



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

RISCHI E OPPORTUNITÀ PER L'ENOTURISMO ITALIANO



ETICHETTA

Qual è quella giusta? Ecco gli errori da non fare e come tutelarsi dalle imitazioni

pag. 4

TACHIS

Enologo, padre di grandi vini e precursore dei tempi. Così il mondo del vino lo ricorda

pag. 5

ESTERI

Luci e ombre nell'export francese: salgono i ricavi ma preoccupa il calo in volume

pag. 9

ENOTURISMO

Crescita lenta, ma costante: 2,5 mld di euro spesi in cantina. Mtv e Città del Vino si alleano

pag. 10

ANTEPRIME

Così le Dop toscane si presentano all'appuntamento. L'analisi consorzio per consorzio

pag. 14



Doc Valtènesi, il Consorzio: "Trend di vendite in crescita nel 2015" Si va verso una modifica del disciplinare: in arrivo il primo "Chiaretto riserva"

a cura di **Gianluca Atzeni**

Venti di ulteriore rinnovamento in Valtènesi, dopo che un anno fa il Consorzio della Doc, presieduto da Alessandro Luzzago, decise di accelerare verso la valorizzazione del rosé della riviera bresciana del Garda, coinvolgendo i francesi. Nel 2015, questa tipologia ha toccato quota 1,1 milioni di bottiglie su un imbottigliato di 3,3 milioni di pezzi tra rossi e bianchi, considerando anche le altre Doc tutelate: Garda Classico, Garda Bresciano e San Martino. Incoraggiati dai buoni risultati sul mercato e dall'interesse che sta riscuotendo la Dop, che ha nel Gropello il vitigno principe, i circa 50 produttori saranno chiamati a breve a scegliere un cambio di disciplinare che, tra le altre cose, introdurrà per la prima volta la versione riserva (minimo 12 mesi) tra le tipologie del Chiaretto. Un passaggio importante, una scelta coraggiosa che, da un lato, dovrebbe garantire la disponibilità del vino anche ad agosto e, dall'altro, una forma di educazione di consumatori e operatori al concetto di affinamento. Si spe-

Valle d'Aosta, una proposta di legge per recuperare i vigneti terrazzati



Recuperare i vigneti terrazzati della Valle d'Aosta, in zone vocate e di pregio. La proposta di legge è sostenuta dal gruppo Union Valdôtaine Progressiste (Uvp) e ha come obiettivo lo sviluppo della produzione viticola e la creazione di occupazione in aree terrazzate oggi in abbandono. **L'esempio è quello dei primi vigneti impiantati nel 1975 dalla cooperativa Enfer d'Arvier** (foto), oggi ancora attivi e in grado di generare occupazione diretta e indotta. La proposta prevede di intervenire a sostegno del periodo di mancata produzione (pari a 4-5 anni) attraverso i fondi europei destinati alla creazione di occupazione, piuttosto che sfruttare il Psr.

ra anche di affinare il prezzo, nonostante ad oggi, spiega il direttore del Consorzio, **Carlo Alberto Panont**, il rosé sia già su livelli relativamente alti: "Un Valtènesi Chiaretto, iva esclusa, esce dalle cantine a 4 euro a bottiglia. Significa che il nostro mercato sta tenendo bene. La produzione è passata da 350 a 470 mila bottiglie". La propensione all'export della Doc bresciana è di circa il 30%, ma occorre tenere conto che molti clienti (provenienti soprattutto da Austria, Germania e Svizzera) acquistano direttamente in cantina. "Si sta inoltre aprendo il finora poco esplorato mercato Usa, soprattutto coi rosé" dice Panont "ma anche Paesi come la Svezia cominciano a inserire nei propri tender i nostri vini". Ed è prima di tutto il territorio a crederci: "Negli ultimi anni si è notata sul Garda una tendenza a reinvestire" osserva "soprattutto nei settori viticolo e olivicolo. Qui i prezzi di un vigneto vanno dai 110 mila ai 200-250 mila euro a seconda delle zone". Nel frattempo, il nuovo millesimo si presenta a Milano e Brescia il 12 febbraio e sarà sul mercato dal 14. In attesa di "Italia in rosa", a Moriga del Garda (3-5 giugno).

ettari vitati: 1000
tra Doc Valtènesi, Garda Classico, Garda Bresciano e San Martino
produttori: circa 50
uve rivendicate: 50 mila quintali
produzione vino: 32 mila ettolitri
potenzialità produttiva: 4 milioni di bottiglie
imbottigliato effettivo: 3,3 milioni di bottiglie
produzione uve per rossi e chiaretti Doc: 30 mila quintali, 20 mila ettolitri di vino, oltre 2,3 milioni di bottiglie
Chiaretto: 1.107.243 bottiglie nel 2015

Doc Friuli, verso l'ok del Mipaaf entro il mese di marzo

Potrebbe arrivare entro marzo l'atteso passaggio definitivo al Comitato vini Mipaaf per la Doc unica Friuli. La commissione tecnico normativa dell'organo ministeriale ha concluso l'esame della documentazione e si dovrebbe arrivare all'audizione pubblica tra qualche settimana. "Siamo a un passo da un traguardo storico", dice l'assessore regionale all'agricoltura friulano, Cristiano Shaurli. La Doc sarà sostenuta dal Consorzio delle Doc del Friuli Venezia Giulia, nato nel 2012 (di cui non fa parte il Collio). "Tutti i consorzi potranno usare la Doc unica", ricorda Adriano Gigante, vice presidente "e quelle già esistenti potrebbero rappresentare le punte d'eccellenza". - **G. A.**



fonte: ERSA

WINE MONITOR. SOFFRE L'EXPORT DI VINO ITALIANO E FRANCESE IN GERMANIA

Con oltre 5 milioni di ettolitri di vino importato, la Germania rappresenta il nostro principale mercato estero di sbocco e il secondo dal lato dei valori, dopo gli Stati Uniti. Tra 2005 e 2013, le nostre esportazioni sul mercato tedesco sono cresciute a ritmi di quasi 5% l'anno, più di quanto messo a segno negli Usa. Poi, dal 2013, la magia sembra essere svanita e, da due anni a questa parte, il trend ha invertito la rotta. Il periodo gennaio-novembre 2015 rispetto all'anno precedente mostra un calo dell'import di vino in Germania dall'Italia del 2,5% (in valore) che si affianca al -3,5% subito tra 2013 e 2014. Anche se il calo risulta più ampio a livello complessivo di mercato (-3,6%), permettendoci così di mantenere inalterata la nostra quota, altri competitor sono invece riusciti a registrare una crescita: l'import di vino negli 11 mesi 2015 è infatti cresciuto da Australia e Nuova Zelanda (oltre 14% per entrambe), dagli Usa e dal Cile (+7%), dal Sudafrica (+5%) e anche dalla Spagna (+4%), unico produttore del "vecchio mondo" a incamerare una variazione positiva, grazie soprattutto all'export di Cava (+25%). In effetti, il calo nell'import sembra essere determinato dalla riduzione degli acquisti degli importatori tedeschi (e dai buyer della Gdo che in Germania è responsabile per l'80% dei volumi di vino consumato) di vini soprattutto francesi (-13%), che assieme agli italiani, fanno il 63% del valore di tutti quelli provenienti dall'estero. Visto il peso della Grande Distribuzione (in particolare i Discount), si potrebbe pensare che questi andamenti inversi (meno Francia e Italia e più Spagna e Nuovo Mondo) rispecchino una tendenza alla sostituzione negli assortimenti verso vini più economici; ma così non è, visto che i prezzi medi all'import dei vini fermi imbottigliati neo zelandesi, australiani, statunitensi e anche cileni sono mediamente superiori a quelli dei nostri prodotti. A detta di alcuni esportatori presenti sugli scaffali della Gdo in Germania, manchiamo di innovatività e, nell'ambito di un assortimento ormai stracolmo di etichette, i nostri vini rischiano di essere sostituiti con quelli del "Nuovo Mondo", la cui popolarità tra i consumatori sta continuamente - e pericolosamente - aumentando.



Denis Pantini denis.pantini@winemonitor.it

Triennio in ascesa per Codice Citra, ricavi 2015 a 28 milioni di euro (+7%)

Prosegue il momento positivo per Codice Citra, realtà di Ortona fondata nel 1973 che raggruppa nove cantine della provincia di Chieti, con 6 mila ettari di vigneto e 3 mila soci viticoltori. Il 2015 ha visto la cooperativa presieduta da Valentino Di Campli (foto) aumentare il fatturato derivante dai vini imbottigliati del 7%, a 28 milioni di euro, con un aumento di produzione pari a 1,5 milioni di bottiglie, che raggiungono quota 20 milioni, per il 60% esportate.

Complessivamente, nell'ultimo triennio, le vendite sono cresciute del 17%: il mercato italiano ha segnato +27%, mentre è del 10% l'aumento dell'export imbottigliato. Regno Unito, Germania, Svezia e Belgio sono i Paesi coi migliori tassi di crescita in Ue; mentre Canada, Usa, Giappone e Cina quelli extra Ue. La cantina ha investito in tre anni oltre 2,5 milioni di euro. "È la dimostrazione" osserva Di Campli "che la cooperazione vitivinicola in Abruzzo può ancora crescere". - **G. A.**



Nuova cantina a Ortona con soci russi Investimento da 8,4 mln per 30 mln di bottiglie

Nascerà a Ortona (Chieti) e guarderà soprattutto ai mercati esteri la nuova cantina promossa dall'azienda ortonese Ca' D'Abruzzo. Il progetto, dietro il quale ci sono due anni di lavoro, vanta numeri importanti: un investimento previsto di 8,4 milioni di euro per un impianto di imbottigliamento da 30 milioni di bottiglie l'anno, e un capannone da 5 mila metri quadri (in contrada Sant'Irene) che sarà utilizzato per lo stoccaggio. La società è composta dall'imprenditore Gaudenzio d'Angelo, presidente di Ais Abruzzo, ed è partecipata da imprenditori russi del settore viticolo. L'iniziativa è stata discussa col presidente della giunta regionale, Luciano D'Alfonso: "Nel progetto" ha detto "saranno coinvolte alcune cooperative e cantine esclusivamente abruzzesi che saranno utilizzate per l'approvvigionamento delle materie prime".

"Produrremo vini 100% made in Abruzzo", dice Gaudenzio d'Angelo a Tre Bicchieri. L'obiettivo di Ca' d'Abruzzo è produrre e imbottigliare soprattutto vini da tavola, sfruttando al meglio la discreta qualità di base dei principali vitigni e vini regionali, dal Trebbiano al Montepulciano. Si guarda ai mercati esteri (Russia in primis, ma anche Sudamerica, Cina e India) e al settore del largo consumo "non tanto con un gusto internazionale ma dando loro una precisa identità territoriale". In una regione dove oltre metà del vino prodotto è commercializzato sfuso, il progetto potrebbe favorire una migliore valorizzazione. Sono già in corso trattative con le principali cantine abruzzesi. La concorrenza con le Dop? D'Angelo fugge i dubbi: "Non è questa la nostra intenzione". - **G. A.**

Etichette del vino: dall'aspetto creativo a quello giuridico, come orientarsi? Un vademecum

a cura di Loredana Sottile

È solo un piccolo rettangolino di carta (15 centimetri per 10 o poco più), ma è il primo biglietto da visita di una bottiglia e in molti casi l'elemento che ne decreta la vendita: può arrivare a pesare fino al 30% sulla scelta di un vino. Parliamo dell'etichetta e di tutto il lavoro che sta dietro alla sua realizzazione. Ai tanti aspetti ad essa legati lo studio Doni & Associati in collaborazione con Bugnion Spa ha dedicato il workshop 'Vino, immagine, protezione'. "Partiamo da un presupposto essenziale" racconta a Tre Bicchieri Paola Stefanelli di Bugnion Spa "se un'etichetta funziona dal punto di vista commerciale non significa che funzionerà anche da quello giuridico. In questo campo affinché essa sia 'forte' deve essere nuova e avere una capacità distintiva. Elementi essenziali per ottenere prima la registrazione da parte dell'ufficio marchi e poi non incorrere in opposizioni da parte di terzi". Facciamo un esempio. "In Italia esiste una quantità elevata di cantine il cui nome inizia con Poggio, Tenute, Colle, Poderi: pensiamo di dover registrare il marchio in Cina dove queste parole sono solo nomi, senza altro significato e quindi non presentano un carattere distintivo. In molti casi la registrazione non va a buon fine" continua Stefanelli "per questo, nell'ideazione del labeling è fondamentale il confronto tra parte creativa e parte giuridica".

Ma non è finita. Altro elemento da tener presente è che l'etichetta è composta da più marchi e tutti registrabili: marchio generale (nome del produttore), marchio speciale (nome del vino), marchio figurativo (ad esempio lo stemma di famiglia), marchio di posizione (nel caso di etichette particolari: a strisce o in posizioni strane), marchio di colore (se si usa una tonalità distintiva). Gli unici elementi che non sono registrabili sono quelli descrittivi: annata, luogo, grado alcolico e così via. Detto ciò e considerato che, soprattutto all'estero, i casi di imitazione sono tanti, "per tutelarsi" spiega Stefanelli "l'unica via è



la registrazione dei marchi". Prezzi? Un centinaio di euro in Italia, circa 800 euro a livello comunitario, un po' di più a livello mondiale: 20 mila euro coprirebbero circa 95 Paesi. Capitolo a parte, merita la tutela delle Dop e Ig, ma in questo campo si sa, lì dove non sono riconosciute (vedi alla voce Usa), la partita si gioca in altri 'tribunali' (Ttip e altri negoziati internazionali). E passiamo all'aspetto creativo. Cosa s'intende per "etichetta forte" in ambito di design? "Ci sono degli aspetti universalmente validi" spiega Massimo Mazza di Doni & Associati "quali ad esempio

la riconoscibilità, l'essenzialità, la ricordabilità. Si pensi, in quest'ultimo caso, che a volte il cliente non ricorda il nome del vino o dell'azienda, ma lo associa ad una determinata immagine in etichetta e quindi va, per così dire, a memoria". Non sbagliare l'etichetta è, quindi, fondamentale per sopravvivere nella giungla delle proposte. Oggi più che mai. "Basti pensare alla campagne pubblicitarie" continua Mazza "di cui ormai la bottiglia con la propria etichetta è il primo testimonial. Questo a dimostrazione del fatto che negli ultimi 25 anni (lo studio D&A si occupa di etichetta di vino da 40 anni; ndr) è cresciuta anche la consapevolezza delle cantine e si è passati dal fare un'etichetta meramente decorativa a fare un investimento strategico. Investimento che non può più riguardare solo l'Italia, ma che deve avere valore anche a livello globale, dal Canada alla Cina".

Amorim Cork Italia, fatturato 2015 sale a 48 mln di euro. Venduti oltre 480 milioni di tappi sul mercato nazionale

Si chiude con 48 milioni di euro di fatturato (+11% sul 2014) e oltre 480 milioni di tappi venduti il bilancio 2015 di Amorim Cork Italia, la filiale del gigante portoghese del settore delle chiusure in sughero, che lo scorso anno ha venduto in tutto il mondo 4,2 miliardi di tappi, superando i 600 milioni di fatturato. **Sul mercato italiano, il marchio occupa il 25% complessivo, con la vendita a 2.800 cantine.** Se si considera il 2010 come anno di partenza, la crescita dei ricavi è del 45%. L'ad Carlos Santos annuncia che lo stabilimento di Conegliano (Treviso) dal 2016 potrà lavorare il sughero in condizioni ottimali e costanti grazie alla climatizzazione dell'intera area di produzione per 12 mesi l'anno. Il 2015 è stato anche l'anno in cui si è concretizzato il progetto "Etico", con la creazione del pannello isolante per la bioedilizia, riciclando la granina dei tappi usati e raccolti dalle onlus aderenti in 6 regioni italiane. - G. A.

L'addio a Tachis, il re degli enologi. Il mondo del vino al suo funerale

a cura di Andrea Gabbrielli

La piccola chiesa di Santa Maria ad Argiano, a San Casciano Val di Pesa, a meno di 100 metri in linea d'aria dalla sua casa e dal vecchio stabilimento Antinori, era troppo piccola per accogliere le tante persone convenute per l'ultimo saluto a "Mino", come gli amici chiamavano Giacomo Tachis, scomparso lo scorso sabato all'età di 82 anni. Non è stato solo un funerale "toscano", perché nessuno dei suoi vecchi amici delle altre regioni è voluto mancare all'appuntamento. I "ragazzi" della cantina sperimentale dell'Istituto della Vite e del Vino di Palermo erano rappresentati da Bruno Fina, oggi affermato imprenditore, mentre i Planeta - Diego fu il primo che lo volle in Sicilia - erano rappresentati da Alessio; dalla Sardegna Peppetto Argiolas e l'enologo Mariano Murru e poi il presidente della Cantina Santadi, Antonello Piloni e il direttore Raffaele Cani; Massimo e Michele Bernetti di Umani Ronchi dalle Marche; il Marchese Carlo Guerriero Gonzaga e il cantiniere Luigino dal Trentino; e poi Dora Marchi, oggi in forza ad Enosis ma negli anni Ottanta microbiologa nella cantina Antinori di San Casciano; e ancora Piero e Albiera Antinori insieme a Renzo Cotarella; Niccolò Incisa della Rocchetta; tanti agronomi ed enologi come Leo-



nardo Raspini, Andrea Paoletti, Carlo Ferrini, Claudio Gori; Franco Ricci della Fis e tanti altri volti noti e meno noti, tra cui anche operai e cantinieri che hanno lavorato con lui durante la sua lunga carriera. Come spesso succede in queste occasioni mancavano i politici, i governatori delle regioni che in questi anni hanno beneficiato in termini di Pil e di occupazione, del talento di Mino anche se, in verità, nessuno ne ha sentito la mancanza se non per rimarcare la scarsa sensibilità. Commosi i ricordi di chi ha voluto testimoniare il senso e il vuoto che ci lascia, ma anche la consapevolezza dei buoni semi che ha piantato in giro per l'Italia. "Mi considero fortunato ad aver potuto lavorare con una persona che ritengo unica; una persona che ha contribuito, in maniera decisiva, a mutare il volto del nostro settore e quindi del nostro prodotto" ha detto Piero Antinori. Carlo Cambi ha ricordato la sua quasi ossessione per il ruolo della luce: "Il grande vino nasce dai fotoni"; Riccardo Cotarella, presidente Assoenologi: "Tachis ha creato la figura dell'enologo"; chi scrive ne ha ricordato la molteplicità degli interessi culturali, ma anche la sua sferzante ironia. È stato bello vedere che tante persone, che per anni hanno mantenuto rapporti formali, questa volta cercassero l'abbraccio come se il contatto fisico li ripagasse della perdita che tutti hanno dimostrato di aver subito.



Vino in Villa

VII Edizione

Giovedì 25 Febbraio
dalle 18.00 alle 23.00

Tradizionale appuntamento con le Aziende Agricole Veronesi
che vi raccontano e fanno degustare il loro vino Amarone

All'interno della serata si svolgerà una verticale guidata da Nicola Frasson "Guida Vini d'Italia Gambero Rosso"

La degustazione sarà accompagnata da un buffet di prodotti tipici del territorio
Prezzo d'ingresso alla serata € 45,00

E' gradita la prenotazione allo 045 6500133 o tramite mail ristorante@villadewinckels.it



VILLA DE WINCKELS
ENOTECA - RISTORANTE - LOCANDA

Marcemigo di Tregnago - Verona • T. +39 045 6500133 • Villa De Winckels www.villadewinckels.it

Salvadori nominato presidente di Enoteca di Siena: "Puntiamo a cambiare passo"

Sarà Gianni Salvadori (foto) a guidare l'Enoteca di Siena. L'ex assessore all'Agricoltura della Toscana dovrebbe sciogliere le riserve entro la prossima settimana. Una formalità, visto che **la squadra è**

già al lavoro e punta a cambiare passo. "Non sarà un'esperienza di tipo commerciale" commenta "ma saremo da stimolo per la promozione del vino toscano. Dobbiamo lavorare per trovare i modi più adatti per conquistare nuovi mercati, come Oriente e Africa, a partire dal coinvolgimento della cucina e gastronomia regionali, da un lato, e delle grandi famiglie e aziende, dall'altro. La Toscana è storia e territorio". L'Enoteca potrebbe presto aprire una sede a Firenze, per allargare l'operatività, e punterà al dialogo, anche con Avito, il futuro 'super consorzio' toscano: "Se nascerà, come sembra, sarà strategicamente rilevante. È evidente che il vino toscano si sta organizzando" conclude Salvadori "e se lo farà con le giuste iniziative sarà in grado di ottenere risultati importanti anche nei confronti dei competitor francesi". - G. A.



supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberrosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli, Denis Pantini

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Gianluca Azteni (cover)

contatti

settimanale@gamberrosso.it | 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco | 06.55112356

dammicco@gamberrosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi | 06.55112393

persi@gamberrosso.it

ENO MEMORANDUM

fino al 14 febbraio

I Migliori Vini Italiani

Salone delle Fontane, Eur
Roma

12 febbraio

Buy Wine

Fortezza da Basso
Firenze
fino al 13 febbraio

12 febbraio

Anteprime Toscane

fino al 22 febbraio
anteprimetoscane.it

20 febbraio

Sorgentedelvinolive

Piacenza Expo
fino al 22 febbraio

21 febbraio

Vini ad Arte

Anteprima del Romagna Sangiovese Riserva

Faenza
fino al 22 febbraio

22 febbraio

Anteprima

Sagrantino 2012

Montefalco (Perugia)
fino al 23 febbraio

27 febbraio

Golositalia

Centro Fiera del Garda
Montichiari (Brescia)
fino al 1 marzo
golositalia.it

28 febbraio

Terre di Toscana

Una Hotel
Via Sergio Bernardini
ex Viale Colombo, 335/337
Lido di Camaiore (Lucca)
fino al 29 febbraio
terreditoscana.info

5 marzo

Festa delle Donne del Vino in Toscana

20 cantine toscane interpretano il tema "Il vino a tavola"
festadonnedelvino.it

5 marzo

Livewine 2016

Palazzo del Ghiaccio
Via Piranesi 14
Milano
fino al 7 marzo
livewine.it

6 marzo

Anteprima Bardolino, Chiaretto e Lugana

Lazise (Verona)
fino al 7 marzo

20 marzo

Roero Days

Reggia di Venaria
Torino
fino al 21 marzo

10 aprile

Vinitaly

Verona
fino al 13 aprile
vinitaly.com

Grappa Ig, con il nuovo decreto più tutele per il distillato Made in Italy

Norme più severe e maggiori tutele, dal 1 agosto prossimo, per la grappa italiana a Indicazione geografica (Ig). **Il decreto Mipaaf, nato dopo alcuni anni di trattative con Bruxelles, impone la spedizione fuori confine esclusivamente del prodotto finito**, ovvero senza la possibilità per chi acquista di fare operazioni come edulcorazione, diluizione o taglio di partite diverse. Ogni anno, secondo dati Assodistil, l'Italia esporta il 16% della produzione: 14 mila ettanidri sugli 85 mila complessivi. Il decreto fa chiarezza anche sulle cosiddette grappe "barricate", fissando un minimo di 6 mesi d'invecchiamento nei magazzini delle distillerie sotto controllo doganale. Soddisfatta la filiera. Per Assodistil è una "vittoria dei produttori". "Il consumatore" dice Elvio Bonollo, appena rieletto alla guida dell'Istituto nazionale grappa "in questo modo ha più garanzie sul profilo organolettico del prodotto". - G. A.



Oltrepò Pavese, parte la campagna social per raccontare il territorio e la sua storia In attesa di un marchio unico



Un sito internet in inglese (www.weloveoltrepo.it), un hashtag sui social (#weloveoltrepo), gli scatti del fotografo romano Alessandro Anglisani per l'operazione-racconto lanciata dal Consorzio vini dell'Oltrepò Pavese, che guarda oltre confine per promuovere vini, storia e paesaggio. "È ora di fare questo racconto in attesa di un marchio unico per l'Oltrepò" dice il direttore Emanuele Bottiroli "che faccia emergere un'immagine coordinata collettiva. Su questo si concentra il Consorzio. La comunione d'intenti e la valorizzazione delle nostre colline è l'unica via per voltare pagina, internazionalizzare e aprirsi al futuro". L'operazione "We love Oltrepò" sbarcherà su giornali locali, nazionali e testate on line, anche estere.

Ritornano, per farsi ricordare



Dopo sedici mesi,
più intense, più eleganti di sempre.
Le nuove suadenti sinfonie olfattive
della Linea Selezione di Cantina Tramin.

CANTINA
TRAMIN
KELLEREI

www.CantinaTramin.it

**TOUR DI
DEGUSTAZIONE**
con gli esperti della guida
Vini d'Italia
del Gambero Rosso

29 febbraio - 12 marzo 2016
**Anteprima
Fiere Vino
Gambero Rosso**

in 24 enoteche e seminari
nelle 5 Città del gusto

GRANDI ETICHETTE
che verranno presentate come novità
nelle più importanti Fiere del Vino internazionali

LE TAPPE DEL TOUR 2016

TORINO	1 marzo	ROSSO RUBINO	FROSINONE	5 marzo	ENOTECA CELANI
	10 marzo	VINERIA 3 GALLI	PESCARA	10 marzo	NATURALMENTE VINO
GENOVA	5 marzo	GALATA 81	PORTO S. GIORGIO	5 marzo	ENOTECA PASQUALE GIULI
MILANO	9 marzo	ENOCUB	NAPOLI	3 marzo	ENOTECA MERCADANTE
	10 marzo	WINERIA		4 marzo	I COLONIALI VINO E CIOCCOLATO
PADOVA	29 febbraio	OSTERIE MODERNE	PALERMO	7 marzo	VINO VERITAS
Campodarsego			CATANIA	4 marzo	CILDA
TRENTO	10 marzo	ENOTECA GRADO 12	CAGLIARI	11 marzo	CUCINA.EAT
BOLOGNA	10 marzo	ENOTECA ITALIANA			
LUCCA	5 marzo	ENOTECA VANNI			
FIRENZE	11 marzo	ENOTECA ALESSI DAL 1952			
	12 marzo	ENOTECA VIGNOLI			
MONTALCINO	12 marzo	ENOTECA DI PIAZZA			
ROMA	2 marzo	TRIMANI	TORINO	3 e 9 marzo	ore 21.00
	4 marzo	LUCANTONI	ROMA	4 e 11 marzo	ore 21.00
	10 marzo	ENOTECA ROMANI	NOLA (NA)	4 marzo	ore 19.00
	11 marzo	ENOTECA CASAREALE	LECCE	10 marzo	ore 19.00
			PALERMO	10 marzo	ore 19.00

SEMINARI ALLE CITTÀ DEL GUSTO

TORINO	3 e 9 marzo	ore 21.00
ROMA	4 e 11 marzo	ore 21.00
NOLA (NA)	4 marzo	ore 19.00
LECCE	10 marzo	ore 19.00
PALERMO	10 marzo	ore 19.00

Export francese. Luci e ombre



ph VisitFrenchWine.com

TORNA A SALIRE, DOPO UN biennio di flessione, l'export francese di vino e alcolici. In tutto il 2015, il settore registra ricavi per 11,7 miliardi di euro (+8,7%) a fronte di una costante erosione delle quantità (-3,6%). Secondo la Fevs, federazione degli esportatori di vino e alcolici, il raggiungimento di un livello storico a valore è dipeso soprattutto dai positivi effetti di cambio, nel senso che il calo dell'euro rispetto alle monete dei principali Paesi clienti della Francia ha favorito le esportazioni, in particolare verso gli Usa (+28%), dove i francesi esportano vino e alcolici per 2,5 miliardi di euro. La voce "vini" per il

terzo anno consecutivo registra una flessione nei volumi: -469 mila ettolitri sul 2014, a 12,4 milioni di ettolitri. Significa che in tre anni la Francia ha lasciato sul terreno 16 milioni di casse (1 cassa = 9 litri) che equivale a 1,4 milioni di ettolitri, pari a un quarto dell'export di tutto il Bordeaux. Le buone notizie arrivano dai ricavi, che per il vino crescono del 10,7% a 7,92 miliardi di euro, grazie soprattutto al contributo dello Champagne (che da solo vale 2,7 miliardi di euro) in crescita del 12,1% in valore e del 4,8% in volume; buona performance dei vini fermi Dop (+4,3% a valore) e degli Igp (+2,6%); segno meno, invece, per i vini comuni. Guardando alle

principali Dop, Bordeaux perde 2,8% in quantità e guadagna 2,9% a valore (1,8 miliardi di euro); per la Borgogna -2,3% e +5,1% a 0,75 miliardi.

Per la prima volta dal 2012, si risolve la categoria degli alcolici (+13,2% a valore e -3,6% a volume). E lo fa grazie al Cognac, che costituisce il 70% delle vendite del settore, e risulta in forte ripresa con +19,6% sul giro d'affari, a 2,6 miliardi di euro.

"Il 2015 segna un risultato storico ma si lega a fattori congiunturali?" dice il presidente di Fevs, Christophe Navarre che evidenzia un paradosso: "Ciò che preoccupa è che da 15 anni i vini francesi perdono quote di mercato. Dobbiamo risolvere il nostro deficit strutturale". - G. A.

IL MIO EXPORT. Filippo Calabresi - Tenimenti d'Alessandro



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

L'export rappresenta il 40% delle vendite totali.

2. DOVE SI VENDE MEGLIO E DOVE PEGGIO E PERCHÉ?

Svezia, Norvegia, Belgio e Ontario sono i Paesi che più recentemente hanno mostrato interesse per i nostri vini ed il nostro territorio. Il Giappone e gli Stati Uniti, seguiti dalla Germania, sono invece i mercati storici e commercialmente più stabili. Meno bene funzionano il Brasile e la Cina, il primo a causa della crisi economica ed il secondo per via delle difficoltà burocratiche e di rappresentanza.

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

C'è un interesse crescente, ogni anno più educato e curioso. La rete ha enormemente semplificato la fruibilità d'informazioni su vini, aziende e territori, e ciò ha permesso anche ai consumatori più lontani di scoprire realtà nuove ed approfondire quelle già note.

4. COME PROMUOVERETE IL VOSTRO VINO NEI MERCATI INTERNAZIONALI?

Quasi tutti i nostri importatori si occupano della promozione in loco attraverso i loro uffici di comunicazione e marketing. Dall'azienda diamo il nostro supporto partecipando ad eventi fieristici e manifestazioni specifiche organizzate nel paese di interesse.

Tenimenti Luigi D'Alessandro | Cortona | Arezzo | www.tenimentidalessandro.it

NEL PROSSIMO NUMERO
MARCO CARPINETTI

Dall'occasione mancata di Expo al bisogno di maggiore formazione: il XII Rapporto sull'Enoturismo mette in evidenza le problematiche di un settore che, solo in Italia, vale 2,5 mld di euro. E intanto Città del Vino e Movimento Turismo del Vino firmano un protocollo d'intesa

Enoturismo italiano, andante moderato

▲ a cura di Loredana Sottile

NON È BASTATO, NÉ SERVITO, UN EXPO UN PO' troppo 'milanocentrico' (per non dire 'expocentrico') a portare benefici all'enoturismo italiano: il settore cresce, ma senza accelerate improvvise. La spesa per le visite in cantina è di circa 2,5 miliardi di euro e il numero di turisti del vino supera i 10 milioni. Emerge un cauto ottimismo dal XII Rapporto sull'Enoturismo appena presentato alla Bit di Milano dalle Città del Vino. Dopo tre anni di attesa e il cambio di rotta (l'indagine è stata effettuata dall'Osservatorio Nazionale sul Turismo del Vino di "Città del Vino" in collaborazione con l'Università di Salerno su un campione di 80 aziende) il risultato presenta poco sensazionalismo e un sottotitolo esplicativo: "Il dovere della collaborazione e dell'integrazione per la competitività internazionale dell'offerta enoturistica italiana". E infatti alla presentazione c'erano sia le Città del Vino, sia il Movimento Turismo del Vino che hanno firmato un protocollo d'intesa per azioni e strategie condivise e hanno annunciato che quest'anno gestiranno insieme l'edizione 2016 dell'evento Calici di Stelle (dal 6 al 14 agosto in tutta Italia). Quasi 30 anni una,

quasi 25 l'altra, le due associazioni rappresentano le due facce della stessa medaglia: la prima è la parte pubblica che raccoglie insieme 450 Comuni a vocazione vitivinicola, la seconda rappresenta oltre mille cantine associate. Il dialogo sul turismo del vino non può che iniziare da qui.

I NUMERI

Ma torniamo al Rapporto, che riguarda in particolare il 2014 e il primo semestre 2015 con stime fino a dicembre. La cifra dei 2,5 miliardi di euro, frutto dell'enoturismo in Italia merita una precisazione: dentro questa cifra c'è, oltre agli arrivi in cantina, anche l'indotto collegato (che moltiplica fino a 5 la somma complessiva delle spese di viaggio, vitto, alloggio et similia sul territorio a complemento della visita in cantina). Se, infatti, parliamo solo di arrivi in cantina, il fatturato del 2014 ammonta complessivamente a 214,5 milioni di euro. Nel 2015, 242,5 milioni. Una cifra notevolmente inferiore a 2,5 miliardi di euro. Cosa significa? Che quando si parla di valore dell'enoturismo, ci si riferisce a tutte le attività economiche di servizio sul territorio, a cui vanno aggiunte anche le vendite dirette in cantina. Ma chi sono gli enoturisti, quanti sono e soprattutto >>

CANALI CHE GUIDANO LA SCELTA DEI WINE LOVERS



fonte Osservatorio Nazionale sul Turismo del Vino di Città del Vino

>> quanto spendono? Il rapporto stima flussi turistici, in una cifra superiore ai 10 milioni, anche se bisogna distinguere tra turismo e semplici arrivi (c'è chi torna più volte in una stessa cantina per acquistare vino). In particolare nel 2014 gli arrivi in cantina su scala nazionale sono stati 10.382.400. Nel 2015 si ipotizza un notevole incremento che porterebbe la cifra a 13.709.600. Consuntivo positivo, quindi, con segni + generalizzati: +32% per la spesa enoturistica; +31,7% per gli arrivi in cantina. Motivi di questo crescente interesse? Il clima economico-finanziario potrebbe essere, paradossalmente, uno di essi, spingendo sempre più italiani a scegliere il Belpaese e ad esplorare nuove forme di turismo, tra cui quello del vino. E se non bastasse, a limitare gli spostamenti internazionali ci ha pensato anche la paura legata agli attentati terroristici. Quale vacanza più sicura di quella tra i filari? E passiamo alla voce spesa. Mediamente un enoturista spende 193 euro, investiti in attività quali: visite al vigneto, visite in cantina, degustazioni, vendemmia, eventi, pernottamento, acquisti di bottiglie. Quest'ultima sarebbe l'attività più intensamente frequentata: oltre il 70% dell'incidenza sul fatturato enoturistico

aziendale nel 2014. Le degustazioni, invece, non sarebbe una voce rilevante ai fini del fatturato, visto che la maggior parte delle aziende (2 su 3) le offre gratuitamente, considerandole una forma di pubblicità per far conoscere la cantina o far acquistare i propri vini. Chi, invece, le somministra a pagamento, per lo più sceglie una cifra tra i 5 e i 10 euro.

CRITICITÀ

Domanda d'obbligo: si può fare di più? Al di là delle risposte scontate, i punti deboli dell'enoturismo italiano sono ancora i servizi, anche e soprattutto in collaborazione con i Comuni (dalle strade, alla segnaletica, agli eventi in sinergia); la formazione degli addetti all'accoglienza e anche la preparazione nella registrazione del fenomeno: molte cantine non sanno quanti visitatori arriveranno, quanti sono arrivati, quanti hanno comprato, non registrano le visite, non registrano i contatti, ecc. "Una situazione che richiede almeno due direzioni di marcia" è il commento del presidente di Città del Vino **Floriano Zambon** "sul pubblico e il privato. Da una parte, con la giusta autocritica degli enti locali, va sviluppato un maggior dialogo tra Comuni e operatori con indagini di customer satisfaction e altri strumenti di raccolta >>

E INTANTO IN FRANCIA ARRIVA IL PORTALE UNICO DEL TURISMO VISITFRENCHWINE.COM

E se l'Italia deve ancora trovare la via migliore per promuovere il suo turismo del vino, la Francia non sta a guardare e lancia il portale unico www.visitfrenchwine.com per raccogliere tutta l'offerta enoturistica del Paese, mettendo insieme enti pubblici e privati. Appena presentato dal Ministro degli Affari Esteri Laurent Fabius, insieme a Florence Cathiard, presidente del Consiglio Superiore dell'Enoturismo, e in collaborazione con l'agenzia Atout France, il nuovo portale punta ad attirare 4 milioni di enoturisti stranieri

entro il 2020. Nel 2010 il turismo del vino, aveva portato nelle cantine francesi 3 milioni di wine lover. Oltre ad essere una vetrina, il portale dà la possibilità di prenotare direttamente la visita in cantina. E l'Italia? Come si ricorderà, qualche mese fa il Movimento Turismo del Vino si era proposto all'Enit per gestire il portale Italia relativamente alla parte vino. Quella stessa parte che oggi non sembra avere una posizione rilevante all'interno di un sito ancora troppo poco dinamico. "Fino ad ora nessuna risposta" dice il

presidente MTV Pietrasanta "E così ancora una volta la Francia è arrivata prima di noi e ancora una volta abbiamo solo da imparare: è ammirevole che grandi maison e grandi territori si siano messi alla pari di zone e cantine meno famose per promuovere una nazione. È questo quello che manca a noi italiani". Basterà questa mossa francese ad accelerare tempi e azioni di rilancio? "Intanto" denuncia Pietrasanta "il portale Italia continua a riportare eventi sul vino del 2008". Si aspettano aggiornamenti.

» di richieste, segnalazioni e suggerimenti. Dall'altra serve più cultura d'impresa nella progettazione, organizzazione ed erogazione dell'offerta enoturistica, a cominciare da corsi di formazione per gli imprenditori, i manager e gli addetti. Oltre il 30% del campione ammette di non aver usufruito di un corso di formazione". "La formazione è un aspetto strategico" gli fa eco **Carlo Giovanni Pietrasanta**, presidente del Movimento Turismo del Vino "e il Rapporto ci dice chiaramente che è una parte ancora carente di cui le cantine hanno bisogno. Un altro fattore che ne ostacola lo sviluppo è la carenza di aggregazione sul territorio. Un limite che potrebbe essere superato rafforzando il dialogo tra cantine e Comuni e lavorando più in sinergia con le diverse associazioni di settore a livello regionale. Penso ad esempio alla collaborazione tra Movimento Turismo Vino, Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti e Le Donne del Vino". La buona notizia è che la diretta conseguenza di tutte queste mancanze è il margine di crescita ancora molto ampio. Riusciranno i nostri eroi a fare il salto di qualità che servirebbe oggi? Chi non ci è riuscito è sicuramente Expo e forse era lecito aspettarsi qualcosa di più nell'anno in cui l'Italia è stata protagonista proprio con un'Esposizione dedicata a 'Nutrire il Pianeta'. Fermo restando che gli effetti sono da considerare a lungo termine – si consideri che il Rapporto registra dati relativi a quando Expo era ancora in corso – si nota un generale pessimismo nelle risposte delle aziende campione: poco più del 15% degli intervistati ha avuto qualche beneficio in termini di arrivi, di visibilità o semplicemente in termini generali dall'Expo. Esiguo il numero di chi ha partecipato attivamente ad attività in loco o all'interno del Padiglione Vino. Insomma, un po' colpa del milanocentrismo dell'esposizione, un po' della

scarsa partecipazione delle stesse aziende, non si può negare che l'Expo sia stata la grande occasione mancata.

LE PROSSIME SFIDE

Ma inutile piangere sugli eventi andati. Guardiamo al futuro dove nuovi ostacoli sembrano stagliarsi nel promettente cielo dell'enoturismo. Tra questi, lo stop alla tassa di soggiorno: Città del Vino lancia l'allarme sui nuovi tagli agli enti locali previsti dallo stop all'imposta di soggiorno, che avrebbe portato nelle casse comunali per il prossimo anno almeno un milione di euro, prevista dalla manovra finanziaria 2016. Il provvedimento decretato dall'articolo 1 comma 26 della Legge di Stabilità sospende, infatti, fino al 31 dicembre 2016, il potere dei Comuni di deliberare aumenti di tributi. Ciò significa che non potranno neppure introdurla con effetto nell'anno in corso. "Appare incoerente" spiega Zambon "aver introdotto per i Comuni la tassa di soggiorno, destinata a finanziare progetti e programmi di sviluppo turistico locale, se poi oggi non tutti i Comuni possono istituirla. Così si crea una evidente disparità tra i territori. Non siamo certo esponenti del partito delle tasse, ma chiediamo perequazione e pari opportunità". Ci sarebbe, poi, bisogno di riprendere in mano la legge sulle Strade del Vino "ferma" come ricorda il presidente delle Città del Vino "al 1999. Bisognerebbe aggiornarla e rifinanziarla".

Sulla stessa legge interviene il Movimento Turismo del Vino che da tempo chiede una revisione per dare la possibilità alle aziende di fatturare le visite in cantina, cosa al momento non possibile, se non in termini di degustazione, unica parte riconosciuta fiscalmente tra le attività enoturistiche.

chiaretto.
CONSORZIO TUTELA VINO
BARDOLINO DOC

PIZZA & CHIARETTO abbinamento perfetto



LE PIZZERIE PROTAGONISTE DEGLI APPUNTAMENTI 2016

- 17/02 | Enosteria Lipen** CORRADO SCAGLIONE
via Conte P. Taverna, 114 - Triuggio (MB) - Tel. 0362919710
- 21/03 | Urbino dei Laghi Ristorante e Naturalmente Pizza** THOMAS MARAZZINI
via San Giacomo in Foglia, 7 - Urbino (PU) - Tel. 0722580305
- 21/04 | Mamma Rosa** MARCELLO D'ERASMO
via Aso, 64 - Ortezzano (FM) - Tel. 0734770194
- 27/04 | Apogeo Giovannini** MASSIMO GIOVANNINI
via Pisanica, 136 - Pietrasanta (LU) - Tel. 0584793394
- 02/05 | 50 Kalò** CIRO SALVO
p.zza Sannazaro, 201 b - Napoli - Tel. 08119204667
- 05/05 | Montegrigna by Tric Trac** BRUNO DE ROSA
via Grigna, 12 - Legnano (MI) - Tel. 0331546173
- 10/05 | In Fucina** EDOARDO PAPA
via G. Lunati, 25 - Roma - Tel. 065593368

GAMBERO ROSSO

**PRENOTA
LA TUA SERATA**

È iniziato il mese del vino toscano: export vicino al sorpasso sul Piemonte. E in attesa delle nuove annate, ecco lo stato di salute dei singoli consorzi e due anniversari: i 300 anni del Chianti Classico e i 50 anni dall'ottenimento della Doc per la Vernaccia di San Gimignano

Anteprime 2016: a tutta Toscana. Vol. 1

▲ a cura di Andrea Gabbriellini

LA TOSCANA SI PRESENTA ALLE CONSUETE ANTEPRIME con un export in costante ascesa, da sei anni. Il commercio estero dei vini toscani è cresciuto tra gennaio e settembre del 22% per un valore di 646 milioni di euro, seguendo un trend che, se confermato anche nell'ultimo trimestre 2015, potrebbe portare a 923 milioni di euro e significare così il sorpasso sul Piemonte, in una fase di flessione. Merito, oltre che dei rossi (400 milioni in valore e +8,8% sui 9 mesi), anche della ripresa dei vini bianchi che sono tornati a crescere rispetto a un anno fa (+15% a valore e -1% in quantità) grazie a Stati Uniti e Canada, con l'Europa in calo per tutti i principali Paesi clienti. La manifestazione sarà aperta a Firenze dal Buy Wine (12-13 febbraio), il workshop organizzato da Toscana Promozione, con 200 produttori toscani e circa 250 buyer internazionali da 36 Paesi. Di scena 13 denominazioni, di cui 8 nella collettiva allo Star Hotel Michelangelo di Firenze. Poi si prosegue, sempre a Firenze, con Chianti Docg e Chianti Classico e infine ci si sposta sui singoli territori. Iniziamo.

LA "COLLETTIVA" DEGLI 8

sabato 13 febbraio | Star Hotel Michelangelo | viale Fratelli Rosselli, 2 | Firenze

Consorzio Morellino di Scansano

Dopo anni di assenze, questo è il momento di importanti rientri, come quelli della Cantina Cecchi e della Cooperativa del Morellino. In totale gli associati al Consorzio sono 220. Annunciata anche la nascita di una commissione di degustazione interna, in grado di seguire sempre più da vicino una produzione di 9 mln di bottiglie, il 53% delle quali, sono imbottigliate fuori zona. Cosa aspettarsi da questa anteprima? Il presidente del consorzio, Giuseppe Mantellassi, ci anticipa che in degustazione ci saranno 25 Morellino di Scansano 2014 e 13 Morellino di Scansano Riserva di più annate. Complessivamente parteciperanno alla manifestazione 29 cantine.

Consorzio Vini Cortona Doc

Al Consorzio attualmente sono associate 28 aziende e il presidente Marco Giannoni spiega che l'impegno sull'incremento della qualità della denominazione >>



>> continua "anche attraverso l'incontro interno tra produttori e tecnici che ogni anno si svolge a novembre". Anche per il 2016 è stato confermato l'incoming della stampa specializzata che avviene ogni 4 mesi. I vini Cortona Doc parteciperanno alle Anteprime Toscane con 12 aziende. Con un ventaglio di annate abbastanza significativo: infatti sarà possibile degustare 2011, 2012, 2013 e 2014. Ogni cantina presenterà i vini più significativi della propria produzione, Syrah in primis.

Consorzio Vini Doc Montecucco

Dal riconoscimento della Doc Montecucco nel 1998 ad oggi, questo territorio di strada ne ha fatta tanta. "Oggi" ci racconta il presidente Claudio Tipa "il Consorzio rappresenta 60 aziende su circa 70 e più di 650 ettari di vigneto su una superficie vitata complessiva di circa 800 ettari ed inoltre 1,4 milioni di bottiglie (delle quali 350 milasono Docg) su una produzione complessiva di 1,8 milioni". Se tutti i vigneti fossero impiegati per la Doc e per la nuova Docg (Montecucco Sangiovese), si sfiorerebbero i 5,5 milioni di bottiglie. A Firenze le aziende del Montecucco presenteranno 27 etichette di cui 6 Rossi Doc, 2 Doc Riserva, 12 Doc Sangiovese e 3 Docg Sangiovese Riserva.

Consorzio Vini Valdarno di Sopra

"Il Consorzio" ci spiega Ettore Ciancico "sta lavorando insieme al Chianti Classico, Pomino e Carmignano, ad un evento internazionale che si svolgerà nel settembre 2016 in occasione del trecentesimo anniversario della promulgazione (1716) del bando di Cosimo III de' Medici". Il bando stabiliva una severa normativa per la produzione ed il commercio dei vini realizzati nel Granducato e allo stesso tempo fissava dei precisi confini geografici per le quattro aree di Valdarno di Sopra, Chianti Classico, Pomino e Carmignano. Di fatto una prefigurazione delle nostre attuali denominazioni che sin da allora erano considerate aree molto qualificate per la produzione toscana di vino.

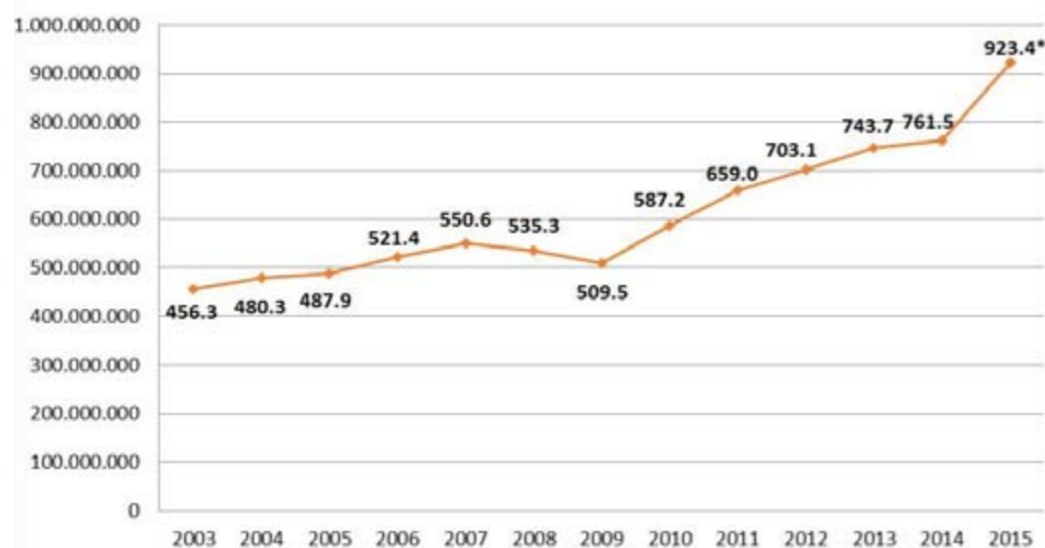
All'appuntamento del fine settimana saranno presenti 8 delle 30 aziende consorziate. Complessivamente saranno in degustazione 26 vini della denominazione, per lo più rossi, di annate che vanno dal 2008 al 2015.

Consorzio Vini di Carmignano

Questa piccola – poco meno di 1 milione di bottiglie nel complesso – ma storica denominazione, menzionata dal bando di Cosimo III, dove da cinque secoli è dimostrata la presenza dell'uva "francesca" (cioè il cabernet), >>

» ormai è pronta ad ampliarsi. “Oggi tutte le aziende si sono strutturate e ci sono tutte le possibilità per un ulteriore sviluppo dei nostri vigneti” dice Pratesi “in modo di aumentare la nostra massa critica e farci conoscere sempre più”. Il presidente del Consorzio, Fabrizio Pratesi, anticipa che le aziende partecipanti all'Anteprima saranno 11 con 30 vini offerti in degustazione. “Porteremo in anteprima Barco Reale 2014 e 2015, il Carmignano 2013 e 2014, Carmignano Riserva 2012 e 2013 e non mancherà il Vin Ruspo (rosato) 2015”.

ANDAMENTO EXPORT VINO TOSCANO 2003-2015 (valore, mln €)



* Stima elaborata da Toscana Promozione sulla base dell'andamento storico del IV trimestre dell'anno | fonte Buy Wine

Consorzio Bianco di Pitigliano e Sovana

Tra le due doc, Bianco di Pitigliano è la più grande e abbraccia poco più di 300 ettari per un totale di 1.400.000 bottiglie, mentre il Sovana ha una superficie leggermente inferiore e con sole 185.000 bottiglie. “Stiamo lavorando per semplificare le nostre Doc” spiega il presidente del Consorzio, Edoardo Ventimiglia “e arrivare ad un'unica denominazione Pitigliano. D'altra parte, l'areale produttivo è lo stesso, però Sovana nonostante gli sforzi, è poco conosciuta in Italia e del tutto sconosciuta all'estero al contrario di Pitigliano”. L'iter della modifica potrebbe essere completato nel 2016. All'Anteprima saranno presenti con 10 vini, 6 aziende delle due denominazioni. Sarà possibile assaggiare il Bianco di Pitigliano sia del 2015 che del 2014 e Sovana 2014.

Consorzio Vini Colline Lucchesi

Il Consorzio associa tutti i produttori della denominazione che, racconta il presidente Moreno Petrini: “Ha una superficie di 400 ettari, dimensioni invariate da duecento anni”. La Dop Colline Lucchesi cerca di far conoscere ed apprezzare i propri vini attraverso i ristoratori della Lucchesia, i principali clienti dei prodotti della zona. Firenze, in questo senso, è una vetrina sul mondo. In degustazione ci saranno 36 vini di 18 aziende. Il vino più importante sarà il Colline Lucchesi 2013 alla sua prima uscita pubblica.

Consorzio Vini Doc Maremma Toscana

Oggi al Consorzio aderiscono 331 soci (con 3 strutture cooperative e una cooperativa di viticoltori), dei quali 54 sono aziende che seguono tutto il ciclo, dall'uva

all'imbottigliamento. Durante l'ultima vendemmia sono stati rivendicati alla denominazione le uve di 1640 ettari, ma le potenzialità superano i 4500 ettari disponibili nella provincia di Grosseto. “In pratica” ha detto Fabio Ratto, vicepresidente del Consorzio “i nostri margini di crescita sono ancora molto elevati”.

All'appuntamento fiorentino ci saranno 28 aziende che presenteranno 52 vini. Sarà una carrellata che spazierà dal 2010 al 2015, ma soprattutto saranno tante diverse tipologie, dal Ciliegio al Sangiovese, dal Vermentino al Cabernet Sauvignon, dal Pugnitello al Syrah e tanti altri ancora di cui almeno il 30% sono vini alla prima uscita.

ANTEPRIMA CHIANTI DOCG

domenica 14 Febbraio | Manifattura Tabacchi | via delle Cascine, 35 | Firenze

È la volta del Chianti Docg 2015 e del Chianti Docg Riserva 2013 che sarà possibile degustare in tutte le declinazioni della denominazione. Infatti si potranno assaggiare tutti i Chianti delle varie sottozone geografiche: Colli Aretini, Colli Fiorentini, Colli Senesi, Colline Pisane, Montalbano, Rufina e Montespertoli. Giovanni Busi, presidente del Consorzio Vino Chianti, spiega che “presentarsi in questo modo aggregato non può che giovare alla denominazione. Gli operatori che ci verranno a trovare, si troveranno di fronte ad una varietà di Chianti rappresentativi di ciò che questa regione può offrire: una promozione della Denominazione che avrà ricaduta su ogni singola azienda della filiera”. Complessivamente, alla Manifattura Tabacchi saranno presenti 120 aziende per un totale 450 vini in degustazione tra en primeur e vini già sul mercato. Insomma, un buon test per comprendere le tante »

» sfaccettature che compongono uno dei vini italiani più conosciuti al mondo che viene prodotto in Toscana, con le uve sangiovese, dalla provincia di Pistoia sino a quella di Siena. Il Chianti oggi ha una superficie vitata di 15.500 ettari di vigneto, una produzione di circa 800 mila ettolitri, un valore che si aggira intorno ai 400 milioni di euro. Si tratta di 110 milioni di bottiglie per lo più esportate: il 70% sui mercati tradizionali quali Usa, Germania e Giappone, e poi i nuovi come il Sud America e l'Asia, dove il consorzio sta cercando di sviluppare nuovi rapporti commerciali. Infatti la nuova frontiera del Chianti è proprio nell'altro emisfero. Dopo aver partecipato all'International Wine & Spirits Fair di Hong Kong, una tra le maggiori manifestazioni del mercato asiatico, il tour delle aziende del Chianti proseguirà in Giappone, nelle città di Osaka e Tokyo e, a dicembre, si concluderà con una nuova tappa a Singapore. Conclude Busi: “Il Consorzio e le sue imprese si aprono alla stampa di tutto il mondo e al grande pubblico in modo che tutti possano partecipare ad una anteprima, dove si vuole esprimere qualità ed emozioni vere e durature”. Dalle 16 alle 22, gli amanti del Chianti, i #Chianti lovers (sarà possibile seguire la manifestazione su Facebook, Instagram e Twitter) potranno assaggiare e conoscere più da vicino il Sangiovese.

CHIANTI CLASSICO COLLECTION

lunedì 15 e martedì 16 febbraio 2016 | Stazione Leopolda | viale F.lli Rosselli, 5 | Firenze

Sempre più alto il numero dei produttori partecipanti alla Leopolda per Chianti Classico Collection: 162 aziende, per un totale di 587 etichette, 47 anteprime da botte della vendemmia 2015 e 70 Chianti Classico Gran Selezione in degustazione, per un totale di 7 mila bottiglie. Chianti Classico Collection 2016 cade nel trecentesimo anniversario (24 settembre 1716) della promulgazione del bando di Cosimo III de' Medici che per la prima volta ha fissato i confini dei territori più vocati alla produzione di qualità, fra cui quello del Chianti, corrispondente oggi al Chianti Classico. Spiega Sergio Zingarelli, presidente del Consorzio Vino Chianti Classico, che il bando medico “stabiliva con precisione i territori entro i quali dovevano essere prodotti i vini per ottenere la denominazione corrispondente: una vera e propria Doc antelitteram. Cosimo III istituì anche le Congregazioni di Vigilanza sulla produzione dei vini, strutture che hanno segnato il primo solco per la definizione degli attuali Consorzi di tutela: dovevano infatti controllare il rispetto delle norme di produzione richieste dalla denominazione. L'eredità di questo rispetto per il territorio

e per la qualità dei suoi prodotti è arrivata oggi fino a noi che, posso affermare con orgoglio, ci onoriamo di mantenere, preservare e incrementare”. Per parlare di questa primogenitura il 15 febbraio (ore 12) ci sarà un dibattito nel quale interverranno gli esponenti delle famiglie che hanno fatto la storia di ieri e di oggi, del Chianti Classico e del suo Consorzio, dagli Antinori ai Ricasoli, dai Capponi ai Beccari.

Infine, una buona notizia. “Dopo anni di stasi del mercato domestico” ci dice Giuseppe Liberatore, direttore del Consorzio “quest'anno siamo cresciuti del 2%, ritornando ad una quota percentuale del 20% sul nazionale. Non abbiamo mai smesso di crederci e continueremo a promuovere il nostro vino con campagne promozionali e informative in varie città d'Italia anche nel 2016”. Quanto all'estero, in grande spolvero sia gli Usa, anche nelle aree meno conosciute e sfruttate, sia il Canada dove “il nostro ottimo rapporto qualità/prezzo fa la differenza”, conclude Liberatore.

ANTEPRIMA VERNACCIA DI SAN GIMIGNANO

martedì 16 febbraio e mercoledì 17 febbraio | Museo di Arte Moderna e Contemporanea De Grada | via Folgore 11 | San Gimignano

In mezzo a tanti vini rossi, un grande bianco ci voleva proprio. Saranno 38 i produttori che presenteranno ad operatori, giornalisti e appassionati la Vernaccia di San Gimignano 2015 e la Vernaccia di San Gimignano Riserva 2014. Un modo per festeggiare i cinquant'anni dall'ottenimento della Doc, che la Vernaccia di San Gimignano ha ottenuto, primo vino italiano, nel 1966. Letizia Cesani, presidente del Consorzio della Denominazione, ricorda così l'anniversario: “Cinquant'anni per una signora sono un'età delicata, ma la nostra amata Vernaccia sembra esserci arrivata più in forma che mai e oggi è diventata ambasciatrice nel mondo di tutto il territorio di San Gimignano”. Cesani inoltre ricorda il ruolo nel riconoscimento della Doc, della Contessa Alba Balbi Valier, proprietaria della Fattoria di Pietrafitta, “principale ispiratrice della richiesta, che personalmente tanto si spese nella sua crescita e divulgazione”. Nel 2015 sono stati 41 mila gli ettolitri di Vernaccia di San Gimignano prodotti dai 730 ettari di vigneto. Sempre nello stesso anno, il giro di affari della produzione vinicola è stimato in 41,5 milioni di euro. L'export è pari al 52% del fatturato totale con la Germania come principale mercato europeo, seguito in ordine da Svizzera, Inghilterra, Olanda e Belgio. Ma il mercato più importante in assoluto si è confermato quello americano, dove è andato oltre un milione delle 5,5 milioni di bottiglie prodotte nell'anno.