



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

MARKETING TERRITORIALE. IL VINO SALE IN CATTEDRA

PANTELLERIA

Quattro giorni di fuoco fanno fuori il 30% dell'isola. Danni anche ai vigneti

pag. 2

SPARKLING

Parte il progetto Bollicine del Lazio: Bellone e Roscetto i vitigni su cui scommettere

pag. 2

CONSORZI

Eletto il nuovo cda del Brunello. Cencioni tra i più gettonati per la presidenza

pag. 4

MARKETING

Se il vino investe sui territori genera valore aggiunto. Alcuni esempi italiani

pag. 12

ROADSHOW

Con Singapore, Manila e Bangkok si chiude il tour del Gambero Rosso. Il bilancio

pag. 16



Giorni di fuoco a Pantelleria: in fumo oltre 600 ettari. Contenuti i danni alla viticoltura

di **Andrea Gabbrielli**

Le prime stime dell'incendio che ha devastato Pantelleria per quattro giorni parlano di almeno 600 ettari andati in fumo, ma probabilmente sono molti di più visto che ha toccato un terzo della superficie dell'isola. In questo quadro che ha profondamente modificato il territorio pantesco, il produttore Salvatore Murana ha parlato di *"paesaggio spettrale"*. I danni alla viticoltura sono stati abbastanza contenuti, tenendo conto dell'ampiezza del fronte del fuoco. Le grandi aree vitate di Kamma, Ghirlanda, Gadir, Bukkuram e Campobello sono state risparmiate. Non è andata altrettanto bene ai vigneti di Serraglia, Montagnole, Barone e ai cappereti sparsi in queste zone. Effetti del fuoco differenti tra i vigneti coltivati, e



quindi curati, e quelli in parte abbandonati: questi ultimi hanno sempre avuto la peggio. I boschi di pini e lecci della Montagna Grande sono irrimediabilmente perduti all'80%. Buona parte dei frequentatissimi sentieri, dove migliaia di persone hanno fatto trekking, sono impraticabili. Antonio D'Aiotti, enologo pantesco, ricorda che *"un evento distruttivo così vasto a Pantelleria ci fu nel 1958-1959. Ciò vuol dire che per ricostituire la vegetazione ci vorranno almeno 70 anni"*. Il sindaco di Pantelleria, Salvatore Gino Gabriele, dopo aver denunciato l'origine dolosa dell'incendio, ha chiesto lo stato di calamità naturale. Il Parco, nonostante tutto, si farà e la pratica agricola della coltivazione della vite ad alberello, dichiarata dall'Unesco Patrimonio Mondiale dell'Umanità, continuerà.

Parte il progetto "Bollicine del Lazio". I vitigni più vocati? Roschetto e Bellone

Il momento è buono per gli spumanti. È questa particolare tipologia di vino che sta determinando, per ora, i grandi trend di mercato, soprattutto all'estero. E anche la Regione Lazio raccoglie la sfida lanciando il progetto "Bollicine del Lazio", presentato a Roma durante la manifestazione "This is food" dal governatore, Nicola Zingaretti, e dall'assessore all'Agricoltura, Carlo Hausmann, che illustra gli obiettivi: *"Far vedere al resto del mondo qual è lo spumante del Lazio e soprattutto come si può impiegare nella ristorazione, come può entrare nelle carte dei vini di ristoranti, wine-bar, negli aperitivi e nel consumo familiare"*. Quindici le tipologie presenti all'evento: *"Siamo partiti un po' dopo, a causa di un grande dibattito su quali vitigni potessero dare dei grandi spumanti"*, ha aggiunto Hausmann. E la ricerca, ha cui hanno colla-



borato anche enti universitari, si è concentrata su due uve in particolare. Per il nord, il Roschetto: *"Una sorta di Grechetto un po' più colorato che dà spumanti di grandissima qualità"*; per il sud, il Bellone: *"Ormai il principale dei nostri bianchi autoctoni per base spumante"*, ha concluso Hausmann.

Dal canto suo, il governatore Zingaretti guarda alle strategie promozionali: *"Tendenzialmente è un prodotto poco conosciuto ma di grande valore. E porteremo Bollicine del Lazio in tutta Italia e nei ristoranti e alberghi di Roma, affinché chi arriva qui da Usa o Germania trovi le bollicine della nostra regione"*.

VINI&SCIENZA. ABOLIAMO LE "ANNATE STORICHE"

Negli anni '60, alcuni eventi sportivi (pugilato, calcio, etc.) erano comunicati dai media come eventi del secolo. L'aggettivo "storico" ha accompagnato con sempre più frequenza anche altri avvenimenti della quotidianità. Ci siamo così accorti di essere circondati da momenti storici, ma questo abuso è diventato così disinvolto da neutralizzarne il significato. Questa fretta nel definire storico un evento è contraria alla sedimentazione che i fatti devono avere per entrare dopo un certo tempo nella storia. Non dovremmo essere noi contemporanei a sanzionarne il valore. Invece, ci precipitiamo a definirli tali come se avessimo paura che i posteri se ne dimenticheranno. Non solo: ci fanno percepire che la nostra vita è al centro della storia, perché la storia è entrata anche nella vita privata. Gli eventi che avvenivano per la prima volta nella vita (primo bacio, primo tradimento, primo giorno di scuola), nel clima di rappresentazione storica che ci circonda, li viviamo ora come fatti epocali. Scriviamo con enfasi sui social e senza distinzione di epoche, latitudini, età; ci sentiamo di contribuire alla storia per passare alla storia. Come non facciamo a essere sospettosi quando ci raccontano che l'annata appena trascorsa (alcuni lo fanno prima di vendemmia) è per il vino quella storica? Quando in passato le grandi annate erano, forse, una o due in un decennio e ora, malgrado condizioni climatiche sempre più difficili, sono tutte da ricordare. L'assuefazione ci porterà a credere che quel vino, anno dopo anno, non passerà alla storia e ci volteremo da una parte e adatteremo il principio di precauzione nell'accogliere i giudizi di produttori e tecnici. La moda della classificazione qualitativa delle annate è iniziata a Bordeaux con le vendite "en primeur", quando bisognava dare un valore al vino molto prima della sua messa in commercio. E se a Bordeaux la classificazione dell'annata non si fa più, è molto seguita nelle anteprime toscane. Quando ci lamentiamo che, rispetto al consumatore francese, l'italiano non dà un valore diverso ai vini provenienti dai vari millesimi, dobbiamo tutti – produttori e media – fare autocritica alla nostra superficialità e frettolosità. Aboliamo dal vocabolario enoico "le annate storiche"!



Attilio Scienza Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

Meno alcolici tra i teenager europei. Si sposta in avanti l'età della prima sbronza



Si alza l'età della prima sbronza. E cala del 30% in Italia e in Europa il consumo di alcol tra i giovanissimi (11-13 anni), che scelgono di bere solo una volta a settimana. È il risultato di uno studio illustrato all'Ansa dal parlamentare europeo Herert Dorfmann (Svp-Ppe), presidente dell'intergruppo vino all'Assemblea europea. Merito dei programmi educativi? "I programmi educativi e la prevenzione premiano" ha detto Dorfmann "bisogna quindi continuare su questa strada". **Il cambiamento di rotta riguarda quasi tutti gli Stati membri dell'Ue**, ad ecce-

zione dei Paesi nordici come Lituania ed Estonia. In generale sul territorio comunitario, tra il 2002 il 2014, si è registrato un calo netto del consumo settimanale di bevande alcoliche: -51% tra i bambini di 11 anni; -49% tra i tredicenni

e -38% tra i quindicenni. Ma cosa preferiscono bere i quindicenni? Il sondaggio mostra che ai ragazzi piace soprattutto la birra seguita da alcolici e alcopops (limonate e bibite gassate con l'aggiunta di alcol), e a ruota il vino.

Stefano: "La sfida contro gli abusi si vince investendo in storia e cultura del vino"

"Per consegnare ai giovani un patrimonio di conoscenze identitarie ma anche per ridurre i rischi di abuso dell'alcol c'è bisogno di affiancare al sistema produttivo, una dimensione educativa e pedagogica, come hanno fatto già da tempo i nostri cugini francesi". È la ricetta di



Dario Stefano, componente della Commissione agricoltura al Senato e firmatario del ddl che istituisce la "Storia e civiltà del vino" nelle scuole dell'obbligo, che invita a "recuperare storia e cultura enologica per irrobustire il bagaglio di conoscenze primarie dei ragazzi. Avremo vinto la sfida se riusciremo a far comprendere che sono più importanti l'anima e la storia di un bicchiere di vino rispetto all'ebbrezza di tanti bicchieri di alcolici".

Il Prosecco Doc punta sulla certificazione Equalitas

Per ora è una certificazione volontaria, ma il Consorzio del Prosecco Doc la vorrebbe rendere obbligatoria, perché presentarsi con il biglietto da visita di Equalitas potrebbe dare quel più al prodotto e al territorio. Puntando, certamente, sulla sostenibilità della filiera, che sarà sottoposta a criteri di valutazione prima di tutto economici, ad esempio in relazione ai tempi di pagamento con fornitori o con i dipendenti, poi ambientali, sul fronte del biologico o dell'uso di sistemi di difesa integrata, ma anche sociali, legati al rapporto tra l'azienda vitivinicola e l'intera comunità. Il progetto Equalitas, che è stato presentato allo scorso Vinitaly, vede in campo Gambero Rosso, Federdoc, Uiv, Csqa Valoritalia e 3A Vino. Per il presidente del Consorzio, Stefano Zanette (nella foto con Maria Chiara Ferrarese, direttore tecnico di Equalitas), rappresenta una strada da percorrere, uno standard da rispettare, un marchio da mostrare, un salto qualitativo soprattutto in un maxi distretto interregionale come quello del Prosecco che oggi ha raggiunto i 3,4 milioni di ettolitri di vino.



Montalcino, nuovo cda per il Consorzio del Brunello

Il Consorzio del Brunello di Montalcino ha un nuovo consiglio di amministrazione. I 15 componenti, su 24 candidati totali, sono stati eletti in rappresentanza degli imbottiglieri (11), vinificatori (2) e viticoltori (2). Ecco i nominativi dei nuovi consiglieri: Patrizio Cencioni, Riccardo Talenti, Tommaso Cortonesi, Emilia Nardi, Elisa Fanti, Elia Palazzesi, Ferruccio Ricci, Fabian Schwarz, Adriano Rubegni, Angelo Zannoni, Gianni Bernazzi, Simone Pallesi, Maria Allegrini, Andrea Marchetti, Stefano Cinelli Colombini. Ci sono ora 20 giorni di tempo per scegliere, tra i 15 componenti nominati, il nuovo presidente del Consorzio che prenderà il posto di Fabrizio Bindocci, e i tre vicepresidenti, che resteranno in carica per il prossimo triennio. Tra i papabili si fanno i nomi di Cencioni che è stato vice presidente, ma anche della giovane Elisa Fanti, possibile outsider. – G. A.



Un grande vigneto urbano a Frascati. E l'8 giugno il Consorzio elegge il presidente

Cinque ettari di vigneto nel cuore della città di Frascati, per produrre vino Docg a poche centinaia di metri dalla cattedrale di San Pietro Apostolo. **Potrebbero vedere la luce nel 2020 le prime bottiglie** dell'azienda agricola



ph Berthold Werner/wikimedia

Villa Simone, che ha deciso di recuperare un terreno incolto di 11 ettari e di mettere in piedi il vigneto urbano più grande d'Italia, con funzioni anche didattiche ed enoturistiche, investendo sul vitigno Malvasia del Lazio, in purezza previsto dal disciplinare del Consorzio, che il prossimo 8 giugno rinnoverà le più alte cariche, dopo aver eletto i 13 componenti del cda nelle tre categorie vinificatori, imbottiglieri e produttori. L'attuale presidente pro-tempore è Paolo Stramacci, che ha preso il posto del dimissionario Mauro De Angelis. Il nuovo cda è così composto: Pietra Porzia, Villa Simone, Conte Zandotti, Villafranca, Fontana Candida, San Marco, Gotto d'Oro, Alma Vini, Oreste Molinari, Paolo Stramacci, Il Casaleto di Andrea Evangelisti, Francesco Lilli e Barbara Jannoni Sebastianini.

An advertisement for Ponte wine. It features a large, dark green bottle of wine with a gold foil top. The bottle is angled diagonally across the frame. The text 'PONTE' is prominently displayed in large, white, serif letters at the top. Below it, in smaller yellow letters, is 'UOMINI E VIGNE DAL 1948'. To the left of the bottle, the words 'RISPETTO', 'IMPEGNO', 'PASSIONE', 'QUALITÀ', and 'VALORI' are stacked vertically in a light grey, sans-serif font. At the bottom of the bottle, the text 'www.viticoltoriponte.it' is written in white, following the curve of the bottle. In the bottom right corner of the advertisement, there is a small vertical text: 'comunicazione: www.francesconalodi.com'. At the very bottom, there is a black box with white text: 'VITICOLTORI PONTE SRL', '31047 PONTE DI PIAVE (TV)', and 'TEL +39 0422 858211'. The bottom left corner of the advertisement shows the label of the wine, which includes 'PROSECCO', 'Denominazione di Origine Controllata', 'TREVISO', and 'EXTRA DRY'.

Cantine Aperte 2016, sfiorato il milione di presenze in tutta Italia

Ha sfiorato il milione di persone il week end di Cantine Aperte. L'edizione 2016, come sempre promossa dal Movimento Turismo del Vino, è stata solo in parte condizionata dal maltempo

nel nord e nel centro Ita-

lia. Il presidente Carlo Pietrasanta è complessivamente soddisfatto dei risultati ottenuti, anche sulla rete, dal momento che **#CantineAperte2016** è stato

il secondo 'trending topic' sul canale Twitter di domenica 29 maggio.

“Non solo le famiglie ma anche i giovani attraverso il vino mostrano sempre più un inedito interesse verso l'agricoltura” sottolinea Pietrasanta *“anche come sbocco professionale. Cantine Aperte ha dimostrato oggi più che mai il valore aggiunto dei propri territori vinicoli e dei suoi paesaggi”*.



Montefalco, operative le novità al disciplinare di produzione



Operative dalla prossima vendemmia le novità al disciplinare del Montefalco Doc, dopo la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale. Il Grechetto, varietà bianca, entra nei vini del territorio e sarà utilizzato per produrre il Montefalco Grechetto (con percentuali superiori all'85%), assieme ad altre uve bianche non aromatiche, approvate dalla Regione Umbria. **Cambia anche il Montefalco Bianco Doc, col Trebbiano Toscano che cede il posto al Trebbiano Spoletino**, considerato più qualitativo, con caratteristiche superiori agli altri trebbiani, e che dovrà essere utilizzato in percentuali non inferiori al 50%. Per quanto riguarda il Montefalco rosso Doc e la riserva, non è più obbligatorio il terzo vitigno a bacca rossa, ma è facoltativo per consentire ai produttori di concentrarsi su vitigni del territorio: Sangiovese (60-80%) e Sagrantino (10-25%). L'imbottigliamento è obbligatorio nella zona di produzione.



Zona per Zona. Vino per Vino.

www.kellerei-kurtatsch.it

Val delle Rose, nuova veste "enoturistica" per l'anima artigiana della famiglia Cecchi

a cura di Stefania Annese

Più di 150 ettari vitati e una produzione che raggiunge quasi le 200 mila bottiglie annue. Val delle Rose è l'anima artigiana della Famiglia Cecchi, dove la tecnologia avanzata assicura un'eccellente lavorazione delle uve e una peculiare cura in tutta la filiera produttiva. La famiglia acquista la tenuta maremmana nel 1996, ben 20 anni fa nel terroir elettivo del Morellino di Scansano. All'inizio si contavano solo 25 ettari allevati a sangiovese e cabernet sauvignon; oggi, tra le varietà si coltivano merlot, colorino, petit verdot e una superficie sempre più importante di vermentino. Questi vitigni danno vita a etichette come Morellino di Scansano Docg, Morellino di Scansano Riserva Poggio al Leone Docg, Maremma Toscana Aurelio Doc e Maremma Toscana Litorale Doc. Da queste vigne della Maremma provengono anche le percentuali di petit verdot e merlot che andranno

a confezionare il vino di punta dell'azienda: il Coevo.

"Siamo stati fra i primi ad arrivare in Maremma nel 1996, quando acquistammo 25 ettari di terreni vitati che oggi sono arrivati a 180", ricorda Andrea Cecchi alla guida dell'azienda con il fratello Cesare. "Abbiamo visto crescere questo territorio e le sue denominazioni e vorremmo dare un contributo a nostra firma. Con questo importante investimento, abbiamo voluto valorizzare questa terra e non solo, ci siamo dati come obiettivo quello di renderlo noto in tutto il mondo".

Oggi l'azienda apre le porte al pubblico degli enofili in una nuova veste, dove viticoltura e ospitalità vanno di pari passo per promuovere la conoscenza del territorio attraverso un concetto di enoturismo sempre più d'avanguardia. Val delle Rose inaugura la stagione estiva con quat-

tro appuntamenti di cinema, teatro, danza e musica. Gli ospiti potranno degustare quest'angolo di Maremma in aree dedicate all'ospitalità curate nei dettagli dall'architetto Luigi Fraga e sostare all'esterno tra piante autoctone, disposte in spazi studiati

per creare armonia e incantare lo spettatore. Ogni

mezzo mese un appuntamento: si parte da sabato

18 giugno con la proiezione del film Station to Station, per

terminare sabato 10 settembre con Musica

da Ripostiglio, serata di musica swing dalle influenze

franco-gitane. "Ci piace pensare a Val delle Rose come luogo d'incontro" afferma

il dg Leonardo Raspini "e abbiamo pensato a questo calendario di appuntamenti proprio per dare altra vita a un luogo che deve

essere conosciuto e contaminato al fine di renderlo vivo al di là del vino".



NEVADA®
WWW.NEVADAEUROPE.COM

YouWine Shop
The best choice for your wine
WWW.YOUWINE.IT

VINUMdesign
WWW.VINUMDESIGN.IT

Personalizza la tua cantina!

Scegli colore, rivestimento, maniglie e molto altro ancora.



Gamma Color
Tabella Ral
- Opaco lucido
- Metallizzato



Gamma Wood
Essenza legno
- Legno Pregiato



Gamma Inox
Acciaio Aisi

Inox Satinato

Inox Specchio

Corten

IL PUNTO DI RIFERIMENTO PER GLI AMANTI DEL VINO

800 177 552
www.youwine.it

E-commerce, Mezzacorona sbarca su Alibaba per vendere vino ai cinesi

Forse è internet il modo più veloce per vendere il vino ai cinesi. E così Mezzacorona, quarto player italiano con 175 milioni di ricavi 2015, inaugura su Tmall il suo flagship store (<https://mezzacorona.world.tmall.com/>), grazie all'intesa con Alibaba, gruppo cinese leader nell'e-commerce guidato da Jack Ma (a destra nella foto, col presidente Luca Rigotti e il dg Fabio Maccari) che ultimamente sta registrando margini migliori di Amazon ed eBay. Con bottiglie dai 20 euro in su (148 yuan), è la prima volta di una cantina italiana su Alibaba. *“Pensiamo possa essere il canale giusto e che dalla Cina possa venire una notevole spinta per Mezzacorona e per i vini italiani”*, ha detto Maccari, a Shanghai per il lancio ufficiale con Pirelli, Tod's e Maserati. *“Non facciamo previsioni in termini di volumi; è una scommessa per entrambi. Oggi in Cina il vino italiano è sotto-rappresentato, allo stesso tempo c'è un crescente interesse”*. – G. A.



Asta Bolaffi di Torino, raccolti 930 mila euro. Offerte anche dagli Usa

Ha raccolto complessivamente 930 mila euro, la quarta asta Bolaffi di vini rari e pregiati che si è tenuta, in collaborazione con Slow Food, lo scorso 26 maggio a Torino. In catalogo c'erano 862 bottiglie italiane e francesi: venduto il 90% dei lotti. Top lot è stata la selezione di 11 bottiglie del celebre Domaine de la Romanée Conti 1990, ceduta a 35 mila euro, oltre il doppio della base d'asta. Oltre alla offerte in sala, sono state parecchie quelle telefoniche da Stati Uniti, Danimarca, Svizzera e Austria.

Berlucchi, ricavi 2015 oltre i 40 milioni di euro. Si investe nella sostenibilità

Supera i 40 milioni di euro il fatturato 2015 di Berlucchi. La casa franciacortina segna +2,2% sui ricavi, con un utile netto di 4 milioni di euro. La performance, fa sapere l'azienda, è frutto del 2,6% registrato in Italia (oltre il 95% del mercato) e del -5,8% realizzato all'estero. La cantina, che **gestisce 85 ettari di proprietà e 400 in affitto, ha prodotto 4,2 milioni di bottiglie**. In aumento dell'11% l'horeca. I driver della crescita 2015 sono diversi. Nei 630 mila euro investiti sono rientrati la presenza a Expo, l'apertura nei week end (+40% di visitatori), così come l'inaugurazione di un wine bar monomarca all'interno della Galleria Vittorio Emanuele a Milano. Sul fronte sostenibilità: passati a bio tutti vigneti aziendali il prossimo anno sarà la volta di quelli dei conferitori. – G. A.

PARMA 10•11•12 giugno 2016

Con il patrocinio di:



GOLA
GOLA

Food and People

Festival

PARMA

Sabato 11
NOTTE
BIANCA dei
GOLOSI



SHOW COOKING • TALK SHOW • STREET FOOD
• MERCATO E DEGUSTAZIONI • ITINERARI
• CONCERTI • LABORATORI PER BAMBINI

www.golagolafestival.it

MAIN PARTNER

CREDIT SUISSE

PARTNER ISTITUZIONALI



PARTNER



MEDIA PARTNER



Canale 31

GAZZETTA DI PARMA

Sandro Boscaini "Mister Amarone" nominato Cavaliere del lavoro

C'è anche Mister Amarone nell'elenco dei 25 nuovi Cavalieri del lavoro nominati dal presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, su proposta del neo ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda. Il primo pensiero di Boscaini, che guida

Masi Agricola dal 1978, è per i suoi familiari "e alle generazioni dei Boscaini" dice "che mi hanno tramandato l'amore per il lavoro, la terra e il mondo del

vino". Il secondo pensiero va "a Verona, al Veneto e ai nostri valori, che ho cercato di esaltare internazionalmente con la mia attività e attraverso il binomio impresa/cultura. Lo dedico ai collaboratori del Gruppo Masi che come me lavorano con passione e a quanti credono che i risultati derivino dall'impegno e dalla professionalità".



supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,

Lorenzo Ruggeri, Attilio Scienza

foto

Consorzio Chianti Classico

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it | 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammico | 06.55112356

dammico@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi | 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

2 giugno

Congresso nazionale

Assoenologi

Verona

fino al 4 giugno

2 giugno

Vini nel Mondo

Spoletto (Pg)

fino al 5 giugno

vininelmondo.org

3 giugno

Roséxpo

salone internazionale

dei vini rosati

Castello Carlo V

Lecce

fino al 5 giugno

rosexpo.it

6 giugno

Emmentaler Dop

incontra la cucina italiana

La stanza del gusto

Napoli

tel. 081 401 578

fino al 12 giugno

7 giugno

Radici del Sud

fino al 13 giugno

radicidelsud.com

8 giugno

Cena "Il Rum è servito"

Palazzo Petrucci

Napoli

tel. 081 552 4068

10 giugno

Italia in Rosa

Moniga del Garda (Bs)

fino al 12 giugno

italiainrosa.it

11 giugno

Garganica

Gambellara (Vicenza)

fino al 12 giugno

13 giugno

Emmentaler Dop

incontra la cucina italiana

Ratanà

Milano

tel. 02 8712 8855

fino al 19 giugno

20 giugno

Bulles Expo

salone mondiale

dei vini effervescenti

Parigi

fino al 21 giugno

20 giugno

Emmentaler Dop

incontra la cucina italiana

Le tre zucche

Roma

tel. 06 556 0758

fino al 26 giugno

9 luglio

Prosa – Prosecco & Rosa

Ca' del Poggio

Ristorante & Resort

San Pietro di Feletto

(Treviso)

proseccoerosa.it

16 luglio

Collisioni – progetto vino

Barolo (Cuneo)

fino al 17 luglio

collisioni.it

A Lecce, un fine settimana all'insegna di Roséxpo



Tutto pronto per il terzo appuntamento con il Salone internazionale dei vini rosati di Lecce. Dal 3 al 5 giugno, nelle sale del Castello Carlo V, torna Roséxpo che, oltre ad ospitare la produzione rosata pugliese e nazionale, **vedrà anche la partecipazione di 46 aziende straniere:** dal Cile, dalla Turchia, dal Portogallo e dalla Francia. Taglio del nastro altamente istituzionale, affidato al sottosegretario al Ministero dei Beni e delle attività Culturali Dorina Bianchi. Tra gli appuntamenti più interessanti, il convegno “Il valore del vino rosato” (venerdì 3 giugno alle 18 al Malcandrino – Lecce). Tre le masterclass in programma: sabato “Cerasuolo d’Abruzzo a confronto: Emidio Pepe e Cataldi Madonna”; domenica “Una Finestra sui Rosati del Mondo” e “Roséxpo & Radici del Sud - Sicilia vs Calabria.

La Selezione del Sindaco premia un Salice Salentino

Sono state oltre 1.100 le etichette partecipanti alla Selezione del Sindaco, il concorso enologico internazionale, promosso da Città del vino, in collaborazione con la rete Recevin, che quest'anno si è tenuto a L'Aquila. L'ha spuntata (94,5 punti) la pugliese Cantine de Falco, con il suo Salice Salentino riserva 2009, il Falco Nero. Secondo posto, a pari merito (94 punti), per l'Arbaria Passito di Pantelleria Dop da uve zibibbo, 2011, dell'azienda Vinisola di Pantelleria, e per un altro vino pugliese: Rivo di Liandro Salice Salentino Doc riserva 2012, prodotto dalla cooperativa di San Pancrazio Salentino (Brindisi). Quarto posto per il Selvarossa Salice Salentino Doc di Cantina Due Palme.



ph Valeria Palma

Gourmet
EXPOFORUM | HORECA FOOD & BEVERAGE

PROFESSIONISTI, IN OGNI SENSO.

PASSIONE per:

FOOD & BEVERAGE VINI & ALCOLICI TECNOLOGIE
PANETTERIA PASTICCERIA GELATERIA CAFFÈ
CIOCCOLATO MACCHINARI ATTREZZATURE ARREDI
ARTE DELLA TAVOLA INNOVAZIONE DESIGN SERVIZI
FORMAZIONE LAVORO E-COMMERCE WEB MARKETING

13-15 Novembre 2016

LINGOTTO FIERE TORINO

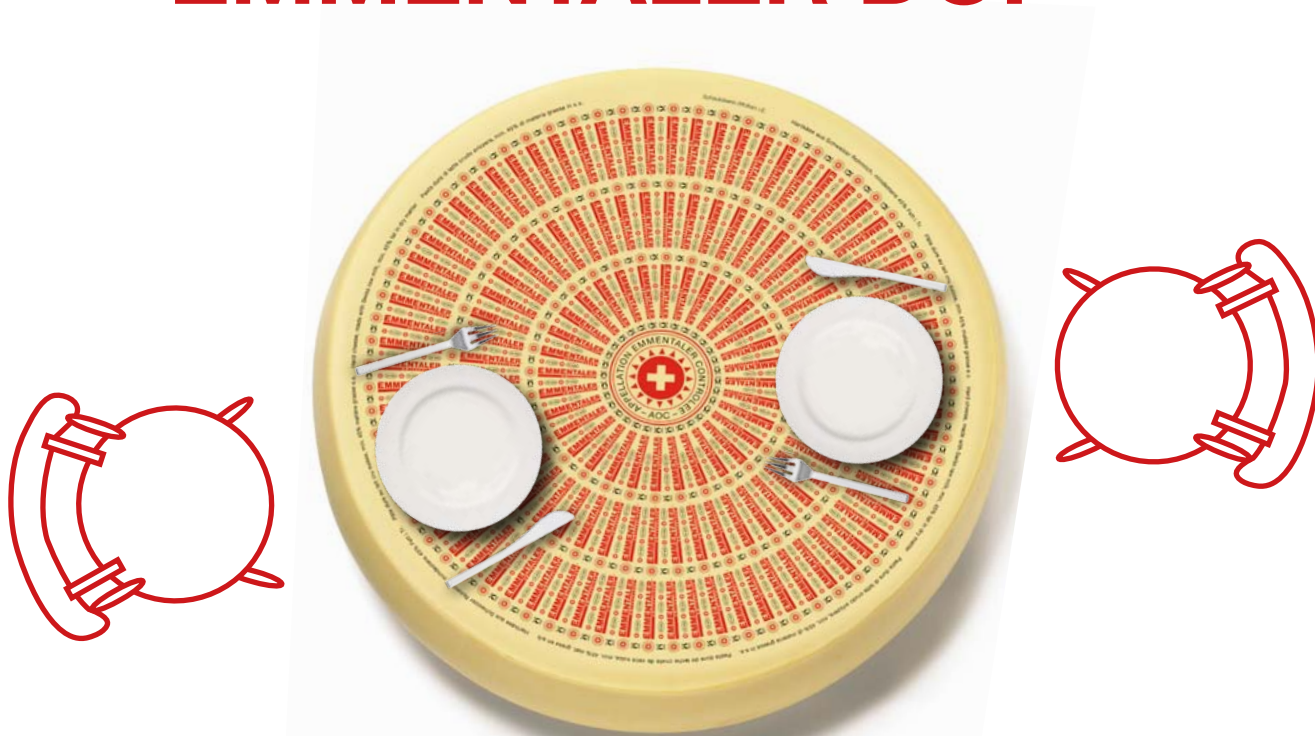
www.gourmetforum.it



GAMBERO ROSSO®



A tavola con
EMMENTALER DOP



EMMENTALER DOP INCONTRA LA CUCINA ITALIANA.
IL FORMAGGIO SVIZZERO PROTAGONISTA DI TRE GUSTOSI APPUNTAMENTI:

NAPOLI

dal 6 al 12 giugno | LA STANZA DEL GUSTO
via S. Maria di Costantinopoli, 100
tel. 081401578

CHEF: MARIO AVALLONE

MILANO

Dal 13 al 19 giugno | RATANÀ
via G. De Castilla, 28
tel. 0287128855

CHEF: CESARE BATTISTI

ROMA

Dal 20 al 26 giugno | LE TRE ZUCCHE
Via G. Mengarini, 43
tel. 065560758

CHEF: FABRIZIO SEPE

PER INFO E PRENOTAZIONI: WWW.GAMBEROROSSO.IT



EMMENTALER®
SWITZERLAND

Il "Guggenheim del vino" inaugura a Bordeaux



ph Anaka - La Cité du Vin

LA FRANCIA DEL VINO GIOCA il suo asso nella manica in tema di eno-turismo ed eno-business. Lo fa con l'inaugurazione della Cité du vin a Bordeaux, avveniristica costruzione soprannominata il "Guggenheim del vino", costata 81 milioni di euro (l'80% pubblici, il 20% da privati, compresi i consorzi dei produttori), che intende celebrare il vino in tutte le sue sfaccettature. Non solo quello

francese ma di 80 importanti territori del pianeta, Italia compresa. Il Conegliano Valdobbiadene è tra i 22 paesaggi del vino selezionati. "A world of cultures" è il payoff che sintetizza la missione di questa iniziativa. Già, la Francia come casa mondiale che prende la forma liquida del vino che ruota in un bicchiere, a ridosso della Garonna. Un decanter sulle rive del fiume che stima di accogliere ogni anno circa 450 mila visitatori

(ticket a 20 euro) e un giro d'affari di 38 milioni di euro. Al suo interno: mostre permanenti e temporanee, strade del vino, degustazioni, un'enoteca con 800 etichette, installazioni teatrali, musica, biblioteca, boutique e il ristorante Le7 (al settimo piano, affidato al gruppo Nicolas Lascombes).

Un museo emozionale e sostenibile (visto che il 70% dell'energia è autoprodotta) ricoperto in vetro serigrafato e alluminio iridescente. Chi è stato a Expo Milano immagini un padiglione grande quanto il Palazzo Italia, con oltre 13 mila metri quadrati in dieci piani, fino a 55 metri di altezza (il belvedere è a 35 metri). Del resto, la Fondazione Cité du vin, presieduta da Sylvie Cazes (ricca proprietaria di chateau e ristoranti), ha affidato il concept (dopo una selezione di oltre 110 progetti) ad architetti del calibro di Xtu (che a Expo hanno firmato il padiglione Francia ma anche il museo preistorico di Jeongok in Corea del Sud) e le scenografie interne agli inglesi di Casson Mann Ltd. – **G. A.**

IL MIO EXPORT. Paolo Rovellotti – Rovellotti

1. QUAL È LA PERCENTUALE DI EXPORT SUL TOTALE AZIENDALE?

La percentuale di export supera il 40%. Tra i maggiori Paesi: Usa, Russia, Nord Europa, Svizzera e recentemente Australia.

2. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

La burocrazia è spesso inutile e complessa. Tutti i giorni si assiste a un incremento degli aspetti legati alla tenuta di registri e scritture, spesso doppiati gli uni degli altri. La mentalità del legislatore, oltre a non essere competente, è spesso indirizzata a voler controllare tutto e tutti in modo da colpire e rendere difficile il lavoro degli onesti. Ci si salva grazie al buon senso.

3. COME SONO CAMBIATI L'ATTEGGIAMENTO E L'INTERESSE DEI CONSUMATORI STRANIERI NEI CONFRONTI DEL VINO ITALIANO?

I vini italiani sono molto migliorati e stanno raggiungendo livelli superiori per prezzo-qualità a quelli dei cugini francesi, unica altra realtà cui paragonarci. I francesi però hanno uno Stato che difende la francesità, noi siamo sempre soli. Ma forse è meglio...

4. COME PROMUOVERETE IL VOSTRO VINO NEI MERCATI INTERNAZIONALI?

Indispensabile è incontrare gli operatori, meglio se invitandoli in azienda. Andare alle fiere o manifestazioni specialistiche è necessario se si sono costruiti i contatti. Altrimenti è meglio stare a casa.



Nascita di Fondazioni, interventi di restauro, rivalutazione di siti archeologici, investimenti sui territori. Così il vino si sta ritagliando un posto di rispetto nella vita collettiva. Le case history in Italia

Se è il vino a dare lezione di marketing territoriale

▲ a cura di Andrea Gabbriellini

NEL MONDO DEL VINO “FARE SISTEMA” È uno dei mantra più citati e abusati del settore. Se ne parla tanto, forse sin troppo, ma gli esempi di come si possa interagire in modo originale e vantaggioso, per e con il proprio territorio, sono numerosi. Un modello emblematico è quello di **Montepulciano**, in provincia di Siena, dove da qualche anno è attiva un'alleanza tra il presidente del Consorzio del Vino Nobile, a quel tempo Federico Carletti, e il sindaco della città poliziana, Andrea Rossi. “Non si può scindere la promozione del vino da quella del territorio in cui viene prodotto, ricco di storia, arte e cultura”, spiega Paolo Solini, coordinatore del Consorzio del Vino Nobile. “Si tratta di un concetto ormai noto, che però qui da noi trova un'applicazione reale e quotidiana”. Il Vino Nobile, infatti, è capace di muovere il 70% dell'economia complessiva della zona e ogni anno nel comune della provincia di Siena arrivano 250 mila turisti, tra i quali l'interesse per il vino è in aumento, come dimostrano sia l'incremento delle richieste di degustazioni e di visite guidate alle cantine, sia il numero di bottiglie direttamente vendute in azienda (quasi 1,2 milioni, pari all'11% del totale). Per raggiungere l'obiettivo di far conoscere sempre più

Montepulciano e il suo vino, l'alleanza prevede che il Sindaco partecipi alle sedute del cda del Consorzio. Il presidente del Consorzio, a sua volta, ha un ruolo fondamentale in tutte le fasi programmatiche delle diverse attività promozionali della città. “È importante comprendere” continua il sindaco Rossi “che se il Consorzio promuove un evento in cui porta il nome e l'immagine del Nobile in giro per il mondo, la ricaduta a livello di immagine riguarda tutto il territorio”. Nei tre principali eventi organizzati a Montepulciano nel corso dell'anno, ovvero il Cantiere d'Arte (una delle più prestigiose rassegne musicali del Belpaese, che ospita artisti di rilievo internazionale), il Bruscello (tradizionale kermesse che affonda le sue radici nella storia contadina della Toscana), e il Bravio delle Botti (appassionate gara-spettacolo tra le contrade, che si svolge tra le strette vie della città, in grado di richiamare ogni anno migliaia di turisti), il Comune e il Consorzio operano come ente unico, dotato di un protocollo di azione ormai collaudato, al quale fanno capo tutte le associazioni locali. La case history di Montepulciano dimostra come il vino sia capace di portare vantaggi e benefici all'economia dell'intera comunità locale. Un circolo virtuoso che funziona a patto che i soggetti pubblici e privati dialoghino costantemente e quindi facciano sistema. »



» **IN UMBRIA, A MONTEFALCO, TERRA DEL SAGRANTINO,** il rapporto col territorio passa attraverso la valorizzazione e la conservazione dei beni artistici del Comune. Infatti, il Consorzio tutela vini Montefalco, insieme ad altri enti, è stato tra i promotori/finanziatori dell'intervento sulla preziosa pala della "Madonna della Cintola", che il giovane Benozzo Gozzoli dipinse a tempera e oro nel 1450. L'opera, custodita per 200 anni nella Pinacoteca Vaticana, è stata restituita alla città alla fine di un restauro durato 4 mesi e costato complessivamente 60 mila euro. L'intervento è stato reso possibile grazie all'inserimento del progetto, tra le attività di promozione del Consorzio tutela vini Montefalco. "Già da un paio d'anni siamo impegnati in progetti finalizzati ad accrescere il valore storico e culturale della realtà montefalchese, come l'acquisto di una lettera di Benozzo Gozzoli, voluto dal Comune di Montefalco" racconta Amilcare Pambuffetti, presidente del Consorzio: "Sono azioni concrete di valorizzazione del patrimonio culturale di Montefalco, attraverso finanziamenti mecenatistici, che costituiscono per il Consorzio e i nostri produttori un atto dovuto alla valorizzazione di un territorio che rende unico il nostro Sagrantino".

UNO DEI PRIMI ESEMPI NEL SETTORE VINICOLO DI ATTENZIONE al patrimonio storico, artistico e culturale è stata la Fondazione per la tutela del territorio del **Chianti Classico** onlus, voluta e creata nel 1991 dall'attuale Consor-

zio Vino Chianti Classico, che tuttora la supporta anche finanziariamente. Nel 1995, dopo aver acquistato il Convento di Santa Maria al Prato a Radda in Chianti, la Fondazione ha curato il restauro conservativo della struttura, destinata a centro culturale con spazi per la formazione e per la realizzazione di esposizioni. "La nostra Fondazione" dice la presidente Tessa Capponi Borawska "si confronta con le istituzioni locali e presenta le proprie osservazioni in merito ai piani regolatori o ai progetti che a suo giudizio possono costituire un elemento critico per il territorio chiantigiano". Quest'anno, insieme al socio fondatore Consorzio Vino Chianti Classico, ha collaborato con l'Accademia Chigiana alla realizzazione di due concerti che si terranno il 20 luglio (Convento di Radda in Chianti) e il 28 luglio (Chiesa di San Leolino, a Panzano in Chianti). Inoltre, in occasione del Trecentesimo anniversario del bando di Cosimo de' Medici, ha allestito una mostra che ripercorrerà gli ultimi tre secoli di storia del Chianti e del suo paesaggio. Attualmente, la Fondazione è stata ufficialmente incaricata dal Consorzio di presentare la candidatura del territorio alla Tentative list dell'Unesco: "Sarà un lavoro che vedrà la partecipazione di tutti gli abitanti e delle istituzioni. Proprio in questi giorni stiamo mettendo a punto i primi dettagli tecnici e giuridici per avviare l'iter". Conclude Tessa Capponi: "Noi diamo voce a chi ama questo territorio e a chi vive e lavora al suo interno. Per questo stiamo la- »

LA FONDAZIONE BERTARELLI E LA TOSCANA. L'ESEMPIO DEI PRIVATI

La Fondazione Bertarelli è stata fondata nel 2009 da Maria Iris Bertarelli e da suo fratello Claudio Tipa, noto imprenditore vitivinicolo. “È nata come Fondazione Montecucco, con l’obiettivo di promuovere e valorizzare il territorio del Comune di Cinigiano e della provincia di Grosseto” spiega Tipa “perché allora coincideva con i nostri interessi territoriali, insistendovi l’azienda vinicola Colle Massari. Dopo l’acquisizione del podere Grattamacco a Bolgheri e della Fattoria Poggio di Sotto a Castelnuovo dell’Abate, abbiamo deciso di ribattezzarla Fondazione Bertarelli per occuparci più in generale di progetti sociali e culturali legati anche al territorio di Montalcino e della Toscana”. La Fondazione sostiene le ricerche vitivinicole dell’Università di Pisa, la riqualificazione del centro storico di Poggi del Sasso, frazione di Cinigiano, l’organizzazione dei convegni di architettura al Monastero di Siloe, le attività archeologiche in località Case Nuove, il risanamento conservativo, iniziato nel 2013, del complesso monastico monumentale della Chiesa di Sant’Agostino a Montalcino e l’organizzazione del prestigioso Amiata Piano Festival, che si svolge nella Bertarelli Concert Hall, situata in prossimità della cantina di Colle Massari.

» *vorando a progetti che possano realisticamente offrire la possibilità di valorizzare il Chianti a beneficio di tutti”.*

SULLA SCIA DEL CHIANTI CLASSICO, A MONTALCINO da qualche mese è nata la “Fondazione Territoriale **Brunello di Montalcino**”, che si occuperà di sostenere finanziariamente progetti turistici, di recupero e restauro di beni artistici e culturali, ma anche di sociale e di integrazione. “Crediamo nel ruolo del Consorzio come forza economica che deve essere parte attiva dello sviluppo del territorio”, ci spiega il vicepresidente Bernardo Losappio. Le risorse della Fondazione da destinare al territorio verranno dal contributo volontario dei produttori, quantificabile in 1-2 centesimi a bottiglia, o meglio a “fascetta”, che, secondo le prime stime, consentirebbe di ottenere un budget iniziale di 150-200 mila euro all’anno. “Il nostro è un modello innovativo” dice il presidente uscente Fabrizio Bindocci “perché il valore aggiunto creato da Brunello rimane sul territorio e lo fa crescere”.

Pur essendo espressione del Consorzio, la Fondazione avrà una gestione autonoma. Tra i sette consiglieri, cinque indicati dal Consorzio e uno dal sindaco di Montalcino, anch’esso membro del cda, scelto tra le realtà rappresentative del mondo imprenditoriale. Tra le ultime iniziative annunciate dal Consorzio per il territorio, la mappatura dei 24 mila ettari montalcinesi per creare una banca dati da mettere a disposizione di produttori e operatori turistici.

IN SICILIA, IL CASO DELLE CANTINE SETTESOLI, CHE VOLEVANO sponsorizzare e raccogliere fondi per il malandato Parco archeologico di Selinunte, è dovuto diventare un caso nazionale, prima di essere risolto positivamente. Tutto nasce da un progetto denominato “Settesoli sostiene Selinunte”, lanciato dall’omonima cantina, che prevedeva di finanziare i restauri e avviare una campagna di promozione e raccolta fondi in favore del sito archeologico.

L’idea era di aiutare i Beni Culturali e lo sviluppo turistico del territorio, attraverso attività di marketing aziendali, con l’attivo coinvolgimento dei consumatori. Il vuoto burocratico che di fatto rendeva impossibile a un privato versare dei soldi per curare la manutenzione è durato a lungo. Poi, alla fine, è stata trovata la quadra e lo scorso 11 febbraio il contratto è stato firmato. “Abbiamo battuto difficoltà burocratiche” ha detto Vito Varvaro, presidente delle Cantine Settesoli “e dopo più di un anno di lavoro siamo riusciti a firmare un contratto in cui un privato aiuta lo Stato e i Beni Culturali. Spero questo apra le porte ad altri accordi che aiutino la manutenzione dei tanti beni culturali della Sicilia e lo sviluppo turistico”. Sin da subito sono iniziati i lavori per l’illuminazione della fortificazione est dell’Acropoli di Selinunte. Poi sarà la volta del fundraising con l’obiettivo di raccogliere 500 mila euro per i restauri e per lanciare il sito di Selinunte e il territorio, come meta obbligata per i turisti che visitano la regione.

SEMPRE IN SICILIA, UN ALTRO PROGETTO DI VALORIZZAZIONE del territorio vede accomunati vino e archeologia. Riprendere le coltivazioni nelle aree demaniali del Parco della Valle dei Templi ad Agrigento e, in particolare, rilanciare l’immagine produttiva del vigneto storico sotto il tempio di Giunone è l’obiettivo del Progetto Diodoros, lanciato dall’Autorità del Parco della Valle, in collaborazione con la cooperativa **CVA di Canicattì**. “Fin dalla stipula dell’accordo nel 2011” raccontano il presidente Giovanni Greco e l’enologo Tonino Guzzo “siamo stati accomunati dalla stessa idea: vino e archeologia concorrono a fare grande un territorio. Un orizzonte condiviso che ha dato vita a un progetto dal grande valore simbolico, in quanto costituisce un valido esempio di mantenimento e sostenibilità ambientale di un paesaggio immerso in un contesto unico”. Le modalità sono diverse, ma l’idea di reinvestire nel territorio valorizzandolo e rendendolo sempre più fruibile e ricco è una sola e vincente per tutti.

GAMBERO ROSSO HD

Solo su
sky | Canale
412



Alla scoperta dei segreti del mondo della miscelazione
con il bartender capitolino Massimo D'Addezio.
11 puntate tra grandi classici, cocktail creativi e tanti ospiti...



DA GIOVEDÌ 9 GIUGNO TUTTI I GIOVEDÌ ALLE 21.30, IL SABATO ALLE 22.00
LA DOMENICA ALLE 18.30, ALLE 22.00 E ALLE 00.30

IN COLLABORAZIONE CON



anCnoc
HIGHLAND SINGLE MALT
SCOTCH WHISKY



BOTRAN®
Spirited Libanese



Jose Cuervo



Flor de Caña

FERNET-BRANCA

HENDRICK'S
GIN



COINTREAU

THE BOTANIST
22

GIUSTI WINE

NIKKA WHISKY
THE NIKKA WHISKY DISTILLING CO. LTD.

TEQUILA
CORRALEJO

VELENOSI
ASCOLI PICENO

CARPANO



TEQUILA
PATRÓN

Don
Natasalem
1872
BREM

Maker's
Mark

Tito's
Handmade
VODKA

MOUNT GAY
Est. 1703
Barbados
Rum

LUCANO
1874



Con Singapore, Bangkok e Manila, il Gambero Rosso chiude la nona edizione del Top Italian Wines. E già si preparano le nuove date internazionali. Il messaggio è chiaro: se il vino si presenta compatto è più facile far breccia anche nei mercati più difficili

Sistema Roadshow Gambero. Bilancio delle tappe asiatiche

▲ a cura di Lorenzo Ruggeri

L VINO ITALIANO VIAGGIA A FAVORE DI VENTO. Singapore, Bangkok e Manila completano il tour della nona edizione del Top Italian Wines Roadshow del Gambero Rosso. Oltre sessanta aziende hanno traghettato nel mondo le storie dei territori più vocati, raccontando vitigni autoctoni, pezzi di costa, vigne di montagna, vini di culto e piccole denominazioni. Non solo degustazioni ma anche lezioni di geografia, storia e stili, grazie a un confronto continuo con operatori e media locali: tre i seminari per tappa tenuti da Marco Sabellico e Lorenzo Ruggeri. Tutto è cominciato da Seoul lo scorso novembre, poi Seattle a febbraio, San Paolo ad aprile. Ed eccoci a riportare le impressioni delle ultime tre tappe. Il 40% del consumo di vino in Asia non riguarda la Cina ed è appannaggio di Paesi dove sono solo una manciata i produttori connazionali presenti. Paesi che bisogna conoscere e toccare con mano per valutarne sensibilità e gusti, per creare contatti e posizionarsi sul mercato con un piano di ampio raggio.

PARTIAMO DALL'ULTIMA TAPPA DEL TOUR 2015/2016, ovvero Manila. L'età media delle Filippine è di 22 anni – sì, non è un refuso – la sola Manila conta 12 milioni di abitanti, che arrivano a 18 se si considera l'intero quadrante metropolitano. Se il divario tra le classi sociali rimane profondo, la crescita economica degli ultimi anni è stata fortissima, con un Pil che viaggia su tassi di crescita del 6%. L'inglese è parlato perfettamente, la cucina italiana è amatissima. *“Qui nelle Filippine ci sono più ristoranti di cucina italiana che locale. La cucina italiana ha soppiantato la cucina francese, diventando la cucina di tutti i giorni perché è molto più facile da replicare con minori investimenti”*, ci racconta Alexander T. Lichaytoo, presidente di Bacchus International, il più grande importatore di vini e specialità italiane nelle Filippine: *“La tassazione sui vini è blanda: c'è un'imposta del 7% più il 12% di Iva. Va molto bene la Toscana, il sangiovese è la varietà che vendiamo di più, ma sono in crescita i bianchi: su tutti Pinot Grigio e Verdicchio; mentre l'interesse per gli spumanti rimane molto basso. Sono visti come vini solo da occasioni speciali, matrimoni o compleanni”*. La classe media filippina è ancora debole ma i >>

EXPORT ITALIANO DI VINI E MOSTI (ANNO 2015)

| Paese | Volumi (litri) | Var % | Valori (mln €) | Var % |
|------------|----------------|-------|----------------|-------|
| FILIPPINE | 139508 | +43,0 | 1,41 | +102 |
| THAILANDIA | 1684345 | +21,0 | 7,68 | +36 |
| SINGAPORE | 2193425 | -1,6 | 15,09 | -1 |

fonte Istat



» consumi stanno crescendo, i vini con fascia di prezzo intermedia sono quelli che soffrono di più. A livello quantitativo, la fanno da padroni due bulk wines: Novellino (prodotto dalla Calabria Company Limited) e Carlo Rossi; d'italiano hanno solo il nome, nel primo caso leggiamo "Con uve selezionate in tutto il mondo...". Ma ci sono anche collezionisti con selezioni monumentali e molto profonde, con un classe abbiente con altissime capacità di spesa. "I produttori italiani devono capire che venire qui è l'unico modo per posizionarsi su un mercato come il nostro e che ci sono potenziali enormi nel lungo periodo", dice Adriano Stefanutto, ex diplomatico che ha aperto il primo delizioso wine bar italiano in città: i Trulli. Offre una gran bella selezione di vini italiani e prodotti di livello, insieme a capi artigianali made in Italy. Gli fa eco Luciano Paolo Nesi, maremmano trapiantato a Manila dal 1994: oggi il suo Opera Group ha 26 ristoranti in Asia, ben 22 solo nelle Filippine. "Quando sono arrivato si cenava a cognac, oggi il mercato è aperto e molto recettivo, bisogna puntare tantissimo sulla formazione senza lasciare che siano solo i francesi e americani a occuparsene".

PRIMA DI MANILA – MAI ERA STATA ORGANIZZATA IN città una degustazione con 300 vini italiani – il tour aveva fatto tappa a Bangkok: traffico e umidità restano a livelli d'intensità pazzesca, ma il mercato del vino ha altre storie e peculiarità. È stato il secondo evento del Gambero in città: la risposta è stata estremamente convincente, a conferma di quanto questi mercati devono essere battuti e presenziati con costanza. La legislazione sul vino è molto severa, l'attività di lobby dell'industria interna dei superalcolici è fortissima, la tassa d'importazione varia tra il 54% e il 60%, oltre ad accise e imposte interne che fanno lievitare l'imposta totale anche al 400%. Numeri, tra i più alti al mondo, che non frenano la voglia e l'interesse per il vino, con tantissimi wine bar aperti negli ultimi anni. Secondo i dati forniti dall'Ice, l'Italia detiene la quinta quota di mercato, il 6% del totale, piazzandosi dietro a Francia, Australia (che può vantare accordi ad hoc), Usa e Cile. Il vino al ristorante strappa prezzi elevatissimi, ma i 14 milioni di turisti l'anno e le fasce più giovani della popolazione spingono la domanda. I seminari, anche qui tutti e tre sold out, sono stati condotti »

» insieme a Pairach Intaput, presidente della Thai Sommelier Association: entusiasmo, interesse e una fascia di trader giovani, prevalentemente femminile. “Sono qui in Thailandia per educare i nuovi appassionati. Nonostante la temperatura, i rossi morbidi e strutturati hanno un grande successo. Anche se all'esterno si superano i 35 gradi, all'interno l'aria condizionata è al massimo”, commenta Liepa Olsauskaite, brand ambassador di Pernod Ricard Thailand. E negli alberghi si dorme rigorosamente con piumoni da montagna.

ALTRO PASSO A RITROSO E CI TROVIAMO ALL'EVENTO di Singapore, in una cornice inusuale quanto affascinante nella city: la chiesa sconsecrata Chijmes. Quinta volta del Gambero Rosso in città, la partecipazione è stata straordinaria per quantità e qualità degli operatori. Singapore è un hub e ospita un numero elevatissimo di trader indipendenti, piccole catene e grandi catene con rami in tutta l'Asia. La cultura enologica è estremamente elevata, i riferimenti sono tutti francesi ma negli ultimi anni tantissimi importatori sono riusciti a inserirsi con successo con portafogli italiani, come l'Italian Wine Club di Sandro Giorgi. Il panorama gastronomico è tra i più

stimolanti in Asia, l'offerta di corsi sul vino è un settore fiorente. “Nei primi mesi del 2017 avvieremo l'Italian Wine Scholar program, riservato al trade a Singapore. C'è tanta richiesta, ci focalizzeremo sugli abbinamenti con la cucina locale”, racconta Lim Hwee-Peng, che ha fornito la sua assistenza nei seminari del Gambero. L'Italia, a Singapore, è la terza forza di mercato nelle importazioni, dopo Francia e Australia (fonte Ice). E i dati del 2015 sono in linea con quelli del 2014.

IL MESSAGGIO DEL SISTEMA ROADSHOW È CHIARO: quando il vino italiano si presenta compatto, con tutta la sua ricchezza e con una cornice ben individuabile, trova sbocchi anche nei mercati più lontani e complicati. Intanto, prende forma l'itinerario della prossima edizione del Roadshow, la decima, che includerà anche una serie di verticali e serate speciali. Per la prima volta il tour approderà in Sud Africa, a Johannesburg, e in Vietnam, ad Hanoi, altra piazza interessantissima in prospettiva; poi, Sydney, nuovamente Singapore, completano Osaka e Taipei, sulla scia delle felici esperienze degli ultimi anni. In totale, quattro tappe su sei in Asia: la sfida del vino italiano si gioca qui.



In libreria, online, anche in versione digitale

www.gamberorosso.it/it/appvini2016p

GAMBERO ROSSO®

Ron
Zacapa
Centenario

il Rum



è servito

RON ZACAPA E LA CREATIVITÀ DI 10 CHEF
PER UN INCONTRO ALL'INSEGNA DEL GUSTO

L'ULTIMO APPUNTAMENTO:

MERCOLEDÌ 8 GIUGNO ORE 20.00
PALAZZO PETRUCCI
Chef LINO SCARALLO
Napoli - via Posillipo, 16/C



www.gamberorosso.it



SINGAPORE





BANGKOK



MANILA