



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



IL FUTURO DEL VINO ITALIANO È IN ASIA? VINITALY CI CREDE

OCM

"Promozione necessaria per le imprese, ma serve regia complessiva". L'appello di Confagricoltura

CONSORZI

Imbottigliamento in loco e crescita razionale. Le nuove sfide del Primitivo di Manduria

BILANCI

Chiusura d'anno positiva per i due gruppi del vino quotati in Borsa: tengono i ricavi di Masi e Iwb

ESTERI

Avvio 2019 in sordina per il mercato cinese. Occhi puntati sull'accordo Via della Seta

ROSATI

Nasce l'Istituto Rosautoctono: promozione, formazione, ricerca. Ecco i piani dei sei consorzi

LA FOTONOTIZIA





ITALIA LEADER UE PER EXPORT DI PRODOTTI BIODINAMICI. MA SERVE OK A LEGGE DI SETTORE

Grazie al lavoro di 4.500 aziende, di cui 419 certificate, l'Italia detiene la leadership europea per export di prodotti agricoli biodinamici. Il dato è emerso durante la tappa romana di «Bio?... Dinamico», il progetto di promozione di AmicoBio (col patrocinio del Fondo europeo per lo sviluppo rurale, della Regione Campania e della Repubblica italiana). Carlo Triarico, presidente dell'associazione per l'agricoltura biodinamica, ha ricordato che, oltre al primato per le vendite all'estero, il settore italiano registra una redditività annua di 13mila euro, rispetto ai 2.441 euro del biologico e dei 3.207 euro dell'agricoltura convenzionale.

Le criticità sono legate all'aspetto legislativo: *“Abbiamo bisogno più che mai che la legge nazionale sul biologico, e quindi anche sul biodinamico, venga approvata, dopo essere saltata nelle legislature precedenti. La legge è stata varata dalla Camera dei Deputati e siamo fiduciosi sull'iter in Senato”*, ha detto Triarico. Il sottosegretario al Mipaaf, Franco Manzato, ha garantito che il Governo darà il suo apporto: *“Biologico e biodinamico stanno vincendo. La riconversione delle aziende lo dimostra. Il mercato va nella direzione del biologico e biodinamico e noi spingeremo in questa direzione”*.

foto: Pixabay

MERCATI. Confagri avverte: "Export sbilanciato su tre Paesi. Serve regia"

"Considerata l'attuale situazione di mercato, le aziende italiane sono doverosamente orientate a utilizzare gli strumenti di promozione e ipotizzare strategie per accrescere la competitività". L'appello è stato lanciato da Massimiliano Giansanti, presidente di Confagricoltura, intervenuto al workshop 'Vino e mercati terzi', organizzato a Roma, nell'ambito di una quattro giorni b2b coi buyer di Usa, Giappone, Russia e Brasile. Il quadro generale emerso, anche grazie ai numeri illustrati da Nomisma-Wine Monitor, ha evidenziato che la produzione italiana del 2018 (come anticipato dal Tre Bicchieri settimanale del 21 marzo) ha toccato la cifra record di 54,7 milioni di ettolitri, con una crescita del 29% sul 2017, i prezzi del vino risultano in calo costante, il mercato interno è fermo e l'export è positivo in valore (+3,3% a 6,2 miliardi di euro) ma è negativo in volume (-8% complessivo). Gli spumanti fanno da traino e i fermi faticano (-5%). Uno scenario che richiede strumenti a sostegno delle imprese: "Serve una regia complessiva" ha detto Giansanti "che eviti la sovrapposizione di eventi internazionali e rafforzi la capacità di penetrazione sulle piazze mondiali dell'Italia vitivinicola".

Ce lo dice il mercato: tra Stati Uniti (1,5 miliardi di euro), Germania (1 mld) e Regno Unito (0,8 mld) si arriva a 3,3 miliardi: "Più della metà del valore del vino esportato dall'Italia è venduto su tre sole piazze. Allora è naturale che le imprese vadano sostenute e che la misura Ocm Promozione rappresenti un'occasione importante per aiutare le aziende".

OCM. Mattiacci: "Promozione necessaria. Maggiori benefici per le imprese piccole"

Non vi è dubbio che le azioni di promozione attraverso la misura Ocm Paesi terzi facciano bene alle esportazioni del vino italiane. Mercati come Stati Uniti, Giappone, Brasile, Russia hanno confermato che la costanza degli investimenti genera risultati tangibili. E il 2018 si è chiuso con un nuovo record a valore, seppure con alti e bassi. Tuttavia, la nuova Pac sta creando apprensione al settore vitivinicolo, considerando le ipotesi di riduzione dei budget a disposizione dell'Ocm.



Il professor Alberto Mattiacci, docente di marketing all'Università la Sapienza di Roma, chiamato da Confagricoltura al convegno 'Vino e mercati terzi', ha ribadito l'utilità della misura che ha definito "occasione unica per aiutare, in particolare le imprese minori" a vincere la complessa sfida della competitività. "Una misura che, date le peculiarità del settore, assume anche la veste di politica sociale" ha detto Mattiacci, aggiungendo: "Vino significa territorio; territorio significa lavoro; lavoro significa famiglie. Rinforzare, sostenere, stimolare il comparto significa dare forza al patto sociale del Paese". L'accademico ha ricordato come l'Ocm Promozione abbia fatto convergere sul comparto, negli ultimi 4 anni, un ammontare medio di **87 milioni di euro in investimenti promozionali**. Somma che ha consentito al vino italiano di collocarsi stabilmente ai vertici dell'export mondiale. I benefici sono stati suddivisi, per Mattiacci, tra grandi, medie e piccole realtà, ma "ne hanno beneficiato in particolare le imprese di minore dimensione" ha sottolineato, elencando i tre principali benefici: "Incremento di fatturato, crescita dell'organizzazione interna e delle relazioni di mercato". Tre elementi, generati dall'Ocm, che sono "fondamentali" alla luce di tre grandi trend che si incontrano in un mercato competitivo del vino: "La proliferazione, che rende il mercato sempre più un buyer market-mercato del compratore; la premiumisation, che vede l'offerta tendere a un'innovazione di valore sempre più spinta; la sofisticazione del consumo, che sposta l'attenzione dal prodotto come fatto tecnico a fatto esperienziale". Quindi, se il mercato è divenuto un "mercato del compratore, in particolare per la piccola impresa, diviene strategico" conclude "acquire la capacità di governare il prezzo di vendita".

Focus sul vino italiano in sintesi

	2017/2018	2018/2019	Variazione
Produzione totale vino	42,5 milioni hl	54,7 milioni hl	+29 %
Prezzo bianchi comuni	-	3.6 €/kg	-36.8%
Prezzo rossi/rosati comuni	-	3.93 €/kg	-27.4%
Export in volume	21,6 milioni hl	19,9 milioni hl	-8%
Export in valore	6 miliardi €	6.2 miliardi €	+3.3%

fonte: Confagricoltura

AGRICOLTURA. Ismea: “Nuova moratoria sui mutui per le aziende”

L'Ismea ha rivisto gli attuali criteri che regolano la sospensione delle rate di mutuo per le imprese agricole in difficoltà, rendendo l'operazione più semplice e immediata. La decisione di attuare una nuova moratoria dei mutui è stata decisa in considerazione dell'intensificarsi delle calamità naturali, delle fitopatie e delle malattie infettive che stanno interessando il comparto agricolo.

La moratoria è estesa anche alle imprese agricole pugliesi colpite dal batterio della Xylella Fastidiosa. In particolare, l'accesso al rinvio delle rate è automatico e sarà concesso con la semplice presentazione del provvedimento attestante lo stato di calamità o altre condizioni, con riferimento alla localizzazione geografica della propria azienda. Le imprese interessate potranno scegliere le modalità di rimodulazione del piano di ammortamento secondo le proprie esigenze economiche e finanziarie.

Per info e moduli: ismae.it

LOGISTICA. “Adottare delle linee guida anche per il trasporto di vino e olio”.

La proposta del ministro Centinaio

Perché, a volte, uno stesso Prosecco bevuto a Venezia è diverso da quello bevuto a New York? La risposta è abbastanza intuitiva: perché fatto il vino, per la metà degli ettolitri prodotti in Italia, poi viene tutto il resto, ovvero tutti gli step logistici che vanno dal trasporto al magazzino, passando per la distribuzione. Che tradotto può significare: alte temperature, sbalzi termici, esposizione alla luce, vibrazioni. Tutti **fenomeni che possono mettere a dura prova la tenuta di prodotti sensibili come vino e olio**. Eppure non esiste, né in Italia né a livello internazionale, alcuna norma che indichi le modalità di trasporto di questi due prodotti; non esistono linee guida e non c'è alcun obbligo di controllo delle temperature a bordo dei camion o dei container.

Da qui, la proposta del ministro per le Politiche agricole, alimentari, forestali e del Turismo, Gian Marco Centinaio, che intervistato dalla rivista edita da Federservice 'Uomini e Trasporti' ha dichiarato: *“Stiamo ragionando su come affrontare nel migliore dei modi la questione riguardante il trasporto di vino e olio, tutti gli attori coinvolti hanno le medesime esigenze: fornire un servizio di qualità ed è per questo che raccoglieremo le esperienze del settore vitivinicolo e olivicolo e cercheremo di capire quali step adottare”*. Proposta subito accolta dal presidente Cia-Agricoltori Italiani, Dino Scanavino, che ha, a sua volta, lanciato un appello: *“Occorre incorporare la logistica nei progetti di filiera del vino e dell'olio per superare le criticità del trasporto e dello stoccaggio”*.



TORNATORE

- Dal 1865 -

VINI DELL'ETNA

“La passione ha radici profonde”



PRIMITIVO DI MANDURIA. Crescita razionale per il rosso pugliese. La ricetta del neo presidente di Maggio

a cura di Loredana Sottile

Promozione, premiumizzazione e qualità. Sono le tre direttive lungo cui si muove il Consorzio del Primitivo di Manduria, che quest'anno si presenterà a Vinalty sotto la guida del neo presidente

Mauro di Maggio (eletto nel mese di febbraio).

“La missione del Consorzio” dice di Maggio a Tre Bicchieri “è diventare la casa del Primitivo, catalizzare gli entusiasmi e utilizzare al meglio i fondi per la tutela e la valorizzazione. In questi anni, siamo cresciuti molto, anche in termini di indotto. Ora, si tratta di gestire questa crescita, in modo razionale”. Tra i prossimi temi da affrontare, c'è la nomina di un nuovo direttore e l'eventuale modifica del disciplinare:

“Tra le priorità c'è senz'altro la discussione sull'imbottigliamento in loco, che darebbe maggiore valore alla nostra Dop. Ci rendiamo tutti conto dell'opportunità che potrebbe rappresentare: ne parleremo nelle prossime assemblee”. E, per il futuro - non prossimo - non è esclusa la via della Docg.

PRODUZIONE ED EXPORT. Tornando al presente, il 2018 ha visto un incremento del 15% dell'imbottigliato: 15 milioni di litri per 20 milioni di bottiglie e un fatturato di 120 milioni di euro. E la crescita è destinata a continuare con l'ampliamento degli impianti, che si è registrato negli ultimi anni. In salita anche l'export, che oggi rappresenta il 70% delle quote di mercato e che fa del Primitivo di Manduria una delle denominazioni italiane più vendute all'estero.

“Parliamo di un vino che, per le sue caratteristiche organolettiche, incontra un gusto molto moderno” dice di Maggio “Per questo è molto apprezzato all'estero e, non di rado, purtroppo, soggetto ad episodi di contraffazione”. Lo scorso anno è stato particolarmente importante per la crescita sul mercato cinese, che continua a scalare la classifica delle destinazioni top 10 per la denominazione: +45% rispetto al 2017. Una performance in linea con la crescita complessiva nei Paesi asiatici, che si apprestano a diventare il mercato di riferimento per l'export del rosso pugliese. Sebbene al momento continui ad essere



l'Europa la prima destinazione, con la Germania in testa. **VENDEMMIA.** Per quanto riguarda la scorsa vendemmia, i numeri sono in controtendenza rispetto a quelli nazionali, con una diminuzione delle rese dal 70 al 55% (a breve arriveranno i dati definitivi), a seguito di un'annata caratterizzata da grandinate in tutta l'area tarantina. Una prova importante per gli oltre mille viticoltori della Dop, che hanno scelto di privilegiare il valore, a scapito delle quantità. Scelta che rientra nei piani di premiumizzazione del consorzio: prezzo più alto in maniera proporzionale alla crescente qualità. Oggi, il prezzo medio della Dop è poco sopra i 6 euro.

VINITALY. Tra i prossimi appuntamenti promozionali, non può mancare la tappa di Vinalty, dove il consorzio proporrà una degustazione sulla versatilità del rosso pugliese insieme al giornalista del Gambero Rosso, Marco Sabellico, e al presidente della Fondazione italiana sommelier di Puglia, Giuseppe Cupertino (mercoledì 10 aprile ore 11, primo piano, Padiglione 10). Per chi volesse conoscere più da vicino la denominazione e assaggiare oltre 70 etichette del territorio, l'appuntamento è nello stand istituzionale (Padiglione 11, isola B2).

I numeri della Dop

50 + 1.000

Soci Viticoltori

3

Varianti

- Primitivo di Manduria Dop
- Primitivo di Manduria Dop Riserva
- Primitivo di Manduria Dolce Naturale Docg

3.140

Ettari

20 milioni

Bottiglie

120 milioni €

Fatturato

VINI&SCIENZA. Il Primitivo, un vitigno giramondo



Oggi è coltivato prevalentemente nella zona di Manduria, nel Tarantino, da cui si produce la Doc Primitivo di Manduria, e nel Barese, nel territorio di Gioia del Colle, ma è presente di là dell'Atlantico, in California, dove è coltivato almeno dal 1860 con il nome di Zinfandel. Ma da dove proviene il Primitivo? In Puglia c'è da sempre la consapevolezza che si tratti di un vitigno d'importazione.

Le prime attestazioni della sua presenza in questa regione risalgono, infatti, solo alla fine del XVIII secolo. Gli studi più recenti hanno ristretto la probabile zona di origine di questa varietà al Montenegro e alla Dalmazia. Ricercatori croati e californiani hanno costituito una task force impegnata in una "caccia al vitigno", che si è concretizzata in un'indagine a tappeto lungo le coste della Croazia. Grazie a questo lavoro, sono stati individuati ceppi di Primitivo in vigneti misti lungo le coste vicine a Spalato, dove si è scoperto che veniva chiamato Crljenak Kaštelanski ed era considerato un vecchio e raro vitigno locale, ormai in via di estinzione. Sempre in Dalmazia, si è dato inizio a uno studio sul Dna di foglie catalogate in un vecchio erbario attualmente conservato nel Museo di storia naturale di Spalato, risalente agli inizi del secolo scorso e realizzato dall'ampelografo Stjepan Buli, per scoprire se, tra i campioni conservati, si celasse qualche varietà dimenticata o addirittura estinta. Proprio l'analisi di una di queste varietà ha individuato nel Tribidrag, vitigno citato almeno a partire dal 1821, un sinonimo del Primitivo.

Ma il viaggio alla ricerca delle origini del Primitivo procede ancora più a Sud, lungo la sponda orientale dell'Adriatico, fino a raggiungere il Montenegro, Paese con un'antica tradizione viticolo-enologica e un assortimento costituito prevalentemente da varietà autoctone. Qui il Primitivo, coltivato con il nome di Kratošija, rappresenta una delle varietà più antiche e storicamente più importanti della viticoltura locale. La lunga tradizione nella coltivazione di questa varietà ha fatto sì che si formasse nelle vigne un insieme di biotipi eterogenei. Chi si occupa di genetica delle popolazioni sa che il luogo in cui, nell'ambito di una specie, si registra una grande variabilità genetica (biodiversità) è verosimilmente il territorio in cui quella specie si è originata. Proprio la biodiversità della Kratošija individuata in questi luoghi attesta, quindi, la sua antica presenza sul territorio ed il Montenegro è, quindi, il più probabile candidato come Paese d'origine di questo vitigno.

– **Attilio Scienza**, Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

SICILIA. Nasce l'Associazione Doc Mamertino: poste le basi per creare il consorzio di tutela

L'Associazione Doc Mamertino (Adm) è realtà. L'atto costitutivo, con la firma apposta da 13 produttori a metà marzo davanti a un notaio, dà ufficialmente il via alle attività di questo gruppo di aziende della provincia di Messina, ma soprattutto pone basi concrete per la nascita del futuro consorzio di tutela, a dieci anni dalle prime discussioni sul territorio. La Doc Mamertino si estende in un'areale che comprende 34 Comuni che dalla costa tirrenica risalgono fino ai monti Nebrodi.



Le aziende



Antica Tindari, Barone Ryolo, Bongiovanni Giuseppe, Calderone Antonino, Cambria Vini, Feudo Solaria, Gaglio Vignaioli, Mimmo Paone, Planeta, Principi di Mola, Sapuri Cantina Siciliana, Vasari e Vigna Nica. I vitigni: Calabrese o Nero d'Avola e Nocera per i rossi; Grillo, Catarratto (normale e Lucido) e Ansonica per i bianchi.

Per ora la produzione è limitata a circa 100 mila bottiglie, ma la rappresentatività è già sopra il 70%. Il tessuto produttivo è formato da piccole aziende, condotte soprattutto da giovani, con una media di 3 ettari vitati, per un totale di cento ettari. Piccole produzioni che, come ha spiegato la presidente Flora Mondello durante la presentazione dell'associazione a Palermo, devono essere *"spinte anche dal sistema ricettivo e dalla ristorazione locale e siciliana, ancora troppo poco coinvolta in questa fase di rinascita e comunicazione dedicata ai vini del Mamertino"*. – **G. A.**

LOMBARDIA. Salgono produzione e occupazione, stazionario l'export. Il bilancio 2018

La Lombardia archivia una vendemmia da record e guarda con fiducia ai prossimi eventi promozionali. Sono 1,5 milioni gli ettolitri prodotti nel 2018 (+55%), di cui 1,4 milioni di Do (+121% solo per le Docg). D'altronde **parliamo di una regione con il 90% dei vini a denominazione** (5 Docg, 21 Doc e 15 Igt). Frenano, invece, le esportazioni, a 271 milioni di euro (-0,1%), ma il calo è fisiologico, dopo la crescita degli anni scorsi: +54% nell'ultimo decennio. Bene anche il dato sull'occupazione: "Negli ultimi cinque anni" ha dichiarato il presidente di Unioncamere Lombardia, Gian Domenico Auricchio "il numero di addetti nel settore vitivinicolo è quasi raddoppiato, crescendo del 76% tra il 2013 e il 2018". Merito anche dell'incoming sul territorio. E c'è attesa per i primi effetti del decreto sull'enoturismo appena approvato. In termini di investimenti, ammontano a 22,7 milioni di euro i fondi messi a disposizione dalla Regione, nelle ultime tre campagne (dal 2015 al 2018), per ristrutturazione e con-

versione dei vigneti e per gli interventi in cantina (dai risparmi energetici ai trattamenti sostenibili).

Il prossimo appuntamento? A Vinitaly dove, come di consueto, la collettiva regionale si troverà nel cosiddetto "salotto buono" della Fiera, al secondo piano del PalaExpo (negli spazi finanziati e realizzati da Regione e Unioncamere Lombardia): 200 espositori in rappresentanza di 11 Consorzi lombardi. – L. S.



EVENTI. Ad ottobre seconda edizione per Milano Wine Week. Tra le novità, i tour guidati e l'accordo con il Merano WineFestival



Bilancio positivo anche per Milano Wine Week, manifestazione che ha debuttato lo scorso autunno e che ha già lanciato l'appuntamento con la seconda edizione: dal 6 al 13 ottobre, con quartier generale sempre a Palazzo Bovara, ma con eventi collaterali (degustazioni, cene, aperitivi, talk, presentazioni di libri) distribuiti in location inedite del capoluogo lombardo. Punto fermo sarà il Wine Business Forum, il momento di informazione sul vino italiano che coinvolgerà opinion leader del settore, con lo scopo di confrontarsi su temi specifici legati all'innovazione, alla comunicazio-

ne, all'internazionalizzazione e alla finanza. Tra le novità va, invece, annoverata la partnership con il Merano WineFestival, la cui anteprima sarà organizzata per la prima volta proprio a Milano. Rientrano nelle new entry i tour in 14 territori vitivinicoli, entro un raggio di 90 minuti da Milano: dalle Langhe alla Valpolicella, toccando la Lombardia alla scoperta dell'enogastronomia locale. "Vogliamo diffondere la cultura del vino e farlo conoscere nella maniera più immediata possibile" spiega il fondatore Federico Gordini. "Creare momenti di condivisione, convivialità ed esperienze dirette" prosegue "che avvicinino il pubblico alle aziende e ai territori attraverso la voce dei protagonisti, dei produttori, dei vigneron che ogni giorno si dedicano a

realizzare un prodotto unico e vivo".

Infine, a valorizzare la complementarità dell'evento con altri settori del Made in Italy, la scelta di legare i "founding supporters" (sette famosi brand del settore vinicolo italiano) a uno specifico filone tematico, che verrà declinato in molteplici iniziative. Nel dettaglio: Feudi di San Gregorio si concentrerà sul Design; Gruppo Lunelli con Cantine Ferrari ha deciso di puntare sulla Creatività; Zonin1821 si focalizzerà sul tema Young Talent; Guido Berlucchi si assocerà alla voce Turismo; Pasqua Vigneti rappresenterà la categoria New Trend; Gruppo Santa Margherita si affiancherà all'Architettura; il Consorzio del Franciacorta si occuperà di Moda. Tra i partner istituzionali, invece, Regione Lombardia ha rinnovato il proprio sostegno decidendo di accendere i riflettori sul tema Tradizione e Innovazione, per accompagnare i produttori di vino nella sfida dell'internazionalizzazione.

53rd EDITION

vinitaly

INT'L WINE & SPIRITS EXHIBITION



PASSION IN BUSINESS

7 - 10

APRIL 2019

--> VERONA <--

WWW.VINITALY.COM
TRADE ONLY

TOGETHER WITH
 **SOL & AGRIFOOD**
TASTE OF BUSINESS

ENOLITECH
TECHNOLOGY INNOVATION DESIGN

OperaWine

GRAND TASTING
FINEST ITALIAN WINES
6 april 2019



5StarWines
THE BOOK

27th WINE PACKAGING COMPETITION

vinitalydesign
2019

VERONAFIERE.IT



Organized by
veronafiere
Trade shows & events since 1898

BILANCI. Ricavi in leggera crescita per Masi Spa e utile netto in aumento

Chiude il 2018 in positivo Masi Agricola Spa, l'azienda vitivinicola veneta, quotata nell'AIM Italia. In crescita sia i ricavi (65,3 milioni di euro, +1,5% sul 2017), sia l'utile netto (per un valore di 7,2 milioni di euro, contro i 6,7 milioni del 2017). Il patrimonio netto consolidato è di 127,2 milioni di euro, mentre l'ebitda si attesta a 12,3 milioni di euro, contro i 12,9 dell'esercizio precedente. E il dividendo proposto è di 10 cents per azione come nel 2018 (yield 2,6%). Più nel dettaglio, i ricavi delle vendite hanno registrato un incremento dell'1,5%, con l'Italia che traina la crescita (+12,3%). Col segno meno, secondo il bilancio, c'è solo il mercato americano: -4,5%, per effetto dei cambi sfavorevoli.

Soddisfatto della chiusura d'anno il presidente della società, Sandro Boscaini *"Abbiamo avuto una buona vendemmia e registrato una crescita dei ricavi, nonostante cambi penalizzanti e impattanti anche sulla redditività, che comunque resta elevata. Credo, quindi, che nell'insieme possiamo considerare il 2018 un anno positivo per il Gruppo, dal punto di vista sia reddituale che della prospettiva di lungo termine: infatti, nonostante la situazione e i numerosi motivi di incertezza nello scenario globale in cui la nostra azienda si muove, siamo attivi e investiamo in coerenza con il nostro progetto di sviluppo"*.



La società si muove lungo tre asset principali: la crescita organica (produzione, vendite, export); le nuove acquisizioni; la Masi Wine Experience.

Relativamente alla prima attività, il 2018 ha visto un ritorno ai valori medi delle annate di piena produzione, dopo una vendemmia 2017, che si è rivelata a livello nazionale tra le più scarse degli ultimi cinquant'anni. Se si guarda alle acquisizioni, l'ultima in ordine di tempo risale al 2016, con Canevel, nella zona di Conegliano Valdobbiadene, ma quest'anno si è lavorato proprio sulla sua piena integrazione nel gruppo, con il lancio di nuove etichette di Prosecco Superiore. Infine, la Masi Wine Experience, il macroprogetto strategico del Gruppo per creare un legame diretto con il consumatore, ha visto nel 2018 l'apertura di altre due location - il Canevel Wine Shop nella sede di Valdobbiadene e il Masi Wine Bar "Al Druscié" a Cortina d'Ampezzo - che portano a sette i luoghi esperienziali, dopo le proposte in Valpolicella, sul Lago di Garda, a Mendoza e a Zurigo. Con picco delle visite nel Wine Discovery Museum, nato nella Tenuta Canova sul Lago di Garda. Un progetto, quello delle wine experience, in continuo divenire, che ha portato nel tempo anche a un ulteriore incremento di personale: sono almeno trenta le persone dedicate solo a questa attività. - L. S.

BILANCI 2. Iwb chiude il 2018 vicino ai 150 milioni di euro. Salgono le vendite online

a cura di Gianluca Atzeni

Ricavi stabili nel 2018 per il gruppo Italian wine brands, quotato al mercato Aim di Piazza Affari. Il fatturato sale dello 0,1% a 149,86 milioni di euro. Si rafforzano i marchi di proprietà (da Grande Alberone a Ronco di Sassi, da Giordano Vini a Oproperla) soprattutto sui mercati internazionali (Svizzera, Uk e Germania), che migliorano del 3,4% la performance sul 2017, con 115,35 milioni di euro, e rappresentano oggi il 77,4 del totale. Si ridimensionano, invece, le vendite domestiche (33,82 mln e -9,3%). Il bilancio consolidato, approvato dal consiglio di amministrazione, segna 14,6 milioni di euro alla voce margine lordo, con un risultato netto di periodo di 6,35 milioni di euro (era di 6,73 nel 2017). Debito



che resta basso, a 3,37 mln di euro, con una **proposta di dividendo per azione di 0,40 euro**, invariato rispetto al 2017, in distribuzione da fine aprile.

Il bilancio 2018 gira in positivo nonostante abbia sofferto uno straordinario incremento dei prezzi della materia prima, seguito a un'annata agraria scarsa come la 2017 (-20% sui volumi). *"Le aspettative di inizio anno sull'utile erano anche più pessimistiche, ci aspettavamo un'incidenza di 6-7 milioni di euro di costi in più ma siamo riusciti a contenerli a circa 4 milioni di euro"*, spiega al Tre bicchieri l'amministratore delegato, Alessandro Mutinelli (foto). Il gruppo ha agito con una selettiva riduzione dei costi e facendo leva sull'assortimento della gamma di prodotto. Nel dettaglio, il 2018 ha segnato

l'ingresso di Iwb nella Gdo domestica con marchi propri, tra cui spiccano i 2,5 mln di euro incassati dal nuovo marchio Sellaronda. Sempre in Italia, è stato sensibile il calo delle vendite telefoniche: *"Un segno"* per Mutinelli *"che questo canale è destinato a ridursi ulteriormente in futuro"*. Per contro, le vendite online sono cresciute del 40%, a 11,95 mln di euro, dopo il +27% dell'anno precedente: *"Stiamo investendo sul sito della Giordano vini, su Svinando.it, e abbiamo lanciato un progetto dedicato alle birre artigianali, come Optimacraftbeer, che prelude al lancio da aprile di una piattaforma dedicata ai nostri due brand, in cui troveranno spazio tanti piccoli produttori"*. Tornando al vino, il Gruppo Iwb ha iniziato a vinificare delle partite di rosso in Toscana (in affitto) in vista del lancio su di un supertuscan Igt Toscana, dal 2020: per ora 100 mila bottiglie: una scommessa nel segmento fine wine.



BUONO CON BUONO FA BUONO



Di Mattonella ce n'è una sola, la riconosci dal marchio Dai Dai in rilievo.

Tutte le altre sono solo pezzi di gelato.



Ricercatezza e genuinità

guidano il nostro lavoro ogni giorno da oltre trent'anni.

Dal 1984 produciamo deliziose opere di gelateria artigianali, utilizzando solo ingredienti di prima qualità.

DAI DAI Gelateria Artigianale

Via del Sorriso, 16 - 57016 Castiglioncello (LI)

www.gelateriadaidai.it

COLLABORAZIONI. Nasce il progetto "A livella" per celebrare Totò. L'incontro tra l'azienda Quarta e l'associazione De Curtis

Cosa succede se un produttore del Sud incontra un genio della comicità? Nasce un progetto a prova di poliedricità. Nello specifico, il produttore è Claudio Quarta, insieme alla figlia Alessandra, e l'attore è Antonio De Curtis, universalmente conosciuto come Totò. Siamo in Campania, dove la Cantina Sanpaolo di Torroni, in provincia di Avellino (la terza costola della realtà Quarta che comprende altre due tenute in Puglia), in collaborazione con la famiglia De Curtis e l'Associazione Antonio De Curtis, ha dato il via al progetto celebrativo permanente "A Livella", che ambisce a far rivivere l'eredità culturale di Totò, unendo le generazioni con linguaggi e contenuti trasversali al mondo dell'arte e del vino.

Il primo step è la presentazione di due vini (6.650 bottiglie per ognuno) da vitigni autoctoni dedicati al Principe della Risata: un bianco (greco e fiano) e un rosso (pedirosso e casavecchia), la parte popolare a quella

aristocratica, che si riflette graficamente nelle etichette realizzate da Efrem Barrotta, illustratore creativo di Big Sur. "Abbiamo pensato di dare vita a un rosso e un bianco" spiega Claudio Quarta "per rendere plasticamente le due maschere che ha saputo incarnare Totò, quella dualità che ha accompagnato la sua esistenza e il percorso artistico: miseria e nobiltà, lacrime e risate, ironia amara come mezzo lieve per descrivere le difficoltà di una società e un periodo duro".

"A Livella" dice Alessandra Quarta "altro non è che un contenitore oggi partito con due etichette che celebrano l'artista, ma che avrà un seguito con la produzione di altri vini in onore alle diverse maschere di Antonio De Curtis, un personaggio molto complesso che sono riuscita a scoprire grazie

ad Elena. Ci saranno tanti appuntamenti, a Napoli, a Roma, fuori dall'Italia, nelle librerie, nelle trattorie: l'intento del progetto è proprio di fare rivivere lo spirito del Principe in ogni contesto dove si faccia cultura, in Italia e all'estero, e con il suo ricordo fare sorridere chi si trova tra le mani queste bottiglie".

"In casa De Curtis" dice Elena Anticoli De Curtis (nipote di Totò) "il cibo e il vino hanno sempre avuto un ruolo importante: nel ricordo dei duri anni della gavetta, della fame degli inizi, e poi negli anni del benessere, per un sopraggiunto vero culto della buona tavola. Nel portare in tavola il vino Totò, mi piace immaginare il sentimento affettuoso dello stare insieme, quello stato di felicità che, come diceva lui, è fatta di attimi di dimenticanza". - S. A.



PIEMONTE. Produttori in Langa: nuovo corso, spinto dai giovani

Le nuove generazioni spingono quelle che le hanno precedute a fare passi avanti. Produttori in Langa, realtà cooperativa nata nel 1959 a Clavesana (Cuneo), nelle Langhe sud occidentali, si rinnova e presenterà un nuovo progetto al Vinitaly. La cooperativa, che **comprende 230 produttori (i fondatori furono 32), 380 ettari di vigne collinari e una produzione di 2,5 milioni di bottiglie**, ha accolto le esigenze delle nuove leve. Lo spiega il presidente Giovanni Bracco: "Continueremo a produrre Dogliani con l'uva storica dolcetto, ma con selezioni più rigorose in vigna e vinificazioni più moderne. Da tempo, è stata intrapresa una strada che porta a una sempre maggiore diversificazione: accanto a dolcetto e barbera, si coltivano altri vitigni. Il nebbiolo, ma anche lo chardonnay e il pinot nero, scommettendo sul futuro dell'Alta Langa come spumante di altissima qualità. A Vinitaly" conclude Bracco "lanceremo due nuove linee, Terra e Mito".

SANNIO. Il Camaiola verso l'iscrizione nel Registro delle varietà di vite

Il Camaiola, vitigno a bacca rossa coltivato nella Valle Telesina, potrebbe entrare nel Registro nazionale delle varietà di vite e far parte così del catalogo, nato nel 1969, che conta oggi circa cinquecento uve da vino.

La notizia arriva a circa un anno di distanza dalla specifica richiesta avanzata dall'Associazione imbottiglieri Castelvenere (Aic), **grazie anche a**

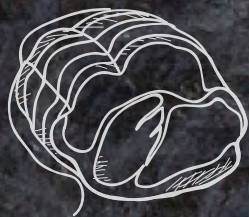
recenti documentazioni storiche acquisite. Si delinea, quindi, una possibilità concreta, nell'anno in cui i riflettori sono puntati sul riconoscimento di Città europea del vino per i territori del Sannio-Falanghina. Rappresentanti del Governo, della Regione Campania, del Comune di Castelvenere e del Consorzio vini del Sannio si sono detti d'accordo a far partire l'iter che, in questa prima fase, prevede la stesura della documentazione necessaria per chiedere l'iscrizione. Le analisi molecolari, fa sapere l'Aic, provano chiaramente che si tratta di una varietà unica. Mancano ora i testi contenenti gli aspetti agronomici, enologici e storici. Un volume sulla storia del vitigno sannita sarà presentato proprio il prossimo 3 aprile a Castelvenere.



GAMBERO ROSSO®



Antica Corte
Pallavicina



SALUMI DA RE

RADUNO NAZIONALE DI ALLEVATORI, NORCINI E SALUMIERI

6^a EDIZIONE

30-31 Marzo, 1 aprile 2019

ANTICA CORTE PALLAVICINA
POLESINE ZIBELLO (PR)



La Festa Primaverale della
norcineria italiana d'autore

Assaggi, merende e abbinamenti
con vini e birre di qualità

PER INFO:

🌐 www.salumidare.it

✉ segreteria@salumidare.it

☎ 0524 936539

EVENTI. Sul Garda la Fiera di Polpenazze celebra i 70 anni



È una delle più antiche d'Italia e ha raggiunto le 70 edizioni.

Il 31 maggio prossimo, si rinnova, sul Lago di Garda, l'appuntamento della Fiera del vino Valtènesi-Riviera del Garda Classico Doc di Polpenazze, meglio nota al grande pubblico come Fiera di Polpenazze, che

lo scorso anno ha registrato 25 mila presenze in quattro giorni. Quest'anno, l'evento, che ha ottenuto il patrocinio del Ministero per le politiche agricole e del Turismo, si terrà in via eccezionale dal 31 maggio al 3 giugno, nel ponte della Festa della Repubblica, per evitare la coincidenza con l'election day del 26 maggio. L'ingresso in fiera sarà libero, ma per le degustazioni dei vini presentati dai produttori sarà come sempre necessario munirsi di sacca e bicchiere, che non potrà più essere di vetro, ma sarà "bio based", una speciale bioplastica ricavata da biomassa vegetale da fonte rinnovabile, riutilizzabile e 100% riciclabile. Altra novità: l'ampliamento del parco fiera a via della Parola, con un'area street food e numerosi truck che offriranno produzioni locali e specialità italiane. Una tensostruttura garantirà un maggior numero di posti al coperto nell'area ristorante, dedicata al classico 'spiedo bresciano', un must della fiera, e nell'area paninoteca. Ruolo centrale nell'evento, il concorso enologico nazionale della Doc Riviera del Garda Classico-Valtènesi.

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Stefania Annese, Gianluca Atzeni, Attilio Scienza

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Ennevi-Veronafiore (cover)

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

FINO AL 31 MARZO

❖ **ANTEPRIMA FIERE VINO 2019**
degustazione in enoteca con gli esperti del Gambero Rosso nelle enoteche di tutta Italia
gamberorosso.it/anteprima-fiere-vino/

28 MARZO

❖ **MOSTRA VINI DI BOLZANO**
Castel Mareccio (Bolzano) fino al 31 marzo 2019
bolzano-bozen.it/mostra-dei-vini.html

28 MARZO

❖ **DIVINNOSIOLA, QUANDO IL VINO SI FA SANTO**
Trento e la Valle dei Laghi fino al 21 aprile

30 MARZO

❖ **SALUMI DA RE**
Antica Corte Pallavicina Polesine Zibello (PR) fino al 1 aprile
salumidare.it

30 MARZO

❖ **TASTE ALTO PIEMONTE**
Castello Visconteo Sforzesco Novara fino al 1 aprile

31 MARZO

❖ **ROERO DAYS**
Palazzo Re Enzo Bologna fino al 1 aprile
consorziodelroero.it/roero-days-2019/

1 APRILE

❖ **LA PRIMA DELL'ALTA LANGA**
Castello di Grinzane Cavour (Cuneo)
altalangadocg.com

5 APRILE

❖ **VINI VERI**
Cerea (Verona) fino al 7 aprile
viniveri.net

6 APRILE

❖ **SUMMA 2019**
Magrè (Bolzano) fino al 7 aprile
summa-al.eu/

6 APRILE

❖ **VINNATUR TASTING**
Gambellara (Vicenza) fino all'8 aprile
vinnatur.org

7 APRILE

❖ **VINITALY - SALONE INTERNAZIONALE DEI VINI E DISTILLATI**
Verona fino all'11 aprile
vinitaly.com

8 APRILE

❖ **OLI D'ITALIA 2019**
in collaborazione con Unaprol presentazione della guida Vinitaly - Sala Salieri Palaexpo - Piano -1 ore 15:00

8 APRILE

❖ i vini di totò
presentazione progetto della famiglia Quarta con Elena Anticoli De Curtis, presidente dell'Associazione Antonio De Curtis e degustazione in collaborazione con AIS Vinitaly - pad. Campania con il supporto del Consorzio di Tutela Vini d'Irpinia ore 13:00 - 14:00

25 APRILE

❖ **ORCIA WINE FESTIVAL**
San Quirico d'Orcia (Si) fino al 28 aprile
orciawinefestival.wordpress.com/



Le grandi cantine della Lombardia



Ferghettina


Via Saline, 11 | Adro (BS)

www.ferghettina.it | 0307451212

Hanno iniziato solo nel 1991, con poche migliaia di bottiglie, ma oggi Roberto Gatti e la sua famiglia possono vantare una delle aziende gioiello della Franciacorta. Se Roberto e Andreina, sua moglie, hanno avuto l'intuizione, il fatto che oggi l'azienda controlli 160 ettari di vigne e produca cuvée di vertice nella grande e modernissima cantina (6000 metri quadri) è grazie anche all'impegno dei figli Laura e Matteo, enologi. Le loro etichette sono tra quelle che meglio rappresentano questo terroir.




Franciacorta Brut Milledì '14

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Elegante e ricco al naso il Milledì con le sue coloriture di agrume e sfumature minerali; al palato è intenso, fitto, elegante e di piacevolissima beva. Buono con le capesante gratinate.



Franciacorta Brut Rosé '14

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Un Brut da Pinot Nero dal perlage fine e persistente. Profuma di mora e lampone e al palato è sostenuto da una bella venatura acida. Goloso con la pizza e la mortadella.

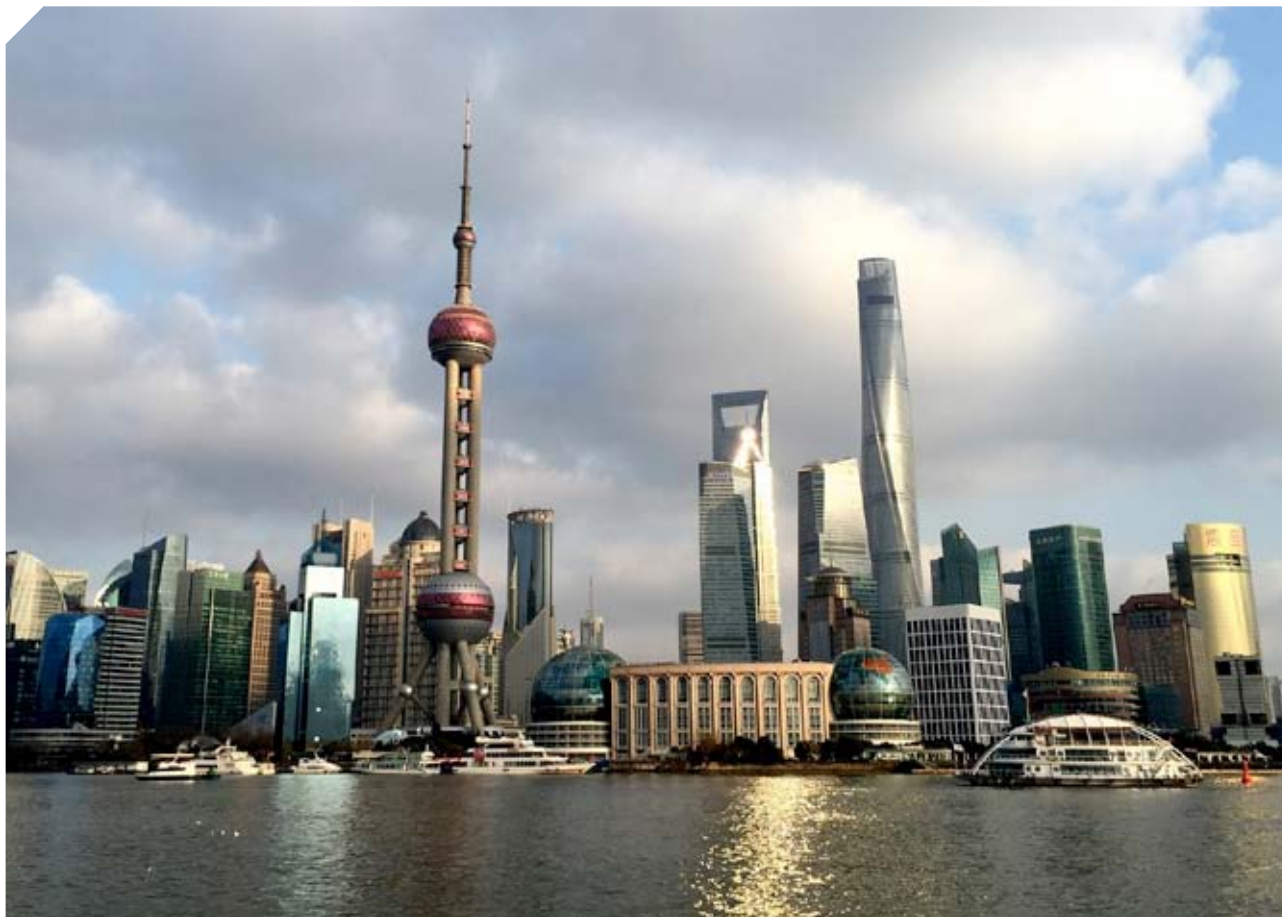


Franciacorta Pas Dosé Ris. 33 '11

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

La Riserva 2011 vi conquisterà per il complesso bouquet dai rimandi di miele d'acacia, fiori bianchi, dalle sottili venature di camomilla ed erbe aromatiche, note che ritroverete nitide al palato fino al lungo finale. Lo apprezzerete con delle ostriche.

CINA. L'import vino 2019 non decolla. Ma intanto la Via della Seta prende forma



Non parte bene l'anno lungo la rotta cinese del vino. I primi due mesi del 2019, secondo Askci, una società di ricerca con sede a Shenzhen, avrebbero registrato un calo delle importazioni del 13% pari a 118 milioni di litri. In valore, la perdita è del 10%, rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. E questo, proprio nel bimestre gennaio-febbraio, normalmente considerato molto importante per le vendite vitivinicole. Complici le guerre commerciali, ma anche il balzo in avanti che ha caratterizzato il 2017. Si pensi che in cinque anni (2012-2017), l'import di vino

in Cina ha segnato un incremento di quasi il 15% a valore (dati Osservatorio Vinitaly). Non sorprenderà, quindi, il calo successivo, già tangibile nel 2018, quando le importazioni non sono andate oltre i 2,4 miliardi di euro (-2% rispetto all'anno precedente).

Che 2019 ci attende? Non di espansione, a giudicare dall'esordio. Tant'è che ASC Fine Wines, il principale importatore di vino nel paese del Dragone, ha fissato, come obiettivo dell'anno, il mantenimento. Per l'Italia che, però, in questi anni non ha di certo brillato rispetto ai competitor (nel 2018 ha mandato in Cina vino per un valo-

re di 142,3 milioni di euro, mantenendo la quinta posizione tra i Paesi fornitori), **potrebbe essere un anno importante, anche alla luce del memorandum di intesa appena raggiunto nell'ambito dell'accordo Via della Seta.** Nei 29 punti, firmati in occasione dell'arrivo a Roma del Capo di Stato cinese Xi Jinping, rientra anche il capitolo vino. E rientra anche il gemellaggio vino-riso tra l'associazione per il Patrimonio dei paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato e il Comitato di gestione per il patrimonio dei terrazzamenti del riso di Honghe Hani' dello Yunnan. – **L. S.**

SEGNA IN AGENDA

dal 26/2 al 1/4 2019

Anteprima
Fiere Vino
Gambero Rosso

LE NUOVE ETICHETTE
prossimamente presenti
nelle più importanti
Fiere internazionali del vino

GAMBERO ROSSO®

LE TAPPE DEL TOUR 2019

TORINO	23 marzo	SIGNORVINO	NAPOLI	19 marzo	SCAGLIOLA
	26 marzo	RABEZZANA		20 marzo	ENOTECA
	28 marzo	ROSSORUBINO			MERCADANTE
GENOVA	14 marzo	ENOTECA DELLA FOCE	AVELLINO	15 marzo	DE PASCALE
MILANO	20 marzo	WINERIA	BARI	1 marzo	CUCUMAZZO
	21 marzo	ENOCLUB	BRINDISI	28 febbraio	ENOTECA ANELLI
	22 marzo	SIGNORVINO (via Dante)	LECCE	2 marzo	WINE&MORE
VERONA	09 marzo	SIGNORVINO	PALERMO	18 marzo	VINO VERITAS
PADOVA	11 marzo	OSTERIE MODERNE	CAGLIARI	24 e 25 marzo	CUCINA.EAT
Campodarsego					
VENEZIA	07 marzo	VINUS VENEZIA			
TRENTO	27 marzo	ENOTECA GRADO 12	ROMA	5 marzo	ANTONELLO COLONNA OPEN
BOLOGNA	12 marzo	ENOTECA ITALIANA	MILANO	11 marzo	SPAZIO MARCOPOLO4
	13 marzo	SIGNORVINO (p.zza Maggiore)	TORINO	25 marzo	AC HOTEL BY MARRIOTT
LUCCA	30 marzo	ENOTECA VANNI	NAPOLI	26 marzo	HOTEL ROYAL CONTINENTAL
FIRENZE	29 marzo	ENOTECA ALESSI DAL 1952	LECCE	28 marzo	CHIOSTRO DEI DOMENICANI
	30 marzo	ENOTECA VIGNOLI	PALERMO	31 marzo	RISTORANTE PALAZZO BRANCIFORTE
	31 marzo	SIGNORVINO	CESENA	1 aprile	CITTÀ DEL GUSTO ROMAGNA
ROMA	26 febbraio	LUCANTONI			
	27 febbraio	IMPERATORI			
	15 marzo	TRIMANI			
PORTO S. GIORGIO	23 marzo	ENOTECA PASQUALE GIULI			

I GRANDI WINE TASTING

ROMA	5 marzo	ANTONELLO COLONNA OPEN
MILANO	11 marzo	SPAZIO MARCOPOLO4
TORINO	25 marzo	AC HOTEL BY MARRIOTT
NAPOLI	26 marzo	HOTEL ROYAL CONTINENTAL
LECCE	28 marzo	CHIOSTRO DEI DOMENICANI
PALERMO	31 marzo	RISTORANTE PALAZZO BRANCIFORTE
CESENA	1 aprile	CITTÀ DEL GUSTO ROMAGNA

ANTEPRIMA FIERE VINO 2019

INFO: VINI, CANTINE, ORARI E INDIRIZZI SU WWW.GAMBEROROSSO.IT



2019

MARCH

- 01 NEW YORK - Usa trebicchieri

- 05 SAN FRANCISCO - Usa trebicchieri

- 07 LOS ANGELES - Usa trebicchieri

- 11 MEXICO CITY - Mexico Top Italian Wines Roadshow

- 16 DUSSELDORF - Germany trebicchieri PROWEIN Special

- 26 LONDON - U.K. trebicchieri

APRIL

- 07 VERONA - Italy trebicchieri VINITALY Special

- 15 DUBAI - UAE Notte Italiana

MAY

- 06 SINGAPORE - Singapore Top Italian Wines Roadshow

- 08 BEIJING - China trebicchieri "ANTEPRIME"

- 09 ZURICH - Switzerland Vini d'Italia "ANTEPRIME"

- 15 BORDEAUX - France trebicchieri "ANTEPRIME" - VINEXPO Special

- 27 TORONTO - Canada Vini d'Italia "ANTEPRIME"

- 29 MONTREAL - Canada Top Italian Wines Roadshow

JUNE

- 03 WASHINGTON DC - USA Top Italian Wines Roadshow

- 05 BOSTON - USA Top Italian Wines Roadshow

- 10 ATLANTA - USA Vini d'Italia "ANTEPRIME"

- 12 SAN DIEGO - USA Vini d'Italia "ANTEPRIME"

OCTOBER

- 27 ROMA - Italy trebicchieri

- 30 TOKYO - Japan trebicchieri

NOVEMBER

- 04 SHANGHAI - China trebicchieri

- 06 HONG KONG - China trebicchieri HKTDC Special

- 25 MOSCOW - Russia trebicchieri

- 27 ST. PETERSBURG - Russia Vini d'Italia

2020

JANUARY

- 19-26 **WINE&SEA - II EDITION**

- 27 MUNICH - Germany trebicchieri

FEBRUARY

- 03 STOCKHOLM - Sweden trebicchieri

- 05 COPENHAGEN - Denmark Vini d'Italia

- 26 CHICAGO - USA trebicchieri

- 28 NEW YORK - USA trebicchieri

MARCH

- 04 SAN FRANCISCO - Usa trebicchieri

- 06 LOS ANGELES - Usa trebicchieri

- 14 DUSSELDORF - Germany trebicchieri PROWEIN Special

Sponsor

IL MIO EXPORT. Giancarlo Moretti Polegato – Villa Sandi**1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?**

La percentuale export ha ampiamente superato il 50%. Siamo presenti in oltre 90 Paesi. Lo scorso anno, le aree extra europee hanno registrato una crescita del 20%, con i mercati più dinamici: Usa, Canada, Australia, Far East e Russia.

2 Dove si vende meglio e dove peggio. E perché?

Il mercato ideale è quello dove si possono sviluppare volumi, ma dove vi sia spazio anche per valorizzare il brand ed il prodotto. Questa è la linea che abbiamo seguito in mercati importanti come Regno Unito, Usa, Canada e Australia e che ci ha dato grandi soddisfazioni in termini di numeri, ma anche di posizionamento e riconoscibilità del marchio.

3 Come promuoverete il vostro vino nei mercati internazionali?

Abbiamo intensificato le attività come wine dinners, master classes ed eventi, in particolare in collaborazione con i distributori e i clienti per essere davvero sempre presenti e dinamici sul mercato.

4 Avete un export manager – o più di uno – dedicato? Come lo avete selezionato?

Abbiamo 3 export manager che seguono mercati diversi, con il supporto di back office, collaboratori sui mercati e una brand Ambassador. Il numero dei collaboratori è naturalmente maggiore nei mercati più dinamici e con potenzialità di ulteriore sviluppo, rispetto ai più maturi e tradizionali. Sono stati selezionati tramite agenzia.

5 Ci racconti un aneddoto legato alle sue esperienze all'estero.

Negli Stati Uniti, durante una masterclass dedicata ai nostri Prosecco, Doc e Docg Superiore, una delle signore presenti è stata chiamata al telefono dal marito, che si trovava per lavoro in Italia e che proprio nello stesso momento stava bevendo un Prosecco Villa Sandi in un locale di Roma. È stata una simpatica coincidenza e anche molto gratificante come indicatore della distribuzione e presenza dei nostri vini in Italia e all'estero.

❖ Villa Sandi - Crocetta di Montello - Treviso - villasandi.it

NEL PROSSIMO NUMERO
TENUTA BELLAFONTE

VINITALY: SGUARDO A ORIENTE

▲ a cura di Loredana Sottile

Import vino a valore per aree geoeconomiche - dati 2018

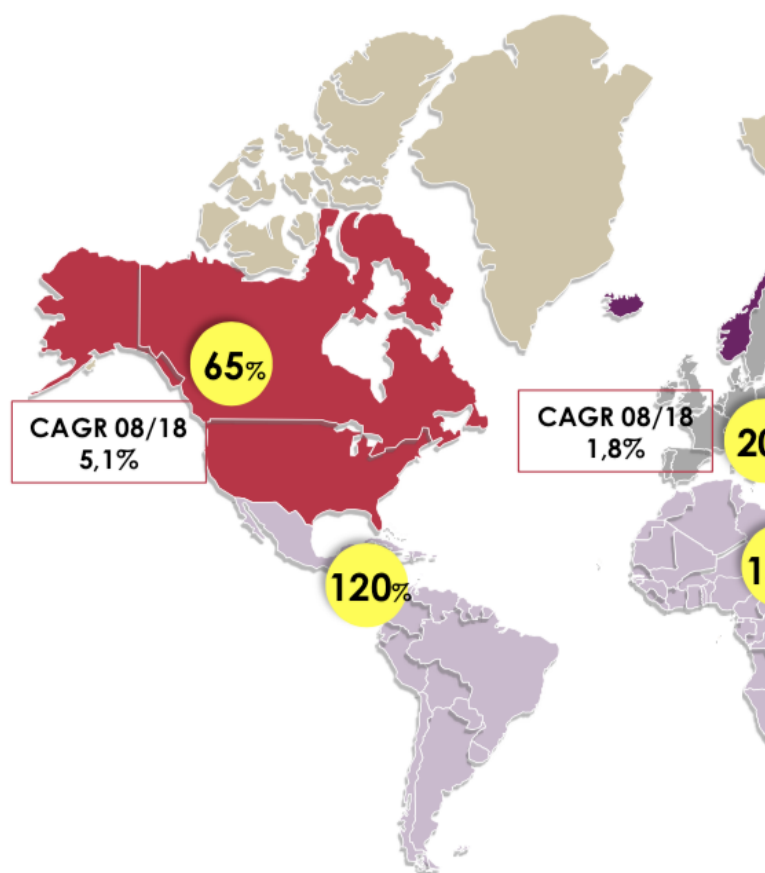
AREE GEOECONOMICHE

(import totale vino, Mln €, 2018)

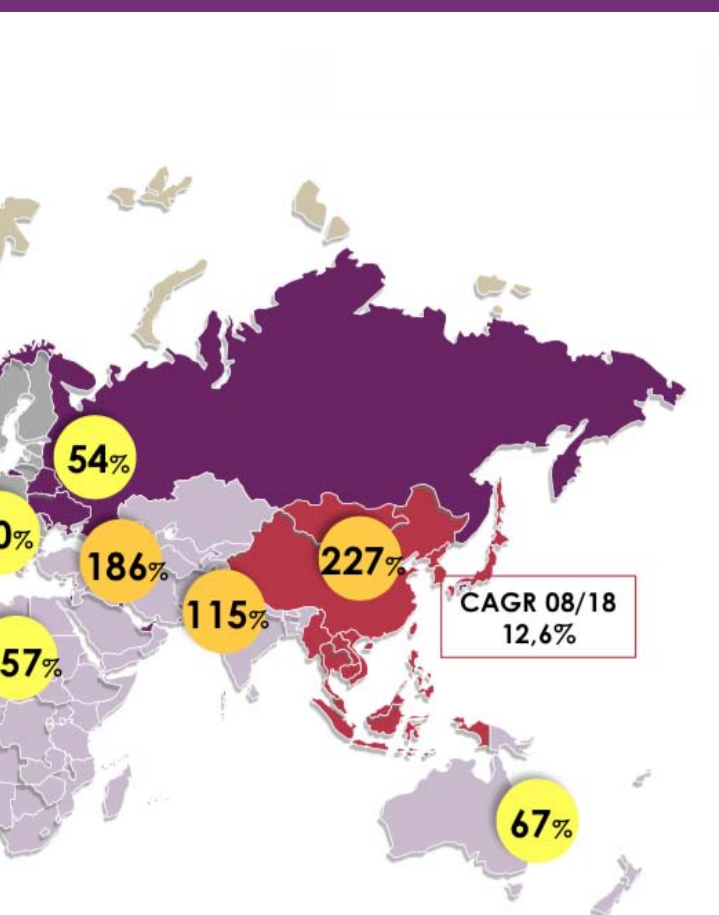
1) Ue-28	(13.300)
2) Nord America	(6.950)
3) Asia Orientale	(6.450)
4) Europa extra Ue	(2.500)
5) Centro-Sud America	(850)
6) Oceania	(700)
7) Africa	(400)
8) Asia Centrale	(70)
9) Medio Oriente	(50)
TOTALE MONDO	(31.270)

Import per Area (€)

	Oltre 13 Miliardi
	6-7 Miliardi
	2-3 Miliardi
	Meno di 1 Miliardo



Dal grande balzo in avanti dei consumi asiatici alla nuova via della Seta. Ecco come cambia la mappa vitivinicola nell'outlook Vinality-Nomisma dedicato al Far East. Italia in marcia, ma lentamente. Veronafiere al lavoro per una piattaforma fieristica in Cina



fonte: Osservatorio Vinality-Nomisma Wine Monitor

obiettivo Far East per Vinality che, da Roma, alla presentazione della sua 53esima edizione, accende i riflettori sull'Asia orientale, l'area geopolitica cresciuta di più nell'ultimo decennio. Secondo la ricerca *Asia. La lunga marcia del vino italiano* a cura dell'Osservatorio Vinality-Nomisma, infatti, la domanda di vino di Cina, Giappone, Hong Kong, Corea del Sud (comprendendo anche Vietnam, Taiwan, Thailandia, Filippine, Singapore, etc.) oggi vale 6,45 miliardi di euro di import ed è prossima all'aggancio del Nord America, a 6,95 miliardi di euro. Un vero e proprio balzo in avanti, pari a +227% in 10 anni, con un tasso di crescita annuo del 12,6%: undici volte di più rispetto al mercato Ue (che, però rimane il più importante con 13,3 miliardi di »

Vinality 53

È già scattato il countdown per la 53esima edizione del Salone internazionale dei vini e dei distillati di Verona (7-10 aprile), dove sono attese 4,6mila aziende da 35 nazioni per oltre 16mila etichette a catalogo. Le due novità si chiamano Organic Hall e Vinality Design, entrambe nel padiglione F. La prima è un'evoluzione dell'area bio, che mette insieme i vini biologici, prodotti secondo la normativa europea, in collaborazione con Federbio e la collettiva di produttori artigianali dell'associazione Vi.Te – Vignaioli e Territori. Vinality Design è, invece, una scommessa, il cui obiettivo è intercettare i trend in crescita di tutte le filiere tematiche associate al prodotto vino. Al suo interno, tutti quei prodotti e accessori che completano l'offerta legata alla promozione vitivinicola, all'esperienza sensoriale e all'accoglienza: oggettistica per la degustazione e il servizio, arredi, packaging.

Sul fronte digitalizzazione, Veronafiere punta sul Vinality Directory Official Catalogue & Business Guide, che da quest'anno prosegue nel progetto di ampliamento delle lingue (da 3 a 9) per facilitare la ricerca, di aziende e vini da parte dei buyer, enologi, sommelier e altri professionisti, che possono preparare al meglio gli appuntamenti in fiera, ottimizzando tempi e investimenti. Uno strumento a disposizione anche durante tutto l'anno e che a mano a mano si evolverà in una piattaforma per l'enoturismo, rivolta a operatori professionali e winelover.

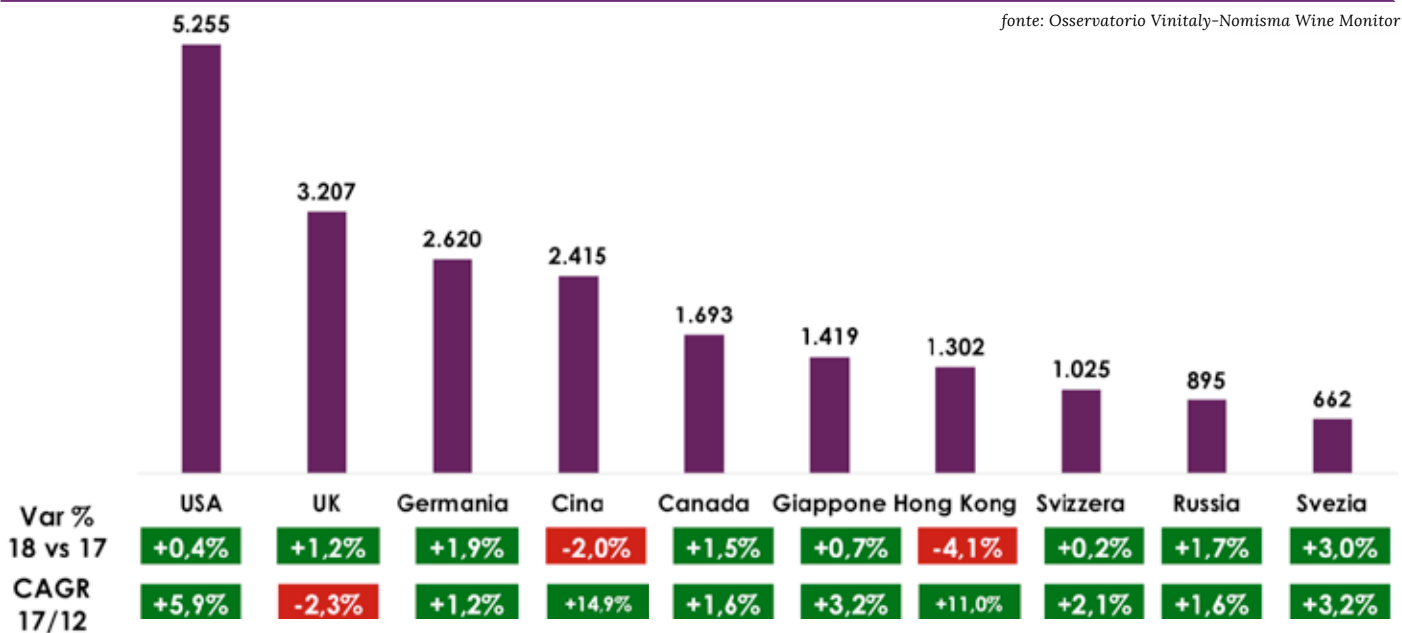
Confermata anche la formula Vinality and the City (5-8 aprile), lanciata in occasione del cinquantesimo compleanno della Fiera per separare nettamente la parte business con quella destinata al consumatore finale. Scelta che ha portato il Salone di Verona a gestire una graduale diminuzione del numero dei wine lover, per i quali sono, però, state potenziate le iniziative in città.

» euro) e quasi il quadruplo di quelli nordamericani. Con una differenza sostanziale che sembra dividere nettamente il Vecchio dal Nuovo Mondo: se il primo è caratterizzato dalla crescita dei consumi di bollicine, il secondo continua ad essere la destinazione dei vini fermi imbottigliati, con i rossi a farla da padroni. Qualche segnale d'allarme viene, però, dai numeri dell'ultimo anno, quando i grandi balzi si sono trasformati in piccoli passi. A partire dalla Cina, che nel 2018 ha assorbito 2,4 miliardi di euro di vino importato, ma che ha perso il 2% rispetto al 2017 (a volume la perdita è dell'8%). A seguire, troviamo il Giappone, con

1,4 miliardi di euro, che mantiene ancora il segno più (+0,7% sul 2017) e Hong Kong con 1,3 miliardi di euro e variazione negativa (-4,1% sul 2017). "Sono numeri che in po' impressionano" è il commento del responsabile di Nomisma-Wine Monitor, **Denis Pantini** "ma banalmente possiamo dire che la Cina si è ingolfata di vino negli anni precedenti e adesso deve smaltire, così come Hong Kong che, essendo prima di tutto un hub, è l'altra faccia della medaglia cinese. E d'altronde il calo accomuna tutti i fornitori". Se, quindi, la crescita sostanziale c'è già stata, adesso è il momento di consolidare. Soprattutto per l'Italia.

Import vino nei principali mercati globali (in milioni di €)

fonte: Osservatorio Vinality-Nomisma Wine Monitor

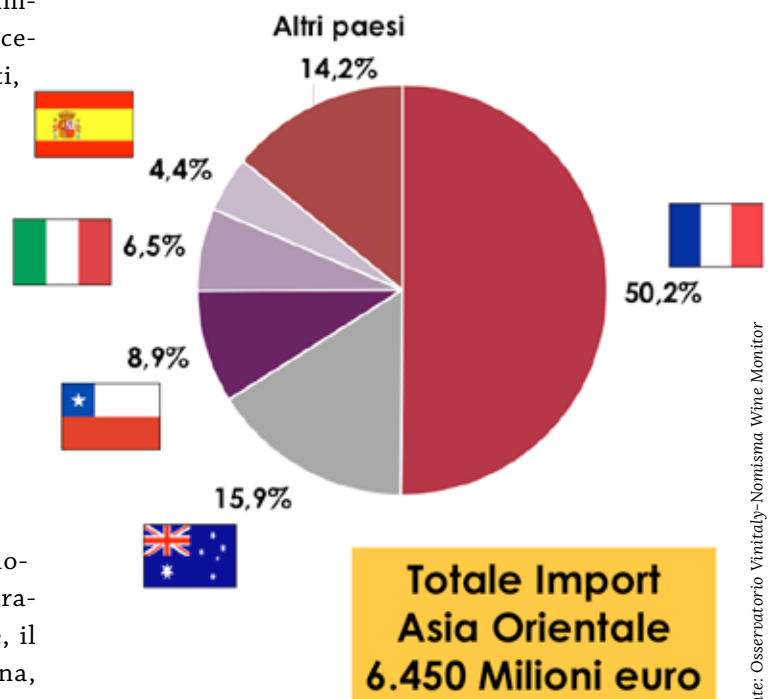


ITALIA AL RALENTI

Partiamo da una prima constatazione: la metà dell'import totale di vino in Asia orientale è di origine francese. A valore, i transalpini detengono, da queste parti, una quota di mercato del 50%, per un equivalente di 3,24 miliardi di euro. L'Italia, invece, si ferma a una piccola fetta: appena il 6,5% della torta (419 milioni di euro) che significa meno di Australia (15,9%) e Cile (8,9%).

"Per certi versi possiamo dire" commenta il direttore di Veronafiere, **Giovanni Mantovani** "che il nostro gap accusato sui transalpini su scala mondiale - pari a circa 3 miliardi di euro - si manifesti in gran parte proprio in quest'area". Considerando gli ultimi cinque anni, il Belpaese è sì cresciuto, ma meno dei competitor. Infatti, se l'incremento italiano in tutta l'area Far East ha sfiorato l'80%, le importazioni dal mondo hanno registrato un +106%. Si prenda come modello il Giappone, il mercato più tricolore in Asia. Qui, la crescita italiana, in un quinquennio, è stata del 3,4%, a fronte di una »

Import Asia Orientale - quote a valore



fonte: Osservatorio Vinality-Nomisma Wine Monitor

» domanda di quasi il 30%, soddisfatta evidentemente con i vini dei competitor.

Per restituirci il quadro della situazione, il responsabile di Nomisma-Wine Monitor propone il confronto tra i rossi Dop più esportati. Nel solo 2018, l'Asia orientale ha importato 93 milioni di bottiglie di Bordeaux, per 864 milioni di euro, rispetto al complesso dei rossi di Toscana, Piemonte e Veneto che hanno di poco superato i 13 milioni di bottiglie, per un valore di 77 milioni di euro.

VINITALY E LA ROTTA ASIATICA

*“La fatica nei bilanci dei nostri vini fermi” è la lettura di Giovanni Mantovani “deriva in buona parte dal mancato salto di qualità laddove la domanda è cresciuta di più. Ma, in questa analisi, noi guardiamo al bicchiere mezzo pieno. Abbiamo i numeri, la qualità e il fascino per penetrare un mercato gigantesco, ma non servono proclami e solitarie fughe in avanti. Bisogna capire che oggi per contrastare vecchi e nuovi competitor non serve più marciare in ordine sparso, bisogna correre in un'unica direzione e con un brand in grado di aprire la strada”. L'obiettivo a breve termine di Veronafiere è realizzare, sul mercato cinese, una piattaforma fieristica di proprietà che riguardi il settore vitivinicolo, ma anche gli altri asset dell'ente veronese: agritech, design e marmo. “Nel nuovo piano industriale” rivela il dg di Veronafiere “abbiamo stanziato cento milioni di euro che, tra le altre cose, ci permetteranno di esordire nel 2020 in Cina con un appuntamento fieristico a tema Italia che, grazie alla partnership con un importante player locale, ci permetterà di supportare la promozione del nostro vino in tutta l'Asia. Nel 2022, finalizzeremo la stessa operazione anche negli Usa, andando a completare quel progetto che quest'anno ha visto il debutto in Brasile con Wine South America”. Intanto, però, si guarda all'ormai imminente appuntamento con il Salone del Vino, dove saranno più di 5.500 gli operatori provenienti dal Far East. Per il presidente di Veronafiere, **Maurizio Danese**: “La lunga marcia italiana verso l'Asia si è rivelata in questi anni ancora più faticosa per la mancanza di una vera regia di sistema Paese. Ma dal punto di vista commerciale, la Cina e tutto il Far East offrono grandi opportunità per il made in Italy anche per la complementarità delle produzioni”.*

E il futuro potrebbe sorridere proprio alle denominazioni italiane. Le potenzialità dei mercati asiatici si traducono, infatti, in potenzialità per il vino tricolore.



Nella foto, da sinistra, Luciano Ferraro (giornalista del Corriere della Sera, e moderatore della conferenza stampa di presentazione del Vinitaly 2019, tenutasi all'Auditorium di via Veneto, a Roma), Denis Pantini (responsabile Nomisma-Wine Monitor), Maurizio Danese (presidente di Veronafiere), Giovanni Mantovani (ceo di Veronafiere), Roberto Luongo (direttore dell'Agenzia Ice).

Il Vinitaly 53, dallo scorso novembre, è sold out, nonostante l'aumento della superficie netta disponibile decisa dall'ente organizzatore. Lo scorso anno i visitatori registrati furono 128 mila da 143 nazioni, con un aumento dei buyer esteri accreditati del 6%, con 32 mila presenze.

L'Osservatorio Vinitaly-Nomisma stima una crescita nei prossimi cinque anni fino all'8% in Cina, dall'1% al 2,5% in Giappone (complice l'accordo di partenariato economico con l'Ue), dal 5,5% al 7,5% in Corea del Sud e dal 3% al 4,5% a Hong Kong. *“In passato sono stati fatti tanti errori promozionali in questi mercati”* chiosa Pantini *“ma se adesso vogliamo finalmente dare il colpo di reni è necessario qualche investimento in più”*. ❖

A Verona focus sul mercato domestico

Oltre alla rotta asiatica, quest'anno Vinitaly vuole tornare a puntare l'attenzione sull'Italia, che rimane uno dei principali mercati al mondo. Motivo per cui il dibattito inaugurale del Salone (domenica 7 aprile, ore 11.30) sarà dedicato ai consumi italiani: numeri, occasioni, trend e preferenza in un'indagine condotta su un campione rappresentativo della popolazione a cura dell'Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor. Con focus su sei regioni (Piemonte, Lombardia, Veneto, Toscana, Campania e Sicilia) e 3 città (Milano, Roma, Napoli).

ROSA E AUTOCTONO. LE DOP ITALIANE FANNO SQUADRA

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Promozione e marketing, analisi di mercato, ricerca e cultura del vino. L'Istituto costituito a Roma concretizza l'impegno del Patto tra sei consorzi, presentato un anno fa al Vinitaly. Tuttavia gli unici dati disponibili ce li danno i francesi, che considerano la realtà italiana una nicchia con ampi margini di crescita

Lasciamo perdere i paragoni con la Francia, primo consumatore al mondo di rosati, dove tre bottiglie acquistate su dieci sono rosa. Lasciamo perdere i confronti con la Provenza, regione francese che di rosato produce da sola ben 165 milioni di bottiglie l'anno. Mettiamo da parte anche i paragoni coi transalpini negli Stati Uniti, dove, alla voce quote di mercato, l'Italia perde con percentuali rugbistiche: 78 a 9. La realtà è che il rosato Made in Italy rappresenta ancora una nicchia.

Qualche numero? Sui 20 milioni di ettolitri di vino rosato prodotti ogni anno a livello mondiale, l'Italia ne rappresenta appena il 10%, con la Francia al 28%, davanti a Stati Uniti (17%) e Spagna (15%). Sui 23,4 milioni di ettolitri consumati globalmente, il Belpaese è quarto in classifica, con appena il 5% delle quote, dietro Francia (36%), Stati Uniti (15%) e Germania (7%).

IL ROSATO ITALIANO SECONDO I FRANCESI

Non esistono in Italia dati certi e analisi di mercato approfonditi sul mondo del rosato e le cifre arrivano dal Consorzio interprofessionale dei vini di Provenza (Civp) e da France Agrimer, tra le poche fonti autorevoli per questa tipologia che, con gli ultimi dati del 2017, fanno sapere che nel nostro Paese il trend risulta ribassista per la produzione (come accade ormai dal 2010), stabile per le esportazioni e in lieve calo per i consumi. L'Italia, pessimo importatore (non è nemmeno nella top 10), è invece tra i principali esportatori mondiali di rosati, col 16% sui 10,3 milioni di ettolitri scambiati a livello internazionale, dietro l'innarrivabile Spagna (42%), ma davanti a Francia (leader a valore) e Stati Uniti. Proprio l'Italia, negli ultimi anni, sottolinea il Civp, ha fatto notevoli passi avanti sul fronte qualitativo, spostando le produzioni verso vini di fascia più alta, grazie a progetti ambiziosi come inaugurati sul Garda dal Consorzio del Bardolino, protagonista della "rosé revolution" del 2014, a cui si affiancano i lavori di valorizzazione degli autoctoni su cui da tempo crede il Consorzio Valtènesi e, più a sud, dall'impegno dell'Abruzzo e della Puglia, storica >>

Il gigante Provenza

Tra Côtes de Provence, Coteaux d'Aix-en-Provence e Coteaux Varois en Provence, il gigante francese dei rosé ha totalizzato nel 2018 una produzione di 1,24 milioni di ettolitri, equivalenti a 165 milioni di bottiglie. La superficie vitata disponibile è di 27.221 ettari, comprendente tre regioni: Var, Bouches-du-Rhône, Alpes-Maritimes. I volumi sono così suddivisi: 90% rosé (1,1 mln hl), 6% rosso (70 mila hl) e 4% blanc (50 mila hl). La filiera comprende 549 produttori (di cui 63 cantine cooperative) e cento aziende che commercializzano il vino.

Rosautoctono in cifre

consorzi	i vini	uva	bottiglie
Bardolino	Chiaretto di Bardolino	Corvina	9,5 milioni
Valtènesi	Valtènesi Chiaretto	Groppello	2,5 milioni
Vini d'Abruzzo	Cerasuolo d'Abruzzo	Montepulciano	6,2 milioni
Castel del Monte	Castel del Monte e Bombino Nero	Bombino nero	1,5 milioni
Salice Salentino	Salice Salentino	Negroamaro	140 mila
Cirò e Melissa	Cirò	Gaglioppo	1 milione

fonte: elaborazione Tre Bicchieri su dati dei Consorzi di tutela e Organismi di certificazione

» regione produttrice, per la promozione dei propri vini con vitigni locali, dalle Murge al Salento.

IL NEO ISTITUTO

I passi in avanti del rosato italiano sono direttamente collegati all'idea di creare un centro del rosato autoctono. Progetto annunciato un anno fa al Vinitaly di Verona, che ha trovato concretezza a Roma, nella sede del Mipaaf-Ministero per le Politiche agricole, alimentari e forestali e del Turismo, dove è stata firmata la costituzione di *Rosautoctono*, l'Istituto del vino rosa autoctono italiano. Si badi bene: "vino rosa", non rosato né, tantomeno, rosé. Una squadra di sei (Chiaretto di Bardolino, Valtènesi Chiaretto, Cerasuolo d'Abruzzo, Castel del Monte e Bombino Nero, Salice Salentino, Cirò) che ha deciso di formalizzare la costituzione di un consorzio di secondo livello, con funzioni di promozione e valorizzazione per questa tipologia.

Franco Cristoforetti (presidente del Consorzio Bardolino) è stato nominato presidente dell'Istituto, che avrà la sua sede negli uffici della Federdoc, a Roma. L'ingresso nella compagine è consentito a quei consorzi che tutelano una varietà di vino rosa derivante prevalentemente da uve autoctone a bacca nera (un Prosecco rosé da Glera e Pinot

Nero non sarebbe ammesso), senza distinzioni sul metodo di produzione, che può derivare dal salasso (più diffuso al centro sud) o dalla pressatura soffice (prevalente nel Nord). Entro il 2019, grazie ai dati messi a disposizione dai rispettivi organismi di controllo e certificazione (tra cui Valortalia, Siquiria, Agroqualità, Camera di commercio di Brindisi), nascerà un apposito Osservatorio, fondamentale per conoscere e condividere i dati produttivi, in funzione delle strategie sui mercati. Sul fronte dei finanziamenti, ad oggi l'istituto si avvale dei soli contributi dei sei consorzi fondatori, ma l'obiettivo è sviluppare delle partnership che consentano di arrivare al 2020 con molte più risorse, comprese quelle europee dell'Ocm vino. La prima azione congiunta è annunciata all'imminente Vinitaly di Verona con uno stand comune, sulla scia del patto di un anno fa (Padiglione 4). Mentre, per ora, resta indefinito il logo di Rosautoctono, che sarà creato entro i prossimi mesi, ed è allo studio un sito internet dedicato, ma anche un evento itinerante per celebrare il vino rosa italiano. Ma - cosa più importante - inizierà a breve il dialogo con le istituzioni per far sì che l'Agenzia delle Dogane assegni una specifica nomenclatura combinata per i vini rosa, in modo da tracciare volumi e destinazioni sui mercati, distinguendoli dai rossi. »



Da sinistra: Luigi Cataldi Madonna (Consorzio Vini d'Abruzzo e vice presidente vicario di Rosautoctono), Sebastiano De Corato (Consorzio Castel del Monte), Valentino Di Campli (Consorzio Vini d'Abruzzo), Damiano Reale (Consorzio Salice Salentino e vice presidente di Rosautoctono), Franco Cristoforetti (Consorzio del Bardolino e presidente di Rosautoctono), Alessandro Luzzago (Consorzio Valtènesi), Dario Stefano (Senatore della Repubblica), Francesco Liantonio (Consorzio Castel del Monte), Raffaele Librandi (Consorzio Cirò e Melissa), Francesco D'Agostino (direttore di Cucina & Vini)

Vi aspetta al Vinitaly dal 7 al 10 aprile 2019



APPUNTAMENTI GAMBERO ROSSO

Degustazione

trebicchieri 2019 

Domenica 7 aprile | h: 11:30 - 16:30
Sala Argento | Palaexpo | ingresso A2 | Piano -1



Presentazione del volume

**DIZIONARIO DEI VINI
E VITIGNI D'ITALIA**
italiano-cinese

Lunedì 8 aprile | h: 11:00
Sala degustazioni B | pad. 10 | Piano 1



Presentazione della guida

OLI D'ITALIA 2019
in collaborazione con Unaprol

Lunedì 8 aprile | h: 15:00
Sala Salieri | Palaexpo | Piano -1



Presentazione della guida web

PUGLIA 2019
I MIGLIORI INDIRIZZI ENOGASTRONOMICI
DELLA REGIONE

Martedì 9 aprile | h: 11:30
Sala Convegni | Stand Regione Puglia | pad. 11

Presso lo stand del Gambero Rosso (PAD 9 Toscana - C16) assaggi e degustazioni,
vendita delle pubblicazioni 2019, iniziative e incontri in collaborazione con i nostri partner:

» I SEI CONSORZI

L'istituto Rosautoctono oggi rappresenta circa 20 milioni di bottiglie, tutela e promuove sei vini da vitigni a bacca nera: Gropello, Corvina, Montepulciano, Negroamaro, Bombino nero e Gaglioppo. Ma punta ad accreditarsi come riferimento nazionale. "Questa è una giornata storica ed è nostra intenzione far sì che l'ente sia in grado di parlare a 360 gradi" sottolinea Cristoforetti "con tutti gli attori della filiera, per creare una cultura del vino rosa. Vogliamo vedere in positivo quel 6% di quota di mercato sui consumi interni. C'è una prateria da conquistare. E per farlo dobbiamo partire dalla cultura e soprattutto dall'orgoglio dei produttori. Ricordo che abbiamo passato un decennio in cui le bottiglie le abbiamo quasi nascoste in cantina". I pregiudizi li ricorda bene il vulcanico **Luigi Cataldi Madonna**, vice presidente di Rosautoctono e delegato per il Consorzio Vini d'Abruzzo, a cui si deve l'idea di dar vita a un unico ente da Nord a Sud: "L'Italia fa il vino rosa ma non lo vende bene perché lo ha fatto, fino a non molto tempo fa, con gli avanzi di cantina. Questo è un prezzo che stiamo pagando ancora. Il vino rosa, al contrario, si fa con le migliori uve aziendali".

Sebastiano De Corato, consigliere del Consorzio Castel del Monte, con la sua cantina Rivera, ha vissuto le trasformazioni di questi decenni: "C'è ancora una certa ignoranza su questa tipologia, considerata una via di mezzo e con poca personalità. Tuttavia, abbiamo notato un risveglio del mercato e dei produttori pugliesi, che hanno preso fiducia, iniziando a imbottigliare. Ritengo che il momento sia quello giusto". Speranze di crescita che nutre anche **Damiano Reale**, vice presidente di Rosautoctono, alla guida del Consorzio del Salice Salentino, una realtà che produce appena 140 mila bottiglie di Doc Salice Salentino Rosato, ma che potrebbe fare molto di più: "Il nostro disciplinare è particolarmente restrittivo e severo e questo induce molte aziende a rivendicare l'Igt Salento, anche per questioni di marketing. Il nome Salento

in etichetta è ritenuto più spendibile sul mercato". Il risultato è che di Igt Salento se ne producono ben 6,8 milioni di bottiglie ma non possono rientrare nella galassia di Rosautoctono, a meno che non venga costituito un consorzio dell'Igt Salento. "La nascita dell'istituto" aggiunge Reale "è da stimolo anche per il nostro territorio che dovrà affrontare nel giusto modo i temi dell'eccessiva cessione di vino sfuso e della valorizzazione delle Doc territoriali".

Gli stimoli a fare sempre meglio sono l'anima che ha mosso in questi anni la Doc Valtènesi, e il suo Chiaretto, protagonista di una crescita notevole, se si pensa che da 1,2 milioni di bottiglie di pochi anni fa è arrivato a sfiorare i 2 milioni di bottiglie nel 2018, con stime superiori considerando l'ultima abbondante vendemmia. **Alessandro Luzzago**, che presiede il consorzio di tutela, vede in Rosautoctono un trampolino di lancio verso mercati meno battuti come gli Stati Uniti, ma non solo: "Non nasciamo per fare la mera promozione di sei Doc, ma per realizzare un lungo lavoro di ricerca, confronto, creazione di una cultura, compresa la formazione di degustatori di vino rosa. La filiera italiana ha fiducia anche perché ha visto che se si presenta unita crea maggiore interesse". Il Consorzio bresciano oggi vinifica in rosa il 50% delle produzioni. L'intenzione è "portare il Valtènesi Chiaretto al 75% della denominazione nel giro di tre o cinque anni", sottolinea Luzzago. Senza rinunciare al lavoro sulla qualità: "I produttori hanno sviluppato una consapevolezza del lavoro necessario per ottenere buoni rosati dalla vigna alla cantina. Da noi" conclude "c'è una vigna per il rosso e una vigna per il rosa. E questo va spiegato e comunicato al meglio, a partire dal settore dell'Horeca".

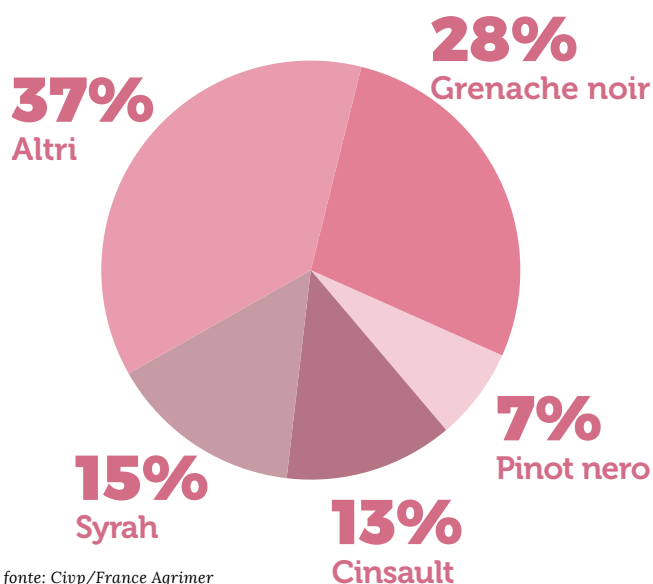
Le attese sono tante anche tra i produttori della Calabria (new entry del gruppo) e, in particolare, dell'area crotonese del Cirò, dove oggi si produce oltre un milione di bottiglie di rosato da uve Gaglioppo. Il presidente del Consorzio delle Doc Cirò e Melissa, **Raffaele Librandi**, guarda alla »

Il rosato in Gdo (dati IRI 2018)

	Vendite in volume (litri)	Var. % volume	Vendite in valore (euro)	Var. % valore	Prezzo medio litro	Var. % prezzo
Tot Rosso Frizzante	40.710.689	-2,8	118.058.360	2,2	2,90	5,2
Tot Bianco Fermo	225.497.948	-3,5	647.750.168	3,9	2,87	7,7
Tot Bianco Frizzante	39.834.552	-4,0	138.933.082	0	3,49	4,1
Tot Rosso Fermo	279.584.176	-5,2	907.030.608	2,7	3,24	8,4
Tot Rosato Fermo	26.384.680	-5,8	66.796.341	4,9	2,53	11,4
Tot Rosato Frizzante	7.425.513	-6,6	23.865.177	-2,5	3,21	4,4
Champagne/spumante	69.553.713	2,1	492.664.510	5,1	7,08	3,0

fonte: Infoscan Census®: totale Italia Ipermercati+Supermercati+Libero Servizio Piccolo+Discount
Anno terminante 30 dicembre 2018 (AT gennaio 2019 per Champagne e Spumanti)

Consumo mondiale rosati per vitigno



fonte: Civp/France Agrimer

» possibile spinta che il neonato istituto saprà dare e non esclude che i volumi possano presto raddoppiare, arrivando a 2 milioni di bottiglie: “Vediamo potenzialità all'estero, come Svizzera e Germania, ma riteniamo che anche in Italia ci siano ottime prospettive. Per la Calabria, il rosato è sempre stato un vino importante, tradizionalmente prodotto col salasso, anche se abbiamo notato uno spostamento di alcune aziende verso la tecnica della macerazione breve sulle bucce”. Il disciplinare, oggi, non fornisce indicazioni né limita i colori del Cirò e questo potrebbe influire sull'indeterminatezza dello stile del vino rosa calabrese.

Il Cerasuolo d'Abruzzo, tutelato dal consorzio guidato da **Valentino Di Campli**, può vantare la prima Doc italiana interamente dedicata al vino rosa. Dalle uve Montepulciano nascono oggi 6,2 milioni di bottiglie annue: “Ci abbiamo creduto da sempre” dice Di Campli “e raccogliamo con entusiasmo questa idea che dà all'Italia migliori prospettive di riconoscibilità e di crescita”. **Francesco Liantonio**, presidente della Doc Castel del Monte, ripete per diverse volte la parola “finalmente”, perché “con questo istituto mi auguro si creino i presupposti per consolidare il mercato e far sì che il vino rosa italiano non sia qualcosa di astratto. È autentico, può parlare ai giovani, alle donne, e aprire interessanti prospettive commerciali. Dovremo fare sperimentazione e formazione” aggiunge “stimolando il confronto affinché questa tipologia non sia una cenerentola. L'Italia non è da meno rispetto ai francesi e può dire la sua grazie alle tante sfumature di rosa da Nord a Sud”.

Il ministro per le Politiche agricole, Gian Marco Centinatio, ha salutato con favore la nascita di Rosautoctono. E lo ha fatto attraverso il messaggio di **Luciano Nieto**, capo segreteria tecnica del ministro: “Fare sistema in Italia è molto difficile e quando si decide di farlo non possiamo che fare i complimenti”. ❖

SOFTWARE E SERVIZI
PER LE IMPRESE DEL VINO

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

ENOLOGIA

sistemi

VIENI A TROVARCI
AL VINITALY

SIAMO NEL PADIGLIONE PIEMONTE
STAND H2

 **sistemi**[®]
Professione Informatica