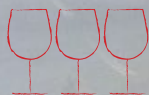


anno 6 - n. 32 - 6 agosto 2015



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

# SPECIALE SCENARI



Solo su  
**sky** | Canale  
**412**



GAMBERO ROSSO®

trebicchieri  
2015 

## SPECIAL EDITION MILANO EXPO 2015

10 appuntamenti all'interno di Milano EXPO  
presso il Padiglione del Vino Italiano curato da Fiera Verona Vinitaly



> Gli incontri, dedicati esclusivamente ai vini **Tre Bicchieri** premiati all'interno della guida **Vini d'Italia 2015**, si svolgeranno nella sala di degustazione del padiglione: 10 degustazioni guidate, in doppia lingua (italiano e inglese) a cura degli esperti della redazione vino del Gambero Rosso. <

### AGOSTO

|            |             |                  |           |
|------------|-------------|------------------|-----------|
| sabato 8   | 17:30-19:00 | Lorenzo Ruggeri  | CONVIVIAM |
| venerdì 28 | 17:30-19:00 | Eleonora Guerini | CONVIVIAM |

### SETTEMBRE

|            |             |                 |           |
|------------|-------------|-----------------|-----------|
| sabato 12  | 20:00-21:30 | Marco Sabellico | SYMPOSIUM |
| venerdì 25 | 17:30-19:00 | Gianni Fabrizio | CONVIVIAM |

### OTTOBRE

|            |             |                  |           |
|------------|-------------|------------------|-----------|
| giovedì 15 | 17:30-19:00 | Eleonora Guerini | SYMPOSIUM |
| giovedì 29 | 17:30-19:00 | Gianni Fabrizio  | CONVIVIAM |



VINO A TASTE OF ITALY

[www.gamberorosso.it](http://www.gamberorosso.it)



mipaaf  
ministero delle  
politiche agricole  
alimentari e forestali

vinitaly  
... building wine strategy in Italy

Anche quest'anno il mese di agosto lo dedichiamo a tre numeri speciali del Settimanale Tre Bicchieri. Il primo vuole essere uno sguardo al futuro - alla nuova stagione - ma anche al futuro della viticoltura. Cinque punti di vista, quelli dei nostri "rubricisti". Nel prossimo numero - 20 agosto - si parlerà di Expo.

## UNO SGUARDO AL FUTURO

Si avvicina settembre, uno dei mesi decisivi per il mondo vitivinicolo. In gran parte, infatti, l'andamento futuro del settore dipenderà da quello che nelle prossime settimane succederà tra i filari. E quest'anno, stando alle primissime stime, l'Italia può tirare un sospiro di sollievo: da Nord a Sud il caldo ha fatto bene al vigneto, facendo sperare in una buona annata caratterizzata da quantitativi superiori allo scorso anno, con livelli qualitativi promettenti. Subito dopo, chiuso il capitolo vendemmia, come ogni anno, si inizierà a pensare ad altri temi, non meno importanti, dalla promozione alle esportazioni, dalla ricerca ai grandi negoziati. Tanti gli interrogativi. Dopo i 5,11 miliardi di euro del 2014, ci sarà un nuovo record delle esportazioni? Il commercio online di food&wine riuscirà ad imporsi, andando oltre i 260 milioni di euro raggiunti a fatica lo scorso anno? La burocrazia sarà solo un lontano ricordo, strangolata dall'entrata in vigore dell'atteso Testo Unico? La ricerca applicata alla viticoltura riuscirà a trovare nuove strade affinché i concetti di sostenibilità e resistenza alle malattie divengano realtà più concrete?

Per provare a rispondere a questi quesiti, abbiamo chiesto ai nostri "rubricisti" - quelli che in quest'anno ci hanno aiutato ad interpretare tendenze in corso, istogrammi e grafici cartesiani - di provare a pensare al futuro. Quello prossimo, che coincide con la nuova stagione vitivinicola, e quello a lungo termine che bisogna iniziare a costruire sin da ora per non dover poi rimpiangere il passato. Ognuno di loro lo ha fatto relativamente al proprio ambito di competenza e, in questo numero Speciale di Tre Bicchieri, come in un mosaico, abbiamo messo insieme i singoli tasselli per ottenere una visione globale di quello che oggi il vino rappresenta: lavoro in vigna e in cantina, ricerca scientifica, promozione, esportazioni e regolamenti. Per questo, ringraziamo il direttore di Assoenologi **Giuseppe Martelli** che prova a spiegarci com'è cambiato il ruolo dell'enologo negli anni e quali sono i suoi compiti per il futuro; il professore **Attilio Scienza** che ci mostra i prossimi obiettivi della ricerca applicata al mondo del vino: dalla genetica alla viticoltura integrata; il wine advisor **Lorenzo Tersi** che fa il punto sui driver da cui partirà il rilancio del vino italiano, in primis i grandi classici (dal Brunello all'Amarone, al Barolo) e i vini delle isole; l'economista **Denis Pantini** che ci spiega perché l'Italia continuerà a crescere sui mercati internazionali; gli esperti di politica vitivinicola **Davide Gaeta** e **Paola Corsinovi** che con sottigliezza e sarcasmo analizzano i grandi temi in sospeso: dalla revisione della Pac agli accordi di libero scambio con gli Usa, fino ai diritti di impianto. Aspettando di entrare nella nuova stagione del vino, buona lettura e buona vendemmia a tutti.

### supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

### coordinamento contenuti

Loredana Sottile

### hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Paola Corsinovi,

Davide Gaeta, Giuseppe Martelli,

Denis Pantini, Attilio Scienza,

Lorenzo Tersi

### progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

### contatti

settimanale@gamberorosso.it |

06.55112201

### pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco | 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

### resp. pubblicità

Paola Persi | 06.55112393

persi@gamberorosso.it



# L'eBook con tutti i TreBicchieri 2015

IN REGALO PER TE!

SCOPRI DI PIÙ

## L'enologo ieri, oggi, domani

**Giuseppe Martelli,**  
direttore generale Assoenologi

Tra la metà e la fine dell'Ottocento la vite e quindi il vino rischiarono di scomparire dall'Europa a causa dell'avvento dall'America di tre parassiti: l'Oidio, la Fillossera e la Peronospora. La viticoltura uscì da questo trauma profondamente trasformata, consapevole che il suo futuro era legato alla ricerca, alla sperimentazione, ad una tecnologia capace di sopperire ad eventuali nuove calamità.

Nel 1876 nasceva così a Conegliano (Treviso) la prima scuola di enologia d'Italia con lo scopo di assicurare professionisti specializzati, preparati, in grado di seguire e far proseguire il settore vitivinicolo nazionale. Si inaugurarono le prime cantine sociali, dirette da enotecnici, si affermarono le fermentazioni in bianco, quelle a temperatura controllata, si diede sempre più importanza alle analisi enochimiche, a quelle microbiologiche, all'igiene della cantina, alle cure del vigneto. L'enotecnico diven-



ne il fattore determinante su cui si sarebbe basata l'evoluzione ed il progresso dell'enologia italiana.

A fine anni Ottanta, con l'apertura delle frontiere a merci e professioni, nacque l'esigenza di equiparare i tecnici vitivinicoli italiani ai più alti livelli di quelli degli altri Paesi europei. Da qui il passaggio della formazione a livello di laurea ed il riconoscimento del titolo di Enologo e della sua attività professionale con la promulgazione della legge 129/1991. Le aziende all'enologo non chiedevano più solo la gestione del vigneto e della cantina, ma pretendevano la conoscenza delle lingue, l'uso professionale del computer, la versatilità in ruoli ed incarichi.

Intanto il settore vitivinicolo italiano velocemente progrediva e con esso la competenza dei suoi tecnici che oggi si trovano

ad un altro giro di boa e quindi ad aggiornare nuovamente il loro profilo professionale, non solo nelle più avanzate conquiste della viticoltura e dei processi enologici, ma anche negli aspetti commerciali, in quelli di marketing, di gestione del personale e della comunicazione aziendale.

Tutto questo perché l'enologo dovrà sempre più produrre orientato verso i mercati e quindi li deve conoscere, deve rispettare le numerose e spesso farraginose normative nazionali ed internazionali e pertanto deve sapere dove mettere le mani, deve gestire innovativi processi produttivi e valutarli con un occhio alla tradizione ed un altro al consumatore, deve sempre di più fare i conti con l'economia aziendale e con una sostenibilità mai legata all'esaltazione del passato, ma ai risultati della ricerca e della sperimentazione. Insomma non basta più dar vita a un buon vino. La qualità è ormai un dato acquisito. Occorre fare i conti con un mercato spesso fluttuante ed incerto, assai diversificato, che molto spesso intende il vino in modo diverso da come lo consideriamo noi. Il bravo enologo non è colui che dà vita ad un eccellente vino secondo il suo gusto, ma che produce quello che il mercato vuole, esaltando la qualità nel rispetto della tradizione e della cultura.



# VINI&SCIENZA Dalla genetica alla viticoltura integrata, le prossime sfide della ricerca

Attilio Scienza,

Ordinario di viticoltura Università degli Studi di Milano

Perché il valore della scienza non viene spiegato in termini adeguati? Il fatto che ufficialmente la scienza venga considerata in modo negativo e criminalistico rende assai difficile spiegarne il valore. Mentre qualche tempo fa gli scienziati esprimevano con franchezza le loro idee, ora è loro consentito fare qualche professione di fede, veemente quanto imbarazzata, magari alla radio la domenica mattina, perché queste esternazioni possono essere professionalmente dannose e non ben accette dall'opinione pubblica. Non estranei sono i mezzi di comunicazione di massa, che spesso disinformano più che informare, alla ricerca della notizia clamorosa che omologa le piante transgeniche ai frequenti rischi alimentari, al monopolio nella ricerca delle multinazionali, alla perdita di biodiversità, con toni catastrofici. Anche l'Università ha le sue colpe, in quanto ha sottovalutato il ruolo della cosiddetta terza missione, quella che dovrebbe affiancare e rendere esplicite le altre due, quella della ricerca e della formazione superiore.

L'innovazione genetica è sempre stata accolta con molta circospezione dalla viticoltura europea. Basti ricordare le battaglie appassionanti condotte in Francia ed in Italia sull'innesto e sugli ibridi soprattutto tra l'800 e il '900.

**È verosimile che in un futuro prossimo avremo a disposizione i risultati dei programmi di miglioramento genetico delle resistenze che molti Paesi europei, tra cui l'Italia, attualmente il Paese leader, stanno sviluppando:** l'impatto sulla produzione e sul consumatore sarà paragonabile a quello che è avvenuto 150 anni fa con l'arrivo della fillossera. Ci aspetta una vera innovazione culturale sulla quale possiamo riflettere senza pregiudizi per trovare una risposta convincente a tutti i dubbi che ci poniamo quotidianamente e spesso risolti dalla ricerca. L'Italia è in preda a un incantesimo ideologico che esalta il passato dal quale siamo fortunatamente usciti grazie alla sofferenza e al lavoro delle generazioni che ci hanno preceduto. Si vuol far credere che si possa costruire una prospettiva economica alla nostra viticoltura sulla nostalgia e sull'esoterismo. La ricchezza di un Paese e il suo

benessere dipendono da molte circostanze, ma due sono imprescindibili: la libertà individuale e lo sviluppo scientifico. Investire nella scienza e scommettere sull'innovazione implicano la volontà di pensare per il futuro e il futuro è la viticoltura integrata, dove gli aspetti cruciali della sostenibilità (il mantenimento della biodiversità tellurica, la riduzione della chimica nella lotta ai parassiti, le applicazioni della viticoltura di precisione, il miglioramento genetico per le resistenze, etc...) sono affrontati.

Il verbo "eccellere", che deriva dal latino ex - cellere, con il significato di "spingere fuori", non identifica un livello più alto nello stesso ambito, ma lo "spingere fuori" significa entrare in un ambito diverso. Per passare dalla >>

**YouWine** Shop  
the best choice for your wine  
[www.youwine.it](http://www.youwine.it)

**PERSONALIZZA  
LA TUA CANTINA.**

**Scegli: colore, rivestimento,  
porta e molto altro ancora....**



qualità all'eccellenza non è sufficiente dare delle indicazioni sul vino, ma anche comunicare le intenzioni e l'impegno di chi è determinato a raggiungerla, i valori, la visione da cui derivano, occorre presentare non solo il prodotto ma anche il produttore e le modalità con le quali il prodotto nasce. Quindi la qualità di un vino, basata sulle sue caratteristiche sensoriali può essere sufficiente o buona, ma per essere eccellente deve avere un'aggiunta di valori immateriali che non risiedono nel vino, ma nello spirito, nell'umanità di chi lo ha prodotto e nel rapporto con l'umanità di chi lo beve. Il primo elemento immateriale che percepisce il consumatore è la credibilità e l'affidabilità del produttore. Se l'eccellenza è un sistema che riguarda tutta la filiera del vino, questo

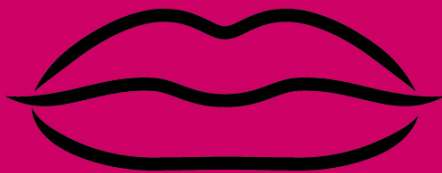


sistema può essere realizzato con tutti gli strumenti della conoscenza per ottimizzare il rapporto tra vitigno e l'ambiente e di adeguare le somministrazioni degli input energetici (acqua irrigua, concimi, antiparassitari, etc...) ai reali fabbisogni delle piante. Perché, per arrivare a produrre vini di qualità, l'integrità e la sanità delle uve sono caratteristiche imprescindibili. Solo con vitigni resistenti alle malattie possiamo allora produrre vini eccellenti, nel vero senso della parola.

Molte aziende, invece, si affidano più ai comunicatori che non ai professionisti per produrre i loro vini, sottovalutandone le difficoltà e come dice Piero Angela: *“Se un tempo erano medium ed astrologi a tenere banco, oggi la pseudoscienza è più subdola: pretende di curare”.*

**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

**22-24 Novembre 2015**

LINGOTTO FIERE TORINO

[www.gourmetforum.it](http://www.gourmetforum.it)

Made by  
**GL**  
eventi  
**LINGOTTO**  
**FIERE**  
TORINO

**GAMBERO ROSSO**

# STRATEGIE Isole, diversità e grandi classici: i driver del rilancio italiano

**Lorenzo Tersì, presidente**  
LT Wine&Food Advisory  
([mail@lorenzotersi.it](mailto:mail@lorenzotersi.it))

Cielo azzurro per il vino italiano. Perché in questi cinque anni di crisi il settore ha dimostrato di saper reggere l'impatto del calo generalizzato dei consumi, con progressioni importanti all'estero come quella del Prosecco. E, **dopo lo stallo nel periodo di crisi economica, il prossimo quinquennio, già a partire dal 2016, potrebbe caratterizzarsi per un rilancio importante dell'italian wine style nel mondo.** La percezione qualitativa del nostro vino è maggiormente riconosciuta, c'è stata una regionalizzazione dei prodotti, un'attenzione ai vitigni autoctoni, e proprio questa biodiversità consentirà di valorizzare a pieno i territori.

Quali saranno gli elementi acceleranti? Innanzitutto, le denominazioni storiche come Barolo, Brunello e Amaronne miglioreranno il proprio posizionamento qualitativo, per cui è prevedibile un

aumento dei prezzi medi tra 30% e 40%. Questi grandi vini hanno le caratteristiche giuste per riuscire a comunicare il loro valore aggiunto, nel senso che il loro vero valore è superiore a quello attuale. Allo stesso tempo, un driver decisivo per questa accelerazione sarà rappresentato dai vini delle isole e dai vini dei vulcani. In concreto, l'Etna, che ha iniziato il suo percorso già da anni accendendo un grande faro sulle potenzialità uniche di vitigni come il Nerello Mascalese, in un territorio che partiva dall'attività pionieristica di pochi imprenditori e nel tempo ha sviluppato un business di grande prospettiva. Discorso analogo per il Vulture e il suo Aglianico. La crescita di questi terroir si legherà certamente agli investimenti programmati da alcuni poli vitivinicoli italiani. E poi ci sono le isole minori come Salina e la sua Malvasia e Pantelleria, che ha iniziato a vinificare non solo passiti ma anche bianchi. Non si farà quantità, ma qualità. Tutta la Sicilia, in generale, ha maturato competenze che sono cresciute molto in questo periodo.

L'altra grande differenza in questo rilancio del vino italiano la farà la Sardegna: il Vermentino è destinato a diventare il bianco fermo nazionale e ottime prospettive si intravedono per Cannonau e Carignano del Sulcis. Una spinta notevole arriverà anche dai nuovi piani per Sella&Mosca, una delle cantine sarde più importanti, che entro l'anno avrà un nuovo acquirente e



porterà dinamismo. E, allora, l'Italia delle isole unita all'Italia dei grandi classici consentirà nei prossimi anni un posizionamento dei nostri vini più remunerativo, che ci farà colmare parte del gap con i vini della Francia.

Che ne sarà, poi, delle altre grandi denominazioni dal Prosecco al Chianti, dal Lambrusco al Pinot Grigio? Messe assieme rappresentano oltre 600 milioni di bottiglie, vendute per oltre 75% all'estero, che stanno facendo bene nei mercati di riferimento, ma che potrebbero rappresentare l'entry level del vino italiano per il grande pubblico. A patto, però, che su di loro si continui a investire con azioni di promozione adeguate.

Questi anni di crisi, in conclusione, ci hanno aiutati a competere sul fronte della qualità. E i vini italiani sono ora tra quelli con uno dei migliori rapporti qualità-prezzo. Dobbiamo solo aumentare la nostra autostima, per proporre i nostri prodotti nei mercati globali sfruttando la grande diversità. E lo dobbiamo fare riconoscendo il vero valore, il grande capitale umano, e lo sforzo di tutti quei produttori che hanno lavorato al miglioramento delle proprie aziende.



# WORLD WINE POLITICS L'anno che verrà...

## Quali saranno i maggiori temi da affrontare in politica estera?

**Paola Corsinovi e Davide Gaeta,**  
esperti di politica  
viticivinicola internazionale

Il nuovo anno porterà una trasformazione che tutti quanti stiamo già aspettando: tempi di bilancio in prossimità della nuova campagna vitivinicola 2015-2016? Settembre si apre all'insegna di tante "novità": fra queste il tema semplificazione. In ottemperanza a quanto stabilito del Trattato di Lisbona, nuove norme delegate e di applicazione "semplificate" stanno per essere predisposte al fine di sostituire tutti i regolamenti attuativi del Reg. 1308/2013 in vigore. **Una revisione a medio termine della PAC, sembra delinearsi per il 2017, ma già nel 2016 potranno essere intraprese nuove discussioni sul tema greening sulla base delle decisioni derivanti dal Parlamento**

e dal Consiglio dei ministri, o almeno questo è quanto afferma il Commissario irlandese Hogan. A proposito di TTP, nei precedenti numeri abbiamo azzardato un'ipotesi, ma possiamo affermare che vista la quantità di punti da risolvere, e considerata la specificità delle tematiche, sperare di raggiungere un accordo per la fine 2015, suona quasi come una "mission impossible". La risoluzione del Parlamento Europeo sull'introduzione di ulteriori elementi informativi per contrastare l'abuso di alcol nonché sulla valutazione degli effetti di una possibile adozione di un'etichettatura a livello Ue che informi i consumatori in merito ai pericoli connessi all'abuso alcol, è ancora tutta da chiarire e da sviluppare. Confusa ancora l'interpretazione da parte dei nostri funzionari sulla vendita/trasferimento a terzi dal 1° gennaio

2016 dei diritti, sia per i nuovi impianti sia per i reimpianti in corso di validità ma non ancora convertiti in autorizzazioni. Insomma, sembra che fra tutti i temi ancora da risolvere, l'intramontabile "semplificazione" torni sempre in auge. Nel suo nome si sono susseguite le transumanze di migliaia di deputati, presidenti e funzionari delle organizzazioni di settore che hanno dovuto sottoporsi al supplizio degli hotel a 5 stelle di Bruxelles e Strasburgo, settimane, tra riunioni, cene aperitivi e beauty farm.



L'alta direzione della Commissione riaprirà le danze con i rispettivi comitati e le convocazioni oceaniche dove, come hanno fatto per tanti anni alcuni rappresentanti del nostro settore, ascolteranno muti. Il dirigente in carica aprirà la discussione, aggiustandosi prima la cravatta di Hermes, una sbirciatina al Iwc, e ricorderà che dobbiamo tornare alle cose semplici, alla terra, al rigore, all'impresa familiare. Qualche presidente delle nostre lobby rilascerà un'intervista sul "giornalino della parrocchia del vino", correndo poi dal papà per mostrargli la sua foto opportunamente scelta dal rinomato ufficio stampa. Papà si complimenterà pensando che forse venderà i suoi vini a qualche centesimo in più grazie alle strategie di "marketing politico". E alla fine, anche per il "nuovo anno" resteranno sempre più vere le due massime che corrono tra i produttori: nel vino bisogna essere miliardari per diventare milionari e che a guadagnarci sono proprio tutti, tranne gli imprenditori stessi.

Insomma, sarà tre volte Natale e festa tutto il giorno...





# WINEMONITOR

## Previsioni al rialzo. Perché crescerà l'export di vino italiano

Denis Pantini,  
denis.pantini@winemonitor.it

Nel giro di un decennio, il commercio internazionale di vino è passato da 21 a 35 miliardi di dollari, portando così questo prodotto ad essere consumato ai quattro angoli del pianeta. Attualmente, solo 11 paesi importano più di un miliardo di dollari di vino all'anno, 7 si collocano nella fascia tra 500 milioni e un miliardo, 27 in quella tra 100 e 500 milioni, 34 tra 10 e 100 milioni, mentre il resto del mondo (oltre 100 Paesi) non arriva a 10 milioni di dollari di importazione. Il vino italiano è presente ovunque, con quote più significative nelle fasce più elevate (in quelli che importano più di un miliardo di dollari di vino, la quota cumulata dell'Italia è del 23%, mentre scende al 6% nei paesi con import inferiore ai 10 milioni). Al contrario, la Francia presenta quote importanti anche nei nuovi mercati, alla luce dell'elevata rinomanza e organizzazione commerciale che connotano i vini e i produttori francesi (27% la quota in quelli con meno di 10 milioni di dollari di import). La diversa presenza nel mondo dei nostri vini è quindi sostanzialmente spiegata dalla rilevante frammentarietà che connota la produzione italiana e che, assieme



# PONTE

UOMINI E VIGNE DAL 1948

find us



[www.viticoltoriponte.it](http://www.viticoltoriponte.it)



alla vastità delle denominazioni e dei territori di origine, sono croce e delizia del nostro export. Croce perché ci limitano nell'approccio al mercato, in particolare in quelli dove la controparte commerciale è significativamente strutturata (o dove il vino rappresenta un prodotto semi-sconosciuto). Delizia invece perché riusciamo a coprire tutte le fasce di prezzo richieste e contestualmente a soddisfare i gusti e i palati di tutti i consumatori, dai "novizi" a quelli più esigenti.

**Le direttrici dello sviluppo dell'export italiano sono quindi segnate: arriviamo più tardi dei concorrenti nei mercati emergenti, ma nel lungo periodo (spesso) li surclassiamo.** Non è infatti un caso che nell'ultimo decennio, in quegli 11 paesi con oltre un miliardo di dollari di import, la quota aggregata del vino italiano è passata dal 19% al 23%, mentre quella dei vini francesi è scesa dal 36% al 33%.