



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



PAOLO DE CASTRO: "EXPORT, DA OPPORTUNITÀ AD OBBLIGO"



FOCUS

Oltrepò in divenire: dalla nuova enoteca, alla questione La Versa. Cosa sta cambiando *pag. 2*

PNS

Fondi estesi al 2020, per il vino italiano 680 milioni in 2 anni. Ma c'è il rischio di perderli *pag. 4*

ESTERI

Come risponde la viticoltura mondiale ai cambiamenti climatici? Obiettivo, ridurre la Co2 *pag. 9*

CONTROLLI

L'annata 2014 ha favorito le frodi, ma il sistema ha funzionato. In esclusiva il bilancio dell'Icqrif *pag. 10*

EXPORT

Intervista a De Castro: "Italia più aggressiva". E il Gambero lancia Top Italian Food *pag. 14*



L'Oltrepò prova la svolta, ma la strada è in salita. Dall'Enoteca alla questione La Versa. Ecco come sta cambiando il polo lombardo. Il Consorzio: "C'è bisogno di unità"

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Il nuovo cammino della Terre d'Oltrepò che approva il bilancio, dopo l'inchiesta giudiziaria; la Cantina La Versa che tenta di rilanciarsi dopo un periodo difficile, ma minaccia di uscire dal Consorzio di tutela; l'Enoteca Regionale di Cassino Po che apre i battenti; il centro di ricerca Riccagioia che invece chiude; il Distretto dei vini che prosegue una strada parallela sulla promozione e il Consorzio che si prepara al cambiamento.

Ci sono tutti gli ingredienti per domandarsi dove stia andando l'Oltrepò Pavese. Partiamo dal centro Riccagioia: "Non va disperso il suo patrimonio di conoscenza" dice Emanuele Bottiroli, direttore del Consorzio Oltrepò "ed è chiaro che l'uscita dell'Ersaf e degli enti pubblici dalla gestione apra la strada a un nuovo piano che dovrà coinvolgere privati e università. Il sistema pubblico

potrebbe entrare nella formazione e nella ricerca. Ma il nuovo corso deve partire in pochi mesi e il Consorzio vuole fare la sua parte". Il territorio vede l'esordio dell'Enoteca di Cassino Po: "Vuole essere una cittadella del racconto dei vini lombardi, con spazi anche per tipicità e ristorazione, grazie a un bistrot. Ci sono stati nuovi ingressi tra cui il Moscato di Scanzo, ci sono Franciacorta e Lugana, ma non può prescindere da una rete di enoteche nel resto della Lombardia, a partire da quella di Milano, sulla cui sede si sta ragionando con la Regione". Anche se occorre fare i conti con l'atteggiamento delle oltre 70 cantine del Distretto del vino di qualità. "Il Consorzio, le cui regole di governance sono quelle previste dalle leggi in vigore" fa notare Bottiroli "sta avviando un processo di riforma importante e non mi sembra opportuno che il Distretto stia fuori da tutto questo. Occorre che partecipino al cambiamento, facendo valere le proprie ra-

gioni, ma dall'interno". Intanto la cantina La Versa dice di voler uscire dal Consorzio: "Sto cercando di imprimere con l'imprenditore Lanzanova un rapporto corretto. Non capisco perché voglia uscire dal Consorzio. Per ora lo ha detto, ma non lo ha fatto. In fondo, penso che con loro ci sia l'interesse a non spaccarsi e creare un futuro diverso". E lo stesso Consorzio sta studiando il cambiamento: "Si sta avviando un percorso di Costituenti dell'Oltrepò: allargamento del cda (a Co.Pro.Vi, Camcom Pavia, organizzazioni di categoria; ndr), scrematura dei disciplinari col supporto Uiv, discussione sui marchi collettivi, analisi di mercato e studi scientifici sui competitor. Stiamo crescendo col Buttafuoco, col Pinot nero in Usa e il Sanguine di Giuda in Spagna, va avanti il progetto Valle del Riesling - con 20 milioni di bottiglie il Bonarda è tra i più consumati al Nord - e aumenta la qualità del metodo classico. Dobbiamo crescere, ma in modo oculato". Anche con Terre d'Oltrepò: "Non si può fare a meno di un polo come questo. I nuovi vertici stanno lavorando bene. L'inchiesta è in corso e vanno accertate le responsabilità. Ma col declassamento dell'Igt ora la cantina è libera di operare".

Cantina Soave, ricavi a 106 milioni (+3%) e remunerazione in calo per un difficile 2014

Risale il fatturato di cantina di Soave che, al 30 giugno, chiude l'esercizio con un +3% a 106 milioni di euro (102 nel precedente esercizio), con una quota export del 42%. Il bilancio presentato dal presidente Attilio Carlesso a Verona è complessivamente positivo anche se evidenzia un calo della liquidazione ai soci (-10% a 48,8 milioni di euro) per via della "pessima annata 2014", che ha creato difficoltà nella produzione e nella qualità delle uve. "Siamo riusciti comunque a conseguire gli obiettivi incrementando i ricavi e conservando le posizioni commerciali. Il valore della remunerazione delle uve per i nostri 2.200 soci" ha fatto notare Carlesso "supera del 39% le quotazioni della borsa merci, con una resa per ettaro vicina a 10 mila



euro". Il patrimonio netto della raggiunge quota 53 milioni, a fronte di un flusso di cassa di oltre 7 mln e un utile di 1,42 mln. Migliora la disponibilità finanziaria, che sale a 11 milioni di euro. Il dg Bruno Trentini, in particolare, ha sottolineato la crescita dell'imbottigliato (+4% in volume e +3% in valore) che, confrontato con lo sfuso (anche questo in rispettiva crescita del 9% e del 3%), rappresenta più della metà delle vendite (61% a marchio aziendale, 39% private label). I vertici della cantina (che rappresenta quasi la metà delle Doc Soave, Soave Classico, Valpolicella e il 70% della Lessini Durello) hanno preannunciato un piano di ampliamento che prevede il potenziamento di tutti i reparti produttivi.

STRATEGIE. OLTREPÒ PAVESE TRA SCELTE GREEN, POTENZIAMENTO DELL'EXPORT E PACKAGING IDENTITARIO

Oltre 12 mila ettari per un territorio vasto e complesso che nell'immaginario collettivo richiama vini con una forte identità, il cui consumo si concentra soprattutto nel nord Italia. L'Oltrepò Pavese è una terra di contrasti: grandi elementi di forza e qualche zona d'ombra. Proprio da questo dualismo nasce la sfida che delinea netto l'obiettivo per il futuro: elevare la propria brand awareness con progetti orientati all'internazionalizzazione (un esempio brillante viene dal Consorzio di tutela e dal piano avviato nel 2014, che si articola in fiere di settore, wine tasting e incoming), puntando su un'agricoltura attenta alla sostenibilità e ai concetti di green e biologico.

Un mix vincente che, unito al lavoro sulla qualità e sull'innovazione corale e mirata a coinvolgere tutti gli stakeholder - dalle cantine alle istituzioni - può contribuire a sostenere il prezzo dei vini. Un aiuto in questa direzione arriva da Tenuta Massolino, Castello di Cigognola, Monsupello ('un best of dello spumante italiano), Giorgi e dagli emergenti Tenuta Frecciarossa e Andrea Picchioni. Tutte aziende rappresentative e validi interlocutori. La storia si ripete: accadde ieri con la nascita della ristorazione francese, dopo la presa della Bastiglia, accade oggi con i brand che hanno vinto in tempi di crisi economica e rappresentano un'esperienza simbolo, un esempio che traccia il solco nel quale incanalare la rinascita dei vini dell'Oltrepò. Ancora una volta, il messaggio farà la differenza: cosa dire e soprattutto come dirlo. Senza eccessi né banalizzazioni. I numeri parlano: la denominazione oggi vale 45 milioni di bottiglie e deve trovare un'identità che esalti la propria specificità territoriale. A partire dall'immagine: ad esempio, con una bottiglia creata ad hoc per i vini dell'Oltrepò. Agire sul packaging per posizionare sui mercati un prodotto di forte tradizione con il "vestito migliore", un taglio sartoriale che identifica uno stile: lo stile Oltrepò.



Lorenzo Tersi wine advisor | mail@lorenzotersi.it

Venturini Baldini presenta il piano di rilancio. Obiettivo 220 mila bottiglie

È tempo di fare sul serio per Venturini Baldini, marchio che festeggia i 40 anni e che è recentemente passato alla società di investimenti Iverna Holdings. Lo fa con un progetto (3,5 milioni di euro per il biennio) che l'ad Monica Franceschetti definisce di "marketing territoriale complesso". Si riparte dal vino, dal Lambrusco di qualità (l'enologo è Carlo Ferrini), dal metodo classico, dall'aceto e ci si allarga al territorio, alla provincia di Reggio Emilia, per favorire un turismo d'alta gamma, grazie all'ingresso di VB in un circuito di ospitalità a partire da giugno 2016 e a un punto vendita che nelle intenzioni vuole essere anche luogo d'incontro per i cittadini. La cantina di Roncolo di Quattro Castella (nata nel 1976 su iniziativa di Carlo Venturini, con



33 ettari vitati coltivati a biologico da circa vent'anni), dopo l'ingresso di Iverna Holdings, prevede una crescita di 50 mila bottiglie nel 2015, per arrivare in tre anni a 220 mila bottiglie e a un fatturato (solo vino, escluso aceto e hospitality) stimato in 1,5 milioni di euro. - G. A.

Masi Agricola, ricavi in crescita del 4% a 43,68 milioni di euro

Ricavi in crescita per Masi Agricola, società quotata al mercato Aim. Il terzo trimestre 2015 registra un fatturato in aumento del 4% (a 43,68 milioni di euro), che si rivela di minori dimensioni rispetto al primo semestre di quest'anno, a causa principalmente dei tassi di cambio non così positivi come nei primi sei mesi. Il gruppo presieduto da Sandro Boscaini realizza all'estero oltre 90% del fatturato. Migliora la redditività dell'azienda che registra un Ebitda a 11 milioni di euro, rispetto ai 9,2 milioni dei primi nove mesi 2014. L'indebitamento finanziario netto è di 0,4 milioni di euro, rispetto ai 18,6 milioni del dicembre 2014. Su questo dato influisce soprattutto l'aumento di capitale realizzato con la quotazione in Borsa.

IWSC, Matteo Lunelli nuovo presidente

Torna in Italia, dopo due decenni, la carica di presidente di The International Wine and Spirit Competition (IWSC), il concorso che premia vini e distillati di tutto il mondo e che si tiene ogni anno a Londra. E proprio nella capitale inglese c'è stato il passaggio di consegne tra l'uscente Neil McGuigan e Matteo Lunelli, presidente di Cantine Ferrari. Prima di lui, Leonardo de' Frescobaldi (1995) e Piero Antinori (1988).

Cinquanta edizioni alle spalle, 8 milioni di investimento e 800 buyer attesi. Quale sarà il nuovo volto di Vinitaly



Per i 50 anni di Vinitaly previsti 8 milioni di euro di investimento. Lo ha detto il presidente di Veronafiere, Maurizio Danese, intervenendo a wine2wine: "Tutte le attività finalizzate a potenziare il business fieristico" ha sottolineato "sono la priorità del nuovo consiglio di amministrazione". Vinitaly, inoltre, è stata inserita nel Piano di promozione straordinaria per l'internazionalizzazione del made in Italy promosso dal governo, che rappresenta un efficace contributo accanto alle risorse comunitarie dell'Ocm. "L'incoming" ha detto il direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani "sarà rafforzato, con azioni specifiche su Paesi target e, per i vini naturali e biologici, con un sostegno a specifici operatori su mercati come Nord Europa, Paesi Scandinavi, Germania e Benelux. L'obiettivo è quello di portare 800 buyer mirati e selezionati, in più rispetto a quelli che tradizionalmente visitano Vinitaly". Tra le altre novità annunciate per questa edizione (10-13 aprile) ci sarà anche il nuovo Premio Enologico Internazionale 5 Star Wines, presentato da Ian D'Agata, direttore scientifico di VIA - Vinitaly International Academy che farà da leva di marketing. Ricordiamo, infatti, che oggi Vinitaly è un sistema a rete di cui fanno parte Vinitaly International, OperaWine, Vinitaly Wine Club, VIA - Vinitaly International Academy, wine2wine, Sol&Agrifood, Enolitech e i premi collegati. Senza dimenticare Vinitaly & the City, che nel 2016 rappresenterà l'ombrello sotto il quale saranno collegate tutte le iniziative «fuori fiera», durante i giorni di manifestazione. "Questo anniversario di Vinitaly" ha detto il ministro dell'Agricoltura Maurizio Martina "non celebra solo una storia, ma permette di costruire concretamente un pezzo di futuro".

Come conquistare Canada, Svezia e Stati Uniti. Gli esperti svelano le chiavi del successo a wine2wine

Canada, Svezia, Usa. Mercati dove il vino italiano è forte, ma dove ci sono importanti spazi. Se n'è discusso al forum wine2wine sul business del vino organizzato da Vinitaly. In particolare, in Canada, dove il consumo è previsto in salita di oltre il 14% entro il 2016, tra i prodotti italiani cresce la richiesta di vini biologici e sostenibili, in un mercato orientato verso il segmento premium. Bene il Prosecco, così come i solidi Pinot grigio, Sangiovese, Bardolino, Valpolicella e i rossi in genere, con Barolo e Brunello. Lo spazio è dato dai monopoli che consentono importazioni in un certo senso private, per conto di categorie di consumatori come wine bar e ristoranti. La Svezia ha buone potenzialità, se sapremo assecondare l'esigenza di vini ecosostenibili.

Qui, il monopolio Systembolaget, dalla vendemmia 2016, chiederà per tutti i vini bottiglie con peso massimo di 420 grammi, per ridurre l'impatto di Co2. Non basterà la sola dichiarazione, servirà la certificazione. Capitolo Usa, dove i vini italiani, come ha detto Danny Brager, vicepresidente per gli Usa dell'area Beverage di Nielsen, sono percepiti al top. In questa area, trainata per ora dai millennials (21-38 anni), e dove il 47% delle persone ha Facebook come primo influencer, sarà importante rinnovare il marketing. Semplicità, coerenza e onestà, le tre parole chiave per il successo.



Pns esteso fino al 2020 ma i fondi restano a rischio

Fino al 2020, l'Italia avrà a disposizione i fondi per il Piano nazionale di sostegno al settore vitivinicolo (Pns). L'annuncio della proroga di due anni rispetto alla precedente data del 2018 è arrivato dopo l'incontro a Bruxelles tra i rappresentanti dell'Unione italiana vini e il commissario europeo all'Agricoltura, Phil Hogan. La data del 2020 coinciderà, quindi, con l'anno di scadenza del quadro finanziario della Pac 2014-2020 e, nel complesso, l'Italia avrà a disposizione ulteriori 680 milioni di euro per le misure a favore della competitività del settore vitivinicolo. **Il piano nazionale di sostegno vale 340 milioni di euro annui di cui 100 milioni alla promozione e circa 130 milioni alla ristrutturazione e riconversione dei vigneti** (i restanti a investimenti, distillazione sottoprodotti, assicurazione del raccolto, vendemmia verde). Tra 2009 e 2013, come ha ricordato il presidente di Uiv, Domenico Zonin, la dotazione annuale del programma è aumentata del 41%. Questa proroga consentirà di avere ancora risorse, a partire dalla promozione sui mercati terzi: "Stiamo parlando di 200 milioni di euro in due anni a cui si aggiunge il cofinanziamento delle aziende per altri 200 milioni di euro. Quindi, fino a 400 mln di euro che il vino italiano spenderà in due anni per promuovere brand e territori". Grazie al Pns dal 2009 al 2014 sono stati ristrutturati circa 75 mila ettari, l'11% della superficie vitata italiana, con l'export che dal 2008 al 2014 è passato da 3,7 a 5,1 miliardi di euro e punta ai 5,5 miliardi. Ma è lo stesso Zonin a lanciare un allarme: "Se dopo il 2020 il sostegno al vino non sarà rinnovato, rischiamo di perdere 700 milioni l'anno di investimenti". Un doppio pericolo: "Finanziario legato al calo delle risorse con la rimodulazione della Pac nell'Ue a 28; politico, perché si rischia di perdere la specificità delle norme per il vino".

GAMBERO ROSSO HD

Solo su
sky | Canale
412



PRESENTANO



IN TOUR

Per la terza edizione Andrea Golino si sposta in esterna a bordo di una fiammante Mazda MX-5 percorrendo la penisola da Nord a Sud. Lo chef racconterà l'Italia e i suoi prodotti migliori reinterpretati in versione finger cuisine.



**SOLO SU GAMBERO ROSSO CHANNEL
TUTTI I MERCOLEDÌ ALLE 22.00**

CON LA PARTECIPAZIONE DI



KENWOOD



La Regione Toscana tutela il vigneto piantato dai prigionieri tedeschi nel 1918

Quando a Castellina in Chianti, nel 1918 (ultimo anno della Grande guerra), alcuni prigionieri tedeschi impiegati nei campi piantarono questo vigneto (foto), non si poteva certo immaginare che a quasi cento anni di distanza questo sarebbe diventato patrimonio storico. Filari di Sangiovese e Canaiolo a ceppo franco, ma anche Trebbiano toscano e Malvasia, estesi per 1,7 ettari nel cuore del Chianti Classico, con alcune viti maritate a piante d'ulivo, che ancor oggi producono 6 mila bottiglie (tra 18 e 20 euro). La Regione ha deciso di tutelare il vigneto (allevato ad archetto toscano e a doppio archetto) offrendo al produttore Adriano Barneschi (Podere La Piaggia) diritti di impianto per una superficie equivalente. "Quando ho fatto richiesta di reimpianto" spiega Barneschi, che coltiva in tutto 5 ettari, "mi è stato detto che avrei potuto disporre di nuovi 1,7 ettari a patto di non toccarlo per dieci anni". La vigna, su terrazzamenti in zona a vincolo paesaggistico, è stata studiata anche da uno dei massimi esperti di ampelografia come Roberto Bandinelli. Coi diritti concessi, l'azienda impiante un 80% di Sangiovese a grappolo spargolo e un 20% di Canaiolo: "Nessun vitigno internazionale".



supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Lorenzo Tersi

foto

Pera&Mela, Barberani

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it | 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco | 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi | 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

fino al 13 dicembre
Happy Trentodoc
Trento – in vari winebar
e ristoranti
stradavinotrentino.com

5 dicembre
Fiano in Avellino
Villa Amendola
Via due Principati 202 -
Avellino
fino al 6 dicembre

6 dicembre
**Cantine Aperte
a Natale**
in tutta Italia
movimentoturismovino.it

6 dicembre
**presentazione del
progetto Valore Forte**
**Una Bottiglia di Gavi
per il Forte (di Gavi)**
Palazzo Comunale – Gavi
(Alessandria)
ore 10

12 dicembre
Salone del vino Piceno
Piazza Roma 6
Ascoli Piceno
fino al 13 dicembre

13 dicembre
**Degustazione
Berebene 2016**
Sheraton Rome Hotel
and Conference Center
Roma
ore 16.00 – 20.00

9 dicembre
Merry Sagrantino
Montefalco (Pg)
dalle 16,30

17 gennaio
"Prima del Torcolato"
piazza Mazzini -
Breganze (Vicenza)

25 gennaio
**Millésime Bio
Montpellier**
fino al 27 gennaio
millesime-bio.com

30 gennaio
Anteprima Amarone
Verona

30 gennaio
Wine&Siena Event
Rocca Salimbeni - Siena
fino al 31 gennaio

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



Incontra i buyer del vino in tutto il mondo!

Grazie a **Wine^{Pro} Italy**,
la prima app B2B sul vino
italiano, sarai conosciuto
da migliaia di professionisti
internazionali.

Cosa aspetti? Contattaci
per entrare a far parte dell'élite
delle aziende italiane presenti
sul **primo marketplace per
smartphone nel mondo!**

PER SAPERNE DI PIÙ

www.wineproitaly.com

CONTATTACI ORA

info@wineproitaly.com

+39 02 57311731

+39 02 57311706





Il Vicentino, terra di grandi prelibatezze.

Qui nascono capolavori del gusto assolutamente unici come il formaggio Asiago Dop, morbido e delicato nella variante 'fresco' oppure dal sapore forte e deciso quando 'stagionato', come il Prosciutto Veneto Berico-Euganeo Dop o la Soppressa Vicentina Dop, delicata armonia di sapori che si presta perfettamente come accompagnamento ideale per ogni piatto. In queste terre germogliano perle di stagione quali il Radicchio Rosso di Asigliano, dalla consistenza croccante e dal tipico sapore amarognolo, il Broccolo Fiolaro di Creazzo, inimitabile ortaggio ricordato anche dal poeta Goethe nel suo viaggio italiano, il Broccolo di Bassano, le Patate di montagna e quelle di pianura, da gustare con l'eccellente Olio Extravergine di Oliva delle colline di questa fertile provincia. Qui crescono anche il Mais Marano dal caratteristico colore arancio intenso da cui si ottiene una polenta morbida e saporita, ideale accompagnamento al Bacalà alla Vicentina e il

Riso di Grumolo delle Abbadesse, i cui minuscoli chicchi sono garanzia di prelibatezza per ogni risotto. Da questa provincia, che conta sei zone Doc, si originano vini unici come il Lessini Durello, il Tai Rosso dei Colli Berici, o meraviglie di dolcezza come il Torcolato di Breganze, il Recioto e il Vin Santo di Gambellara, compagni eccezionali per il dessert: ancor più sublimi se degustati in accompagnamento ai dolci della tradizione locale e l'immane Grappa, altro grande vanto di un territorio che non pone limiti all'eccellenza dei suoi prodotti.

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



Cop 21, la risposta della viticoltura mondiale ai cambiamenti climatici

▲ a cura di Loredana Sottile

PIÙ CHE TEMA CALDO, UN tema incandescente. Visto che alla Conferenza Onu di Parigi sul Clima (Cop 21 dal 30 novembre all'11 dicembre), l'imperativo è "vietato sbagliare". E mentre i grandi della terra cercano un accordo, la viticoltura mondiale fa i conti con il cambiamento. Molti Paesi produttori stanno cercando di correre ai ripari, modificando il modo di fare vino. Soprattutto in Australia dove, oltre ad anticipare la vendemmia di circa otto giorni, gli enologi si stanno muovendo a Sud, verso l'isola di Tasmania. Sembra, infatti, che le temperature medie nelle principali regioni vinicole australiane siano destinate ad aumentare tra 0,3 e 1,7 gradi entro il 2030, e secondo l'agenzia nazionale di scienza Csiro,

la qualità delle uve subirà un calo che va dal 12 al 57%. Non è, infatti, un caso che il colosso Treasury Wine Estates, nel 2013, abbia venduto i suoi vigneti nella Hunter Valley a nord di Sydney, per comprare White Hills in Tasmania.

MA ALTROVE NON È DIVERSO. L'ITALIA, così come la Francia e gli altri Paesi produttori dell'area mediterranea, stanno iniziando a spostare la viticoltura in altitudine, studiando varietà sempre più resistenti ai cambiamenti climatici. Ma, nel caso di modifiche sostanziali, bisognerà rivedere il sistema delle denominazioni. Situazione positiva, invece, per le zone fredde del Nord Europa, tra cui la Germania e le regioni francesi di Champagne e Val de Loire, anche se, i cambiamenti potrebbero modi-

ficare il sapore stesso dei loro vini. E intanto, dal canto suo, l'Oiv ha siglato l'adesione al progetto "4/1000: Terreni per la sicurezza alimentare e climatica" (dentro c'è anche l'Università di Bologna), presentato lo scorso 1 dicembre a Parigi, che punta a raggiungere un tasso di crescita annuo del 4 per 1000 dello stoccaggio di carbonio del suolo: un risultato che potrebbe rivelarsi fondamentale per limitare l'aumento di temperatura a livello globale a 1,5 o al massimo 2 gradi centigradi. Sempre in ottica ambientale, il Comité Champagne fa sapere che nel 2003 è diventata la prima regione vinicola al mondo a calcolare la propria impronta carbonica. Oggi, il 100% dei viticoltori della Champagne sono integrati in questo processo.

▲ IL MIO EXPORT. Cantine Polvanera – Filippo Cassano

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

La percentuale di export sul totale aziendale è dell'80%. Esportiamo molto in Nord Europa, Cina, America, Brasile, a seguire Australia e Paesi dell'Est. Peggio in Russia perché ci sono strettissimi vincoli doganali.

2. LA BUROCRAZIA È UN PROBLEMA?

Il problema burocrazia sussiste ancora in maniera pesante per alcuni Paesi dell'America del Sud come Ecuador, Cile ecc che si affacciano ai mercati mondiali del vino e richiedono documenti e certificazioni complesse. Stessa cosa per Russia e Paesi CSI.

3. COME PROMUOVERETE IL VOSTRO VINO SUI MERCATI INTERNAZIONALI?

Promuoviamo il nostro vino tramite social, ma soprattutto tramite molti eventi in loco presenziati direttamente da noi; serate a tema nei ristoranti, degustazioni in grandi alberghi, cene abbinate al vino sia con operatori, sia con gente comune in tutto il mondo perché siamo del parere che il parere del comune consumatore sia altrettanto fondamentale, infatti siamo arrivati in alcuni Paesi all'estero anche grazie al passaparola.

4. SALUTIAMOCI CON UN ANEDDOTO LEGATO ALLA SUA ESPERIENZA ALL'ESTERO...

Durante un soggiorno di lavoro in Cina mi hanno fermato per le strade di Pechino degli italiani che vivono lì, dicendomi che mi avevano riconosciuto dalle foto delle brochure di un ristorante in cui avevano bevuto il mio vino. Parliamo di una grande città, mica di un paesino.

Cantine Polvanera | Gioia del Colle | Bari | www.cantinepolvanera.it



NEL PROSSIMO NUMERO
SAN MICHELE APPIANO

In aumento la percentuale di irregolarità e le diffide ai produttori; meno contestazioni amministrative e notizie di reato. Intensificate le azioni sul web contro la vendita di false Dop e Igp. In anteprima il bilancio 2015 della Repressione frodi

Sequestri per 61 mln di euro. Vaccari: I controlli funzionano

▲ a cura di Gianluca Atzeni

ANNO MOLTO COMPLESSO, IL 2015, SUL FRONTE dei controlli per l'Ispettorato repressione frodi del Mipaaf. Complesso perché i fattori di rischio erano alti, con alle spalle una stagione scarsa a livello produttivo come la 2014 (44,7 milioni di ettolitri), che ha elevato la soglia di attenzione determinando la necessità di potenziare l'attività di intelligence, a partire dal periodo vendemmiale. Ci si è concentrati in particolar modo sull'uso di zuccheri non consentiti, vinificazione di uve da mensa e import di vini e mosti stranieri spacciati per italiani. I risultati operativi, che Tre Bicchieri è in grado di anticipare, fotografano una generale crescita delle irregolarità. Aumentano, infatti, i sequestri, il loro valore (che è decuplicato), gli operatori, i prodotti e i campioni non conformi e le diffide; in calo le notizie di reato e le contestazioni amministrative. Un trend che si riscontra sia nel periodo di raccolta delle uve (400 ispettori hanno eseguito

5 mila controlli sugli 11 mila totali) sia in tutto l'anno. "Il sistema ha funzionato a dovere"

osserva Stefano Vaccari, capo dipartimento Icqrf "hanno funzionato i controlli preventivi fatti già a giugno, per bloccare le imprese che producevano in modo sleale, hanno funzionato le ispezioni costanti e mirate nelle settimane più intense, ha funzionato il sistema di controllo su internet per bloccare i prodotti taroccati". La linea della severità chiesta dal ministro delle Politiche agricole, Maurizio Martina, ha dato i suoi frutti: "La lotta alle frodi è una priorità assoluta del Governo" ricorda Vaccari "e chi cerca scorciatoie attraverso gli illeciti e mettendo a rischio la credibilità di un comparto modello come quello del vino deve pagare".

NEL DETTAGLIO, CONSIDERANDO I DATI GENERALI PARZIALI (1 gennaio - 1 dicembre), quindi con davanti ancora un mese d'attività, si nota l'aumento della percentuale di irregolarità tra gli operatori, che passa dal 20% del 2014 al 29% - ovvero quasi uno su tre - ed è del 26% durante la vendemmia. Cresce la percentuale di prodotti irregolari che sale dal 12,8% al 20% (18,8% in vendemmia); stabile quella di campioni di vini e mosti analizzati non conformi (7,3%), mentre sale decisamente il numero delle diffide, quasi triplicato da 493 a 1312, di cui 485 nel solo periodo vendemmiale. I sequestri aumentano, passando dai 246 del 2014 ai 272 del periodo considerato (69 in ven- >>



CAPORALATO, FLAI-CGIL: LA MAREMMA BASE LOGISTICA PER 3 MILA IN NERO

Più di 3 mila lavoratori coinvolti nel business del lavoro nero nella raccolta delle uve in Maremma, metà operanti in provincia di Grosseto, metà in altre province toscane. La denuncia della Flai-Cgil Toscana, che ha presentato un rapporto dettagliato sul fenomeno, serve a tenere alta l'attenzione sul caporalato, tema di forte interesse su cui il governo ha emanato novembre uno specifico disegno di legge che inasprisce pene e controlli. Oltre il 90% delle verifiche alle aziende ha presentato irregolarità (314 casi su 337). Secondo il sindacato, il profilo del lavoratore è chiaro: 40 euro al giorno per un impiego fino a 10 ore, che deve però versare al caporale 5 euro per il trasporto, 3,5 euro per un panino, 1,5 euro per l'acqua e 200 euro mensili per l'alloggio. Ciò che non è chiaro è chi ci sia dietro questo esercito (in gran parte proveniente dal sud) che lavora in condizioni di "quasi schiavitù", fa notare il segretario provinciale Claudio Renzetti, e perché sia stato scelto il grossetano come base logistica. L'autorizzazione che nasce dalla conversione del diritto se non usata scade nel 2023.

>> demmia). E a balzare all'occhio è il valore generale dei sequestri, cresciuto di dieci volte dai 6,1 milioni di euro del 2014 ai 61,1 milioni del 2015, di cui 2 milioni in vendemmia. Su questo dato, pesano le tre maxi operazioni antifrode tra giugno e luglio per le quali ricorderemo questo 2015: 'Hydrius' nel Bolognese, 'Max' nel Ravennate e l'inchiesta in Oltrepò seguita da dissequestri e declassamenti di vino a Ig. Tre interventi che assieme sono valsi 50 milioni di euro sul totale. Le prime due operazioni, che hanno portato alla luce sistemi di sofisticazione di vini da tavola e mosti, e anche traffici illeciti di prodotti ottenuti anche da uve da tavola, hanno sicuramente generato un effetto deterrente, nell'ambito di una campagna verifiche considerata peculiare dagli uffici del ministero di Via XX Settembre. In questo senso, si può leggere il calo delle notizie di reato, passate da 91 del 2014 a 34 del 2015, di cui 11 durante la vendemmia. I casi più frequenti: fro-



de in commercio, contraffazione di Do e Ig, falso ideologico e vendita di alimenti non genuini. In flessione, il numero di contestazioni amministrative, che si lega a doppio filo all'introduzione, tramite il decreto

Campolibero, dell'istituto della diffida, che nei casi meno gravi consente all'operatore di regolarizzare la propria posizione nel momento in cui commette un'infrazione per la prima volta. Come tiene a sottolineare il capo dipartimento Vaccari: "Le numerose semplificazioni già apportate alla normativa, il pieno utilizzo dello strumento della diffida e gli incentivi per l'e-commerce testimoniano che il mondo del vino italiano è sano, competitivo e merita fiducia".

NON SOLO CONTROLLI IN CAMPO MA ANCHE SUL WEB PER l'Icqrf, che dal 2014 è anche Organismo di contatto in sede Ue per l'Italia nel settore vino. Sono 302 i casi segnalati alle autorità europee per usurpazione dei marchi made in Italy a Do e Ig, con un indice di successo del 75%. Grazie alla collaborazione coi grandi siti e-commerce, tra cui Alibaba ed eBay, sono state rimosse dal web 150 inserzioni. Oltre agli ormai noti wine kit su Brunello, Nobile di Montepulciano, Barolo, Amarone, Frascati, Chianti e altri vini, gli interventi hanno interessato il Prosecco alla spina (foto), i Montepulciano prodotti in Nuova Zelanda, il Lambrusco imbottigliato in Spagna. >>



» **IL NUOVO FRONTE DELL'ATTIVITÀ ISPETTIVA 2015** è anche il settore biologico. Nessun sequestro e una sola frode in commercio aggravata in 204 controlli, dal 1 gennaio al 17 novembre scorso, su 180 operatori di cui 14,4% risultati irregolari; 304 i prodotti controllati (10,2% irregolari), 78 i campioni analizzati (5,1% irregolari) con 21 diffide e 21 contestazioni amministrative. Per facilitare il lavoro dei viticoltori, sul sito Mipaaf è pubblicato un **vademecum** con norme e obblighi di etichettatura degli allergeni.

IL 2015 È STATO ANCHE L'ANNO DELL'APERTURA DEL RE-gistro unico dei controlli (Ruci), attivo da fine ottobre. Questo archivio informatico, presente sul Sian, attualmente raccoglie i dati sui controlli effettuati da Icqrf, Regioni e organismi autorizzati. L'obiettivo è evitare la duplicazione degli interventi facilitando il lavoro degli ispettori e la programmazione e, soprattutto, favorire la competitività e l'attività delle imprese del vino. Il registro è operativo presso l'Icqrf, contiene i dati di oltre 120 mila controlli eseguiti negli ultimi 18 mesi e *“sta già consentendo all'Icqrf e agli altri organismi di ottimizzare gli interventi sulle imprese agricole”*. Altra norma che dovrebbe ridurre i carichi burocratici è l'avvio da marzo, in collaborazione con le associazioni di categoria, della sperimentazione del

nuovo registro dematerializzato di carico e scarico dei prodotti vitivinicoli, obbligatorio dal 1 gennaio 2016. Oltre 40 cantine stanno collaborando per mettere a punto il registro telematico insieme all'Icqrf e all'Assosoftware. Con questa informatizzazione dei registri, l'Italia mette un tassello importante verso la leadership mondiale nella tracciabilità e nella lotta alle frodi. E per il nostro sistema vino, fanno sapere dal Mipaaf, *“è un'occasione di marketing importante per rafforzare la nostra competitività”*.

RISULTATI OPERATIVI NEL SETTORE VITIVINICOLO

	2015 1 ago - 1 dic	2015 1 gen - 1 dic	2014
Controlli (n.)	4595	11387	11957
Operatori controllati (n.)	3324	6960	8150
Operatori irregolari (%)	25,9	29,1	19,8
Prodotti controllati (n.)	6494	16411	18357
Prodotti irregolari (%)	18,8	20,02	12,8
Campioni analizzati (n.)	1197	2374	2801
Campioni rregolari (%)	6,4	7,3	7,2
Diffide (n.)	485	1312	493
Sequestri (n.)	69	272	246
Valore sequestri (Mln€)	€ 2,095	€ 61,107	€ 6,171
Notizie di reato (n.)	11	34	91
Contestazioni amm.ve (n.)	565	1395	1666

fonte: Icqrf - Mipaaf



**SAVE THE DATE
DAL 10 DICEMBRE
AL CINEMA**

COMME DES CINEMAS, NAGOYA BROADCASTING NETWORK & TWENTY TWENTY VISION presentano AN UN FILM DI NAOMI KAWASE KIRIN KIKI, MASATOSHI NAGASE, KYARA UCHIDA
 PRODOTTO DA MASA SAWADA, KOICHIRO FUKUSHIMA & YOSHITO OYAMA CO-PRODOTTO DA THIANSSIS KARATHANOS BASATO SU UN ROMANZO DI KURIAN SUKEGAWA
 SCRITTO E DIRETTO DA NAOMI KAWASE DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA SHIGEKI AKIYAMA SCENOGRAFIE KYOKO HEYA MONTAGGIO TINA BAZ SUONO EJI MORI, ROMAN DYANNY, BORIS CHAPPELLE & OLIVIER GOINARD
 ILLUMINAZIONE YASUHIRO OHTA MUSICA DAVID HADJADJ PRODOTTO DA COMME DES CINEMAS, NAGOYA BROADCASTING NETWORK, TWENTY TWENTY VISION
 IN COPRODUZIONE CON AEON ENTERTAINMENT, KUMIE, ZDF/ARTE, POPPAR PUBLISHING, HAKUHODO, ELEPHANT HOUSE, THE ASahi SHIMBUN COMPANY & MAM
 CON IL SUPPORTO DI L'AUDE AUX CINEMAS DU MONDE & MEDIENBOARD BERLIN BRANDENBURG & THE AGENCY FOR CULTURAL AFFAIRS, JAPAN
 © 2015 AN FILM PARTNERS - COMME DES CINEMAS - TWENTY TWENTY VISION - ZDF ARTE

www.cinemasrl.com

SCOPRI TUTTE LE PROMOZIONI

Approfitta delle imperdibili promozioni su accessori per il vino, complementi d'arredo e molto altro.

In esclusiva solo per i lettori de i tre bicchieri un ulteriore codice sconto del **5%** da utilizzare sul sito www.youwine.it
 CODICE SCONTO : **GR_PROMO** (VALIDO FINO AL 31/01/2016)



NEVADA
www.nevadaeurope.com

YouWine Shop
The best choice for your wine
www.YouWineShop.com

VINUMdesign
www.vinumdesign.it



Dal dossier etichettatura alla partita Ttip, fino ai nuovi equilibri post attentati di Parigi. L'ex Ministro fa il punto su problemi e prospettive del made in Italy. E presenta la guida Top Italian Food&Beverage Experience del Gambero Rosso

Paolo De Castro: "L'export? Un obbligo". Ed è massima allerta sui vini identitari

▲ a cura di Loredana Sottile

SE LE STIME DI FINE ANNO PARLANO DI 5,5 MILIARDI di euro solo per il comparto vino all'estero, allora la parola chiave per l'anno che verrà non può che essere *presidiare*. Presidiare i mercati con più eventi, più guide, più promozione, più presenze, ma anche attraverso la protezione dei nostri marchi. Il messaggio suona forte e chiaro anche dalle parole di Paolo De Castro, coordinatore S&D della Commissione agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento Europeo che oggi, alla Città del gusto di Roma ha incontrato il presidente del Gambero Rosso Spa, Paolo Cuccia nella conferenza di approfondimento sulle politiche europee nel comparto agricolo e agroalimentare, nel corso della quale è stata presentata la prima edizione della guida Top Italian Food&Beverage Experience del Gambero Rosso, 850 eccellenze del food and beverage made in Italy proiettate verso l'estero (vedi box a pag.16).

Partiamo proprio da questo. Una guida come Top Italian Food&Beverage è uno strumento efficace di promozione per il made in Italy?

Certamente è un lavoro di cui c'era bisogno, perché rappresenta un prezioso strumento di promozione delle piccole e grandi realtà agroalimentari italiane. Teniamo presente che il made in Italy all'estero piace molto, ma proprio per questo viene sempre più copiato e imitato. Un fenomeno che va ostacolato, lavorando sul piano dell'organizzazione e della promozione, e soprattutto facendo

DOSSIER ETICHETTATURA UE 1. FIORIO PRESENTA UNA RISOLUZIONE

Il vicepresidente della Commissione Agricoltura della Camera e deputato Pd Massimo Fiorio ha presentato ieri una risoluzione al Governo contro la liberalizzazione dei vitigni nelle etichette. "L'Europa non legalizzi l'italian sounding" è il suo grido d'allarme "è necessario che il governo assuma tutte le misure necessarie per tutelare il nostro settore vitivinicolo da falsificazioni legalizzate"



» arrivare sui mercati i veri prodotti italiani, anche grazie all'ausilio di guide come questa. Oggi l'export non è un'opportunità, ma un obbligo. Una priorità ben chiara anche al Parlamento europeo, da sempre impegnato nella definizione di politiche rivolte al consolidamento e alla crescita delle imprese agroalimentari all'estero e alla tutela dei loro prodotti.

Parlare di tutela oggi, significa sollevare un tema molto caldo, visto che all'ordine del giorno c'è la salvaguardia dei cosiddetti vini identitari sui quali, qualche settimana fa, proprio lei aveva lanciato l'allarme. Al momento, quanto è concreto il rischio di ritrovarci con uno di questi vini - Verdicchio, Lambrusco, Vermentino, solo per citarne alcuni - prodotti all'estero?

Di concreto c'è che la Commissione ci sta lavorando. Certo, oggi l'impegno preso dal commissario Hogan, dopo il nostro ultimo incontro, ha ridotto in parte il rischio, ma noi manteniamo comunque la massima allerta. Lanciare l'allarme è doveroso. Ricordo bene quando nel 2007 (*De Castro ricopriva, allora, il ruolo di Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali; ndr*) stilammo la lista delle denomina-

DOSSIER ETICHETTATURA UE 2. IL CASO LAMBRUSCO

Audizione in Commissione agricoltura del Senato, ieri, per il Consorzio del Lambrusco. Tra le soluzioni possibili per risolvere la vertenza europea che mette a rischio la stessa denominazione, vi è l'inserimento del nome 'Lambrusco Emilia' nella tabella XV allegato b, in modo che venga riconosciuto il patrimonio locale di questo vino e che il suo nome non possa essere utilizzato in etichetta da altri Paesi produttori. In ogni caso, fanno sapere dal Consorzio, già senza modifiche, il Lambrusco è legato al proprio territorio nelle sue diverse declinazioni Dop e Igp: Lambrusco di Sorbara, Lambrusco Salamino di S.Croce, Lambrusco Grasparossa di Castelvetro, Reggiano Lambrusco, Colli di Scandiano e di Canossa Lambrusco, Lambrusco di Modena, Lambrusco Emilia.



zioni da proteggere. Lista che, per inciso, oggi andrebbe ampliata. Ma intanto, una *deregulation* dei vini identitari, significherebbe rimettere tutto in discussione.

Una sorta italian sounding legalizzato... Ma quali Paesi produttori sono favorevoli a questa prospettiva e quali, invece, sono a fianco dell'Italia in questa battaglia?

Nella stessa posizione italiana, c'è ad esempio la Francia che si ritroverebbe a rinunciare all'esclusività di alcuni vini-denominazioni. A spingere questa liberalizzazione ci sono, invece, Paesi come Portogallo e Spagna. Il motivo è facile da intuire: quanti introiti porterebbe ai cugini portoghesi la possibilità di produrre un Lambrusco sul loro territorio?

E intanto, proprio il Consorzio del Lambrusco è reduce da un'audizione in Commissione agricoltura del Senato per trovare una soluzione che dimostri il legame della denominazione al territorio (vedi box a pag.15)

Il mio allarme è stato proprio un modo per raccogliere le preoccupazioni dei consorzi, Lambrusco in primis, visto che da solo raggiunge un valore di 500 milioni di euro l'anno ed è tra le denominazioni italiane più esportate. Per il Lambrusco, come per le altre denominazione, è una battaglia che va preparata.

Spostandoci al di fuori dell'Europa, le cose cambiano notevolmente, visto che non esiste, né viene riconosciuto, il sistema delle DO. A che punto sono le negoziazioni sul Ttip, il Transatlantic Trade and

Investment Partnership?

Siamo in una fase di stasi, soprattutto perché, rispetto a qualche mese fa, è venuto a mancare lo sprint americano. Gli Usa dopo aver siglato il Partenariato Trans-Pacifico (Ttp), sembrano avere meno interesse a concludere quest'altro negoziato con l'Europa. Ma noi dobbiamo puntare a chiuderlo entro l'estate del 2016, quando in America la tensione si sposterà totalmente sulla campagna elettorale per le presidenziali. Altrimenti il rischio è che non si vada più avanti fino al 2017. Per farlo, però, bisogna cambiare passo, essere più aggressivi.

Chiudere, anche a costo di rinunciare a qualcosa?

In realtà c'è poco a cui rinunciare. Diciamo che peggio di così - dal non riconoscimento delle denominazioni, ai dazi, fino all'italian sounding - non si potrebbe andare. Insomma c'è solo da migliorare. E oltre all'ambito delle denominazioni e alle barriere non tariffarie, bisogna intervenire anche in quello delle barriere tariffarie, tenendo presente che l'import di vini Usa in Ue è in gran parte esente da dazi, viceversa ci sono tasse che variano a seconda del contenuto di alcol.

E in questo, quanto l'accordo Ttp tra Usa e area Pacifica, può rappresentare un ostacolo?

In generale il Ttp rappresenta un esempio concreto della mancanza di protagonismo europeo. Usa e area Pacifica hanno raggiunto prima di noi alcuni accordi che difficilmente rientreranno nel Ttip. Ma al di là di tutto, il vero problema è restare fermi, non agire. E non agire significa subire passivamente le decisioni e gli accordi degli altri.

Ampliando gli orizzonti, oggi, cosa significa agire in un contesto mondiale scosso dagli attentati terroristici dello scorso 13 novembre a Parigi? Se la ristorazione, almeno nelle prime due settimane, ha subito i primi contraccolpi dell'effetto-paura (in Italia -40% di prenotazioni nel week-end post; dati Fipe), anche il vino dovrà pagare la sua parte? Non credo che ci saranno ripercussioni particolari per il vino, o almeno me lo auguro. L'effetto immediato è stato rinunciare ad uscire e ad andare al ristorante, ma appunto credo sia un effetto legato al momento e che presto finirà. È una situazione incerta, non si sa da dove venga il pericolo, quindi privarsi delle normali abitudini sarebbe impensabile. Piuttosto potrebbero - e in parte lo stanno già facendo - cambiare gli equilibri mondiali.

Equilibri che rimandano anche alla voce Russia?

Esatto. Il riavvicinamento tra l'Europa e la Russia in chiave anti-terrorismo potrebbe modificare - in questo caso in positivo - la situazione per l'export di vino, considerato che la Russia è un Paese chiave per l'Italia. Personalmente non sono mai stato favorevole ai dazi e al conseguente embargo. Lo considero un atto di masochismo da parte nostra, come dimostrano i numeri.

Al di là del capitolo Russia, a quali altri mercati bisogna puntare sia per il comparto vino, sia per quello food?

Tra i mercati più recettivi ci sono Asia, Nord America e Sud America. In particolare, in questo momento, qualcosa si muove in Argentina dove il nuovo presidente di origini italiane, Mauricio Macri, ha detto chiaramente che guarda molto al nostro Paese. Adesso sta a noi dargli una mano, cercando di essere più aggressivi e di piangerci meno addosso. Proprio in questi giorni a Bruxelles abbiamo presentato ufficialmente il nuovo pacchetto promozione per i prodotti alimentari: 220 milioni di euro, con i bandi in uscita a partire dalla primavera 2016. Ma la vera novità è che non ci sarà più il passaggio tra impresa, Stato membro ed Europa, ma l'impresa potrà accedere direttamente ai bandi, in un rapporto diretto con l'Ue. Tutto ciò presuppone un maggiore spazio d'azione, ma anche il bisogno di una maggiore aggressività italiana, tenendo presente che il nostro Paese, con tutto il suo made in Italy, raggiunge 36 miliardi di euro di export agroalimentare, la Germania che il 'made in' non lo ha, ne fattura il doppio. Ma il caso più emblematico, credo sia l'Olanda, primo esportatore di agrumi in Europa. E pensare che la sua produzione agrumicola è pari a zero!

ARRIVA LA GUIDA TOP ITALIAN FOOD & BEVERAGE EXPERIENCE

L'attenzione ai mercati esteri è ormai diventata una priorità per il Gambero Rosso, come dimostra il percorso ormai consolidato del World Tour, le guide Vini d'Italia già tradotte in cinese e giapponese e le Wine academy nel mondo. A questa mappa, adesso va ad aggiungersi anche la prima edizione di Top Italian Food & Beverage Experience, una selezione in inglese di 850 eccellenze del food and beverage made in Italy presenti sui mercati esteri o pronte per l'export. La parte del leone la fa l'esercito delle piccole e medie aziende, più di 700 sulle 850 pubblicate divise per categorie merceologiche. A seguire, la sezione dedicata ai Grandi Marchi, quasi 150 grandi aziende storiche e conosciute a livello internazionale, che sono sinonimo di food made in Italy nel mondo. Tra le indicazioni riportate, anche il riferimento a chi fa e-commerce, altro strumento indispensabile per essere più competitivi sul mercato. "Sono particolarmente lieto del lancio di Top Italian Experience" ha detto il presidente del Gambero Rosso Paolo Cuccia "la guida che mancava. Un passaporto per l'estero che il Gambero offre agli importatori internazionali per orientarsi nelle loro scelte, facilitando i produttori di qualità e combattendo così il fenomeno dell'italian sounding. Con questa guida la nostra azienda conferma la determinazione a perseguire lo sviluppo internazionale che ha costituito uno degli elementi di massimo interesse da parte degli investitori, che sono diventati nostri azionisti nella quotazione, consapevoli delle straordinarie opportunità che la piattaforma multimediale e multicanale Gambero Rosso è in grado di offrire. Dal 2016, a seguito della grande richiesta degli eventi internazionali aumenterà a 50 tappe rispetto alle 30 del 2015". "Questo lavoro" ha commentato Mara Nocilla, editor della Guida "è la quintessenza dei nostri prodotti editoriali in formato export. Ci sono dentro aziende piccole e medie, con le spalle abbastanza forti per proporre i loro prodotti all'estero. Non è un catalogo, ma uno strumento che si rivolge in particolare a buyer, distributori e ristoratori per aiutarli a trovare il meglio della produzione italiana".

**AN INDISPENSABLE TOOL FOR FOODIES
BUT EVEN MORE SO FOR INDUSTRY INSIDERS
PROMOTING THE BEST OF MADE-IN-ITALY WORLDWIDE**



pp. 348 - euro 12,50

**Available in bookshops
order online: www.gamberorosso.it**