



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

NASCE L'OSSERVATORIO DEL VINO ITALIANO

CONSORZI

Il Soave chiude a 50 mln di bottiglie. E scommette sul Registro dei paesaggi rurali

pag. 2

E-COMMERCE UE

Perché le cantine rinunciano? Spunta la proposta di una Camera di Compensazione

pag. 5

ESTERI

La Napa Valley è la prima "denominazione" Usa. Obiettivo, la tutela globale

pag. 9

WINE ECONOMY

Uiv, Ismea e Sda Bocconi uniscono le forze: ecco come funzionerà il nuovo Osservatorio

pag. 10

MERCATI

Sorpresa Varsavia: il vino affianca la vodka. Il racconto del tour Gambero Rosso

pag. 14



Consorzio Soave, chiusura d'anno prevista oltre quota 50 milioni di bottiglie. Ambiente e sostenibilità le chiavi di sviluppo per i prossimi anni

▲ a cura di Gianluca Atzeni

Il sistema Soave si avvia a chiudere il 2015 superando quota 50 milioni di bottiglie. I dati dell'ente di certificazione Siquia, fino a settembre, dicono che sono 315 mila gli ettolitri imbottigliati, rispetto ai 311 mila dei nove mesi del 2014. Il Consorzio di tutela, secondo le stime raccolte da Tre Bicchieri, prevede un trend al 31 dicembre in linea col 2014, intorno ai 400 mila ettolitri. Forte di un appeal sui mercati esteri in ascesa (un mln di euro investito in promozione nel 2015, con iniziative in Usa e Giappone), e anche del quarto posto nella recente classifica dell'Università politecnica delle Marche sui riconoscimenti ai bianchi autoctoni nelle principali guide vino italiane, il Soave sta lavorando soprattutto su nuovi driver d'immagine come la sostenibilità. Tra i progetti c'è "Etichetta verde", basato sul metodo Lca che quantifica e interpreta gli impatti ambientali del prodotto: da quest'anno le aziende possono usare un'etichetta ambientale sintetica che indica, sulla base



dei dati di 18 parametri, l'impatto medio della bottiglia ovunque sia consumata. A fianco a quest'iniziativa c'è l'adesione al disciplinare Biodiversity friend, grazie alla collaborazione del Consorzio con la Wba – World biodiversity association onlus: lo standard per le cantine prevede una certificazione su 12 azioni che valutano i parametri di conservazione della biodiversità agricola. Si punta a diffondere tra gli associati la coscienza che la qualità ambientale e la ricchezza biologica influiscano positivamente sulla qualità del prodotto. Altri progetti in campo che favoriranno la riduzione dei fitofarmaci sono il "Residuo 0" sull'uso dell'ozono per controllare muffe e batteri, il "Thirsty grapes" sui trattamenti alternativi in vigna, in collaborazione col Consorzio Valpolicella. Così come sono in corso ricerche sull'espressione del Dna nelle fasi

fenologiche del vitigno Garganega con l'Università di Verona, per arrivare a ottenere specie resistenti alle patologie, e inoltre rilievi biologici e geologici nelle varie zone, per comprendere meglio la vitalità dei singoli terreni, la microfauna del suolo in relazione anche alle forme di impianto.

Il 2016 sarà ancora un anno in cui l'enoturismo giocherà un ruolo importante. Il progetto Soave wine park, nei 7 mila ettari vitati, sta raccogliendo consensi tra i visitatori. E cercherà di raccogliere anche quelli istituzionali. Infatti, potrebbe essere imminente l'ingresso nel Registro dei paesaggi rurali storici (istituito presso il Mipaaf nel 2012): "Sarebbe un modo" dice il direttore Aldo Lorenzoni "per migliorare l'attrattività di tutto il territorio e dei suoi prodotti". Un necessario biglietto da visita se si vorrà in futuro tentare la candidatura Unesco.

Cevico, fatturato sale a 131,2 milioni. Il calo dello sfuso non intacca le liquidazioni ai soci

Cinque anni di trend positivo per il Gruppo Cevico, che ha visto crescere il proprio fatturato cooperativo di 38,8 milioni di euro. Merito anche della performance positiva del bilancio 2014/2015 che ha chiuso con 131,2 milioni di euro di incassi (+3%), un patrimonio netto salito a 68 milioni di euro (+2,1%) e un utile di 0,82 milioni. Le esportazioni hanno superato quota 31 milioni di euro, grazie a un incremento dell'imbottigliato del 50% che ha bilanciato un calo dello sfuso del 6%, quest'ultimo influenzato dai prezzi di vendita. Con più di 5 mila viticoltori a conduzione diretta, 7 mila ettari vitati e 1,3 milioni di quintali di uva lavorata, il gruppo presieduto da Ruenza Santandrea è titolare di 24 marchi (tra cui Vigneti Galassi, Ronco e San Crispino), con un imbottigliato



di 630 mila ettolitri di vino. "L'impegno al sostegno dei prezzi nell'imbottigliato" ha rilevato Santandrea "ha permesso una liquidazione ai soci che, pur in presenza di forti riduzioni dei prezzi dei vini sfusi, ha consentito un 15/20% più del mercato". Gli obiettivi futuri si legano a uno sforzo comune ancora più grande: "Serve uno scatto di volontà unitaria delle cooperative e dei viticoltori per un obiettivo unificante di crescita del valore delle Doc e Igt Romagna" ha sottolineato "che vada al di là delle divisioni in microzone. Queste ultime sono sì un valore nella biodiversità, ma non devono impedire una politica unitaria della gestione dell'immagine di una Romagna vinicola che ha tutti i requisiti per proporsi al mondo per ottima qualità e prezzo corretto". Per il 2016, è stato lanciato il Premio "Miglior Carta dei Vini dell'Emilia Romagna", dedicato al mondo della ristorazione, che valorizza i vini regionali.

VINI&SCIENZA. CAMBIAMENTO CLIMATICO, VINO E BIODIVERSITÀ

Secondo le previsioni a scala globale fatte dagli autori del lavoro qui riassunto*, l'impatto del cambiamento climatico sulla viticoltura potrebbe essere sostanziale. Considerando le proiezioni più catastrofiche (RCP 8,5) le aree vocate si ridurrebbero di una percentuale compresa tra il 25 ed il 73% entro il 2050. Con una proiezione meno pessimista (RCP 4,5), la riduzione risulterebbe comunque significativa (tra il 19 ed il 62%). Il cambiamento climatico potrebbe quindi causare lo spostamento dei vigneti ad altitudini maggiori. Questo aumenterebbe l'impatto del cambiamento climatico negli ecosistemi degli altopiani. Ad esempio, il riscaldamento globale potrebbe causare la conversione di ambienti naturali in aree produttive a latitudini più alte, come, ad esempio, nell'America del Nord-Ovest. Se lo spostamento dei vigneti avverrà più rapidamente rispetto a quello della flora e della fauna spontanea, il danno ecologico sarà inevitabile. In generale, sia le attività di impianto, sia quelle di mantenimento del vigneto hanno indubbe ripercussioni negative sulla conservazione della biodiversità anche nel lungo periodo. In questo contesto di riscaldamento globale, tentativi di mantenimento della produttività e della qualità nelle produzioni vitivinicole potrebbero anche essere associati ad un maggiore consumo di acqua per l'irrigazione o per tecniche di rinfrescamento tramite vaporizzazione. Alcune proposte strategiche degli studiosi per mantenere il mercato vitivinicolo all'avanguardia, senza provocare grossi danni ambientali, riguardano lo sviluppo di nuove varietà con profili sensoriali simili a quelle esistenti, ma tolleranza maggiore verso il clima atteso. A tal fine, i ricercatori suggeriscono anche di scindere le varietà dal territorio nelle denominazioni d'origine. In questo modo, nelle denominazioni più conosciute sarà possibile impiantare vitigni più resistenti, mentre le cultivar più "famosi" potranno essere piantate altrove. In entrambi i casi il consumatore non sarebbe traumatizzato dal cambiamento, mantenendo una certa riconoscibilità nei nuovi prodotti. Ovviamente questo dovrà essere accompagnato da nuove ricerche in ambito di tecnica colturale.



Attilio Scienza Ordinario di Viteicoltura Università degli Studi di Milano

*Lee Hannah, Patrick R. Roehrdanz, Makihiko Ikegami, Anderson V. Shepard, M. Rebecca Shaw, Gary Tabor, Lu Zhi, Pablo A. Marquet, and Robert J. Hijmans

Asti, il nodo vendite preoccupa la filiera. Il Consorzio: "Necessari nuovi sbocchi"



Se mercati importanti come Germania e Russia, per ragioni diverse, voltano per ora le spalle all'Asti è necessario trovare altre piazze su cui investire. Giorgio Bosticco, direttore del Consorzio dell'Asti Docg, non ha dubbi: "C'è bisogno di far crescere l'immagine di questo prodotto e trovare nuovi sbocchi, dagli Usa alla Cina". L'occasione per discutere del futuro della Docg, interessata da un calo di vendite in questo 2015, è stato il confronto tenutosi a Santo Stefano Belbo con l'Assomoscato di Giovanni Satragno, che ha evidenziato le preoccupazioni dei viticoltori sul futuro del dolce piemontese in tema di prezzi, ricavi per ettaro e su una possibile diminuzione delle rese a 80 quintali, che sarebbe necessaria per evitare aumenti di giacenze. "Di questo parleremo a giugno 2016" dice Bosticco "ora è prematuro. Certo è che la situazione ci preoccupa ma occorre avere ottimismo e studiare adeguati piani per le vendite future". - **G.A.**

Legge Stabilità: via Imu a chi affitta agli under 40? appello Cia- Agia

Eliminare il pagamento dell'Imu sui terreni agricoli a chi li affitta, o li concede in uso, agli under 40.



È questo l'appello di Cia-Agricoltori Italiani e i suoi giovani imprenditori di Agia, rispetto alla modifica alla Legge di Stabilità, in questi giorni in discussione alla Commissione Bilancio della Camera. "Sarebbe un modo per dare un'opportunità in più ai giovani" dice il presidente Cia Dino Scanavino. Gli fa eco la presidente Agia, Maria Pirrone: "Così si faciliterebbe l'accesso alla terra per le nuove generazioni le quali potranno accrescere il reddito del nostro Paese mettendo a frutto risorse spesso inutilizzate".

Verdicchio, Fiano e Friulano nel podio dei bianchi più premiati

Bianchi autoctoni sugli scudi all'interno delle guide vino italiane del 2015, con Verdicchio, Fiano, Friulano, Soave e Trebbiano d'Abruzzo tra i più premiati. La speciale classifica, contenuta in una ricerca condotta dall'Università Politecnica delle Marche, per conto di Imt Marche, evidenzia che sono 61 i premi ricevuti dal Verdicchio, seguito dal Fiano, in forte crescita con 43 riconoscimenti (8 in più rispetto al 2014) che supera il Friulano (37). Quarto posto per il Soave (32, +4 sul 2014) e poi il Trebbiano d'Abruzzo (16 premi, -3).

Per il Verdicchio, si tratta del terzo anno consecutivo in testa a questa speciale classifica. Per il direttore di Imt Marche, Alberto Mazzoni, che ha presentato la nuova campagna promozionale, anche stavolta assieme alla campionessa di schermo, Elisa Di Francisca, è una conferma della qualità *"ormai diffusa sul territorio, con quasi un terzo delle aziende premiate che producono oltre 5 mila bottiglie"*. L'obiettivo per la denominazione è *"incrementare le vendite in Italia, che esprime il 52% del fatturato dell'imbottigliato, e nel mercato nordeuropeo. Ma soprattutto è indispensabile puntare alla crescita del prezzo medio a bottiglia del 3-5% rispetto ai 4-7 euro attuali"*.

Guide vino, Università delle Marche conferma Gambero Rosso leader per credibilità

Gambero Rosso conserva la leadership tra le guide italiane del settore vino. L'indagine, realizzata con interviste dirette su un campione di cittadini italiani dal professor Gabriele Micozzi, docente di marketing dell'Università Politecnica delle Marche, per conto dell'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt), rileva che con 0,88 punti la guida Vini d'Italia del Gambero Rosso è la pubblicazione più apprezzata e credibile per i consumatori. Al secondo posto, tra le principali otto guide di settore italiane, la guida de L'Espresso che riaggancia la piazza d'onore (indice a 0,73), dopo averla lasciata ai 5 grappoli di Bibenda nel 2014. Quest'ultima, con un indice che si ferma a 0,70, viene scavalcata dalla più giovane guida Slow Wine (indice 0,72). In calo il gradimento per la storica guida Veronelli, ferma in quinta posizione con 0,55, a pari merito con Vitae, al suo secondo anno di vita. Chiudono la classifica, ViniBuoni d'Italia (0,49) e Doctor Wine (0,42) che, fa notare Micozzi, non riesce ad incrementare la sua fama come la coetanea Vitae.

LA "CLASSIFICA DI GRADIMENTO" DELLE GUIDE

Vini d'Italia Gambero Rosso	0,88
L'Espresso	0,73
Slow Wine	0,72
5 grappoli - Bibenda	0,70
Veronelli	0,55
Vitae - AIS	0,55
ViniBuoni	0,49
Doctor Wine	0,42

fonte: Università Politecnica delle Marche

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

E-commerce di vino in Europa: la Fivi chiede lo sblocco

Quando si guarda alle vendite di vino all'estero, una delle parole chiave sembra essere diventata e-commerce. Ma ai produttori basta davvero allestire un sito apposito e spedire l'ordine a destinazione? O di fatto la procedura finisce per scoraggiare anche i più volenterosi? A sollevare il problema – e non è la prima volta – è la presidente della Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti Matilde Poggi in un convegno che si è tenuto alla Camera dei Deputati: *“Per inviare vino da un Paese all'altro, sia ad un rivenditore che ad un consumatore finale, oggi è necessario avviare una pratica doganale e dotarsi di un domicilio fiscale nel Paese di destinazione con il quale assolvere al pagamento delle accise. Una procedura che non solo rende economicamente sconveniente, se non proprio impossibile, un e-commerce su scala europea, ma complica la vita a tutti i vignaioli che, dopo una visita in cantina da parte di turisti stranieri, devono spesso rinunciare alle vendite che ne potrebbero derivare”*. Insomma l'Europa non sembra essere unita quando si tratta di spedire vino oltre i confini delle singole nazioni. Ma una soluzione ci sarebbe secondo la Poggi e arriva dal Cevi (la Confederazione Europea dei Vignaioli Indipendenti, di cui FIVI è membro e della quale Matilde Poggi è vicepresidente): ogni produttore potrebbe assolvere in proprio e nel proprio Paese d'origine le imposte sul valore aggiunto e le accise secondo le aliquote del Paese di destinazione delle merci. Una camera di compensazione potrebbe quindi calcolare quanto dovuto a ciascun stato membro. Soluzione che si trova nero su bianco nello studio *“Evaluation of current arrangements for movement of excise goods released for consumption”*, realizzato per conto della Commissione Europea e approvato dal Gruppo di contatto Accise lo scorso 3 luglio. *“Sono già passati cinque mesi”* denuncia Poggi *“e in sede Europea non si è mosso ancora nulla. Auspichiamo che la situazione possa essere presto sbloccata”*.

Montalcino e tutto intorno. Un film prodotto da Banfi

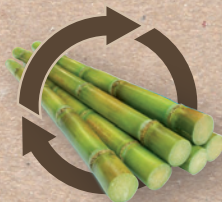
Le mura, le vallate, i vicoli, le vigne, i volti. In poche parole la Val d'Orcia. Saranno questi i protagonisti del film di Alessandro Schwed: Montalcino e tutto intorno. Un lungometraggio prodotto da Banfi, la storica azienda vinicola del territorio, che lo presenterà il prossimo 16 dicembre in anteprima assoluta. Dove? Ovviamente a Montalcino, nella Chiesa di Sant'Agostino, alle 21.



NOMACORC®
Select bio™

SELECT BIO È REALIZZATO CON MATERIALI BIOPLASTICI
DERIVANTI DALLA CANNA DA ZUCCHERO

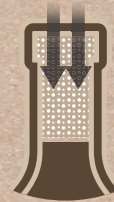
La prima chiusura
al mondo senza
impronta di carbonio



Polimeri
rinnovabili
di origine
vegetale



100 %
riciclabili



Gestione
ottimale
dell'ossigeno

www.nomacorc.com

Dall'accordo tra Gambero Rosso e Cesena Fiere nasce la Città del gusto della Romagna



Anche la Romagna avrà la sua Città del gusto: Gambero Rosso e Cesena Fiere hanno siglato l'accordo per il restyling dei padiglioni della nuova Fiera della città romagnola. Il progetto prevede uno spazio di formazione di 500 metri quadrati dotato di attrezzature per un'ampia offerta di corsi sia nel campo enogastronomico, sia nella promozione e comunicazione. Frutto di un bando pubblico di gara, la collaborazione tra i due gruppi, avrà un primo periodo di gestione di sei anni. "La Città del gusto della Romagna" è il commento del presidente del Gambero Rosso Paolo Cucia "nasce a pochi giorni dalla quotazione della nostra società nella Borsa di Milano a conferma dell'impegno annunciato agli investitori, sia verso la formazione professionale, sia nella promozione dei territori". "Quella che viene siglata con il Gambero Rosso" sottolinea il Sindaco di Cesena Paolo Lucchi "è un'alleanza nel nome del gusto e della qualità enogastronomica, elementi che fanno parte del dna del nostro territorio, da sempre vocato alla produzione agroalimentare". "Questo accordo" concluso il Presidente di Cesena Fiera Renzo Piraccini "rientra all'interno di un più generale intervento di riqualificazione dei padiglioni di Cesena Fiera per un investimento complessivo di 2,6 milioni di euro". L'inaugurazione è prevista per settembre 2016.

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Lorenzo Ruggeri, Attilio Scienza

foto

Tony Albright

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it | 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammico | 06.55112356

dammico@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi | 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

fino al 13 dicembre Happy Trentodoc

Trento – in vari winebar e ristoranti

stradavinotrentino.com

19 e 20 dicembre The wine road

degustazione in via de' Neri

Firenze

dalle ore 15 alle 22

11 dicembre

Design, Art and Food open space di Gea

Francavilla Fontana
(Brindisi)

dalle ore 19

17 gennaio

"Prima del Torcolato"

piazza Mazzini - Breganze
(Vicenza)

25 gennaio

Millésime Bio Montpellier

fino al 27 gennaio
millesime-bio.com

11 dicembre

asta Pandolfini

dedicata ai grandi vini
francesi e italiani

Centro Svizzero, Milano

30 gennaio

Anteprima Amarone Verona

12 dicembre

Salone del vino Piceno

Piazza Roma 6

Ascoli Piceno

fino al 13 dicembre

30 gennaio

Wine&Siena Event

Rocca Salimbeni - Siena
fino al 31 gennaio

13 dicembre

Degustazione

Berebene 2016

Sheraton Rome Hotel
and Conference Center
Roma

ore 16.00 – 20.00

12 febbraio

Buy Wine

Firenze – Fortezza da
Basso

fino al 13 febbraio

15 dicembre

Asta dei vini rari e pregiati

firmata Ansuini e Fis
Hotel Rome Cavalieri
Roma

12 febbraio

Anteprime Toscane

www.anteprimetoscane.it
fino al 22 febbraio

19 dicembre

Merry Sagrantino

Montefalco (Pg)

dalle 16,30



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



**Wine^{Pro}
Italy**





SAN FELICE

TUSCANY
MATTERS

WWW.AGRICOLASANFELICE.COM




SAN FELICE
AGRICOLA



Napa Valley: arriva la prima "denominazione" americana

PROPRIO MENTRE L'EUROPA SI PREOCCUPA DI COME difendere le proprie denominazioni nel mondo - soprattutto lì dove queste non sono neppure contemplate - dalla California arriva la notizia che la Napa Valley diventa la prima "denominazione" statunitense certificata. Ricordiamo che gli Usa non riconoscono e concepiscono il sistema delle denominazioni così come fa l'Italia o la Francia. Per cui la notizia che un territorio del vino americano abbia spinto per ottenere una sua certificazione è già di per sé una svolta. Il marchio servirà, infatti, a proteggere i vini della regione vitivinicola più famosa degli Usa dalle contraffazioni e dagli usi impropri. Ci son voluti più di cinque anni affinché l'U.S. Patent & Trademark Office rilasciasse la Certification Mark e tutto l'impegno della Napa Valley Vintners, l'associazione no

profit che mette insieme oltre 525 produttori della Regione. Il complicato percorso è passato anche attraverso 50 accordi scritti tra cantine e attività legate al vino che usano la parola 'Napa' nei loro marchi commerciali per verificarne la compatibilità con gli standard della Napa Valley Ava (American Viticultural Area). Oltre ad ottenere questo marchio di certificazione, la NVV ha già guadagnato lo status di protezione in Australia, Brasile, Canada, Cina, Unione Europea, India, Israele, Nuova Zelanda, Norvegia, Taiwan, Thailandia e Turchia. Il resto lo farà il nuovo marchio. Uno spiraglio per la protezione delle denominazioni a livello globale (vedi alla voce Ttip) e per le produzioni europee che cercano, spesso invano, di tutelarsi oltre i confini del Vecchio Continente? - **L. S.**

▲ IL MIO EXPORT. St. Michael-Eppan – Gunther Neumair

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

Il 30% dei vini viene esportato. I mercati più importanti? Usa, Germania, Regno Unito, Giappone e Russia. Quello con la crescita migliore è la Germania.

2. LA BUROCRAZIA È UN PROBLEMA?

La burocrazia è tanta, ma bisogna dire che non ci sono problemi insuperabili.

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

Negli ultimi anni quello che è cambiato è l'approccio: vanno molto di moda i vini bianchi italiani dell'Alto Adige/Südtirol.

4. COME PROMUOVERETE IL VOSTRO VINO SUI MERCATI INTERNAZIONALI?

Con fiere specializzate, workshop e degustazioni con importatori e clienti. E anche con i Road Show Gambero Rosso.



Uiv, Ismea e Sda Bocconi puntano a diventare un riferimento economico e istituzionale che colmi un gap di informazione nel settore. Wine Monitor sarà partner tecnico. La novità si chiama on-trade tracking

Vino sotto osservazione. Una nuova lente sui mercati

▲ a cura di Gianluca Atzeni

È DA TEMPO CHE L'UNIONE ITALIANA VINI LAVORA all'idea di un Osservatorio del vino. Idea che si fa concreta in questo 2015, grazie alla partecipazione di partner istituzionali e universitari come Ismea, Wine management lab di Sda Bocconi, con la collaborazione tecnica di Wine Monitor-Nomisma. Una squadra allargata che dovrebbe riuscire nell'intento principale: diventare il primo e unico punto di riferimento istituzionale per la raccolta, l'analisi, il commento e la diffusione di dati statistici del settore. Uno strumento per le aziende, quindi, basato sull'esperienza dei soggetti coinvolti, che vorrà essere un sostegno concreto alla competitività. Un modo per "colmare una lacuna", come ha detto il presidente Uiv, **Domenico Zonin** "in uno dei settori d'eccellenza del made in Italy. Questa iniziativa inedita per il nostro Paese vuole anche offrire alle istituzioni un quadro aggiornato del mercato, indispensabile per le scelte normative e strategiche".

L'OSSERVATORIO FORNIRÀ A IMPRESE E ISTITUZIONI TUTTA una serie di informazioni sensibili, dai dati vendemmiali ai quelli sulla produzione italiana, dai prezzi all'origine

a quelli al consumo (distinti per denominazione, canali distributivi, tipologie, aree geografiche), analisi delle vendite sui mercati internazionali, sondaggi su abitudini d'acquisto nel mercato italiano e relativamente al consumo fuori casa. Si chiama infatti "On-trade tracking" uno dei servizi offerti e sviluppati da Nomisma Wine Monitor sul mercato interno, che parte da un presupposto: non esistono ad oggi statistiche ufficiali (o attendibili) sulle vendite di vino al di fuori del canale off-trade (grande distribuzione, negozi specializzati, etc.) anche perché il sistema italiano del consumo fuori casa è polverizzato e suddiviso in una pluralità di format e punti vendita (ristoranti, pizzerie, enoteche, wine bar, hotel, imprese di catering). "Si è deciso di partire dal mercato interno, proprio su richiesta delle stesse associate, sia cooperative sia private", sottolinea il segretario generale Uiv, **Paolo Castelletti** "perché nessuna di queste ha intenzione di abbandonare l'Italia che, voglio ricordare, vale il 50% delle vendite". Quindi un canale estremamente strategico, dal momento che si stima incida per il 34% sui volumi delle vendite di vino in Italia. Per il momento, sono circa 50 le cantine che fanno parte dell'Ov e che rappresentano un fatturato di 1,8 miliardi di euro, quasi il 20% dell'aggregato di settore. Le >>



» imprese metteranno a disposizione con cadenza trimestrale i propri dati commerciali, che saranno elaborati da Wine Monitor per poi essere restituiti alle stesse aziende, in forma aggregata e a pagamento. Una parte, invece, sarà a disposizione di tutti gli aderenti Uiv e sarà messa a servizio dei media in forma gratuita. Le primissime elaborazioni nel segmento del “fuori-casa” indicano, ad esempio, una crescita di vendite nel terzo trimestre 2015: +3,1% in volume e +2,3% in valore sul 2014; con il Prosecco che sostiene la progressione nell'on-trade italiano, in un mercato che complessivamente in 10 anni ha perso oltre il 30% in volume.

I DATI FORNITI DALL'OSSERVATORIO AVRANNO CADENZA mensile. La comunicazione sarà affidata a una newsletter quindicinale (Focus wine), destinata a media, imprese e stakeholder, che in casi straordinari si trasformerà in Focus wine express. Una sezione del sito di Uiv, a partire da febbraio, sarà dedicata all'Osservatorio (che ha il suo logo; vedi foto). Ma non c'è solo Italia tra gli obiettivi: sono previste analisi preliminari sui mercati Usa, Canada e ad alcuni Paesi Ue. Tutte le ricerche saranno incluse in una grande banca dati, accessibile on line agli opera-

tori dell'informazione con sezioni riservate alle imprese partecipanti. *“Avremo a disposizione numeri veri, attendibili e strategici per aziende ma anche per le istituzioni”*, sottolinea ancora Castelletti, ricordando che i vantaggi saranno non solo economici: *“Potremo sederci ai tavoli di Bruxelles*

IL COMITATO SCIENTIFICO DELL'OV

Presidente: Domenico Zonin - presidente Uiv

Componenti:

Paolo Castelletti – segretario generale Uiv

Ettore Nicoletto – coord. “Tavolo osservatorio” Uiv

Raffaele Borriello – direttore generale Ismea

Fabio Del Bravo – dirigente Ismea

Andrea Rea – resp. Wine Lab Sda Bocconi

Roberta De Sanctis - Wine management Lab

Coordinamento: Giulio Somma – resp. com. Uiv

Segreteria: Sofia Cambereri – Uiv

Staff di Ricerca:

Ismea: Tiziana Sarnari, Francesca Monduzzi, Enrica Ruggeri

» coi rappresentanti della Commissione Ue a discutere di strategie future sul vino disponendo di numeri attuali e incontestabili. È davvero un passo avanti”.

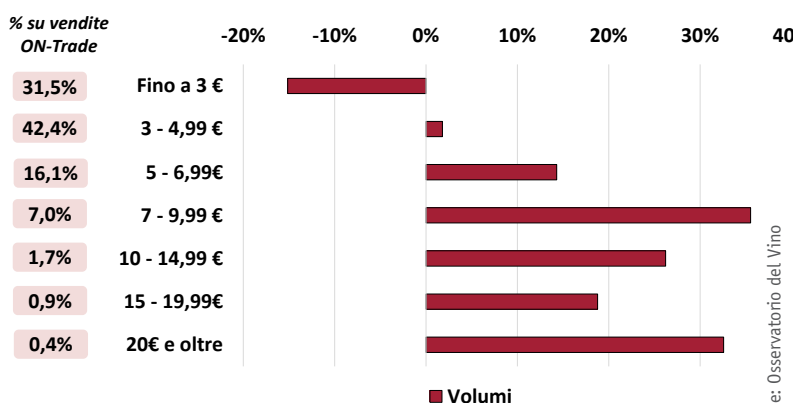
L'IDEA DELL'OSSERVATORIO NASCE SULLA SCIA DELLA collaborazione quasi ventennale tra Uiv e Ismea nel rilevamento e analisi di alcuni dati del settore. Ed è di due anni e mezzo fa, a febbraio 2013, uno dei primi tentativi in questo senso. L'Osservatorio si compone di tre anime: le aziende associate a Uiv (oltre 50% del fatturato nazionale di settore e l'85% dell'export), il mondo della ricerca rappresentato da Ismea (e Wine Monitor), il mondo accademico e del marketing col Wine management Lab di Sda Bocconi, coordinato dal professor **Andrea Rea** a cui spetterà il compito di orientamento strategico in funzione del marketing: *“Vogliamo fornire alle aziende informazioni affidabili che ad oggi sul vino italiano non sono disponibili in maniera sistematica”* spiega Rea *“e ritengo che una buona base informativa sia presupposto essenziale per poter interpretare le dinamiche dei mercati, per crescere e migliorare la competitività, agendo su strategie di marketing”*.

IL SETTORE VINO STA ATTRAVERSANDO UN MOMENTO complessivamente positivo sui mercati, come ha fatto notare **Fabio Del Bravo** (Ismea): *“Al momento è quello che dimostra il maggior grado di vitalità, anche in funzione di una propensione all'estero molto più elevata rispetto agli altri settori dell'agroalimentare”*. Il buono stato di salute è confermato anche dall'indice sul clima di fiducia, che per l'industria vinicola si è attestato nel terzo trimestre 2015 a +12,7 (-100 +100 è la forbice di variazione) rispetto al -9 registrato del terzo trimestre 2014; e per le aziende vitivinicole è di 18,9 contro -1,1 del terzo trimestre 2014. *“Il vino si conferma la punta di diamante del nostro agroalimentare”* ha detto Raffaele Borriello, direttore generale Ismea tornando sulle previsioni di fine anno: *“L'export 2015 potrebbe raggiungere un risultato record di 5,5 miliardi di euro, mettendo a segno un aumento di circa il 7% sul dato 2014”*.

LE FONTI DELL'OSSERVATORIO SARANNO I DATI TRASMES- si dalle aziende, le fonti ufficiali (Istat, Agenzia Dogane, Commissione Ue, Eurostat, Monopoli di Stato, Oiv, ecc.); le fonti internazionali come agenzie private di analisi tra cui Global Trade Atlas, Wine intelligence, Pwsr, etc.). A un Comitato scientifico (vedi box) spetterà il compito indirizzare le attività di ricerca. Si punta ovviamente ad allargare la platea anche a cantine medio piccole. Questo anche grazie a costi di adesione al servizio sostenibili. Non ci si dovrebbe discostare troppo da una stima di 1.500 euro, ma la cifra potrebbe essere modulata a seconda della dimensione aziendale.

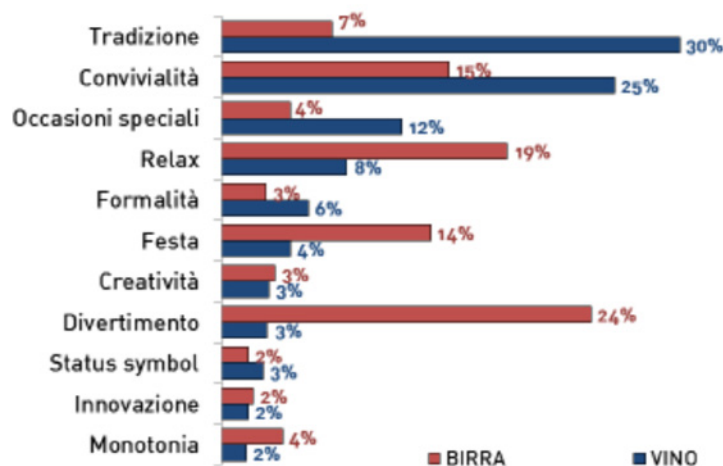
CANALE ON TRADE:

**Variazione tendenziale totale vino:
3° trim 2015 vs 3° trim 2014 per fascia di prezzo**



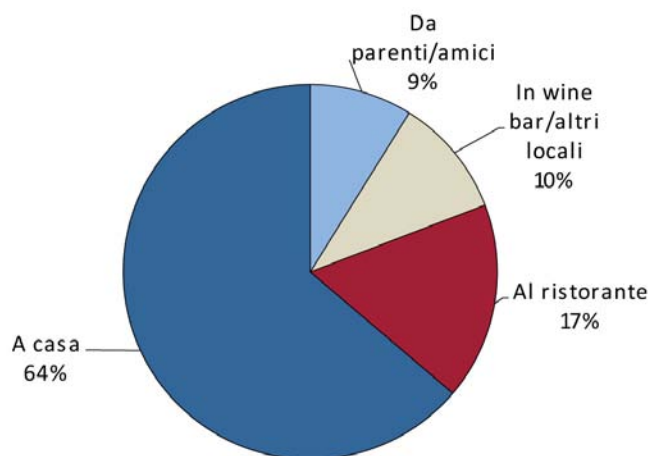
fonte: Osservatorio del Vino

GLI ATTRIBUTI EVOCATIVI DEL VINO VS ALTRE BEVANDE ALCOLICHE



fonte: Surbey Wine Monitor

Vino, occasione di consumo prevalente



fonte: Surbey Wine Monitor



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.**



made in Vicenza
AZIENDA SPECIALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VICENZA

www.madeinvicenza.it



Camera di Commercio
Vicenza

Ultime due tappe 2015 per il World Tour Gambero Rosso: da un mercato storico come Zurigo, ad una città in espansione come la capitale polacca. Qui aprono la strada una tassazione blanda, un cambio favorevole e il Pil in crescita. Il racconto

Non solo vodka. Il Patto di Varsavia col vino italiano

▲ a cura di Lorenzo Ruggeri

CON LE TAPPE DI ZURIGO (30 NOVEMBRE) E VARSAVIA (2 Dicembre) si chiude un anno straordinariamente intenso di eventi e traversate per il vino italiano e i suoi interpreti. Tra Vini d'Italia Tour, Roadshow e Tre Bicchieri, abbiamo messo a segno trentatré tappe, oltre alle due full immersion del Gambero Rosso Experience, format pensati per raccontare all'estero il vino insieme alle altre cose buone della nostra terra. In supporto il Wine Travel Food, la rivisita inglese online, che, dallo scorso gennaio, è diventata un appuntamento mensile.

ZURIGO

Lo spot finisce qui, partiamo da Zurigo, tappa ormai consolidata forte dei numeri di un Paese che, come noi, consuma quasi 40 litri di vini l'anno; il prezzo medio di spesa è decisamente tra i più alti in Europa. I dati dei primi 7 mesi del 2015 (fonte Istat) ci dicono che la Svizzera rafforza la quarta posizione nella classifica dei Paesi che importano più vino italiano al mondo, con una crescita in valore del 5,7%. L'Italia detiene la fetta più grande del-

le importazioni, con una quota del 36%, molto vicina a quella del vino francese (34%). Le sensazioni dell'evento confermano un paio di punti chiave: l'attenzione storica e conoscenza approfondita del vicino Piemonte; la ricerca di una buona fetta di consumatori per rossi di struttura, ricchi, con l'Amarone in testa, e la Puglia a inseguire questo trend. Faticano di più aziende a vocazione bianchista - e proprio qui ci sono ancora spazi interessanti - magari importate nei più lontani mercati del mondo, ma non qui a pochi chilometri da casa. *"Sto cercando aziende biologiche certificate per allargare il mio portafoglio, anche qui l'interesse per questi vini è in netta crescita e ci sono ottime possibilità di ritorno. Il mercato è pronto per nuove proposte"*, commenta **Jan Kux** di Persovino.

VARSAVIA

Da Zurigo, la città probabilmente più cara in Europa - per 10 minuti di taxi ci vuole l'equivalente di 40 euro - ci spostiamo nella capitale polacca. Un paio d'ore di volo, senza cambiare meridiano per raggiungere quella Varsavia che nel 1944 fu quasi integralmente rasa al suolo >>



» dopo la rivolta della popolazione ai nazisti. Il mancato apporto dell'Armata Russa, ferma sull'altra sponda del fiume Vistola, è ancora dibattito piuttosto vivace tra gli storici. Quella che troviamo noi è una città in forte crescita e rinnovamento - tantissimi i cantieri in corso - ordinata e pulita anche più della città da cui veniamo. Non vogliamo affidarci solo a meri numeri, ma il Pil polacco è cresciuto negli ultimi 10 anni di oltre il 70%, ci sono analisti che stimano che entro il 2025/2030 la Polonia raggiungerà il nostro di Pil. Intanto, per effetto di un cambio più che favorevole, qui per 40 minuti di taxi paghiamo l'equivalente di 9 euro. Ovunque troviamo persone con un inglese perfetto. Negli ultimi anni il numero di enoteche sono raddoppiate, giriamo tra gli scaffali: Star Wines, Mielyznski e Alewino (quest'ultimo è uno dei migliori bistrot e wine bar che ci è capitato di visitare negli ultimi anni, si mangia divinamente con una carta dei vini di piccole aziende curatissima e un'atmosfera divertente e rilassata. Il luogo di chi ama il vino in città). Anche qui a Varsavia l'Italia è soprattutto vini rossi, tanto prosecco, non pervenuto il metodo classico. Un dato colpisce su tutti: i ricarichi davvero contenuti. La tassazione sugli alcolici è piuttosto blanda - il 23% - a volte ci capita

di vedere sullo scaffale bottiglie di casa nostra a prezzi inferiori ai quali siamo abituati. Sommelier e proprietari di wine bar, quasi sempre sui 30, sbicchierano tanto, con un lavoro di ricerca notevole. Quest'attenzione l'abbiamo ritrovata durante il nostro evento: un flusso simile e una qualità di interventi così alta non ce l'aspettavamo davvero. Nel seminario che abbiamo condotto assieme Ewa Wielezyska, deputy editor-in-chief di Wino Magazine (il nostro partner mediato per le tappe nel Paese) le domande erano quanto mai pertinenti, puntute, curiose. Il seminario, previsto di 90 minuti, ha abbondantemente sfiorato le 3 ore, proprio perché dall'altra avevamo una platea di operatori del settore e blogger che avevano tanta fame di conoscenza, d'Italia, di varietà autoctone. Il giorno dopo l'evento siamo stati da Piccola Italia, una rete di negozi specializzati in prodotti italiani, con oltre 300 varietà tra formaggi e salumi e anche tante bottiglie. *"I produttori italiani stanno finalmente iniziando a capire quali sono le opportunità del mercato polacco. Certamente non posso pretendere di vendere solo prodotti top di gamma, su questo mercato il rapporto qualità prezzo è ancora più importante"*, commenta **Andrzej Sajniak**, goliardico proprietario. D'altronde i consumi di vino in Polonia stanno crescendo con una media »

GAMBERO ROSSO HD

Solo su
sky | Canale
412



Cosa succede quando mamma non c'è e papà deve inventarsi qualcosa per cena? A raccontarcelo arriva Ettore Bassi, che sveste i panni dell'attore per rivelarsi un papà premuroso e pasticcione. Alle prese con la cucina di casa e le sue tre bambine.

**SOLO SU GAMBERO ROSSO CHANNEL
TUTTI I MARTEDÌ ALLE 21.30**

SI RINGRAZIANO



Bompani
MODENA

del 10% ogni anno. Gli fa eco il figlio **Wojciech**: *“Bere superalcolici da soli non è più così di moda tra i giovani, il vino, e soprattutto la relazione sociale che comporta, si sta facendo strada. La mia generazione chiede vino e vuole parlarci intorno”*

NON SOLO LE ENOTECHES, TUTTA LA RISTORAZIONE DI VARSAVIA sta vivendo un momento florido (si mangia bene a prezzi per noi davvero contenuti). Chiudiamo con un lo-

cale aperto solo tre mesi fa proprio sulla piazza del Teatro dell'Opera: Dom Wodki Restaurant & Vodka Atelier. Locale ricercato, con oltre 300 vodka da provare. Ogni piatto ci viene proposto con due vodka: abbinamento d'apertura e di chiusura. Accostamenti felicissimi e cucina d'alto livello, l'aringa da perderci la testa! Un dettaglio non trascurabile: il tavolo accanto al nostro beveva vino.







SELEZIONE UFFICIALE
UN CERTAIN REGARD
FESTIVAL DI CANNES

LE RICETTE DELLA SIGNORA TOKU



UN FILM DI NAOMI KAWASE



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 MAGASE, KYARA UCHIDA
PRODOTTO DA MASA SAWADA, KOICHIRO FUKUSHIMA & YOSHITO OYAMA CO-PRODOTTO DA THANASSIS KARATHANOS BASATO SU UN ROMANZO DI DURIAN SUKEGAWA
SCRITTO E DIRETTO DA NAOMI KAWASE DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA SHIGEKI AKIYAMA SCENOGRAFE KYOKO HEYA MONTAGGIO TINA BAZ SUONO EIJI MORI, ROMAN DYMINY, BORIS CHAPPELLE & OLIVIER GONARD
ILLUMINAZIONE YASUHIRO OHTA MUSICA DAVID HADJADI PRODOTTO DA COMME DES CINEMAS, NAGOYA BROADCASTING NETWORK, TWENTY TWENTY VISION
IN COPRODUZIONE CON AEON ENTERTAINMENT, KUMIE, ZDF/ARTE, POPLAR PUBLISHING, HAKUHODO, ELEPHANT HOUSE, THE ASAHI SHIMBUN COMPANY & MAAM
CON IL SUPPORTO DI L'AIDE 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

COMME
DES
CINEMAS

FILM
PARTNERS

AEON

ZDF

ARTE

POPLAR

HAKUHODO

ELEPHANT

HOUSE

ASAHI

SHIMBUN

COMPANY

& MAAM

CON IL

SUPPORTO

DI

L'AIDE

AUX

CINEMAS

DU

MONDE

&

MEDIENBOARD

BERLIN

BRANDENBURG

&

THE

AGENCY

FOR

CULTURAL

AFFAIRS,

JAPAN

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

www.cinemasrl.com

CINEMA