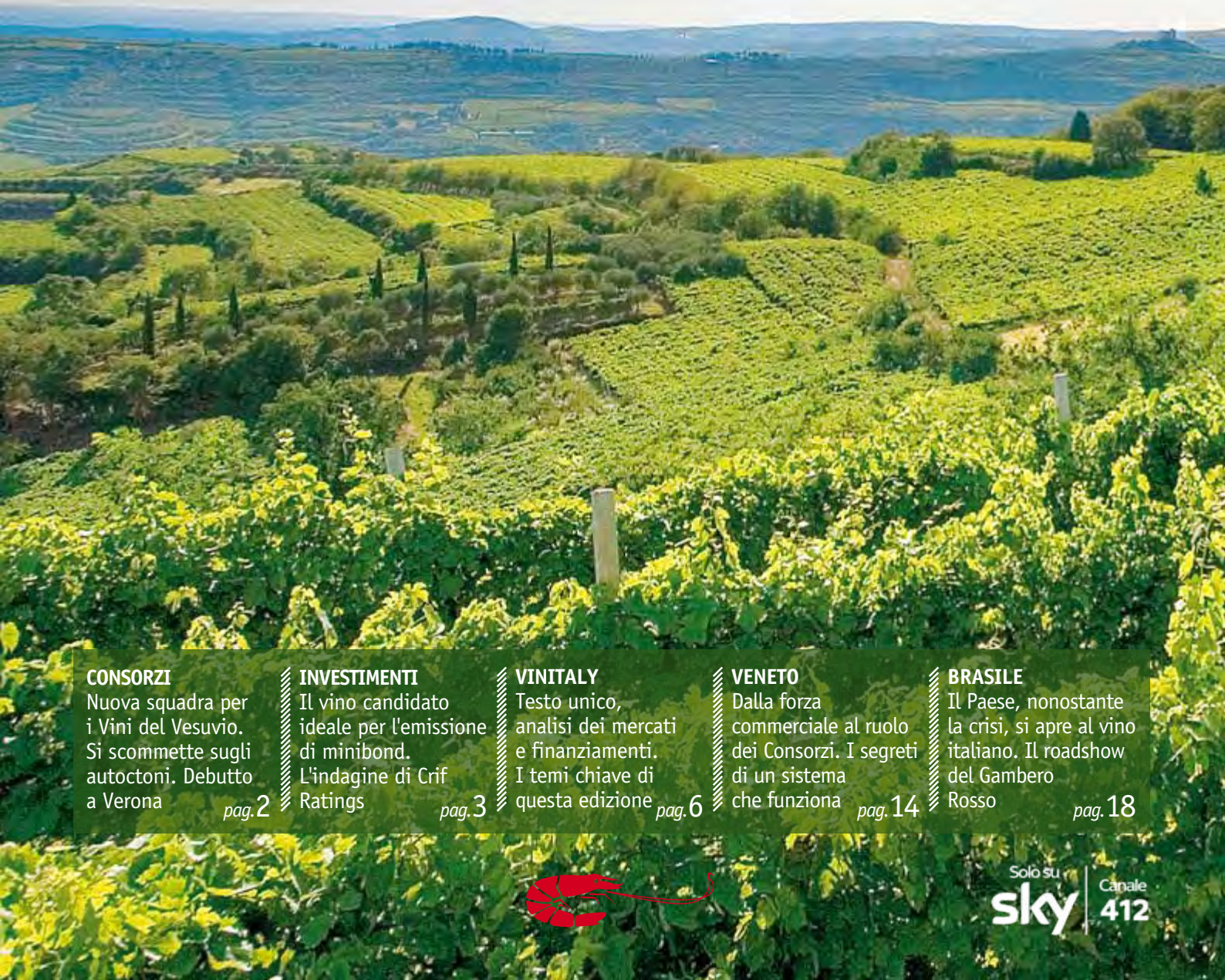
anno 7 - n. 14 - 7 aprile 2016

trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

SISTEMA VENETO, IL SEGRETO DI UN SUCCESSO



CONSORZI
Nuova squadra per i Vini del Vesuvio. Si scommette sugli autoctoni. Debutto a Verona *pag.* 2

INVESTIMENTI
Il vino candidato ideale per l'emissione di minibond. L'indagine di Crif Ratings *pag.* 3

VINITALY
Testo unico, analisi dei mercati e finanziamenti. I temi chiave di questa edizione *pag.* 6

VENETO
Dalla forza commerciale al ruolo dei Consorzi. I segreti di un sistema che funziona *pag.* 14

BRASILE
Il Paese, nonostante la crisi, si apre al vino italiano. Il roadshow del Gambero Rosso *pag.* 18

Solo su sky Canale 412

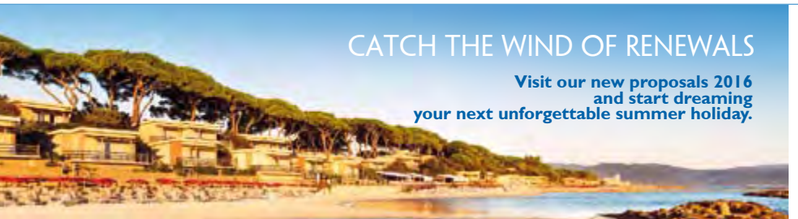
Ecco il Consorzio Vini Vesuvio. La nuova Dop valorizzerà i quattro vitigni del territorio. Obiettivo: promuovere l'unicità dei vini vulcanici. A Verona la prima uscita ufficiale

a cura di Gianluca Atzeni

I produttori del Vesuvio pronti al grande salto. Il riconoscimento Mipaaf al Consorzio di tutela e il nuovo disciplinare della Dop Vesuvio, incentrato sui vitigni locali, apriranno il cammino sui mercati a questo distretto campano, esteso per 150 ettari sul territorio di 15 comuni in provincia di Napoli alla base del vulcano, da Trecase a Torre del Greco passando per Somma Vesuviana e San Sebastiano. Nuovi vertici, con Ciro Giordano (foto) alla presidenza (Cantine Olivella) affiancato dal vice Maurizio Russo (Cantina del Vesuvio), ma soprattutto una rinnovata determinazione nel proseguire l'intuizione che fu della famiglia Mastroberardino, tra le prime a credere alcuni decenni fa nei prodotti di quest'area. L'iter per la nascita di un moderno Consorzio (costituito nel 2007 e guidato allora da Piervincenzo Tione) fu rallentato dalla scomparsa nel gennaio 2013 di Lucio Mastroberardino, poi il nuovo Statuto nel 2014, l'ok ministeriale e l'erga omnes nel luglio 2015. Oggi conta 114 aziende (tra cui 27 imbottigliatori), ha una rappresentatività del 70% con una produzione di 1,4 milioni di bottiglie.

"*Nella nuova Dop*" spiega a Tre Bicchieri il presidente Giordano "*valorizzeremo i monovitigni: Piedirosso, Falanghina, Aglianico e Caprettone, mantenendo ovviamente la possibilità di produrre il Lacryma Christi*". Vinitaly sarà il primo evento pubblico istituzionale (martedì 12 aprile, padiglione Campania, ore 12). In quell'occasione, sarà presentato il logo, con la doppia gobba del vulcano e i colori del vino, e si degusteranno le nuove tipologie: "*I nostri vini sono prevalentemente freschi, sapidi e longevi. Qui il vulcano conferisce caratteristiche non replicabili in altri territori. Il Lacryma Christi, Dop dal 1983, ce lo testimonia*". Vini che ad oggi sono esportati per il 50%, ma la compagine guidata da Giordano (che gestisce anche la Igp Pompeiano) lavorerà su Psr e Ocm vino in funzione promozionale e non solo: "*Dobbiamo ristrutturare i vigneti e aumentare il potenziale produttivo. Negli ultimi 10 anni abbiamo perso circa 40 ettari che vogliamo recuperare. E nei prossimi 10 anni puntiamo a superare i 2 milioni di bottiglie*".

Il percorso del disciplinare non è ancora concluso. Se tutto andrà come previsto, la vendemmia 2016 segnerà l'esordio dei nuovi prodotti. "*Le fascette di Stato ci consentiranno di tracciare meglio la produzione, avremo dati certi e questo sarà un valore aggiunto anche per il consumatore. Dal 2017 potremo far partire la promozione coi fondi Ocm. Il Consorzio*" conclude Giordano "*vuole fare massa critica e far crescere tutti i produttori*".



Golfo del Sole
reka
Hotel & Holiday Resort in Tuscany

YOUR FAMILY, YOUR WELLNESS, YOUR HOLIDAY.

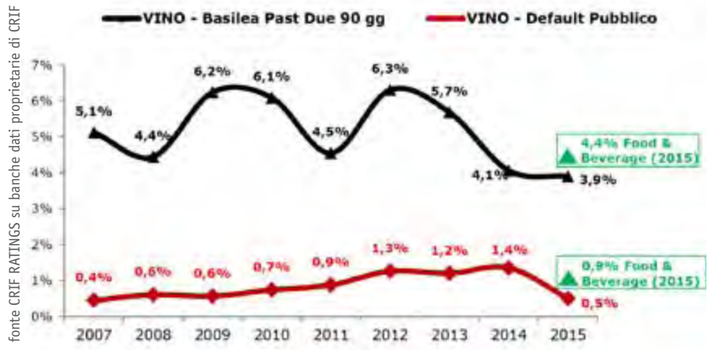
www.golfodelsole.com

Crif Ratings e Wine Monitor: "Migliora il profilo di rischio delle imprese". Soffrono le aziende piccole ed esposte verso il canale on-trade Italia

Che il vino italiano fosse in buona salute si poteva evincere dai risultati 2015 sull'export (+5,4%) e dai consumi interni (+1,8%) in Gdo. Elementi hanno portato a una riduzione del livello di rischiosità delle nostre aziende, come rileva il nuovo osservatorio permanente semestrale dedicato all'analisi di default delle imprese vinicole italiane, nato con Crif Ratings (agenzia di rating con sede a Bologna) e Wine Monitor Nomisma. **I tassi di default del vino, in particolare, restano sotto la media del food&beverage, che a sua volta mostra livelli al di sotto di quella delle imprese (non finanziarie) italiane.** Nel dettaglio, il tasso di incagli e sofferenze bancarie (secondo i parametri Basilea 'past-due 90') è del 3,9% rispetto a un 4,4% del food&beverage; mentre il tasso di default pubblico (concordati preventivi, bancarotta, fallimento, insolvenza) è dello 0,5% contro lo 0,9% del food&beverage. Rispetto al 2009-2012, caratterizzato dai picchi più alti, l'attuale grado di rischiosità del comparto, rileva l'osservatorio, è "*vicino al livello pre-crisi relativamente ai default pubblici*", mentre sui default Basilea (che sono correlati alle vendite sui mercati italiano ed estero) c'è un assestamento su un livello più contenuto rispetto al 2007-2008. Nel 2015, la riduzione dei livelli di rischio è dipesa dal buon andamento dell'export e dalla lieve ripresa interna.

Chi è stato penalizzato? Le cantine export-oriented hanno beneficiato della crescita di domanda del periodo 2007-2015 (escluso il 2009), mentre chi ha lavorato con l'Italia (e nel dettaglio con la ristorazione) ha sofferto di più: imprese piccole, esposte sull'on trade, che hanno ridotto i ricavi e peggiorato il profilo di rischio. Qual è il trend? "*Tutto fa pensare che la domanda continuerà ad essere trainata dall'export, così come i consumi interni si sposteranno sempre più verso la Gdo*".

TASSI DEFAULT NEL VINO: TREND 2007-2013



fonte CRIF RATINGS su banche dati proprietarie di CRIF

Le Pmi del vino candidate ideali per l'emissione di minibond

I minibond sono una nuova forma di garanzia ancora poco sfruttata nel food and beverage come alternativa ai prestiti offerti dalle banche, sempre meno frequenti. Ma proprio per le imprese del vino l'uso delle obbligazioni garantite potrebbe rappresentare il futuro. Ne è convinta l'agenzia Crif Ratings che ha analizzato la marginalità unitaria di diverse aziende con un fatturato superiore ai 20 milioni di euro nel 2014. Osservando la top 15, per circa l'80% di esse il peso del magazzino sul fatturato è superiore al 50%. **Per il vino, in sostanza, la situazione potrebbe essere analoga a quella di una coop modenese del caseario che, a garanzia dell'obbligazione emessa, ha offerto le proprie forme di Parmigiano Reggiano.** "*Il tessuto imprenditoriale del vino*" spiega Paolo Bono, associate presso Crif Ratings "*è costituito quasi esclusivamente da Pmi; allo stesso tempo il posizionamento di prezzo e il livello dei margini unitari risultano positivamente correlati con l'offerta di vini invecchiati, che alimentano il valore delle rimanenze e necessitano di una pianificazione finanziaria di medio e lungo periodo*". Il mercato obbligazionario quindi è un'alternativa valida "*tanto più se il valore del magazzino, che per le 15 imprese considerate supera i 400 milioni di euro nei bilanci 2014, può essere utilizzato a garanzia del debito e quindi a riduzione del suo costo*".

Sella&Mosca, ecco il piano di rilancio per la cantina sarda di proprietà Campari: ritorno del dg, espansione territoriale, riconversione al bio e comunicazione

a cura di Gianluca Atzeni

Anno di fondazione 1899; zona Sardegna; principali vitigni Cannonau, Vermentino, Torbato; bottiglie vendute nel 2015: 4,57 milioni e una casa madre che risponde al nome di Campari. Una carta d'identità di tutto rispetto quella di Sella&Mosca che ci rivela come storia, identità delle produzioni, forza commerciale e spalle coperte da un grande brand del made in Italy siano i pilastri per il rilancio di questa cantina, messa in vendita per tutto il 2015 e che ora, invece, prova a riprendersi i suoi spazi nel mercato del vino italiano e internazionale.

Il nuovo corso, ufficialmente presentato nel quartier generale di Alghero, dopo le anticipazioni del Tre Bicchieri di febbraio, si snoda su più livelli: il ritorno della figura del direttore generale, la riconversione a biologico degli oltre 500 ettari a corpo unico nella piana della Nurra (tra le più grandi aree viticole a ciclo completo), l'investimento sui vitigni regionali, l'espansione in altre zone dell'isola. Il team guidato dal dg Gian Matteo Baldi (ex Bertani Domains e Feudi S.Gregorio) ha già messo l'occhio su zone particolarmente vocate. E agli attuali vigneti di Alghero (520 ettari), Gallura (15) e Sulcis (6) si potrebbero presto affiancare nuovi impianti in Ogliastra (patria del Cannonau di Jerzu) per circa 10 ettari, nell'isola di Sant'Antioco (ancora per il Carignano) e a Oliena, cuore del nuorese. La formula dovrebbe essere non tanto l'acquisizione di ulteriori proprietà quanto l'accordo di fornitura di uve, con un protocollo agronomico comune. Si vuole diversificare la gamma di prodotto e ottenere un Cannonau d'alta collina, per ora mancante nel portafoglio aziendale. I nuovi vertici puntano, inoltre, a ridare a Sella&Mosca il ruolo pionieristico che in passato ha recitato per la viticoltura sarda: "*Qui sono state recuperate e custodite migliaia di varietà di vite*" dice Baldi "*e vogliamo tornare a esser un polo di sperimentazione e ricerca. Vogliamo farci carico del recupero del patrimonio sardo di vigneti a piede franco*".

Sul fronte enologico, sotto la guida di Giovanni Pinna, si lavorerà sulle fermentazioni spontanee, grazie al passaggio al bio, e su un maggiore uso del cemento nelle cantine storiche in fase di vinificazione. "*Siamo di fronte a un nuovo corso*" aggiunge il direttore vendite, Antonio Posadinu "*e dovremmo tornare a essere una guida per il settore, grazie al coraggio dell'innovazione e alla forte identità col territorio*". Allo studio, anche partnership con l'alta ristorazione regionale. Capitolo marketing: "*Bisogna lavorarci*" spiega Baldi "*la proprietà crede in questo marchio, orgoglio della Sardegna, che va comunicato meglio all'esterno*". Un rilancio che dovrà passare per un consolidamento in Italia e per l'aumento della propensione all'export, oggi bassa (il 30%) per una cantina di queste dimensioni, con una capacità produttiva molto superiore agli attuali volumi immessi sul mercato. E il sostegno arriva anche dalla Regione Sardegna, con l'assessore sardo all'Agricoltura Elisabetta Falchi, presente ad Alghero: "*Vogliamo essere parte di questo progetto, perché il vostro cammino sarà anche il nostro cammino*".

San Michele-Appiano, i ricavi 2015 salgono dell'11% a quota 18 milioni di euro

Buon bilancio per la cantina altoatesina di San Michele Appiano (350 soci e 380 ettari). Nel 2015 sono stati raggiunti i 18 milioni di euro, con un incremento dei ricavi dell'11%. Le bottiglie vendute in 38 mercati sono state 2,5 milioni, il 30% all'estero, soprattutto in Usa, Germania (in forte crescita) e Uk. **Sette bottiglie su dieci sono vendute sul mercato nazionale, che nei primi mesi del 2016 ha segnato un +6%** rispetto allo scorso anno.

Hans Terzer, winemaker, sottolinea che l'obiettivo della cantina è "*migliorare la qualità su tutte le linee*". Oggi l'86% della produzione è di vino bianco (Gewürztraminer, Sauvignon, Pinot Bianco e Müller Thurgau) con un 14% di vini rossi.

Frescobaldi, fatturato 2015 ad oltre 95 milioni di euro. Bene Italia ed estero

Cresce sia in Italia (+8,7%) sia all'estero (+12,6%) il gruppo Frescobaldi che nel 2015 registra ricavi per oltre 95 milioni di euro, per il 69% realizzati fuori confine dove spiccano Usa (+21%), Canada (+27%) e Asia (+26,2%). Una crescita dovuta soprattutto all'alta gamma, coi marchi Frescobaldi, Luce della Vite, Ornellaia e Masseto, Attems. Le bottiglie prodotte sono 10,7 milioni. Il 2015 è stato anche un anno di nuovi investimenti, per oltre 11 milioni di euro. A livello reddituale, il Gruppo (nuovo logo accompagnato dallo slogan "cultivating Toscana diversity") si aspetta risultati oltre il 34% del fatturato.

VINI&SCIENZA. LA NUTRIZIONE DELLA VITE COL CAMBIAMENTO CLIMATICO

La dinamica annuale del potassio e dell'azoto nella vite nel suo ciclo vegeto-produttivo ha importanti conseguenze sulla composizione chimica della bacca e sulla qualità del vino. È questo un aspetto del metabolismo della vite poco studiato, a causa del ruolo sempre più marginale della ricerca sulla nutrizione minerale nella viticoltura italiana. Eppure, la nutrizione della vite è considerata la prima fase della trasformazione enologica. Il terroir, ed in particolare il funzionamento del suolo in relazione all'andamento meteorologico dell'inizio annata, nelle fasi immediatamente successive al germogliamento, si dimostra il fattore più critico. Infatti le condizioni della primavera, contrariamente al passato, hanno maggior impatto sulle caratteristiche del millesimo. Pertanto, le condizioni pedo-climatiche sfavorevoli nelle prime fasi di sviluppo vanno prontamente corrette, con interventi al suolo e con concimazioni per via fogliare. È la dinamica del potassio, sebbene correlata all'azoto, che presenta le implicazioni più interessanti sulla qualità del vino. L'accumulo del potassio nei tessuti è molto precoce nell'annata e parallelo a quello dell'azoto. Le annate con più disponibilità di piogge in primavera sono quelle che ne favoriscono l'assorbimento radicale. Nel corso dell'annata si assiste soprattutto a una forte traslocazione del potassio alle bacche e l'intensità del fenomeno è favorita dalle alte temperature del periodo. Il fenomeno è più importante nei vitigni "settentrionali" coltivati nelle regioni più calde, nei quali questa migrazione di potassio induce la formazione di aromi grossolani, forti accumuli di zuccheri, pH. Ma col cambiamento climatico, questo "scarico" di potassio verso le bacche nel periodo della maturazione, avviene con sempre più frequenza anche nel settentrione. I risultati, inspiegabilmente modesti sulla qualità di alcuni vini in annate molto favorevoli, sono spesso provocati dall'eccesso di potassio. Anche la scelta oculata dei portinnesti può dare un contributo importante, soprattutto con varietà nelle quali il potassio può dare origine alla sindrome del "disseccamento del rachide". Vanno evitati l'SO4, il 3309, il 420 A e scelti invece il 110 R, il 1103 P, l'M4 e l'M3.

Attilio Scienza Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

L'Agenzia Ice al Vinitaly: "I mercati 'sfida' si chiamano Cina, Turchia e Africa

a cura di Gianluca Atzeni

Sono Cina, Turchia e Africa "i nuovi mercati sfida" per il vino italiano. In questi Paesi, secondo l'Agenzia Ice, che a Vinitaly (Padiglione 10, Lounge Area) coinvolgerà oltre 400 tra buyer internazionali ed esperti di settore, organizzando sette focus tematici (Canada, Giappone, Germania, Uk, Turchia, Cina e Usa), si aprono ampi spazi di crescita. Ne abbiamo parlato con **Ines Aronadio**, che dirige l'Ufficio agroalimentare e vini dell'Agenzia Ice.

Iniziamo dai mercati storici: cos'è cambiato in questi anni?

I mercati storici come Usa, Germania e Regno Unito restano fondamentali e confermano le tradizionali tendenze, ma bisogna stare attenti ai competitor, tra cui Spagna,Cile, Australia che stanno progressivamente erodendo quote di mercato sempre più ampie.

Nel 2015, con circa 7 milioni di euro stanziati, sono state organizzate oltre 20 iniziative sul vino in tutto il mondo. Cosa possiamo dire dell'Africa?

In questo continente, pur con le dovute differenze, c'è fermento. Interessanti prospettive si aprono in Sudafrica, Nigeria e Mozambico, un Paese dove da alcuni anni il turismo sta assumendo il ruolo di importante piattaforma anche per beni di consumo come agroalimentare e vino. Stiamo inoltre monitorando l'Etiopia, dove abbiamo aperto recentemente un ufficio Ice.

Parliamo di Cina, un mercato altalenante per i nostri vini.

È un Paese con tradizioni agroalimentari antichissime, che richiede una specifica attenzione. Qui l'Italia ha scelto la strada della formazione, attraverso un piano strategico, già avviato, che anche quest'anno prevede corsi sulle tradizioni e sul vino italiani dedicato a sommelier, giornalisti e manager del food and beverage. Ci auguriamo che diventino ambasciatori cinesi del vino italiano e che possano influire in qualche modo sul consumatore.

Veniamo alla Turchia, 55° consumatore mondiale. Perché secondo voi è un mercato sfida?

L'Italia, grazie a un piano finanziato dal Mise, ha avviato un programma speciale dedicato al made in Italy. E abbiamo invitato la Turchia a Vinitaly come nuovo Paese del vino, con una qualificata delegazione composta anche da ceo di grandi catene della Gdo. I nostri dati ci fanno sperare in una crescita del consumo e del nostro posizionamento entro il 2018.

Cosa vi attendete dal Vinitaly?

La consapevolezza, per gli oltre 30 mercati coinvolti, della grande qualità ed eccellenza del vino italiano, che scaturisca da un'esperienza diretta nelle degustazioni e attraverso i numerosi incontri bilaterali con le aziende.

Testo Unico del vino, arriva il via libera della Camera. Martina: "In arrivo le regole per la semplificazione"

"*A trent'anni dallo scandalo del metanolo l'Italia punta ad avere una sola norma di riferimento per il settore vitivinicolo, unificando, aggiornando e razionalizzando le leggi esistenti*". Così il ministro per le Politiche agricole, Maurizio Martina, che presenterà a Vinitaly il Testo unico del vino approvato in Commissione agricoltura alla Camera. L'arrivo del Testo unico, ricorda la Coldiretti, taglia del 50% il tempo dedicato alla burocrazia che dal vigneto alla bottiglia rende necessario adempiere a più di 70 pratiche che coinvolgono 20 diversi enti che richiedono almeno 100 giornate di lavoro per ogni impresa vitivinicola per soddisfare le 4mila pagine di normativa che regolamenta il settore. "*Ora è importante andare avanti nell'iter parlamentare e arrivare presto all'approvazione definitiva. Lo dobbiamo a un settore che vale più di 14 miliardi di euro e in questi anni ha dimostrato di essere a tutti gli effetti un modello*".

Comunicazione mirata e multimedialità. Come cambia in Gdo l'approccio al consumatore

La grande distribuzione organizzata, dove passa ben oltre la metà del vino consumato in Italia, prosegue il percorso di educazione e avvicinamento del consumatore. Da Despar a Sigma, da Carrefour a Selex e Conad, nel 2015 si è puntato soprattutto su etichette parlanti, degustazioni, corsi brevi con esperti, multimedialità. Vinitaly sarà terreno di confronto su questi temi, in una tavola rotonda coi buyer vino di molti brand e alcune cantine. Nel frattempo, Vinitaly ha diffuso gli esiti del sondaggio su 12 catene, da cui emerge un maggiore uso delle tecnologie rispetto al passato, come accaduto per il **Gruppo Végé**, che lo scorso anno in cento punti vendita ha applicato la tecnologia beacon, basata sul bluetooth, per fornire ai clienti dotati di smartphone informazioni sui vini esposti. Sempre multimediale l'approccio di Sigma, con tutorial di degustazione coi sommelier; così come quello di **Penny Market** che ha proposto attraverso i codici a barre (qr code) delle schede tecniche dettagliate. Si è mossa in modo analogo **EcorNaturasì**, che nel 2015 ha lavorato su etichette parlanti fornendo dati su filiera, vini vegani o senza solfiti. Diverso l'approccio di **Iper La Grande I**, secondo cui per soddisfare la clientela occorre creare ambienti che somiglino a cantine, separando i vini di valore, ma anche spostare il vino in altri reparti per suggerire gli abbinamenti corretti.

Una nuova fase comunicativa, in cui i big del settore come **Conad** puntano sulla formazione di addetti al punto vendita, vista la difficoltà di avere sempre presente un sommelier, che sappiano dare dei consigli ai consumatori. **Carrefour**, invece, parla di mix tra degustazioni con sommelier e etichette parlanti. Mentre **Despar** si spinge oltre: corsi serali di 2 ore con esperti di vino, aperti a un massimo di 40 clienti.

Movimento Turismo del Vino rafforza la sua presenza a Vinitaly e stringe un accordo con Intesa Sanpaolo per promuovere investimenti ed e-commerce

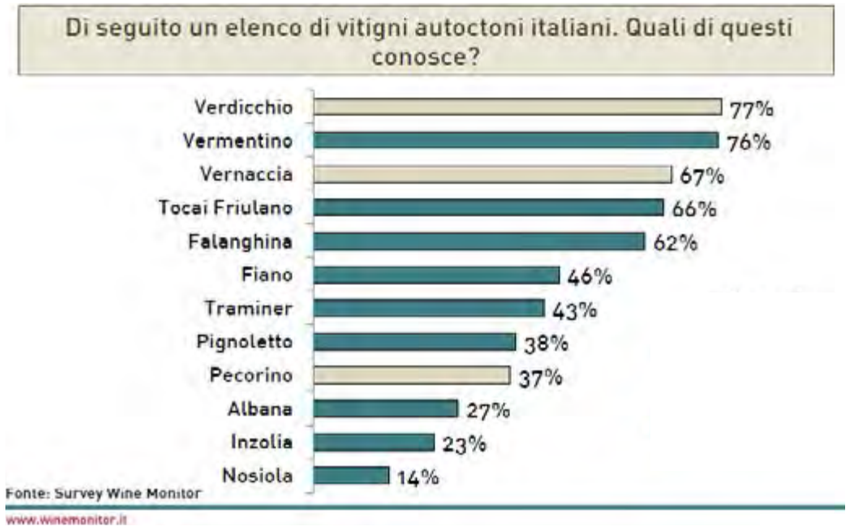
Sarà lanciato a Verona l'accordo tra Intesa Sanpaolo e Movimento Turismo del Vino per promuovere la cultura del vino. Nello specifico il gruppo bancario metterà a disposizione delle cantine Mtv sia il proprio portale di e-commerce mercatometropolitano.it per lo sviluppo delle vendite online, sia le proprie competenze per sostenere gli investimenti delle stesse. Si tratta di credito dedicato al settore dell'agricoltura che tiene conto della ciclicità e della stagionalità del comparto, attraverso il Team Agricoltura composto da circa 60 specialisti.

Ma le novità per Mtv non finiscono qua. Quest'anno, per la prima volta sarà presente a Vinitaly con uno stand collettivo (Pad 3 – Stand C8/D8) con area degustazione, mentre i vini delle sue cantine associate saranno presenti nelle carte dei ristoranti ufficiali della Fiera. Infine sono previsti tutta una serie di appuntamenti anche a Vinitaly and the City, il fuori salone in città (stand B11, Piazza dei Signori).

Quali sono i vitigni più conosciuti dai consumatori? L'indagine di Nomisma-Wine Monitor

È il Verdicchio il vitigno bianco autoctono più conosciuto dagli italiani: una vittoria giocata sul filo di lana con il Vermentino, con il 77% delle risposte contro il 76% del vitigno tipico di Sardegna, Toscana e Liguria. A rivelarlo, un estratto dell'indagine sulla brand awareness dei vini del Belpaese realizzata da Nomisma-Wine Monitor **su un campione di 928 consumatori (abituali o occasionali)**. Segue il tris di bianchi tipici di Toscana/Sardegna, Friuli e Campania: rispettivamente Vernaccia (67%), Tocai Friulano (66%) e Falanghina (62%). Più staccati un altro campano, il Fiano (46%), l'Alto Adige con il Traminer (43%), l'emiliano Pignoletto (38%) e un altro marchigiano, il Pecorino (37%). L'indagine completa sarà presentata dall'Istituto Marchigiano di Tutela Vini al prossimo Vinitaly (lunedì 11 aprile alle 12 nello stand della Regione Marche: Pad. 7, stand C6/7/8/9).

VINI MARCHIGIANI VS VINI BIANCHI DI ALTRE REGIONI



IL CALENDARIO DEGLI EVENTI GAMBERO ROSSO A VINITALY 2016

GRANDE DEGUSTAZIONE: TRE BICCHIERI 2016
Domenica 10 aprile | ore 11.30/16:30
Sala Argento | Ingresso A2 | Palaexpo | Piano -1

BASILICATA, LA VIA DELL'EXTRAVERGINE
Domenica 10 aprile | ore 12:00 | Basilicata Padiglione 11 | Stand E5

PRESENTAZIONE GUIDA OLI D'ITALIA 2016
Domenica 10 aprile | ore 15.00 | Sala Vivaldi | Palaexpo

Giorgione vi aspetta per firmare le copie del libro "GIORGIONE - LE ORIGINI" presso lo Stand Gambero Rosso | Lunedì 11 e Martedì 12 aprile | ore 12:00-14:00 | Padiglione 9 | Stand C16

I 9 VINI PROTAGONISTI DELL'ANNO
Martedì 12 aprile | ore 11.00 | Sala Orchidea | Ingresso A1 | Palaexpo | Piano 1

DAI SIBILLINI ALL'ADRIATICO
Martedì 12 aprile | ore 13:00 | Terrazza Marche | Padiglione 7 | Corridoio C7

Cisterne di sfuso svuotate per strada. Riesplode la guerra del vino tra Francia e Spagna

Tra Francia e Spagna si torna agli anni Ottanta, quando esplose la guerra del vino e i vignaioli fermavano per strada le cisterne spagnole svuotandone il contenuto. Pochi giorni fa, infatti, un episodio analogo. Il cammino di cinque camion iberici è stato interrotto da 150 viticoltori della zona del Midi nei pressi di Boulou. E così 1.250 ettolitri sono finiti sull'asfalto. La protesta dei sindacati dei Vignerons de l'Aude ha precise ragioni: la dubbia origine di questi vini e la non conformità alle regole francesi, visto che gli spagnoli, come rilevano i sindacati, possono usare dei fitofarmaci proibiti in Francia; inoltre, una concorrenza sleale, visto che questo sfuso è venduto a 32 euro per ettolitro. Il risultato di questo gesto eclatante è stata la convocazione dell'ambasciatore francese da parte della Spagna. I francesi, secondo dati Wine Monitor Nomisma, sono il secondo importatore mondiale di sfuso (6 mln di hl) dopo la Germania. Gran parte di questo sfuso va alle catene distributive che producono le private label, un segmento che copre il 35% dei consumi francesi di vino. Rispetto a dieci anni fa, l'import francese di vino in cisterna dalla Spagna è passato da 2,5 a 4,9 milioni di ettolitri. Mentre dall'Italia gli acquisti si sono ridotti: da 830 mila a 380 mila ettolitri.

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli, Marco Sabellico, Attilio Scienza
foto
Consorzio di Tutela del Soave (cover)
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

8 aprile
Cena "Il Rum è servito"
4ª edizione
Ristorante Villa Maiella
via Sette Dolori, 30
Guardiagrele (Chieti)
tel. 0871809319

9 aprile
Vinnatur
Villa Favorita
Sarego (Vicenza)
fino all'11 aprile

10 aprile
Vinitaly di Verona
fino al 13 aprile
vinitaly.com

10 aprile
degustazione
Tre Bicchieri a Vinitaly
Fiera di Verona
Sala Argento – Palaexpo
11.30/16.30

15 aprile
Romagna Wine Festival
Cesena
fino al 17 aprile

7 maggio
Borgo di Vino
Nemi
fino all'8 maggio

8 maggio
Banco d'assaggio
e presentazione
catalogo dei vini
Vinix Grassroots Market
Città dell'Altra Economia, Roma
dalle 12 alle 20
ingresso 10,00 euro

12 maggio
Vino in Villa Festival
Comuni del Prosecco Docg
fino al 15 maggio
vinoinvilla.it

13 maggio
Porto Cervo
Wine & Food Festival
Porto Cervo (Olbia-Tempio)
fino al 15 maggio

14 e 15 maggio
Ciliegiolo d'Italia
Narni (Terni)
ciliegioloditalia.it

15 maggio
Vini d'Autore –
Terre d'Italia
presso Una Hotel
Lido di Camaiore (Lucca)
fino al 16 maggio

21 e 22 maggio
Terroir Marche –
Vini e vignaioli bio
in fiera 2016
Palazzo dei Capitani
Ascoli Piceno

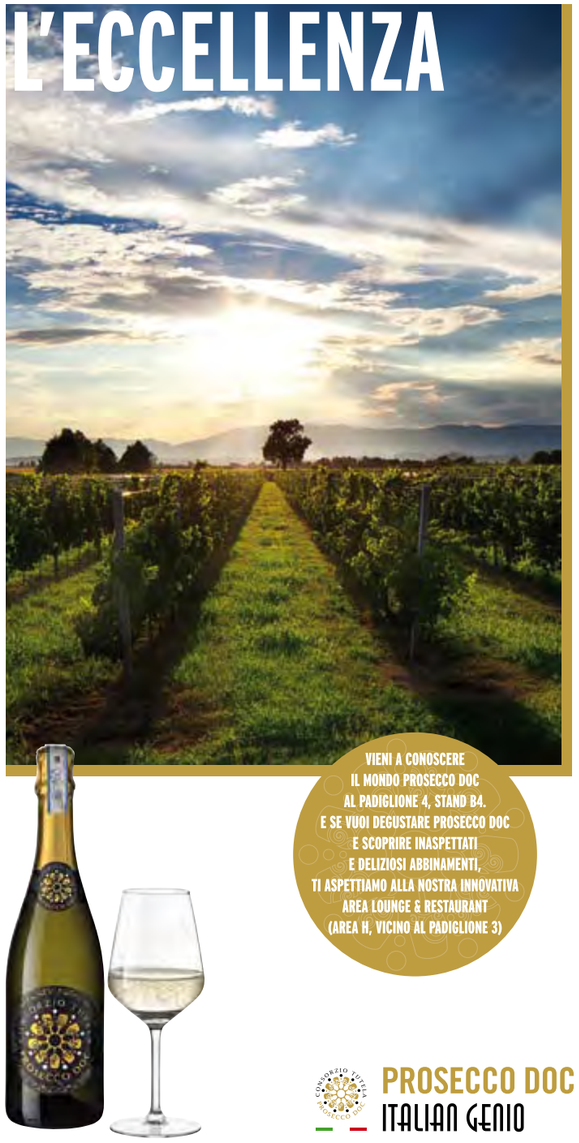
21 maggio 2016
Vulcanei
Battaglia Terme (Padova)
fino al 22 maggio

22 maggio
Vitignoitalia
Castel dell'Ovo
Napoli
fino al 24 maggio
vitignoitalia.it

Gambero Rosso e Giglio Group insieme in Cina per promuovere il made in Italy in tv

Gambero Rosso e Giglio Group siglano un accordo per la trasmissione di contenuti del settore agroalimentare, enogastronomico e turistico italiano da diffondere sulle tv di Stato cinesi CCTV e sulle principali piattaforme internet e mobile. L'operazione sarà favorita dalla presenza multimediale di Giglio Group in Cina, dove la controllata Giglio TV è l'unica emittente presente sul territorio nazionale (godendo dell'esclusiva). "*Siamo entusiasti per questa collaborazione fra due aziende italiane leader, entrambe quotate in Borsa nell'ultimo anno*", ha commentato Paolo Cuccia, presidente di Gambero Rosso. "*Da tempo la nostra azienda ha investito sulla Cina, realizzando la Guida Vini d'Italia in cinese e numerosi eventi promozionali B2B. Questa nuova collaborazione va vista anche come occasione di cooperazione e integrazione culturale tra i due Paesi, in grado di migliorare la conoscenza e la fiducia reciproca*".

CI VUOLE PASSIONE PER RAGGIUNGERE L'ECCELLENZA



PROSECCO DOC
ITALIAN GENIO

discoverproseccowine.it
prosecco.wine
info@consorzioprosecco.it

BELLUNO · GORIZIA · PADOVA · PORDENONE · TREVISO · TRIESTE · UDINE · VENEZIA · VICENZA

GAMBERO ROSSO

Ron Zacapa Centenario

il Rum è servito

Ron Zacapa e la creatività di 10 chef
per un incontro all'insegna del gusto

Venerdì 8 aprile ore 20.00
Villa Maiella
Chef Arcangelo Tinari
Guardiagrele (CH) - via Sette Dolori, 30

Venerdì 22 aprile ore 20.30
Satricvm
Chef Max Cotilli
Latina - loc. Le Ferriere
s.da prov.le Cisterna - Nettuno Km 13,7

Giovedì 28 aprile ore 20.30
Cucina.eat
Chef Davide Bonu
Cagliari - p.zza Galilelo Galilei, 1

Venerdì 6 maggio ore 21.00
La Anchoa
Chef Francesco Cassarino
Marina di Ragusa (RG) - lungomare A.Doria, 21

Mercoledì 11 maggio ore 20.30
Il Sale Art Café
Chef Elvio Costarelli
Catania - via Santa Filomena, 10

Venerdì 13 maggio ore 20.30
Le Giare
Chef Antonio Bufi
Bari - c.so Alcide De Gaspari, 308/f
c/o Hotel Rondò

Giovedì 19 maggio ore 20.30
Antica Osteria Marconi
Chef Giuseppe Misuriello
Potenza - v.le G. Marconi, 233

Venerdì 27 maggio ore 20.30
Baccanti
Chef Gaetano Gorgone
Matera - via Sant'angelo, 58

Mercoledì 8 giugno ore 20.00
Palazzo Petrucci
Chef Lino Scarallo
Napoli - via Posillipo, 16/C

www.gamberorosso.it

foto Jenkin Place Vineyard

I cambiamenti climatici spingeranno la viticoltura del Regno Unito?

Le previsioni più apocalittiche sui cambiamenti climatici parlano della scomparsa dal 25% al 73% delle aree vitivinicole storiche entro il 2050. E se alcuni Paesi - Italia compresa - sono preoccupati, altri ne stanno beneficiando. Il Regno Unito è tra questi, perché la geografia vitivinicola si sta spostando verso Nord (è il fenomeno della traslazione, peraltro già accaduto nel Medioevo) e tra un cinquantennio proprio l'Inghilterra potrebbe divenire il centro produttivo. Gli inglesi si sono già dati da fare: negli ultimi 10 anni il vigneto è aumentato del 148%, con 1.884 ettari. A crescere, gli spumanti e le aree del Centro-Sud e Sud-Est. Una ricerca dell'University of East Anglia (finanziata dal Natural environment research council e Chateau de Sours) rileva che nel Regno Unito "*otto degli anni più caldi dell'ultimo secolo si sono verificati dal 2002*" e che "*e se i produttori hanno riconosciuto il contributo dei cambiamenti climatici per la viticoltura, non mancano nuove minacce*". Tra queste: gelate, acquazzoni e ondate di freddo. A subirne gli effetti soprattutto Chardonnay e Pinot nero. Lo studio inglese ha individuato le annate eccezionali (1996, 2006 e 2010) con temperature ottimali, primavere calde e assenza di gelate; quelle a più basso rendimento invece sono 1997, 2007, 2008 e 2012. È presto per stabilire a quale tipologia appartenga il 2016, ma la primavera è iniziata bene: calda con livelli bassi di gelo. A beneficiarne sono gli spumanti: dal 1993, le temperature durante la stagione vegetativa, sono state sempre sopra 13 gradi, come nella Champagne. Tuttavia, i volumi di bollicine ingesi (con rese a 2.100 litri/ettaro) sono lontani da quelli francesi (10 mila litri/ettaro). Almeno per ora. – ***L. S.***

IL MIO EXPORT. Elisa Dilavanzo – Cantina Maeli

1. Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?
Esportiamo il 70% all'estero: Australia, Usa, Cina, Uk fino al nord Europa, con una particolare attenzione a mercati più giovani come quelli del Libano, dell'Indonesia e delle Antille.

2. Come va con la burocrazia?
Sarebbe interessante se un ente pubblico (anche la stessa camera di commercio) emettesse un documento unico per ogni singolo lotto, valido in tutto il mondo. Oggi, infatti, per esportare in alcuni Paesi, servono anche cinque o sei documenti e altrettante dichiarazioni, molte delle quali hanno contenuti pressoché uguali.

3. Come promuoverete il vostro vino nei mercati internazionali?
In prima persona, senza intermediari, ma visitando e dialogando con gli importatori. Non solo le fiere sono importanti ma anche partecipare ad eventi che organizzano gli importatori stessi.

4. Ci racconti un aneddoto (positivo/negativo) legato alle sue esperienze all'estero...
Capita che gli stranieri fatichino a pronunciare "Fior d'Arancio dei Colli Euganei". Un mio importatore, stanco di essere continuamente corretto nella pronuncia, ha chiesto di registrarmi mentre ne pronunciavo. Dopo un po' l'ho visto tra gli stand che ascoltava e ripeteva via via sempre più sciolto: "Fior d'Arancio dei Colli Euganei, Fior d'Arancio dei Colli..."

Cantina Maeli | Torreglia | Padova | www.maeliwine.it

NEL PROSSIMO NUMERO
TENUTE SALVA TERRA

Dal modello Prosecco ai vini di Verona, la regione vitivinicola più produttiva d'Italia conferma i suoi primati e continua a guardare al futuro, con la nuova Doc delle Venezie Pinot Grigio. A pochi giorni da Vinitaly, che non a caso nasce in questo territorio, cerchiamo di capire cosa c'è dietro questa "macchina da guerra"

Sistema Veneto. Come si costruisce il successo

a cura di Andrea Gabbrielli

Non è certo una novità che il Veneto sia una delle regioni di punta del vino italiano. Negli ultimi anni ha spiccato il volo, portando a casa degli importanti primati produttivi, tra cui un formidabile incremento dell'export (€ 1.834.474 mld) tanto che negli ultimi 10 anni il valore delle esportazioni di vino è aumentato del 93%. Risultati che gli hanno permesso di lasciare a diversa distanza, Piemonte (€ 964.794 mln) e Toscana (€ 902.419 mln), due tra le più qualificate e conosciute regioni vinicole italiane, a loro volta in crescita. I motivi dell'allungo sono diversi, a partire dall'esplosione di alcuni fenomeni di mercato quali il Prosecco, la Valpolicella, ma anche Bardolino e più recentemente il Lugana. Infatti, tutta la partita, numeri alla mano, si gioca tra i due poli di riferimento del settore vitivinicolo regionale: il "mondo Prosecco" cioè il Prosecco Doc e i due Docg, Prosecco Superiore e Asolo, che rappresentano il 61,9% della produzione, e il "sistema Verona" con i suoi Valpolicella, Soave, Bardolino e Bianco di Custoza, con il 27,1%, dall'altra.

A crescere sono anche i vigneti - un fenomeno as-sai raro tra le regioni italiane - tanto che, in base ai dati dello Schedario viticolo regionale, nel 2015 la superficie vitata ha raggiunto gli 80 mila ettari, grazie anche all'acquisizione da fuori regione di diritti d'impianto. Insomma è un modello in grado di premiare gli sforzi del settore: le quotazioni medie provinciali delle uve vedono Treviso in testa con 0,74 euro/kg contro 0,70 di Verona e 0,51 di Padova, mentre la media regionale delle quotazioni è salita a 0,65 euro/kg, in aumento del 14,7% rispetto al 2014.

"***C'è una realtà veneta fatta di grandi successi*** *come il Prosecco, il Lugana e il Valpolicella*" è il commento di **Luca Giavi**, direttore del Consorzio Prosecco Doc "*Non so se è un sistema, ma queste denominazioni funzionano bene. Noi come Prosecco abbiamo un progetto e forse è proprio questa la differenza con gli altri, anche perché siamo una denominazione di dimensione europea, per estensione, produzione e qualità del prodotto. E guardiamo a Bordeaux come modello di riferimento per come stare sui mercati internazionali*".
"*Il sistema del vino veneto*" gli fa eco **Giancarlo Vettorello**, direttore del Consorzio di tutela Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg "*funziona perché si basa sulla condivisione, e anche perché è parte integrante del più grande sistema Italia. Funziona perché abbiamo saputo coniugare grandi eccellenze e grandi volumi di produzione*". La capacità di pianificare scelte in grado di vedere lontano può spiegare in parte i successi odierni, senza dimenticare però gli effetti degli investimenti, in vigna, in cantina e in conoscenza, di tante aziende private e delle cooperative che insieme ai Piani di sviluppo regionale (Psr) hanno permesso di rendere competitivi i vini veneti su tutti i mercati. "*Quando i produttori, grandi o piccoli, girano spesso il mondo sono loro stessi a portare le innovazione*" continua Vettorello "*anche perché devono raccogliere gli stimoli di clienti e di mercati assai diversi tra loro*".

COSA RAPPRESENTA UVIVE

21 Consorzi membri
14 DOCG
24 DOC
Circa **2.700** Soci
Oltre **500 milioni** di bottiglie all'anno

Ma affinché la macchina funzioni è fondamentale non lasciare nulla a caso, e infatti, il sistema Veneto, già in passato, aveva prefigurato delle forme organizzative in grado di intercettare i bisogni dei territori. Come è il caso dell'Uvive (Unione dei vini veneti). "*Da quando sono diventato presidente Uvive*" ci dice **Arturo Stocchetti** "*ho cercato di trasmettere ai miei colleghi degli altri consorzi, la necessità fare squadra insieme, senza perdere nulla della propria identità, ma abbattendo i muri e i campanili che in passato ci hanno divisi. D'altra parte, il settore vinicolo ha la necessità di avere una voce unica nei confronti della politica, regionale e nazionale, se vogliamo contare nei tavoli dove si prendono decisioni che hanno, sempre e comunque, ricadute sul settore*".
Come esempio del valore positivo di Uvive, **Christian Marchesini**, presidente del Consorzio Valpolicella, cita le iniziative estere comuni negli Usa, ma soprattutto la creazione delle condizioni tali per cui ora è possibile fare una domanda unica per accedere al Psr: "*Ognuno*" spiega "*elabora la sua parte in base alle esigenze della propria denominazione, ma poi si arriva ad una richiesta che vale per tutti. È una semplificazione per la politica, ma lo è anche per noi*". Commenta Arturo Stocchetti: "*Il sistema che non riesce ad incidere sui meccanismi è monco, per questo anche i rapporti*

» *con la politica diventano più facili*". Nonostante la presenza di colossi come il Prosecco, la Valpolicella e lo stesso Soave, l'esistenza dei piccoli consorzi in rappresentanza di realtà produttive limitate, in Uvive non è affatto in pericolo. "*Il nostro*" conclude Stocchetti "*è un sistema per aggregare, e proprio grazie a questa impostazione, riusciamo a mantenerli in vita e a sostenerli*".

I PUNTI DI FORZA

- primato produttivo italiano
- grandi Dop e alta qualità
- forza commerciale
- cooperative e aziende d'eccellenza
- dialogo costante col mondo politico
- collaborazione tra Consorzi
- promozione estera comune
- presenza del Vinitaly
- formazione e università

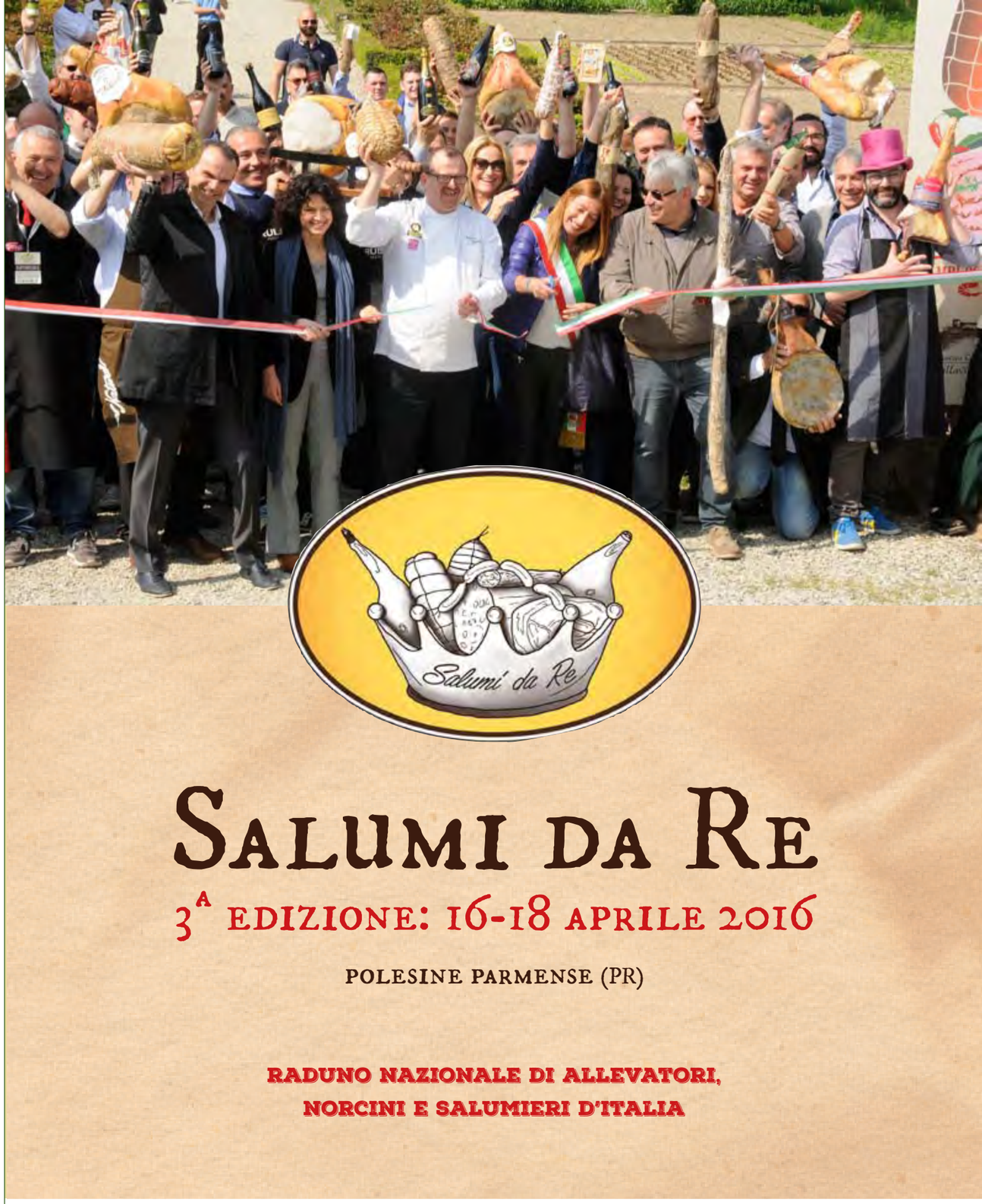
Franco Cristoforetti è il presidente del Consorzio di tutela del vino Bardolino, ma dallo scorso 30 marzo è anche il nuovo presidente della rinata Avive (Associazione vini veronesi), a cui aderiscono tutti i consorzi del vino veronese: "*Il suo compito è di occuparsi del distretto dei vini veronesi e ciò vuol dire mettere in rete centinaia di aziende e consolidare i rapporti tra imprese, territorio e istituzioni. In sostanza si tratta di un tavolo comune per elaborare proposte e fare sistema all'interno di Uvive*". Anche Cristoforetti conferma la linea basata sulla condivisione: "*La nostra strategia si basa sull'inclusione, cioè trovare ogni volta un terreno comune per arrivare ad un accordo proficuo per tutti: la nostra logica è di non lasciare indietro nessuno*". A differenza di altre regioni vinicole italiane, il Veneto ha un portafoglio di prodotti assai ampio, ma anche caratterizzante della realtà vinicola.

Osserva Sandro Boscaini, presidente di Masi Agricola, che "*l'identità veneta va dal bianco leggero, fresco e fruttato, di prezzo abbordabile come il Pinot grigio, al Prosecco che è diventato lo spumante italiano per antonomasia e poi ai vini piacioni, morbidi e ricchi della Valpolicella. Fino ad arrivare a quelli, sempre della Valpolicella, con un grande passato di storia e di nobiltà ottenuti con l'appassimento o il parziale appassimento delle uve. Non c'è dubbio che queste siano le punte di diamante della Regione. Di questi vini ne facciamo tanti e non sempre siamo così attenti alla qualità. Quando li metti nei supermercati ti devi assoggettare alla loro logica: fai lievitare i numeri ma la quantità può nuocere all'immagine di tutti*". Un altro aspetto è che alcuni dei vini di maggior successo non sono più solo veneti, bensì delle Venezie (Trentino, Veneto e Friuli), come nel caso del Prosecco ma, a quanto pare, anche del Pinot grigio: "*Ciò significa più unificare un modo di fare ereditato dalla Repubblica di Venezia, da considerare un'interpretazione della Doc più culturale che tecnica, viste le diversità dei territori*". Secondo Boscaini "*non si può parlare di un sistema, mentre si può parlare di un modo di fare veneto che, accompagnato ad una certa aggressività commerciale, risulta vincitore nel mondo*".

Le differenze però non sono solo di giacitura ma anche di approcci, come fa notare **Luca Formentini**, presidente del Consorzio del Lugana, denominazione che abbraccia comuni veneti e lombardi: "*Se in Veneto il settore è molto ascoltato dalle istituzioni, altrettanto non si può dire della Lombardia dove viene considerato un accessorio non strutturale. Diverso è anche l'atteggiamento dell'istituzione veneta, capace di attivare e di delegare ai consorzi una serie di attività che presuppongono una conoscenze dei mercati che i funzionari regionali incaricati non possono avere*". Ulteriore aspetto è la presenza nella regione Veneto di una forte cooperazione che rappresenta più del 60% della produzione: una macchina da guerra che traina l'intero comparto che insieme ai nomi di grande prestigio (Masi, Allegrini, Santa Margherita, ecc.), quindi ai numeri importanti e alla fama consolidata, contribuisce a dare un'immagine forte della regione.

***Last but not least*, spiega Vasco Boatto, vice-di**rettore del Centro Interdipartimentale di Ricerche in Viticoltura ed Enologia di Conegliano Veneto: "*Non c'è dubbio che questo sistema abbia trovato un terreno fertile anche per la presenza, non solo di una fiera come Vinitaly, ma soprattutto della scuola enologica di Conegliano prima, e della Università poi. Definire oggi il modello veneto significa parlare di immediatezza e di modernità, cioè la possibilità di accogliere le nuove richieste del mercato in tempi brevi, a differenza di chi ha scelto il medio/lungo termine. Dentro questa attitudine c'è una lunga storia e una lunga consuetudine con una cultura imprenditoriale orientata ad intercettare i bisogni di mercato. Però vuol anche dire attenzione alla qualità non solo dei prodotti, ma anche della logistica e alla professionalità in generale*".

Il Veneto è una regione che trae forza da centinaia di piccole aziende che magari non hanno l'immagine prestigiose delle fattorie toscane, ma è fatta di gente abituata a lavorare sodo e bene nel vigneto e in cantina, con la consapevolezza che non basta avere un buon prodotto, ci vogliono anche i buoni imprenditori in grado di portarlo in giro per il mondo. E qui ci sono.



Il Top Italian Wines Roadshow del Gambero Rosso torna in Brasile dopo due anni. E nonostante il Paese stia attraversando un momento economicamente difficile, il consumatore sta prendendo confidenza con il prodotto vino.Gli operatori specializzati sono fiduciosi nella ripresa

Obrigado, Italia

a cura di Marco Sabellico

San Paulo – Da due anni il Top Italian Wines Roadshow non approdava in Brasile. E il sesto evento brasiliano del Gambero Rosso in quattro anni ha richiamato anche stavolta numerosissimi appassionati che si sono ritrovati il 4 aprile in uno dei luoghi simbolo della città, l'iconico Hotel Unique, dove i 60 produttori presenti hanno ricevuto il pubblico, con un'affluenza record che ha sfiorato le mille presenze. Quest'anno, comunque, l'atmosfera che si respira nello stato sudamericano è diversa. Il Brasile si trova infatti a fronteggiare una delle più drammatiche crisi economiche della sua storia. Lo scandalo 'Petrobras' ha coinvolto la principale compagnia petrolifera statale, oltre cinquanta politici della coalizione di governo e sta mettendo in discussione la presidenza di Dilma Roussef. A pochi mesi dall'inizio delle tanto attese Olimpiadi di Rio 2016, la situazione è incerta, con decine di aziende importanti connesse alla Petrobras che sono sull'orlo del fallimento e un paese che sembra aver ormai imboccato una fase di recessione. L'inflazione è salita a livelli allarmanti e il real, la moneta locale, ha perso quasi il 50% del suo valore nei confronti dell'euro. Uno scenario che a noi italiani evoca gli anni difficili legati alla vicenda di Mani Pulite e che sta avendo, in ogni modo, un decisivo impatto sulle importazioni.

"*La buona notizia è che, nonostante la crisi, in questo biennio si è sviluppata in maniera tangibile la tanto attesa intimità dei brasiliani con il vino, che ci fa ben sperare per una rapida escalation di questo mercato*", ci dice **Gianluca Zucco**, italian wine consultant specializzato nel mercato brasiliano. "*Nell'ultimo anno, gli scambi in questo particolare mercato hanno fatto registrare un +0,7% in volume, anche se il valore è sceso, per ora, del 10%. Questo vuol dire*" continua Zucco "*che la consuetudine al vino* » *è ormai acquisita, e si cerca di importare vini meno costosi. La flessione media sul prezzo Fob - free on board è stata del 12%*". Tutto questo, però, non basta a fermare un popolo appassionato e reattivo come quello brasiliano. Le Masterclass, tenute durante il roadshow da chi scrive e dal collega brasiliano Jorge Lucky, una delle firme più importanti della critica enologica sudamericana, hanno fatto registrare il tutto esaurito con una lunga lista d'attesa.

In Brasile, però, si beve soprattutto cileno (primo fornitore di vino con il 48% delle quote di mercato), seguono poi i vini provenienti da Argentina, Francia e Portogallo. L'Italia sostanzialmente consolida la sue posizioni. "*Abbiamo fatto un lavoro straordinario in Brasile in questi anni, e non è il caso di mollare proprio ora*" ci dice **Günther Neumair**, direttore della cantina di San Michele Appiano "*come nel caso della Russia, bisogna rimboccarsi le maniche e collaborare con i nostri partner, sacrificando qualcosa oggi ma costruendo per il domani. L'esperienza insegna che questa strategia funziona*".

Su questa stessa linea anche i commenti raccolti tra gli ospiti al pranzo di lavoro del giorno successivo al ristorante NB, dove Gambero Rosso ha invitato i maggiori giornalisti enogastronomici del Paese e dove i grandi rossi italiani hanno incontrato le migliori carni brasiliane. "*Il vino italiano è sempre più importante per noi*" dichiara **Marcel Miwa** di Mesa "*e stiamo scoprendo anche i vini bianchi oltre ai rossi*". Non più solo Lambrusco e Prosecco, allora … "*La vostra presenza qui ieri ha un significato speciale per noi in questo momento*" commenta il presidente dell'Associazione Sommelier Brasiliana, **Arthur P. Azevedo** "*quest'anno quello organizzato dal Gambero Rosso è stato l'unico evento enologico internazionale qui a San Paolo. Nemmeno i portoghesi stanno venendo più a fare promozione da noi. Dei francesi manco a parlarne. Quello italiano è stato un grande gesto di solidarietà, che ci dà entusiasmo. Penso che supereremo questo momento, ma ricorderemo sempre chi c'è stato vicino e chi no. Obrigado*".

São Paulo
4 de Abril 2016
Empresas participantes