia il sistema dei controlli sui prodotti biologici. Entro il 20 maggio, infatti, il Mipaaf dovrà approvare un decreto che renderà obbligatoria la comunicazione delle transazioni, attraverso l'uso di una banca dati pubblica, che gli organismi di certificazione dovranno tenere aggiornata, pena significative sanzioni amministrative pecuniarie a carico sia dei produttori, sia dei controllori. Un cambiamento cruciale già iniziato lo scorso febbraio, con il nuovo decreto legislativo (n.71 del 22 febbraio 2018), recante *"Disposizioni di armonizzazione e razionalizzazione della normativa sui controlli in materia di produzione agricola e agroalimentare biologica*". **Tra le maggiori novità, l'introduzione dei meccanismi a rafforzamento della concorrenza leale e per l'eliminazione dei conflitti di interessi nel rapporto tra controllore e controllato**, tanto che la norma impedisce agli operatori degli organismi di certificazione di seguitare a svolgere attività di consulenza nei confronti delle imprese.

"Il decreto, pur necessario per migliorare il sistema di controllo" è il commento di Anabio *"presenta in ogni caso una forte criticità di fondo, strutturale in Italia, e relativa al mancato rapporto sinergico tra Autorità di Vigilanza (il Ministero tramite l'Icqrf) e la struttura di Accreditamento (Accredia). Questa carenza porta spesso alla duplicità dei controlli e a inefficienze di sistema, con un aumento complessivo dei costi e degli oneri, anche per gli agricoltori, non giustificati dall'incremento di efficacia delle procedure. Inoltre, presuppone una vera rivoluzione del modus operandi degli enti di controllo"*. In quest'ottica, Cia e la stessa Anabio, attraverso il proprio CAA, sono impegnate, già da alcuni mesi, a individuare le risorse umane da formare e aggiornare, per garantire la precisa gestione delle carte agronomiche, economiche e finanziarie, scongiurando il rischio di incorrere nelle multe.

FEDERVINI. Online il nuovo sito. Un portale a prova di fake news

Nell'anno in cui taglia il traguardo dei 101 anni, la Federvini mette in rete il suo nuovo sito. Rinnovato nella grafica e nei contenuti, il canale informativo della federazione, che aderisce a Confindustria, sceglie d**i cambiare percorso anche per rispondere all'esigenza e ai timori dei consumatori** che si sentono disorientati rispetto alla difficoltà di avere fonti certe di informazione. Su www.federvini.it spazio a news, normative, lifestyle (itinerari e trend dall'Italia e dal mondo), studi e ricerche, e una rubrica dedicata agli appuntamenti con Federvini: *"Abbiamo assunto un importante impegno con tutti i nostri interlocutori, dai consumatori finali agli addetti ai lavori, per fornire tutte le ultime notizie relative alle attività della Federazione"*, dice Ettore Nicoletto, vice presidente del gruppo vini. *"Il nuovo portale"* aggiunge il presidente Sandro Boscaini *"rappresenta, infatti, il nuovo modo di comunicare della Federazione. L'obiettivo è diffondere informazioni responsabili e consapevoli per la difesa e la valorizzazione delle nostre imprese e dei nostri prodotti, insieme a una continua attenzione ai consumatori*". matori più che a una maggiore spesa pro-capite.

PAC. Sindacati italiani a Bruxelles: "Il bilancio europeo va mantenuto"

Mantenimento del bilancio europeo per la Pac e **difesa dei 44 milioni di posti di lavoro nell'agroalimentare**. Sono queste le richieste che i sindacati italiani Cgil, Cisl e Uil hanno chiesto al Parlamento europeo nel confronto, promosso da Andrea Cozzolino (Pd), sulla fissazione del Quadro finanziario europeo post 2020, il futuro della Politica di Coesione e della Pac. Per il vicepresidente della Commissione agricoltura del Parlamento europeo, Paolo De Castro, *"una politica fondamentale come la Pac non deve essere toccata e va difesa dalle tentazioni di introdurre elementi di rinazionalizzazione. Sul piano finanziario, poi, sarebbe inammissibile una riforma della Pac al buio, senza sapere neanche quali saranno i presupposti di bilancio"*.

GAMBERO ROSSO

VI ASPETTA AL VINITALY
DAL 15 AL 18 APRILE 2018

Appuntamenti Gambero Rosso

Degustazione
Trebicchieri 2018
DOMENICA 15 APRILE | H: 11:30 - 16:30
SALA ARGENTO1 | PALAEXPO
INGRESSO A2, PIANO -1

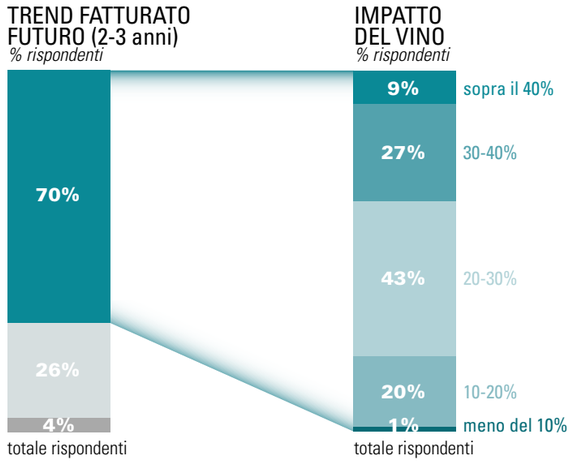
Presentazione della guida
Oli d'Italia 2018
in collaborazione con Unaprol
LUNEDÌ 16 APRILE | H: 15:00
SALA SALIERI | PALAEXPO | PIANO -1

Presso lo stand del Gambero Rosso (PAD 9 Toscana - C16) assaggi e degustazioni, vendita delle pubblicazioni 2018, iniziative e incontri in collaborazione con i nostri partner:

ACQUA PANNA S.PELLEGRINO THE FINE DINING WATERS
illy
sky
CASTELLI DAL 1892
i Bibanesi
GOLDPLAST premium tableware
"DAI DAI"
CIRCUITO PALAVORO ABBIGLIAMENTO ED ACCESSORI MADE IN ITALY

HORECA. I top wine spingono i fatturati dell'alta ristorazione. La ricerca Altagamma

7 ristoranti gastronomici su 10 prevedono una crescita significativa (superiore al 20%) del proprio fatturato nei prossimi due o tre anni, spinti dal contributo del vino a cui è attribuito circa un terzo del valore di questa crescita, risultando una componente fondamentale per l'andamento futuro dei ricavi dei ristoranti di fascia alta. Il dato emerge dalle anticipazioni dell'*Altagamma top wine study*, il primo studio estensivo sul consumo mondiale e sulle strategie di crescita per i produttori di vini di fascia alta, realizzato dalla Fondazione Altagamma (www.altagamma.it), in collaborazione con EY – Parthenon. Il campione utilizzato per questa ricerca qualitativa è composto da quattrocento ristoratori stellati Michelin, su un totale di 2.700 esistenti, di cui il 40% pluristellati, con un fatturato medio di tre milioni di euro, per il 70% in primarie location di otto Paesi del mondo (Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Svizzera, Usa, Cina e Giappone), con uno scontrino medio di 80-150 euro (vini esclusi), un prezzo medio per bottiglia superiore a 100 euro, per il 54% dei casi, e una lista di almeno 200 vini. I ristoranti stellati Michelin generano nel loro complesso un fatturato annuo di circa nove miliardi. Quasi metà dei ristoratori intervistati prevede un aumento del consumo di vino, attribuendolo alla crescita del numero di consumatori più che a una maggiore spesa pro-capite. La crescita del consumo, come rileva la ricerca, è trainata dal segmento di vini di fascia alta: in un caso su due, da etichette con un prezzo superiore ai 100 euro.



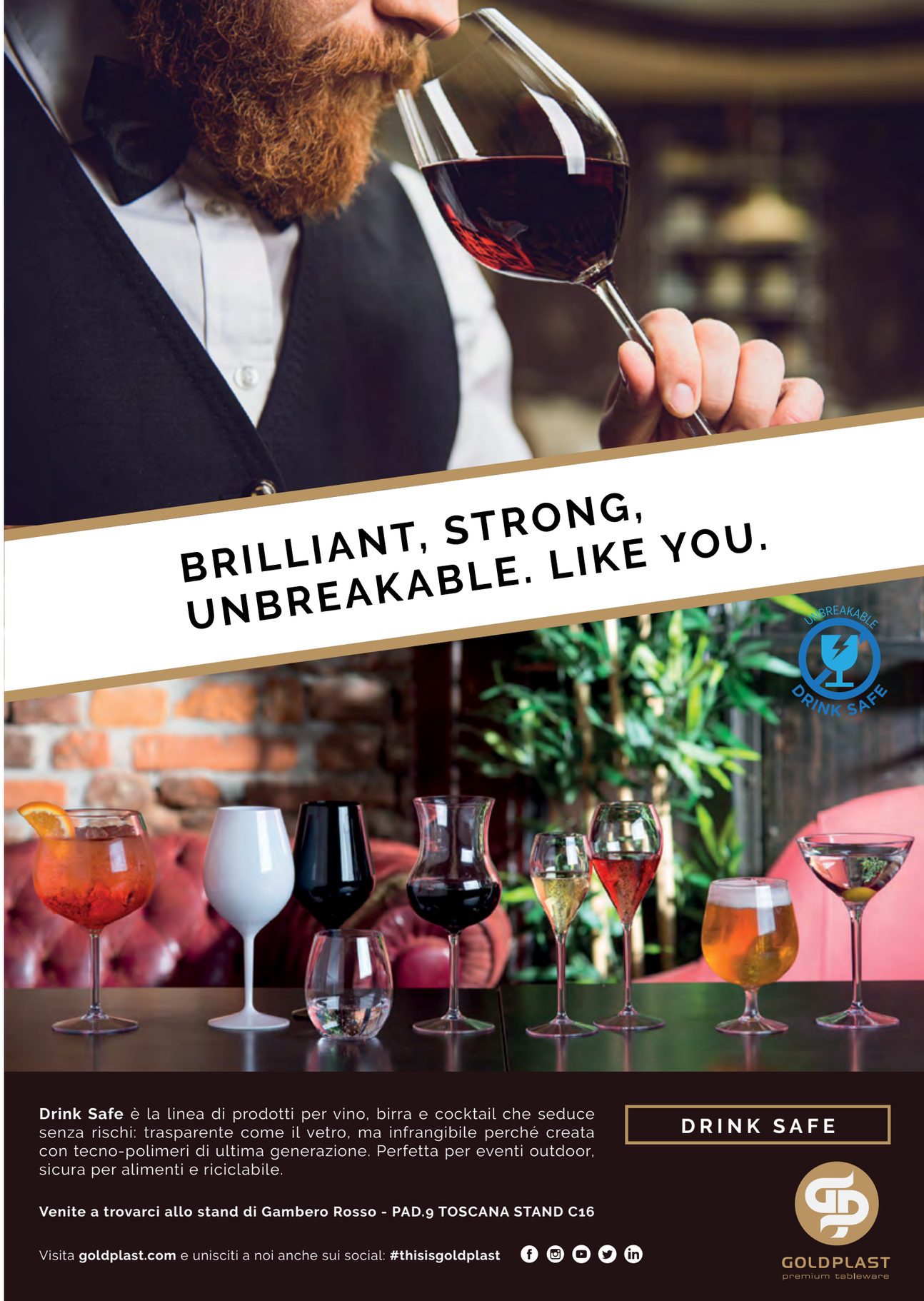
Fonte: sondaggio Phronesis analisi EY-Parthenon

"Dalla ricerca emerge che la ristorazione di eccellenza sarà un'opportunità di incremento di business e, soprattutto, di crescita del posizionamento" osserva Matteo Lunelli, vice presidente e responsabile alimentare per Altagamma *"inoltre, che lo storytelling è ritenuto dalla ristorazione l'elemento più importante nell'interazione con fornitori e distributori. Su questo il vino italiano può avere in futuro un forte vantaggio competitivo, grazie alla varietà e alle straordinarie qualità dei nostri territori, oltre alla capacità di innovazione delle nostre cantine"*. Come veicolare la propria storia? Lo studio indica come cruciali i siti internet aziendali e dei canali digitali. **Vale circa cento miliardi di euro il mercato dell'alto di gamma italiana, con una quota di quasi il 10% sul mercato mondiale.** Le imprese culturali e creative italiane contribuiscono nella misura del 5% al Pil nazionale, realizzano con l'export il 50% in media del loro fatturato e impiegano circa 500 mila persone tra occupati diretti e indiretti.

ROSATI. 5 Doc unite per promuovere il vino da vitigni autoctoni. Si pongono le basi per far nascere il "Centro del rosato autoctono italiano"

Chiaretto di Bardolino (Veneto), Valtènesi Chiaretto (Lombardia), Cerasuolo d'Abruzzo, Castel del Monte Rosato (Puglia) e Salice Salentino Rosato (Puglia). Questa squadra di cinque denominazioni italiane "in rosa" firmerà alla vigilia del Vinitaly un patto di intenti per la promozione unitaria del rosato. Il momento di mercato per questa tipologia di vino, come scriviamo da tempo, è propizio. **Obiettivo dell'accordo? Portare nel mondo uno stile italiano del vino rosato, che metta in evidenza il sapere umano e la capacità di interpretare vitigni, suoli e climi diversi.** La peculiarità di questa operazione sta nel voler insistere sulle varietà autoctone. I cinque presidenti dei consorzi si riuniranno a Villa Carrara Bottagisio di Bardolino, futura sede del Consorzio di tutela del Bardolino e del Chiaretto che nel progetto assumerà il ruolo di capofila. Nel "Patto d'intenti" metteranno nero su bianco l'impegno per una promozione unitaria delle loro produzioni, sia Italia, dove la diffusione dei vini rosati è ancora marginale, sia all'estero, dove il mercato è in rapida espansione.

Quale potrebbe essere il prossimo passo? Allargare l'intesa agli altri territori nei quali si producono rosati da uve autoctone, per costituire un "Centro del Rosato Autoctono Italiano", che possa essere sede di confronto, promozione e ricerca. Al Vinitaly, le cinque denominazioni saranno presenti in degustazioni collettive e dibattiti nei rispettivi spazi consortili.



CONSORZI. I piani del Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani. Parla il neo presidente Matteo Ascheri

a cura di Gianluca Atzeni

Un evento specifico su Barolo e Barbaresco distinto dal ben noto Grandi Langhe, il potenziamento della comunicazione sulle menzioni geografiche, l'introduzione della spumantizzazione per il vitigno Nebbiolo, la valorizzazione delle Doc più in sofferenza, i comitati per le Doc e i criteri di priorità sui nuovi impianti a Barolo. Tutti temi importanti, e delicati, che il nuovo cda del Consorzio di tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani troverà sul proprio tavolo nei prossimi mesi. Da circa una settimana, infatti, Matteo Ascheri è il nuovo presidente consortile, chiamato a prendere il posto del dimissionario Orlando Pecchenino. In questa intervista al settimanale Tre Bicchieri, Ascheri racconta quali potrebbero essere i punti qualificanti, tutti ovviamente da discutere, del programma triennale del consorzio piemontese, che gestisce un complesso di dieci Dop, per un totale di circa 60 milioni di bottiglie l'anno.

Presidente Ascheri, partiamo dalle dimissioni di Pecchenino. Lei è tra coloro che le hanno ritenute opportune?

Ha la mia solidarietà sul piano umano. E dal punto di vista istituzionale ha scelto giustamente di fare un passo indietro, considerando il ruolo che ricopriva.

Avete annunciato la formazione dei comitati di gestione per le Doc. Che significa?

L'idea è dar vita a un comitato per ogni Dop o gruppo di Dop. In tutto potrebbero essere cinque, costituiti da produttori anche tra i non eletti nel cda consortile. Saranno già al lavoro entro maggio: ognuno farà le proprie considerazioni, portando avanti esigenze e proposte da analizzare in consiglio. Vogliamo che la comunicazione vada dalla base al vertice.

Servirà a sostenere anche le Dop attualmente meno in forma come, ad esempio, il Dolcetto?

Se Barolo e Barbaresco vanno bene, così come anche Barbera e Doc Langhe Nebbiolo, il grande comparto del Dolcetto, da Diano a Dogliani, sta cercando di rilanciarsi. Un'ipotesi potrebbe essere sfruttare il nome Langhe creando una Doc di ricaduta, Langhe Dolcetto o Langhe Barbera, lasciando ai produttori la libertà di scelta sulla rivendicazione. Sarà poi il mercato a decidere.

Per dare respiro ai produttori state pensando di spumantizzare il Nebbiolo?

Le Langhe hanno la storia e le necessarie competenze per fare gli spumanti. Il vitigno Nebbiolo in sé è un'ottima base e molte aziende ci stanno lavorando. Spumantizzarlo è una possibilità che abbiamo, non ancora prevista dal disciplinare. Ed è uno dei temi di discussione. L'importante, a mio avviso, è valorizzare il metodo classico rispetto allo Charmat, puntando all'alta qualità.

Dovrete gestire la tanto discussa crescita del Barolo Docg

La zona del Barolo produce oggi 14 mln di bottiglie in oltre 2 mila ettari. Gli spazi di crescita ci sono ma non dobbiamo certo liberalizzare. Ogni anno concediamo 30 nuovi ettari e ritengo che i criteri di priorità debbano considerare i più giovani e le aziende piccole che ancora non fanno Barolo. Inoltre, dobbiamo potenziare la comunicazione sulle menzioni geografiche.

Quali altri passi nella promozione dei vostri vini?

In tema di eventi, dovremo riflettere se separare Grandi Langhe, riservandolo alle altre Dop, da un evento specifico, che va pianificato in tempi e modi diversi, dedicato esclusivamente a Barolo e Barbaresco. Ovviamente, da studiare in collaborazione con Albeisa, storico organizzatore di Nebbiolo Prima. Occorrerà trovare le risorse finanziarie.

La soluzione logistica avanzata per il mercato Wines & Spirits

Wine & Spirits Logistic Solution è il pacchetto logistico personalizzato per l'industria del settore "beverages", un mercato all'interno del quale Gori ha raggiunto elevati standard in termini di competenze, partnership, risorse, capacità organizzative e tecnologie. Procedure di trasporto modulari e sicure, contratti con i vettori più affidabili, tariffe e condizioni eccellenti, sistemi di magazzinaggio ottimali, faciliteranno il percorso dei vostri prodotti dalla linea di imbottigliamento fino al consumo finale. Soluzioni informatiche web-based, arricchite da preziosi strumenti di controllo e previsione, vi forniranno informazioni in tempo reale sull'intero processo logistico.

DHL

A DHL company
GORI
Wine and spirits logistics

DIRITTO VITIVINICOLO. LE BOTTIGLIE BOTTEGA E IL MARCHIO TRIDIMENSIONALE

Da pochi giorni le famose bottiglie rastremate e laminate oro e rosa di Bottega S.p.a. hanno incassato il benestare dell'EUIPO, Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale, che ha confermato, anche in secondo grado, la validità dei marchi tridimensionali registrati dall'azienda trevigiana a tutela delle bottiglie Bottega Gold e Bottega Rose Gold. Nonostante siano state immesse in commercio nel lontano 2001, alcuni concorrenti hanno, infatti, tentato di chiedere l'annullamento del marchio, lamentando una pretesa carenza del carattere "distintivo" della bottiglia stessa. Il marchio, in generale, è un segno distintivo che consente al consumatore di identificare l'origine dei prodotti provenienti da un'azienda rispetto a quelli di altre imprese. Può essere denominativo, figurativo, oppure solo di forma: anche la confezione di un prodotto, infatti, può costituire marchio autonomo, a condizione che presenti una forma inconsueta o di fantasia, e non possieda "caratteristiche funzionali". Rientra in quest'ultima categoria il caso del celebre "cubo di Rubik", la cui forma fu originariamente registrata come marchio, poi annullato dalla Corte di Giustizia su istanza di parte, perché la caratteristica forma a griglia era direttamente funzionale alla risoluzione del puzzle tridimensionale che costituisce la finalità del cubo stesso. In questo caso, il marchio è stato annullato e "derubricato" a brevetto, la cui durata è solo ventennale contro la perpetuità del marchio. Di qui, si intuisce la difficoltà di registrare validamente come marchio il packaging: la regola generale è che la forma tridimensionale della confezione deve possedere da sola carattere di distintività: il consumatore medio deve essere in grado di associare il prodotto all'azienda alla vista della forma della confezione. Sono noti marchi tridimensionali, ad es. la bottiglia con scanalatura della Coca-Cola (ma non la bottiglia "liscia" della medesima azienda!), la sinuosa bottiglia dell'acqua gallese TyNant e pochi altri. Segno che creare un packaging davvero originale e immediatamente riconoscibile è assai difficile. Le bottiglie Bottega Gold e Rose si avviano, così, a diventare grandi casi di scuola giurisprudenziale.

avv. Giulia Gavagnin, esperta in diritto ambientale e agroalimentare
avv.giuliagavagnin@gmail.com

CaViola

BAROLO
SOTTOCASTELLO DI NOVELLO
UNA VIGNA DAL SANGUE BLU
[TENDENTE AL VIOLA]

Sottocastello è uno dei due "gran cru"
di Novello, un piccolo comune di mille abitanti.
Da qui nascono Barolo classici e profondi, in grado
di coniugare un'intensa espressività varietale
e uno straordinario potenziale di longevità.

www.caviola.com

Scriba Studio

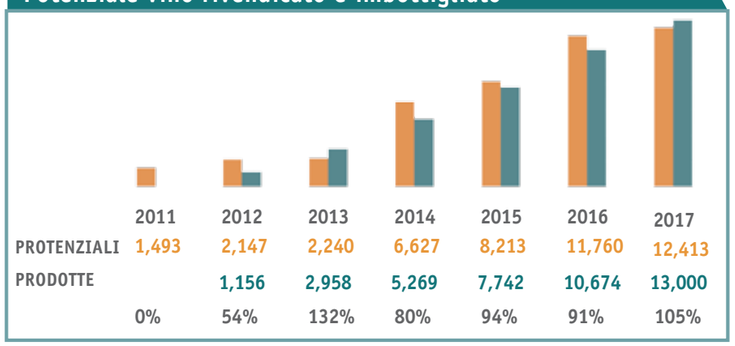
CONSORZI. Vini Asolo Montello. Armando Serena riconfermato per il prossimo triennio: "I mercati internazionali stanno finalmente scoprendo l'Asolo Docg"

a cura di Gianluca Atzeni

Sarà ancora Armando Serena (Montelvini) a guidare per i prossimi tre anni il Consorzio vini Asolo Montello. Al suo fianco, per il terzo mandato, ci sarà anche Franco dalla Rosa, riconfermato. Gli altri membri del rinnovato consiglio d'amministrazione sono Silvia Costa, Paolo Liberali, Dario Toffoli, Mattia Bernardi, Giovanni Ciet, Simone Morlin e Ugo Zamperoni. La Dop trevigiana, che sarà presente al Vinitaly per la prima volta con due postazioni (una presso lo spazio Universo Prosecco, l'altra assieme ai consorzi della Doc e della Docg) ha recentemente festeggiato il traguardo dei dieci milioni di bottiglie prodotte, che rappresenta *"un nuovo punto di partenza"*. Tra gli obiettivi del nuovo consiglio? La tutela e la valorizzazione dei colli di Asolo e del Montello, in grado di donare al nostro Asolo Prosecco Superiore Docg delle caratteristiche uniche, grazie alle quali sta ottenendo un riscontro estremamente positivo sia in Italia che all'estero. *"Il potenziale produttivo della nostra area è di 20 milioni di bottiglie se tutta la glera impiantata fosse rivendicata a Docg"* afferma Serena. "*È chiaro che non è questo il nostro obiettivo, ma quello di aumentare il valore di questa tipologia di Prosecco"*. Il distretto produttivo trevigiano, che conta 629 viticoltori, 94 vinificatori e 55 imbottigliatori, attende il via libera ministeriale, entro la vendemmia 2018, alle modifiche introdotte ai disciplinari. In particolare: la facoltà di usare la dicitura Docg Asolo al posto di Asolo Prosecco superiore Docg; l'introduzione della versione brut nature e sinonimi per l'Asolo Prosecco superiore Docg colfondo, che si chiamerà "sui lieviti"; la modifica al nome della Doc Montello Colli Asolani in Asolo Montello (o Montello Asolo). Sul fronte interno, il presidente Serena rimarca la necessità di fare squadra: *"Sui 55 imbottigliatori, 33 non sono soci del consorzio. Ci sono aziende piccole che si stanno affacciando da poco a questa realtà e, come consorzio, puntiamo ad ampliare la base sociale. Abbiamo una buona percentuale di rappresentatività, ma anche chi ha produzioni cosiddette minori deve partecipare"*.

L'interesse dei giovanissimi non manca verso questo territorio. La filiera vino sta garantendo attualmente, secondo i dati del consorzio, una produzione lorda vendibile di oltre 20 mila euro per ettaro. **Sui mercati esteri, che costituiscono più del 60% del giro d'affari delle cantine, i numeri sono molto positivi, soprattutto nel Nord America e in Gran Bretagna.** *"L'impressione" afferma il presidente Serena "è che il mondo stia scoprendo l'Asolo Docg e che i fari si stiano finalmente accendendo sui di noi"*. Nel frattempo, sul territorio, si lavora a valorizzare e coniugare le componenti artistiche e ambientali. L'ultima in ordine di tempo è il recupero e il restauro dell'Abbazia benedettina di Sant'Eustachio in Nervesa, che dovrebbe essere riaperta al pubblico intorno al 12 maggio prossimo (grazie a un contributo di 2 milioni di euro donato dall'azienda Giusti dal Col), una settimana dopo l'evento Asolo Wine Tasting, previsto per domenica 6 maggio.

Asolo Prosecco Superiore DOCG 2018
Potenziale vino rivendicato e imbottigliato



CHIANTI DOCG. Il rosso toscano consolida le vendite in Gdo a febbraio

Con quasi 4 milioni di bottiglie, è la Lombardia la regione con il più alto numero di vendite per il Chianti Docg, considerando il periodo tra febbraio 2017 e febbraio 2018. L'elaborazione dei dati di vendite in Gdo da parte del Consorzio del Vino Chianti dice che il trend generale è orientato alla crescita per il secondo anno consecutivo, con la Toscana seconda regione consumatrice, a 3,3 milioni di bottiglie. Nord e Centro Italia, fa sapere il consorzio presieduto da Giovanni Busi, sono le zone con volumi più alti. Allo stesso tempo, con una percentuale del 48,9%, le bottiglie in formato 0,75 litri rappresentano i formati più venduti. In tutto il 2017, nella grande distribuzione italiana, sono stati venduti 13,103 milioni di litri di Chianti Docg (+8,5% a volume e secondo posto dopo il Lambrusco) per un incasso di 69,4 milioni di euro (+8,1%), con un prezzo medio a bottiglia vicinissimo ai 4 euro. *"Se il trend del Chianti si confermerà anche per il 2018" dice Busi "il vino toscano è destinato a diventare anche il re delle vendite"*. E a superare il Lambrusco.

LA SPAZIALE
espresso coffee machines

S40 Lo strumento perfetto per un espresso perfetto

LA SPAZIALE S.p.A. • Via Eleonora Duse, 8 • 40033 Casalecchio di Reno • BOLOGNA (ITALY)
Tel. +39 051 6111011 • Fax +39 051 6111040 • info@laspaziale.com • www.laspaziale.com

E-COMMERCE. Nuovo aumento di capitale da 2,5 milioni di euro per Tannico, con l'entrata in società della holding asiatica NUO. Ora si punta all'enoteca fisica

Nuovo aumento di capitale da 2,5 milioni di euro per Tannico, l'enoteca online che oggi risulta la più finanziata dal settore food tech in Italia e che può contare su un'offerta di oltre 12.000 etichette di vini da più di 2.000 cantine, una crescita del 70% del fatturato a quota 11 milioni di euro nel 2017, 85 mila di clienti nel mondo e 1 milione di bottiglie vendute. La raccolta capitali, realizzata in 5 anni (Tannico è stato fondato nel 2012), arriva così a quota 8 milioni di euro. Quest'ultimo investimento, che vede anche la partecipazione pro quota dei soci del precedente round di finanziamento, è stato sottoscritto per oltre il 50% da NUO Capital, holding di investimento asiatica di proprietà della famiglia Pao/Cheng di Hong Kong (che aveva già investito nel settore, con Terra Moretti Distribuzione vino). Ed è proprio Tommaso Paoli, ceo di NUO Capital ad entrare nel cda, già composto da Marco Magnocavallo (co-founder e Ceo di Tannico), Andrea di Camillo (managing partner del fondo P101), Stefano Saccardi (board member di Campari) e Matteo de Brabant (fondatore di Jakala e Alkemy). Si fa sempre più concreto, in questo modo, l'avvicinamento al mercato asiatico, con la possibilità di nuovi progetti in quella direzione, come conferma anche Magnocavallo: *"Nei nostri piani di espansione all'estero, che ci vede già presenti e operativi in 20 Paesi, anche l'Asia è un mercato potenzialmente molto interessante: la possibilità di contare quindi sulla grande esperienza di un socio investitore di questa caratura e sulla sua profonda conoscenza del mercato locale rappresentano per noi una grande opportunità di crescita futura"*. Ma non è l'unico obiettivo. **Il nuovo round consentirà di implementare accanto ai servizi tradizionali, anche quelli di ultimo sviluppo, come Tannico.biz.** Di cosa si tratta? *"È una nuova piattaforma, lanciata lo scorso ottobre"* spiega Magnocavallo *"Uno spazio dedicato a ristoranti, enoteche, bar, wine bar, pasticcerie, hotel. Insomma, ai professionisti del settore che, per accedere al nostro servizio, devono prima effettuare una richiesta. Il nostro team la valuta (perlopiù controlla che dietro ci sia davvero un'attività di somministrazione), la accetta e così si ha accesso alle stesse etichette presenti su Tannico.it, ovviamente con prezzi diversi e con una soglia per la spedizione gratuita un po' più alta rispetto al semplice utente privato"*. Tra i vantaggi per gli esercenti, quello di abbattere i costi di magazzino; comperare piccole quantità senza rischiare che troppa merce rimanga invenduta; completare le carte di vini e distillati anche con delle chicche di mercato. Per le cantine, invece, la possibilità di raggiungere anche zone non coperte dalle proprie reti commerciali. Intanto, procedono a gonfie vele anche gli altri servizi lanciati negli anni passati, come *Tannico Intelligence*, che permette alla cantina di controllare la propria performance sulle vendite online, tracciando un profilo del cliente e contribuendo a migliorare le scelte di marketing, e Tannico Wine Platform, che dà la possibilità all'utente di acquistare vino direttamente in cantina e di farselo spedire comodamente a casa. Ma non di solo internet vive Tannico. Tra i prossimi progetti, in cantiere va delineandosi sempre meglio lo sviluppo di quello che sarà il primo negozio fisico. *"Apriamo a Milano nel secondo trimestre di questo anno"* conferma il fondatore *"ma non sarà un'enoteca tradizionale. Sarà un wine bar con tante etichette in mescita, con un ricambio rapido, percorsi tematici studiati, grandi nomi e prestigiose griffe al calice grazie anche all'utilizzo di Coravin"*. Il tutto in puro spirito Tannico: *"democraticizzare il mondo del vino" conclude Magnocavallo "Non ci rivolgiamo (o non solo) all'enomaniaco incallito, ma a un pubblico che si sta ancora avvicinando al vino e che apprezza l'opportunità di assaggiare ottimi vini, senza troppe rigide sovrastrutture"*. Intanto, per l'uscita di Vinitaly di quest'anno, Tannico ha scelto di presentarsi con una veste molto originale: niente stand istituzionale, ma un Double Decker, il tipico bus bipiano inglese, restaurato per l'occasione e trasformato in wine bar. Dove trovarlo? Tra i padiglioni 9, 11 e 12.

VENDITE. I grandi rossi italiani più venduti online? Brunello di Montalcino e Amarone della Valpolicella.

Brunello di Montalcino e Amarone della Valpolicella sono i vini rossi italiani più venduti online nei segmenti di vini ultra-premium e luxury (oltre 25 euro), con una quota di mercato complessiva del 27,5 % (Brunello 13,78%, Amarone 13,72%). È quanto emerge dal focus (su dati consuntivi 2017), realizzato da Tannico per il Consorzio Vini Valpolicella. Non solo. Secondo l'indagine, l'Amarone è il vino preferito nel 'bouquet Valpolicella', con un'incidenza del 71% sulle vendite. Seguono il Valpolicella Ripasso Doc (18%) e il Valpolicella Doc (9%). Sul fronte della profilatura, **il consumatore on line di Amarone ha circa 40 anni e un'elevata capacità di spesa. A**ma i vini rossi ultra premium e le bollicine raffinate come Champagne e Franciacorta e spende annualmente 500 euro per questo "grande rosso".

FRESCOBALDI. La storica famiglia punta tutto sulla Toscana: nuova cantina per Masseto e primi vini Chianti Classico. Intanto inizia l'avventura svizzera per il ristorante Ornellaia

a cura di Loredana Sottile

Mentre la maggior parte delle cantine italiane punta sulla diversificazione geografica, Frescobaldi scommette ancora una volta sulla sua Toscana con la nuova – e prima – tenuta nel Chianti Classico. Mentre gli altri competitor guardano soprattutto all'export, Frescobaldi punta sui consumi nazionali. Mentre si tende sempre più a ottimizzare il lavoro in cantina, Frescobaldi ne crea una a sé solo per il brand Masseto (inaugurazione prevista per il 2019). Non si può certo dire che la storica famiglia toscana segua le mode del momento. Il fil rouge che ha guidato fin qui - e da qui in poi - l'azienda è, infatti, *Cultivating Toscana Diversity*. Per farlo, però, mancavano all'appello i vini del Gallo Nero: *"Finalmente oggi, possiamo tagliare il nastro della nostra settimana Tenuta toscana"* ha esordito **Lamberto Frescobaldi** nel presentare i primi vini della Tenuta di Perano *"Non c'è un capotavola tra esse, abbiamo fatto un po' come Re Artù qualche secolo fa"*. Una Tavola Rotonda che comprende Castello Pomino, Castello Nipozzano, Tenuta Castiglioni, Tenuta Castelgiocondo, Tenuta Ammiraglia, Remole e Laudemio e si chiude proprio con quest'ultimo tassello di Gaiole in Chianti: 250 ettari, di cui 52 in Chianti Classico. Due solo vini in produzione: Chianti Classico Docg e Riserva (sul mercato sta per arrivare la prima annata, la 2015), cui si andrà ad affiancare, nel 2019, la Gran Selezione. Saranno gli unici vini a presentare lo stemma di famiglia, con la donna-fortuna, il leone e la vela al vento, segno distintivo dei commercianti dall'anno 1100. *"La peculiarità di questa Tenuta?"* spiega **Nicolò D'Afflitto**, l'enologo che da quasi 30 anni lavora con i Frescobaldi e che si occupa anche di Perano *"L'effetto anfiteatro, che permette di ottenere insieme le caratteristiche dei vini di altimetria e quelle dei vini delle zone più basse"*.

"L'arrivo nel Chianti Classico" dice l'ad **Giovanni Geddes da Filicaja** *"è stato un sogno inseguito da tempo, dopo aver scartato diverse aziende. Ma volevamo, entrare in questo territorio dalla porta principale"*. L'attesa è stata ripagata. In realtà, la famiglia toscana ha messo piede nella Tenuta già nel 2014, come affittuaria: la Tenuta faceva capo alla società agricola Domine srl, messa in liquidazione nel 2012. Poi, qualche mese fa, l'asta pubblica, aggiudicata dai Frescobaldi per 13,3 milioni di euro. Non figurano, al momento, nei piani dell'azienda nuove espansioni al di fuori della Toscana: *"Il nome Frescobaldi è legato a doppio filo alla nostra Regione"* dice il presidente *"al momento, quindi, l'esperienza in Friuli Venezia Giulia (Tenuta Attems) resterà l'unica fuori dai confini toscani"*. Strettissimo da sempre, anche il legame con i consumatori italiani: *"L'Italia, per noi, rappresenta il primo mercato, con una quota del 31%"* continua Lamberto Frescobaldi *"d'altronde sarebbe inconcepibile che un nostro vino fosse reperibile all'estero e introvabile sul territorio nazionale. Anche in virtù di questo, abbiamo sempre adottato una filosofia molto rigida: mai togliere prodotto al mercato domestico"*. Dal punto di vista distributivo, gli oltre 6 mila clienti del canale tradizionale/Horeca pesano 75% del mercato interno e sono forniti direttamente grazie ad una capillare rete vendita diffusa su tutto il territorio nazionale che conta circa 100 agenzie. Il restante 25% delle vendite interne avviene in Gdo. Scelte che hanno premiato il gruppo (16esimo per fatturato) che ha chiuso il 2017, superando i 100 milioni di euro e confermando il trend di crescita degli ultimi dieci anni, durante i quali il fatturato della sola gestione vino è cresciuto del 65%. Negli ultimi cinque anni l'incremento è stato mediamente del 5% annuo e per i prossimi cinque si punta a un +6%.

DEAL. Nuova tenuta in Friuli per Mionetto. Obiettivo: ancora più Prosecco

Non si placa la sete di Prosecco di Mionetto spa che, tramite la sua controllata Mionetto Vineyards, ha acquistato la Tenuta Montereale (a Montereale Valcellina, in provincia di Pordenone): 90 ettari, prevalentemente di Glera. *"La continua crescita delle vendite del Prosecco fa sì che la necessità di approcciare terreni vitati sia un tema fondamentale per una cantina come la nostra"* dichiara Alessio Del Savio, consigliere delegato, direttore tecnico ed enologo del gruppo. Questo è un anno molto positivo per Mionetto, che ha registrato un fatturato pari a 78,47 milioni di euro, in aumento del 8,65% rispetto all'anno precedente e con 24,2 milioni di bottiglie vendute. Oggi la storica cantina di Valdobbiadene (nata nel 1887) è bestseller del Prosecco a volume nel mondo.

ENOTURISMO. Le opportunità per i territori in un workshop di Iccrea BancaImpresa

Le banche dimostrano di credere nel sistema enoturistico italiano, il cui giro d'affari è stimato in 2,5 miliardi di euro l'anno. Non a caso, a Vinitaly, uno specifico workshop organizzato da Iccrea BancaImpresa (martedì 17 aprile pre 15, sala Respighi, Palaexpo) sonderà le opportunità di sviluppo per le imprese che fanno riferimento alle banche di credito cooperativo e ai territori collegati. *"Il turismo enogastronomico"* afferma Enrico Duranti, direttore generale di Iccrea BancaImpresa *"rappresenta un settore sul quale il nostro Gruppo bancario vuole investire risorse. Abbiamo la volontà di portare avanti scelte strategiche, incentrate sulla valorizzazione delle eccellenze e del patrimonio, spesso unico, di risorse (tangibili e intangibili) di ogni territorio presidiato dalla Bcc, per dare motore ed espressione a tutta la filiera enogastronomica"*.

Lo sviluppo del business di Iccrea BancaImpresa in questo comparto percorrerà nuove frontiere: la sperimentazione di nuove sinergie tra enti pubblici e privati del territorio; nuove forme di turismo "riflessivo", che privilegiano sempre più la qualità dell'offerta turistica; la ricerca di esperienze originali di fruizione dei territori (capaci di coniugare eccellenze produttive, identità e patrimonio culturale).

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli, Giulia Gavagnin, William Pregentelli, Lorenzo Ruggeri
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

13 aprile
ViniVeri2018
XV edizione
Cerea
viniveri.net
fino al 15 aprile

14 aprile
Summa
Tenuta Alois Lageder
Casòn Hirschprunn
& Tòr Löwengang
Magrè (Bolzano)
dalle 10 alle 18
fino al 15 aprile

15 aprile
52esima edizione di Vinitaly
Verona
fino al 18 aprile
vinitaly.com

21 aprile
Orcia Wine Festival
San Quirico d'Orcia (Siena)
fino al 25 aprile

23 aprile
"Le Contrade dell'Etna 2018"
Castello Romeo
via Montelaguardia, 15
Randazzo (Catania)
dalle 9 alle 17

28 aprile
Only Wine Festival
Città di Castello (Perugia)
fino al 29 aprile

3 maggio
Spatium Pinot Blanc
Appiano (Bolzano)
fino al 4 maggio

3 maggio
Sicilia en primeur
Palermo
fino al 7 maggio

6 maggio
Giornate altoatesine del Pinot Nero
Egna/Montagna (Bolzano)
fino al 7 maggio

6 maggio
Anteprima Vini della Costa Toscana
Real Collegio – Lucca
fino al 7 maggio

15 maggio
Soave Preview
fino al 20 maggio

19 maggio
Vino in Villa
Castello di San Salvatore
Susegana (Treviso)

19 maggio
Spirits & More
Roma
fino al 21 maggio

19 maggio
Mercato Fivi
Cinecittà, Roma
fino al 20 maggio

26 maggio
Io, Barolo 2018
Roddi (Cuneo)

5 giugno
Radici del Sud
Castello di Sannicandro (Bari)
11 giugno

21 giugno
Enovitis in campo
a Fabbrico (Reggio Emilia)
presso l'Azienda Il Naviglio
fino al 22 giugno

Le grandi cantine del Veneto

Vigneti Villabella

Fraz. Calmasino di Bardolino | loc. Ca' Nova, 2 | Bardolino (VR)
www.vignetivillabella.com | ☎ 0457236448

Joint-venture fra le famiglie Cristoforetti e Delibori, in virtù di una produzione affidabile e di buon livello qualitativo, caratterizzata da uno stile che non insegue la concentrazione quanto la bevibilità. La produzione deriva dalla grande superficie vitata a disposizione della proprietà, che si traduce in una gamma piuttosto ampia di prodotti, dove i vini delle denominazioni gardesane svolgono il ruolo del protagonista. Vero e proprio gioiello è Villa Cordevigo, la splendida dimora settecentesca divenuta relais circondata da vigneti coltivati nel massimo rispetto per l'ambiente, destinati a fornire le uve che danno origine alle etichette più ambiziose.

Bardolino Chiaretto Cl.

Il vino e l'abbinamento consigliato:

Un chiaretto che sfrutta l'aromaticità delle varietà gardesane per esaltarsi in un sorso spigliato e sapido che coinvolge con la sua piacevolezza. Ideale con pesce di lago alla griglia.

Bardolino Cl. Vigna Morlongo

Il vino e l'abbinamento consigliato:

L'intensità dei profumi di piccoli frutti e la beva piena e succosa lo rendono un vino fragrante e di piacevole beva, soprattutto se servito fresco. Il coniglio in umido saprà offrire il giusto contrasto a questo succoso vino gardesano.

Amarone della Valpolicella Cl. Fracastoro Riserva

Il vino e l'abbinamento consigliato:

Si riconoscono sentori di prugna, more in confettura, tabacco, radice e cioccolato. Robusta corposità, bilanciato nell'alcol, tannini ben eseguiti. Chiude sapido. Da provare con pasta e fagioli alla veneta.

Vini d'Italia
Worldtour 2018/2019

2018

MARZO

02	NEW YORK - Usa	trebicchieri
06	LOS ANGELES - Usa	trebicchieri
08	SAN FRANCISCO - Usa	trebicchieri
17	DÜSSELDORF - Germany	trebicchieri PROWEIN Special

APRIL

05	SÃO PAULO – Brazil	Top Italian Wines Roadshow
09	HOUSTON - Usa	Top Italian Wines Roadshow
15	VERONA - Italy	trebicchieri VINITALY Special
25	DUBAI - EAU	Notte Italiana Vini d'Italia Experience

MAGGIO

07	ZÜRICH - Switzerland	Vini d'Italia Experience
22	SINGAPORE - Singapore	Top Italian Wines Roadshow
24	BANGKOK - Thailand	Top Italian Wines Roadshow
31	HONG KONG - China	Top Italian Wine&Spirits Experience - Vinexpo Special

GIUGNO

04	SEATTLE - Usa	Top Italian Wines Roadshow
06	VANCOUVER - Canada	trebicchieri
08	TORONTO - Canada	trebicchieri
12	WASHINGTON DC - Usa	Vini d'Italia Experience
14	BOSTON - Usa	Vini d'Italia Experience
20	PARIS - France	Vini d'Italia Experience

OTTOBRE/NOVEMBRE

TOKYO - Japan	trebicchieri
BEIJING - China	trebicchieri
SHANGHAI - China	trebicchieri
HONG KONG - China	trebicchieri
MOSCOW - Russia	trebicchieri

2019

GENNAIO

STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri
COPENHAGEN - Denmark	Vini d'Italia Experience
BERLIN - Germany	Vini d'Italia Experience
MUNICH - Germany	trebicchieri

FEBBRAIO

LONDON – U.K.	trebicchieri
CHICAGO - Usa	trebicchieri
NEW YORK - Usa	trebicchieri
LOS ANGELES - Usa	trebicchieri
SAN FRANCISCO - Usa	trebicchieri

MARZO

DÜSSELDORF - Germany	trebicchieri PROWEIN Special

Sponsor

GIORGIO GORI GLOBAL TRANSPORT & LOGISTICS

Surgiva

HOUSTON. GIRO DI BICCHIERI E RISTORANTI

Da capitale petrolifera a capitale gastronomica. È la parabola di Houston, la città più popolosa del Texas, che in pochissimo tempo sta rivoluzionando la sua offerta culinaria, richiamando grandi chef e progetti sempre nel segno della diversità. Di riflesso, cresce l'offerta enologica. L'evento Top Italian Wines Roadshow del Gambero Rosso, per la terza volta in città, conferma una conoscenza e una consapevolezza sempre più radicata sul vino italiano: 50 tra le più prestigiose cantine italiane hanno dato vita a una degustazione ricchissima con oltre 200 vini in assaggio e 4 ore di seminari guidati da Lorenzo Ruggeri e Marco Sabellico. Tra i più apprezzati nelle masterclass, la Ribolla Gialla di Oslavia 2013 di Primosic e il delizioso Negroamaro 2016 di Tenuta Viglione. *"Tra le novità, sono rimasto sorpreso dall'Etna Bianco di Palmento Costanzo"*, commenta Jeremy Parzen, noto blogger enogastronomico, che ci spiega l'evoluzione nella città degli Houston Astros. *"Oggi Houston è diventa una mecca gastronomica, c'è di tutto, basta vedere la qualità dei ristoranti messicani, tra tutti Xochi e Caracol, dove porto sempre in giornalisti in visita"*. Durante l'evento sono stati premiati tre locali di diversa categoria selezionati nella nostra Top Italian Restaurants. Nella sezione fine dining, spicca Amalfi, il ristorante dello chef Giancarlo Ferrara, che si aggiudica il **Surgiva Taste & Design Award** (*foto accanto*) per la cura del dettaglio in sala e nel piatto. *"I texani sono grandi amanti della carne, ma sanno apprezzare la qualità del pesce mediterraneo"* ci spiega Giancarlo *"Negli ultimi 10 anni sono stati fatti passi da gigante come importazioni di materie prime italiane. Per dire, 14 anni fa sono stato il primo a importare mozzarella di bufala dalla provincia di Salerno. Oggi lo stesso importatore fa arrivare a Houston sette di quintali di mozzarella ogni settimana. Vini? Vedo un'impennata fenomenale dei vini rosati e una curiosità sempre più forte sui nostri autoctoni"*, aggiunge. Nella sezione cucina tradizionale, premiato lo chef Maurizio Ferrarese che ha rivoluzionato l'offerta di Sud Italia. Infine, il premio **Contadi Castaldi**, per la migliore pizzeria in città valorizza Cane Rosso (*foto sopra*). Il progetto di Jay Jerrier era nato con un forno mobile tra le strade di Dallas, e oggi vanta diversi locali anche a Austin e due insegne proprio a Housotn. Pizza napoletana, con qualche incursione americana nei condimenti, e buona carta di vini tricolore.

IL MIO EXPORT. Nicola Chiaromonte – Tenute Chiaromonte

1. Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?
Il 75% della nostra produzione è destinato all'estero, è un dato in costante crescita e la nostra attività si concentra prevalentemente in Cina, America, Giappone e Canada.

2. Come sono cambiati l'atteggiamento e l'interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano?
Il vino italiano è sempre stato apprezzato nel mondo. Per quanto riguarda me, come produttore di Primitivo Doc Gioia del Colle, credo, sia molto merito del Gambero Rosso, che ha riscoperto questa Doc centenaria.

3. Come promuovete i vostri vini all'estero?
Nei mercati internazionali ci affacciamo aderendo a fiere e ad eventi, che attirano migliaia di buyers da tutto il mondo.

4. Ci racconti un aneddoto (positivo/negativo) legato alle sue esperienze all'estero.
Ero a San Francisco. Durante una conferenza stampa, un noto giornalista si alzò e disse che i produttori di Zinfandel avrebbero dovuto prendere esempio dalla mia azienda. Fu un momento di grande onore per me e per la mia terra.

Tenute Chiaromonte | Acquaviva delle Fonti | Bari |www.tenutechiaromonte.com

NEL PROSSIMO NUMERO
DE FALCO VINI

Il rapporto 2018 certifica la migliore performance degli ultimi 5 anni. Aumentano fatturati, investimenti e occupazione delle principali società. Sul podio dei big si confermano Riunite-Giv, Caviro e Antinori. Record di crescita per La Marca. E sono Veneto e Toscana le regioni più performanti

Ricavi e ottimismo in crescita. L'indagine Mediobanca sul vino italiano

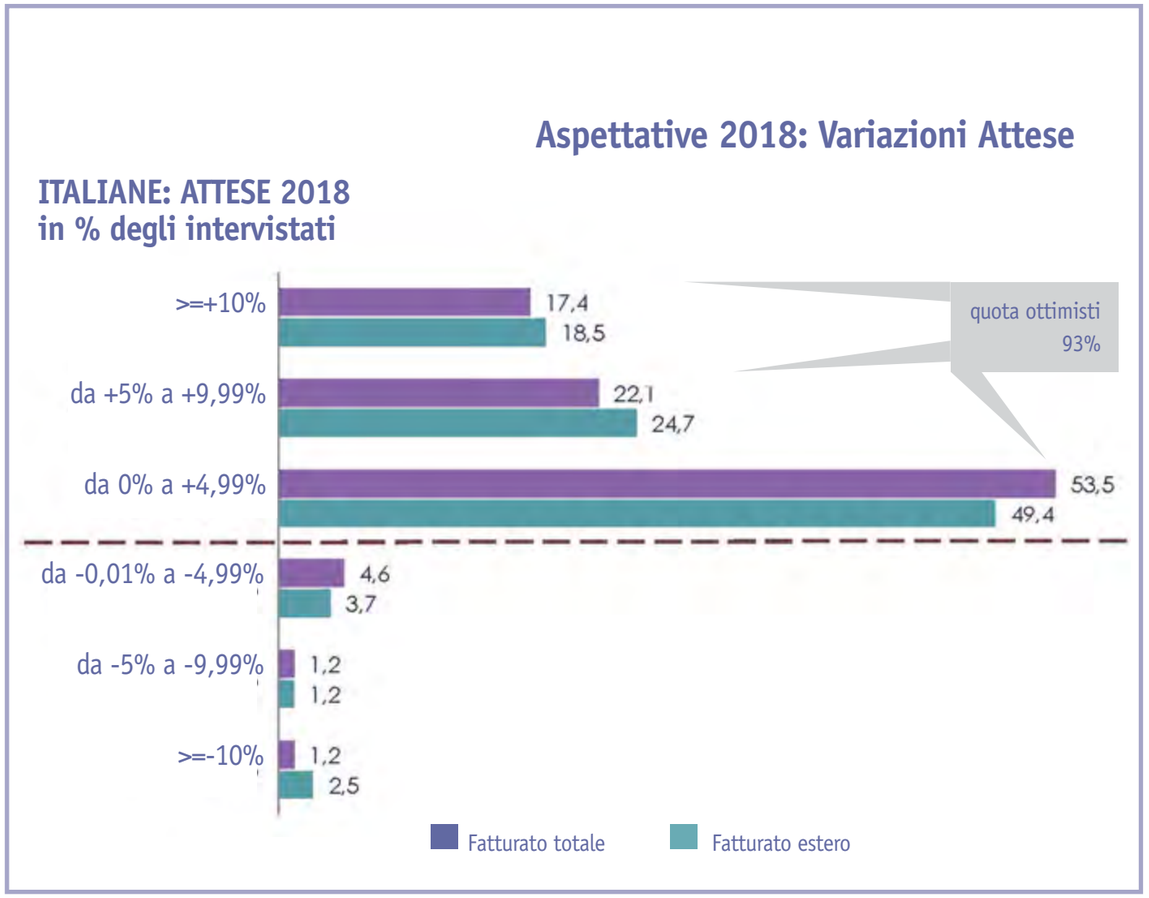
a cura di Gianluca Atzeni

Per il vino italiano, quello registrato nel 2017 è il maggior incremento degli ultimi cinque anni in termini di fatturato. Con un +6,5% rispetto al 2016, per l'ottavo anno consecutivo il comparto aumenta il proprio valore, grazie alla performance delle esportazioni (+7,7%) e, allo stesso tempo, del mercato domestico (+5,2%), con una sensibile crescita dell'Asia ma con l'Europa prima destinazione. L'andamento risulta sostenuto dalla performance degli spumanti (+9,9% sul 2016) che fanno meglio dei vini fermi (+5,6%). Il risultato generale è paragonabile a quello dell'intera manifattura nazionale (+6,8%) ed è migliore di quello dell'industria alimentare nel suo complesso (+2,5%). Uno stato di salute particolarmente positivo, secondo l'indagine sul settore vitivinicolo italiano realizzata dall'Area studi di Mediobanca, che si riflette anche nell'incremento degli investimenti (+26,7%) e degli occupati (+1,8%), con proiezioni abbastanza positive per il 2018 da parte delle principali società vinicole intervistate (le prime 155, con fatturato sopra i 25 milioni di euro), nonostante un contesto internazionale caratterizzato da incertezze e grossi punti interrogativi sui principali mercati di destinazione.

I TOP PLAYER

Cantine Riunite-Gruppo italiano vini si conferma la prima società italiana per fatturato (594 milioni di euro, +5,1% sul 2016), seguita da Caviro (+3,9% a 315 milioni) da Antinori (+0,4% a 221 mln) che è il primo gruppo non cooperativo. In quarta posizione, è stabile Zonin1821 (+4,2% a 201 mln) a cui si stanno avvicinando sia la Fratelli Martini (+13,3%, 194 mln, che passa dalla sesta alla quinta posizione) sia Mezzacorona (185 mln). Settimo posto per Cavit (+2,6% a 183 mln) poi Botter (+9,5% a 180 milioni); con 169 milioni al nono e decimo posto si trovano Enoitalia (+14,5%) e Santa Margherita (+7,4%).

Come un anno fa, il record di crescita per il 2017 è della cooperativa La Marca (da 101 a 131 milioni con +30,7%) che passa dalla 19esima alla 13esima posizione. Seconda migliore performance sui ricavi per Farnese: dalla 33esima alla 26esima posizione. Poi Ruffino (+15,5%), Enoitalia »



» (+14,5%), Contri (+14,1%), Fratelli Martini (+13,3%) e Mezzacorona (+13,1%). Per quanto riguarda la presenza all'estero la Botter è quella con la maggiore percentuale

(96% del proprio fatturato), seguita da Ruffino (93,3%), Fratelli Martini (89,9%), Mondodelvino (85,4%) e Zonin (85,1%). Se si guarda alla redditività, ovvero al rapporto dell'utile sul fatturato, Antinori fa segnare il 25%, seguito da Frescobaldi (20,5%), Santa Margherita (17,2%) e da Ruffino (15,7%).

I CANALI DI VENDITA

Nel 2017, prevale la Gdo, che interessa il 38,2% della produzione, seguita dai grossisti e intermediari (16,8%), dall'Ho.Re.Ca. (16,5%) e dalla rete di vendita diretta (12,6%). All'estero prevale l'intermediario importatore (74,5%). Considerati i grandi vini (sopra 25 euro), la quota più elevata è del canale Ho.re.ca (37%), seguito da enoteche e wine bar (23,6%); con una vendita diretta al 18,8% e Gdo con appena 3,3%.

Guardando all'offerta commerciale, tra 1996 e 2018 si registra un aumento di oltre 4.900 etichette (+159,2%): il 10,2% dello stock di etichette riguarda vini comuni (erano 13,6% del totale nel 1996), mentre è cresciuta la fascia alta della produzione (grandi vini, Docg e Doc) con un'in- »

vinitaly

VERONA
PADIGLIONE 11
ISOLA D2

» cidenza passata dal 45,4% del 1996 al 54,6% del 2018. "Variazioni" scrive Mediobanca "che confermano la tendenza a privilegiare la crescita qualitativa in presenza di un mercato fortemente influenzato dalla Gdo". Fenomeno particolarmente evidente per le cooperative che, su grandi vini, Docg e Doc, sono passate dal 41,3% del 1996 al 55,3% del 2018 (quasi stabili, invece, per le non cooperative, tra 52% e 54%).

LE REGIONI PIÙ PERFORMANTI

Analizzando i bilanci del 2016, Mediobanca elabora un indicatore di sintesi sulle performance economiche e patrimoniali. E tra le prime dieci società inserisce ben sei produttori veneti, tre toscani e uno piemontese. I migliori punteggi sono per Villa Sandi, Mionetto, Vinicola Serena e Botter, seguite da Masi, Ruffino e Santa Margherita. Relativamente al 2017, le aziende toscane e quelle venete si confermano in testa per redditività: Antinori al 25%, Frescobaldi al 20,5%, Santa Margherita al 17,2%, Ruffino al15,7%, Botter (8,6%), Mionetto (5,7%) e Villa Sandi (5,5%).
Le società venete primeggiano sotto il profilo reddituale (roi-return on investment al 9,4% contro il 6,8% nazionale; roe-return on equity all'11,4% contro il 7,9%). Le toscane vantano un roi all'8,7% e roe all'8,4%), sono solide dal punto di vista patrimoniale, con debiti finanziari al 33,2% dei mezzi propri (contro il 63,4% nazionale), efficienti (costo del lavoro per unità di prodotto al 44,4% contro 58,6%) e vocate all'export (64,4% contro 51,4% nazionale).

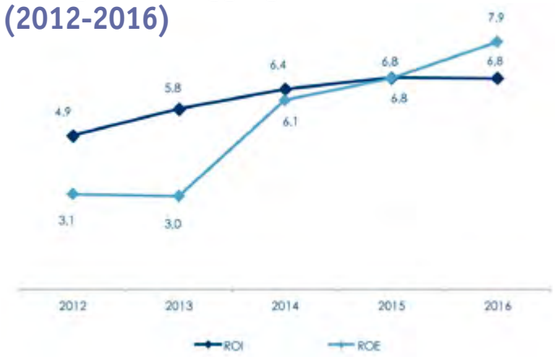
GLI INVESTIMENTI E GLI OCCUPATI

Vivace il mercato degli investimenti materiali delle italiane del vino. Nel 2017, la crescita in un anno è del 26,7%, percentuale media tra il +41,6% delle cooperative e il +17,3% delle spa. e srl.; gli spumanti primeggiano (+37,2%), seguiti dai non spumanti (+24%). Sul fronte investimenti pubblicitari si registra un aumento del 5,9%, molto più della spesa pubblicitaria nazionale (+0,4%). Contestualmente, il 2017 segna, secondo l'Ufficio studi Mediobanca, un +1,8% di occupati. E, anche stavolta, gli spumanti fanno meglio (+6,7%) dei non spumanti (+1,1%). E le cooperative (+3,8%) fanno meglio di spa. e srl (+0,2%).

LE ATTESE PER IL 2018

L'atteggiamento generale delle aziende nei confronti del 2018 risulta "positivo ma prudente nella formulazione delle previsioni, in un contesto che permane condizionato da grande incertezza", scrivono gli »

I margini dell'aggregato vinicolo (2012-2016)

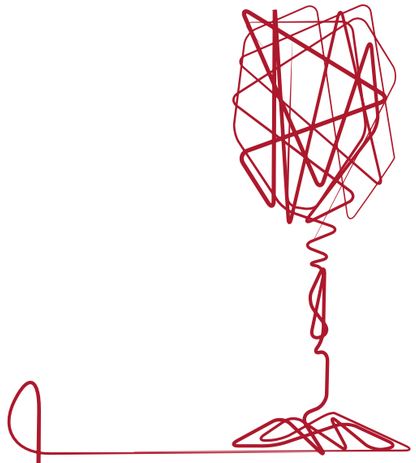


» esperti dell'Area studi Mediobanca. Il 93% degli intervistati (oltre nove aziende su dieci) prevede di non subire un calo delle vendite (meglio le spa rispetto alle società cooperative). Gli imprenditori ottimisti (chi stima aumenti sopra il 10%) sono solo il 17,4%. Rispetto al 2012, mancano gli exploit che caratterizzarono quell'anno, che registrò aumenti a due cifre numericamente oltre il doppio rispetto a oggi. Solo il 7% del campione attende una flessione dei ricavi. Considerando il solo export, le attese 2018 sono simili a quelle generali. Da segnalare che tra i produttori di spumanti "non c'è traccia di pessimismo".

LA BORSA FA BENE AL VINO

"Investire nel vino quotato in Borsa continua a essere un ottimo affare" rileva Mediobanca. La capitalizzazione dei titoli che compongono l'indice mondiale di Borsa del vino è aumentata del 12,2% tra marzo 2017 e marzo 2018. Rispetto al gennaio 2011, l'indice del settore vinicolo in versione total return (comprensivo dei dividendi) è cresciuto del 719,6%, al disopra della media delle Borse mondiali (+148%). Al netto delle dinamiche delle borse nazionali, la migliore performance è delle società del Nord America (+744,6%), dell'Australia (+163,5%) e della Francia (+100%). Andamento opposto in Cile (-40,1%) e Cina (-73,4%), dove le società vinicole hanno reso meno della borsa nazionale. Le italiane quotate restano due (Italian wine brands e Masi Agricola). "Se le non quotate scegliessero la Borsa" conclude Mediobanca "vedrebbero il proprio equity valorizzato in media il 70% in più".
icola, il registro telematico Sian è un aggravio per le attività quotidiane e fino a poco tempo fa si pensava che la telematizzatone fosse solo legata a fatture e bolle elettroniche, ma occorre capirne e sfruttarne le vere potenzialità.

ENOLOGIA



Se produrre ottimo vino
è la vostra priorità,
noi vi rendiamo
più semplice l'impresa.

ENOLOGIA sistemi

SOFTWARE E SERVIZI
PER LE IMPRESE DEL VINO

SIAMO A VERONA
AL VINITALY

PADIGLIONE PIEMONTE
STAND H2

sistemi®
Professione Informatica

Rispetto del Brunello, senso di responsabilità verso il territorio, possibilità di comprare nuovi vigneti. Ecco i progetti della nuova proprietà francese dello storico marchio toscano. Ma Epi non è l'unico gruppo straniero sul territorio. Inizia da qui il viaggio Tre Bicchieri tra i nuovi investitori

Montalcino che cambia vol. I Parla Olivier Adnot nuovo ceo di Biondi Santi

a cura di Andrea Gabbrielli

Nel dicembre 2016 una delle più affascinanti e note griffe del vino italiano, l'azienda Biondi Santi, è passata sotto il controllo di Epi (Européenne de participations industrielles) di Christopher Descours. Il gruppo francese - si occupa di investimenti a lungo termine - ha un portafoglio che comprende gli Champagne Piper-Heidsieck e Charles Heidsieck, Château La Verrerie in Provenza ed altre attività legate all'artigianato di lusso e all'immobiliare. La storica azienda montalcinese era da tempo in difficoltà finanziarie e per dare continuità al marchio familiare, aveva cercato un partner in grado di sostenere e rilanciare l'attività, anche in campo internazionale. La scelta della famiglia Biondi Santi, a fronte di diverse offerte, si è orientata verso la holding transalpina, che ha rilevato l'azienda per una somma stimata – ma non confermata – di oltre 107 milioni di euro. A Montalcino l'acquisizione da parte di fondi esteri di aziende locali ha riguardato cantine grandi e piccole, tra cui alcune protagoniste della storia moderna del Brunello. Nel 2016, Alejandro Bulgheroni, aveva ulteriormente rimpolpato la branca toscana del suo gruppo ABFV (Alejandro Bulgheroni Family Vineyards) per cui nell'arco di pochi anni, nella sola Montalcino, ha assorbito, nell'ordine: Poggio Landi (2012), Podere Brizio (2013) e, infine, Tenute Vitanza che si vanno ad aggiungere a Dievole (Chianti Classico) e Bolgheri (Tenuta Le Colonne e Tenuta Meraviglia) oltre ad altre aziende vinicole in Francia e Sud America. Nel 2017 la famiglia Gloder, che dal 1984 aveva gestito Poggio Antico, ha ceduto l'attività al fondo belga Atlas Invest, impegnato nel settore energetico e immobiliare, al suo primo investimento nel settore vinicolo. In precedenza, l'azienda Cerbaiona di Diego e Nora Molinari era stata acquistata (2015) da un gruppo coordinato dall'americano Gary Rieschel della Qiming Venture Partners di Shanghai. La serie di articoli che uscirà nelle prossime settimane avrà come argomento i progetti dei nuovi proprietari di queste aziende. Abbiamo parlato di Biondi Santi, con il nuovo ceo francese, Olivier Adnot, enologo in forza dal 2006 nelle aziende vinicole del gruppo Epi, dove ha svolto varie funzioni, dalla direzione tecnica ad export manager. All'intervista, svolta a villa Il Greppo a Montalcino, ha partecipato anche Nathalie Meyer, marketing & communication manager Biondi Santi International.

Sappiamo che per acquistare l'azienda, si sono sono fatti avanti molti gruppi, per lo più stranieri. Perché la famiglia Biondi Santi, alla fine, ha scelto voi come interlocutori per la trattativa?

Individuare il partner giusto è stata un passaggio molto importante. Quando la famiglia Biondi Santi ha iniziato a parlare con Christofer Descours di EPI, Jacopo Biondi Santi ha spiegato che poteva vendere a molte altre aziende, ma poi ha scelto come interlocutore chi aveva una visione, un progetto, con una dimensione e una proiezione internazionale. Per questo motivo, è stata conclusa la partnership. Per noi, il Brunello è stato una fortuna perché consideriamo Barolo e Brunello i due vini italiani più importanti. La nostra idea è di essere sempre al top di ogni tipologia. E Biondi Santi è il top del Brunello.

Avete in mente di operare dei cambiamenti in azienda?

Non abbiamo cambiato nulla. Ormai è da un anno che sono qui in azienda e ho compreso che per noi è una grandissima responsabilità avere questa partnership, perché ci dobbiamo confrontare con la storia. Prima di pensare a qualsiasi cambiamento bisogna aspettare per capire meglio sia il vino sia il territorio e poi comprendere se è possibile fare qualcosa di meglio. Sembra semplice, ma in realtà è molto complicato. Per me il Brunello, specialmente Biondi Santi, è uno stile che nell'approccio ricorda la Borgogna per la finezza e l'eleganza, non è come i Supertuscans che assomigliano ai Bordeaux.

PROSECCO DOC.
UNA TERRA UNICA COME UN SOGNO.

Prosecco DOC @ Vinitaly 2018
(Verona, 15-18 aprile)

L'Italian Genio ti aspetta
per un viaggio tra emozioni e sapori.

Un mondo unico di tradizioni, bellezza e stile racchiuso
in ogni calice di Prosecco DOC.
Ecco perché il Prosecco DOC è un vino speciale
che puoi trovare solo in bottiglia.
Il mondo del Prosecco DOC ti dà il benvenuto
su www.prosecco.wine.

CONSORZIO TUTELA PROSECCO DOC

PROSECCO DOC
ITALIAN GENIO

» ***I cambiamenti climatici, da cui Montalcino non è immune, stanno influendo sulla produzione del vino con vendemmie anticipate, gradazioni alcoliche elevate, ecc. Come pensate di affrontare questi nuovi scenari?***

Come dicevo prima, abbiamo la necessità di capire meglio il suolo, il clima, il nostro terroir. Noi abbiamo quattro differenti parcelle: Scarnacuoia, Tre Querce, I Pieri che rappresenta la storia dell'azienda e il Greppo stesso. Hanno tutti altitudini diverse e ciò permette di fare un assemblage, a secondo delle caratteristiche dell'annata, con l'obiettivo di produrre un vino che si mantenga nel tempo e sia di alta qualità. La nostra idea è anche di capire, se per il futuro, ci sono dei vigneti a Montalcino che possiamo acquistare. Con il tempo capiremo cosa fare.

Lei prima d'ora aveva mai avuto esperienza con il sangiovese?

No, mai. Per questo ci occorre tempo per capire ma non siamo soli. La squadra in azienda conosce bene il sangiovese e ognuno porta qualcosa della propria esperienza con il vino. Jacopo ha una visione più moderna rispetto a quella di Franco, così come noi abbiamo esperienza di Champagne, Cote du Rhone, Provenza. È una diversità che rappresenta una fortuna per l'azienda. Io, comunque, non faccio il vino, il winemaker dell'azienda Biondi Santi è Jacopo, rimane lui l'enologo. La nostra prima vendemmia è stata il 2017, quindi del Brunello se ne parlerà tra 6 anni e del Rosso tra 3 anni, se ci sarà. Il Brunello Biondi Santi è un vino che nasconde tutto, è molto discreto, che si apre con il tempo. È un vino molto di testa, intellettuale, certe volte difficile da capire. E non è un vino per tutti. È come una Ferrari o una Porsche: non ci vuole solo la patente per guidare queste macchine, ci vuole qualcosa in più. All'inizio è stato un vino difficile per me, perché l'acidità è bella presente e dà una freschezza al vino rosso abbastanza rara, considerando l'equilibrio che esprime. In Francia non ci sono tanti vini rossi così.

Rientra nei progetti dell'azienda aumentare le quantità di Brunello prodotto?

Nathalie Meyer: Certamente rimpiazzeremo le fallanze, ma sappiamo benissimo che poi dobbiamo aspettare anni prima che la pianta abbia un numero di anni sufficienti per essere matura per il Brunello (il riferimento è all'età dei vigneti rispetto alla tipologia del vino secondo la tradizione aziendale: per il Rosso di Montalcino oltre 10 anni; Brunello da 10 a 25 anni; Brunello Riserva oltre 25 anni; ndr)

Olivier Adnot: Sicuramente dobbiamo reimpiantare, ma comunque non vogliamo aumentare la quantità, perché per fare un buon vino non occorrono tanti ettari di vigneto. In ogni caso, le aziende top non hanno mai tantissimi vigneti: hanno una dimensione umana. A Château Petrus estirpano un ettaro ogni 10 anni in modo di assicurare sempre e comunque l'omogeneità della produzione. Dobbiamo anche capire il valore qualitativo delle nostre singole parcelle, perché senza dubbio dei pezzi di queste, sono ancora migliori. Motivo per cui, vogliamo fare uno studio accurato e una zonazione di tutti gli appezzamenti dell'azienda. In futuro, i vigneti si sposteranno in alto. Dobbiamo pensare ai prossimi 40 anni: per questo è importante avere qualche parcella di vigneto in zone più alte. Abbiamo solo un'uva, il sangiovese, l'unica cosa che possiamo fare è prendere scelte diverse su suolo e esposizione. Non possiamo stare fermi, dobbiamo sperimentare, provare. L'epoca è cambiata e, quindi, ci dobbiamo adattare a questo nuovo mondo.

Secondo voi è sottostimato il valore di una bottiglia di Biondi Santi? A parità di qualità, una bottiglia di un grande vino italiano costa meno della metà di un vino top francese?

È una domanda difficile perché tutti i vini sono diversi e non sono comparabili: Bordeaux con un cabernet come un Latour o un merlot come Petrus oppure un Masseto o anche un Grange. Solo sangiovese è Biondi Santi: è un mondo a parte, è difficile dire se è sottostimato oppure no, perché parliamo di prodotti totalmente diversi.

Una delle caratteristiche dei vini Biondi Santi è sempre stato il lungo invecchiamento e le scelte molto nette, quando la vendemmia non era considerata adatta a produrre un grande Brunello. Cambierà qualcosa?

Olivier Adnot: Assolutamente nulla. Anzi abbiamo deciso di ritornare all'invecchiamento di una volta, perché vogliamo andare incontro al gusto e alle esigenze dei consumatori di avere un prodotto pronto, ma con la potenzialità di invecchiare a lungo. Pertanto, la Riserva 2012 e l'Annata 2013 saranno pronte per la vendita nel 2019, rispettivamente 7 e 6 anni dopo la vendemmia, tanto più che abbiamo deciso di non produrre Brunello nell'annata 2014, ma solo Rosso di Montalcino Fascia Rossa: è una scelta coraggiosa perché per l'azienda si crea un problema finanziario, ma ci siamo trovati tutti d'accordo. È raro nel mondo del vino ragionare in questo modo: si tratta di una decisione che abbiamo preso con Jacopo. Per noi era importante condividere queste scelte perché la famiglia Biondi Santi rappresenta la continuità, la memoria del vino e dell'azienda. Senza di loro sarebbe stato difficile.

Nathalie Mayer: D'ora in poi ogni anno vogliamo mettere sul mercato una grande annata del passato. Adesso è la volta del 1997, un grande Brunello con una struttura importante. Per noi è anche il modo per far capire ai giovani sommelier cosa significa e qual è il valore qualitativo di Biondi Santi. Un patrimonio non solo italiano ma anche mondiale. È affascinante bere un po' di storia, ma pensando al futuro.

IL GRUPPO EPI. LA SCHEDA

Il gruppo EPI è stato fondato nel 1974 dall'industriale francese Jean-Louis Descours. Nello stesso anno fu acquisita JM Weston, un'azienda artigianale per la produzione di scarpe di lusso attiva a Limoges dal 1891. Nel 1981 è stata la volta di Château La Verrerie che, grazie anche al lavoro di suo figlio Gerard, diventa una delle cantine di riferimento della Aoc Luberon. Oggi EPI ha in portafoglio aziende di investimenti finanziari, di moda, calzaturifici, un'immobiliare. Christopher Descours, nipote di Jean-Louis, entrò in azienda nel 1999 e ne divenne presidente e amministratore delegato nel 2005. Nel 2011, durante la recessione che colpì tutto il mondo e con il crollo dei prezzi, sono state acquistate da Rémy Cointreau, gli Champagne, Charles Heidsieck, Piper-Heidsieck, insieme a Piper Sonoma (USA), per un totale di $ 593 milioni (Fonte WBI). Nella nuova azienda Biondi Santi, Olivier Adnot, accumula sia la carica di amministratore delegato sia di presidente del cda. In passato è stato direttore generale e winemaker delle provenzali Château La Verrerie, Château La Coste e di Château de La Ruche nella Loira.