

anno 7 - n. 33 - 11 agosto 2016



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



## SPECIAL EXPORT



Solo su  
**sky** | Canale  
412



Senza glutine con Gusto

## DA SABATO 27 AGOSTO IN ONDA LA TERZA SERIE

Marcello Ferrarini torna con tante ricette sfiziose per tutti.  
Perchè essere celiaci non vuol dire rinunciare alla buona tavola



SOLO SU GAMBERO ROSSO CHANNEL, IL SABATO E LA DOMENICA ALLE 19:00

IN COLLABORAZIONE CON



KENWOOD

Dalle risposte più divertenti a quelle più pungenti, dalle analisi più tecniche agli aneddoti più curiosi. Anche quest'anno abbiamo fatto una selezione delle interviste della nostra rubrica IL Mio Export, in cui 46 aziende negli ultimi 12 mesi ci hanno dato uno spaccato della loro esperienza all'estero. Il prossimo numero dello Speciale Tre Bicchieri – 25 agosto – sarà dedicato ad un altro tema molto caro alla viticoltura italiana, la sostenibilità.

## EXPORT: FINCHÈ LA BARCA VA...

L'export di vino italiano continua a veleggiare verso nuovi record, anche se la velocità di navigazione si sta riducendo. L'ennesimo ritocco all'insù del valore delle esportazioni si è avuto lo scorso anno, con il raggiungimento di 5,35 miliardi di euro, +5,4% rispetto al 2014. Una variazione inferiore appena di mezzo punto percentuale rispetto al tasso medio di crescita che ha interessato l'export nell'arco dell'ultimo decennio, ma che nel 2015 ha potuto beneficiare di una spinta propulsiva legata soprattutto al deprezzamento dell'euro: lo stesso valore delle nostre esportazioni vinicole misurato in dollari avrebbe fatto segnare una variazione negativa, rispetto all'anno precedente, del 12%. D'altronde, per rendersi conto di tale rallentamento, basta guardare ai volumi esportati. È praticamente dal 2011 che le quantità di vino italiano complessivamente vendute oltre frontiera sono in calo: erano 23 milioni di ettolitri cinque anni fa, sono diventate poco più di 20 milioni nel 2013 per poi scendere leggermente sotto a questo livello l'anno scorso. Alla luce di tale tendenza, si desume chiaramente come la crescita nei valori sia frutto di un riposizionamento delle tipologie di vini esportate. Rispetto al 2010, l'export di spumanti è cresciuto in volume del 70%, quello di vini fermi imbottigliati è rimasto stabile, lo sfuso è crollato del 34%, complice in quest'ultimo caso una minor disponibilità di prodotto e soprattutto una spietata concorrenza da parte degli spagnoli che nello stesso lasso di tempo hanno incrementato l'export di vino sfuso del 58%, grazie a prezzi medi di vendita all'estero pari a circa la metà di quelli italiani. Accanto al "fattore Spagna", lo sviluppo delle nostre esportazioni nel 2015 è stato ostacolato dalla recessione economica in Russia (-29% le importazioni di vino dal nostro Paese) e dall'affievolimento che da due anni a questa parte sta colpendo gli acquisti di vini stranieri in Germania, il nostro primo mercato di sbocco per quantità esportate. Qualcosa però sta cambiando, in meglio. Sebbene i dati relativi alle importazioni dei primi 5 mesi di quest'anno segnalino un mercato tedesco ancora apatico (-6% l'import di vino dall'Italia), in Russia il tempo sembra volgere al bello: +11% gli acquisti dal nostro Paese. Un risultato positivo che si affianca a quello di un mercato statunitense sempre più dinamico (+6%), a uno britannico (+6% anch'esso) che a dispetto dei timori legati alla Brexit continua a essere innamorato del nostro Prosecco e a una ritrovata Cina che, pur rappresentando la "grande" sfida per i nostri produttori, ci regala un aumento del 35% nelle importazioni di vino dall'Italia. Ci sono quindi le premesse per un 2016 all'insegna dell'ennesimo ritocco verso l'alto delle esportazioni di vino italiano.

supervisione editoriale  
Massimiliano Tonelli  
coordinamento contenuti  
Loredana Sottile  
hanno collaborato  
Gianluca Atzeni, Denis Pantini  
progetto grafico  
Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago  
foto  
Freepik  
contatti  
settimanale@gamberorosso.it |  
06.55112201  
pubblicità  
direttore commerciale  
Francesco Dammicco | 06.55112356  
dammicco@gamberorosso.it  
resp. pubblicità  
Paola Persi | 06.55112393  
persi@gamberorosso.it



Denis Pantini denis.pantini@winemonitor.it



**Giovanni Melis**  
**Vigne Surrau**  
 Arzachena  
 Olbia Tempio  
 vignesurrau.it



**Lodovico Giustiniani**  
**Borgoluce**  
 Susegana  
 Treviso  
 borgoluce.it



**Paolo Rodaro**  
**Rodaro Paolo**  
 Cividale del Friuli  
 Udine  
 rodaropaolo.it



**Luca Baccarelli**  
**Roccafiore**  
 Todi  
 Perugia  
 roccafiore.it



**Davide Merano**  
**Poggio dei Gorleri**  
 Diano Marina  
 Imperia  
 poggiodeigorleri.com



**Giovanni Greco**  
**CVA Canicatti**  
 Canicatti  
 Agrigento  
 cvacanicatti.it



**Mauro Spertino**  
**Azienda Luigi Spertino**  
 Mombercelli  
 Asti



**Paolo Bartoloni**  
**Le Cimate**  
 Montefalco  
 Perugia  
 lecimate.it



**Paolo Coppo**  
**Cantine Coppo**  
 Canelli  
 Asti  
 coppo.it



**Maria Rosa Bordini**  
**Villa Papiano**  
 Modigliana  
 Forlì-Perugia  
 villapapiano.it



**Alessandra Quarta**  
**Claudio Quarta**  
 Guagnano  
 Lecce  
 claudioquarta.it



**Gianluca Bisol**  
**Bisol**  
 Santo Stefano  
 di Valdobbiadene  
 Treviso  
 bisol.it



**Lucia Letrari**  
**Letrari**  
 Rovereto  
 Trento  
 letrari.it



**Filippo Cassano**  
**Cantine Polvanera**  
 Gioia del Colle  
 Bari  
 cantinepolvanera.it



**Gunther Neumair**  
**St. Michael-Eppan**  
 Appiano  
 Bolzano  
 stmichael.it



**Alessandro Annibali**  
**Tenuta Villa Rovere**  
 Forlì  
 tenutavillarovere.it



**Luca Speri**  
**Speri Viticoltori**  
 San Pietro in Cariano  
 Verona  
 speri.com



**Mateja Gravner**  
**Gravner**  
 Oslavia  
 Gorizia  
 gravner.it



**Stefano Ricagno**  
**Ca' dei Mandorli**  
 Aquì Terme  
 Alessandria  
 cadeimandorli.com



**Ermenegildo Giusti**  
**Giusti Wine**  
 Nervesa della Battaglia  
 Treviso  
 giustiwine.com



**Massimo Stizzoli**  
**Cantina di Monteforte**  
 Monteforte d'Alpone  
 Verona  
 cantinadimonteforte.it



**Filippo Calabresi**  
**Tenimenti**  
**Luigi D'Alessandro**  
 Cortona  
 Arezzo  
 tenimentidalessandro.it



**Marco Carpineti**  
**Az. Marco Carpineti**  
 Cori  
 Latina  
 marcocarpineti.com



**Giovanna Prandini**  
**Perla del Garda**  
 Lonato  
 Brescia  
 perladelgarda.it



**Klaus Gasser**  
Cantina Terlano  
Terlano  
Bolzano  
cantina-terlano.com



**Beppe Di Maria**  
Carvinea  
Carovigno  
Brindisi  
carvinea.com



**Paola Gloder**  
Poggio Antico  
Montalcino  
Siena  
poggioantico.com



**Francesco Perillo**  
Cantina di Venosa  
Venosa  
Potenza  
cantinadivenosa.it



**Armando Castagneti**  
Tenuta Sant'Antonio  
Colognola ai Colli  
Verona  
tenutasantantonio.it



**Elisa Dilavanzo**  
Cantina Maeli  
Torreglia  
Padova  
maeliwine.it



**Paolo Fontana**  
Tenute SalvaTerra  
San Pietro in Cariano  
Verona  
tenutesalvaterra.it



**Roberto Bava**  
Cocchi  
Coconato  
Asti  
cocchi.it



**Pierangelo Tommasi**  
Tommasi Wine  
Pedemonte di  
Valpolicella  
Verona  
tommasiwine.it



**Barbara Liuzzo**  
Barone di Villagrande  
Milo  
Catania  
villagrande.it



**Claudio Fenocchio**  
Giacomo Fenocchio  
Monforte d'Alba  
Cuneo  
giacomofenocchio.com



**Magda Pedrini**  
Magda Pedrini  
Gavi  
Alessandria  
magdapedrini.it



**Davide Marino**  
Tenuta Mara  
San Clemente  
Ravenna  
tenutamara.com



**Paolo Rovellotti**  
Rovellotti  
Ghemme  
Novara  
rovellotti.it



**Alessandro Marchionne**  
Genagricola  
Trieste  
letenutedigenagricola.it



**Pietro Ferri**  
Cantina di Pitigliano  
Pitigliano  
Grosseto  
cantinadipitigliano.it



**Umberto Pasqua**  
Pasqua  
Verona  
pasqua.it



**Enza La Fauci**  
Tenuta Enza La Fauci  
Contrata Mezzana  
Messina  
tenutaenzalafauci.com



**Giovanna Altinier**  
Conte Collalto  
Susegana  
Treviso  
cantine-collalto.it



**Giovanni Mazzei**  
Villa Marcello  
Fontanelle  
Treviso



**Giacomo Danese**  
Corte Moschina  
Roncà  
Verona  
cortemoschina.it



**Francesco Illy**  
Podere Le Ripi  
Montalcino  
Siena  
podereleripi.it



## Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

### **Vigne Surrau Giovanni Melis**

La percentuale di export si è attestata nel 2014 al 27% e abbiamo un obiettivo aziendale del 40%. I Paesi più importanti sono Usa e Germania.

### **Borgoluce Lodovico Giustiniani**

È del 60% in Italia e del 40% all'estero. Principalmente vendiamo in Svizzera, Germania, Austria, Usa, Gran Bretagna e Russia.

### **Rodaro Paolo Paolo Rodaro**

La percentuale di export sul totale aziendale di 200.000 bottiglie è circa del 30%. I mercati di maggior interesse sono Germania, California e Giappone.

### **Roccafiora Luca Baccarelli**

Siamo arrivati al 56% di export, con Usa, Giappone e Svizzera che rappresentano i principali Paesi target. Negli ultimi due anni è cresciuto il mercato cinese, che oggi pesa il 15% della quota export.

### **Poggio dei Gorleri Davide Merano**

Intorno al 20%, nonostante la Liguria del vino non sia ancora una regione export oriented.

### **CVA Canicatti Giovanni Greco**

Lo scorso anno la percentuale di export si è attestata attorno al 55% della produzione aziendale.

### **Azienda Luigi Spertino Mauro Spertino**

Per la mia piccola realtà (produciamo tra le 35.000-40.000 bottiglie) circa il 30% lo vendo all'estero.

### **Le Cimate Paolo Bartoloni**

Per ora vendiamo il 35% all'estero, ma il nostro export è in crescita del + 150% rispetto al 2014. >>

### **Cantine Coppo Paolo Coppo**

La nostra azienda esporta il 50% della produzione totale.

### **Villa Papiano Maria Rosa Bordini**

Esportiamo circa il 45% del nostro fatturato.

### **Az. Claudio Quarta Alessandra Quarta**

Oggi abbiamo raggiunto una quota Italia/estero paritetica. L'obiettivo è portare l'export all'80%.

### **Bisol Gianluca Bisol**

Bisol nel 2005 esportava in 23 Paesi, ora è venduto in 69 Paesi. Ai primi posti, per bottiglie vendute ci sono Gran Bretagna, Usa, Svizzera, Norvegia e Canada.

### **Letrari Lucia Letrari**

Il 10% per Trentodoc è venduto all'estero con concentrazione sulla vecchia Europa e in Usa.

### **Cantine Polvanera Filippo Cassano**

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

### **St. Michael-Eppan Gunther Neumair**

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.

### **Tenuta Villa Rovere Alessandro Annibali**

Esportiamo il 40%. La nostra è una scommessa di qualità basata su vitigni internazionali in una terra di Romagna che li sta progressivamente abbandonando. >>

segue da pag. 9 » **Speri Viticoltori Luca Speri**

Esportiamo circa il 75% della produzione e lo facciamo in circa 50 Paesi.

**Gravner Mateja Gravner**

Noi esportiamo circa il 45% della nostra produzione. Attualmente i nostri mercati principali sono America, Giappone, Inghilterra, Corea, Emirati Arabi, Australia e Nuova Zelanda.

**Ca' dei Mandorli Stefano Ricagno**

Ad oggi la percentuale di export è del 70% con un trend in crescita rivolto alle bollicine autoctone, ma anche alla Barbera d'Asti Docg. L'attività principale di vendita è rivolta al mercato americano e canadese, senza però dimenticare il Giappone e Paesi europei come il Belgio, la Francia e la Norvegia.

**Giusti Wine Ermenegildo Giusti**

Giusti Wine è una cantina che guarda essenzialmente al solo mercato estero che assorbe al momento gran parte della produzione, circa l'80%. I nostri mercati più forti sono il Canada, Europa settentrionale e Uk, Hong Kong.

**Cantina di Monteforte Massimo Stizzoli**

La scorsa vendemmia l'export ha inciso per il 15% del fatturato, quest'anno, in valore assoluto, si presume sarà circa il doppio.

**Tenimenti d'Alessandro Filippo Calabresi**

L'export rappresenta il 40% delle vendite totali.

**Az. Marco Carpineti Marco Carpineti**

L'export è di circa il 20%. Siamo crescendo, ma non lo incentiviamo molto perché il prodotto non basta. Siamo più presenti in Europa, ma vendiamo anche negli altri Continenti, meno l'Africa.

**Perla del Garda Giovanna Prandini**

La nostra percentuale di export è pari a circa un 20% del fatturato, il miglior mercato è l'Europa, anche se buona è la risposta anche negli Usa.

**Cantina Terlano Klaus Gasser**

Attualmente circa il 30%. In particolare Germania e Stati Uniti. E poi un po' tutta Europa.

**Carvinea Beppe Di Maria**

L'Export per Carvinea incide per più dell'80% del fatturato.

**Poggio Antico Paola Gloder**

Esportiamo il 95% della nostra produzione: un lavoro di cesello, cominciato a metà degli anni '80.

**Cantina di Venosa Francesco Perillo**

L'export rappresenta il 30% delle vendite totali.

**Tenuta Sant'Antonio Armando Castagnetti**

La nostra quota di export è intorno al 82%: una fetta importante è occupata dall'Europa, in particolar modo Germania e Paesi scandinavi. Fuori dall'Ue, sono in crescita esponenziale Usa e Canada.

**Cantina Maeli Elisa Dilavanzo**

Esportiamo il 70% all'estero: Australia, Usa, Cina, Uk fino al Nord Europa, con una particolare attenzione a mercati più giovani come quelli del Libano, dell'Indonesia e delle Antille.

**Tenute SalvaTerra Paolo Fontana**

La quota export è del 95% ed è in continuo sviluppo. Il mercato estero è aumentato del 28% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso e i Paesi in cui si concentra la nostra attività sono Svizzera, Nord Europa, Germania, Uk, Usa e Cina.

**Cocchi Roberto Bava**

Un buon 60% della produzione complessiva, che va soprattutto verso Stati Uniti, Inghilterra, Canada e Asia. »

**Tommasi Wine Pierangelo Tommasi**

La percentuale export è l'85% del totale fatturato. Siamo presenti in tutti e 5 i continenti in più di 70 paesi. Dal Canada, Usa, Europa all'Asia e Oceania.

**Barone di Villagrande Barbara Liuzzo**

L'obiettivo dell'azienda negli ultimi anni è stato quello di incrementare l'export che oggi rappresenta il 60% delle nostre vendite. I paesi in cui esportiamo sono circa 20, le vendite si concentrano soprattutto negli Stati Uniti, in Europa ed in Giappone.

**Giacomo Fenocchio Claudio Fenocchio**

Il mercato estero assorbe circa l'80% della nostra produzione anche se devo dire che l'Italia si sta muovendo molto bene.

**Tenuta Magda Pedrini Magda Pedrini**

Esportiamo l'80% circa della propria produzione, soprattutto nei mercati tradizionali (Uk, Germania, Usa).

**Tenuta Mara Davide Marino**

Una premessa. Tenuta Mara produce un solo vino: il MaraMia, un vivace rosso, certificato 'Demeter', seguendo i dettami dell'agricoltura biodinamica. L'attività commerciale della nostra unica etichetta è iniziata in modo consistente da due anni e il nostro vino si posiziona su una fascia considerata alta per un importatore. Ciononostante facciamo circa l'80% di export. Ci sono molti margini di crescita: il mercato più importante è rappresentato sicuramente dall'Europa, seguita dall'Asia.

**Rovellotti Paolo Rovellotti**

La percentuale di export supera il 40%. Tra i maggiori Paesi: Usa, Russia, Nord Europa, Svizzera e recentemente Australia.

**Genagricola Alessandro Marchionne**

Oltre un terzo della produzione vinicola di Genagricola viene esportata, in particolare per quel che riguarda i brand Torre Rosazza, Tenuta Sant'Anna, Borgo Magredo e Bricco Dei Guazzi.

**Cantina di Pitigliano Pietro Ferri**

L'export rappresenta per la cantina di Pitigliano circa il 10% delle vendite totali.

**Pasqua Umberto Pasqua**

Pasqua Vini ha una forte vocazione all'export con l'87%. Siamo presenti in oltre 50 mercati.

**Tenuta Enza La Fauci Enza La Fauci**

La percentuale export nel 2015 è stata del 50% in aumento del 10% rispetto al 2014.

**Conte Collalto Giovanna Altinier**

Il 25%. Non si può dire che ci siano mercati più semplici o altri più ostici: diciamo che la differenza la fa il cliente col quale si fa sinergia e la sua organizzazione.

**Villa Marcello Giovanni Mazzei**

Al momento le quote mercato sono divise al 50% tra Italia ed export. Più che il mercato in particolare, è la situazione in generale che sta andando molto bene. Oggi siamo a +100% sull'anno precedente. I paesi principali sono Usa, Uk, Germania, Austria, Giappone e Canada.

**Corte Moschina Giacomo Danese**

Le nostre esportazioni sono vicine all'80%. E questa percentuale è in costante crescita, di anno in anno.

**Podere Le Ripi Francesco Illy**

Possiamo considerare che l'80% del nostro vino viene consumato all'estero, principalmente nord Europa e Stati Uniti, veramente poco del nostro prodotto viene consumato da consumatori italiani.

# Dove si vende meglio e perché?



## **Borgoluce Lodovico Giustiniani**

Si vende bene nei mercati in cui il consumatore finale è consapevole ed informato ed ha potere d'acquisto. Quando il cliente finale conosce il prodotto gran parte del lavoro è fatto. In moltissimi casi le bollicine italiane diventano uno status symbol.

## **Le Cimate Paolo Bartoloni**

Meglio: Usa, Canada e Nord Europa, da sempre leader nell'import nei confronti dell'Italia. Peggio nei Paesi asiatici dove non capiscono ancora il nostro vino, ma si basano sui brand e status symbol.

## **Villa Papiano Maria Rosa Bordini**

Si vende meglio nei Paesi più disponibili ad assaggiare cose nuove ed a fare scouting su zone nuove come appunto la Romagna. Va meglio fuori Europa (Giappone, Cina e Canada), forse perché si risente meno della crisi. Il Vecchio Continente ha ancora paura, con forse le uniche eccezioni in Svizzera, Inghilterra e Danimarca (dove tra l'altro non c'è l'euro).

## **Tenuta Villa Rovere Alessandro Annibaldi**

La nostra attenzione riguarda soprattutto il mercato americano. Abbiamo stretto un accordo con Export Usa, che dispone di una rete commerciale da anni radicata a New York, dedicata all'import di eccellenze enogastronomiche nel mercato americano e in particolare a Manhattan.

## **Speri Viticoltori Luca Speri**

Si vende meglio dove abbiamo seminato meglio, quindi mercati storici come Usa, Svizzera e Canada. Si vende meno bene (ma in crescita) nei nuovi mercati dove il vino è considerato una novità e un bene di lusso e dove siamo preceduti dai francesi. Per esempio in Cina: qui ci sarebbe bisogno di un aiuto da parte delle istituzioni Italiane. Difficolti anche alcuni monopoli del Nord Europa dove talvolta vige la regola dei grossi volumi a bassi prezzi. >>

## **Cantina di Monteforte Massimo Stizzoli**

Si vende meglio in Inghilterra, mercato che fino ad oggi non conosce crisi, grazie alla forza della sterlina. Crescono i consumi dei nostri vini in Nord Europa, trainati dal Valpolicella, mentre si mantengono stabili e senza particolari flessioni il mercato tedesco e quello olandese. Più complessa la sfida nei confronti dei mercati asiatici.

## **Tenuta Magda Pedrini Magda Pedrini**

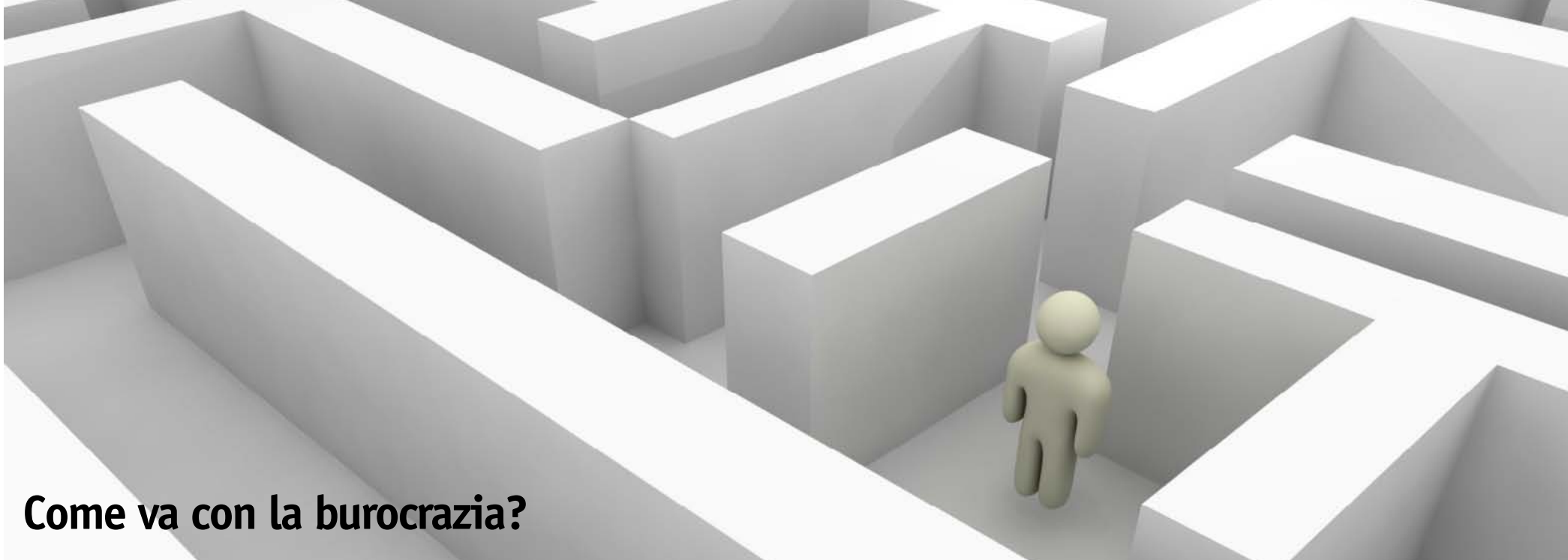
Uno dei Paesi più interessanti per il vino Gavi è l'Inghilterra. In Uk, infatti, il "Gavi di Gavi" (termine con cui i paesi anglofoni preferiscono chiamare il Gavi Docg del Comune di Gavi) è molto apprezzato fin dagli anni '90. Come esperienza personale, posso dire che uno dei mercati per noi più ostici è quello degli Stati Uniti: dopo un'avventura non idilliaca con un importatore di origini italiane, stiamo ora cercando nuovi partner affidabili.

## **Tenuta Enza La Fauci Enza La Fauci**

Il mercato va consolidandosi con maggiore crescita in Svizzera, Francia e America. E ultimamente vi è un concreto e crescente interesse da parte del mercato inglese, speriamo non azzerato dalla Brexit.

## **Tenuta Mara Davide Marino**

Abbiamo ottimo riscontro in Svizzera e in Danimarca: sono due mercati con maggiore possibilità di spesa e alla ricerca di prodotti di origine biodinamica e biologica. La Germania è un Paese che registra elevati consumi, ma ha poca predisposizione alla spesa; cercano innanzitutto un nome forte e già conosciuto a cui affidarsi (Toscana, Piemonte, Friuli).



## Come va con la burocrazia?

### Azienda Luigi Spertino **Mauro Spertino**

Troppa formalità, troppa burocrazia soprattutto in Italia, a volte mi sento un "ricercato". Solo in Italia abbiamo un organo di controllo che controlla un altro organo di controllo e questo controllo lo esercita presso noi produttori. Mah!

### Cantine Coppo **Paolo Coppo**

La burocrazia rimane in Italia, così come in alcuni Paesi esteri (si pensi al Brasile appunto), la piaga maggiore. Spero vivamente che la parte politica ponga le dovute attenzioni a quest'aspetto cruciale per lo snellimento di pratiche che permetterebbero a realtà come la nostra un grande alleggerimento.

### St. Michael-Eppan **Gunther Neumair**

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

### Ca' dei Mandorli **Stefano Ricagno**

La burocrazia purtroppo è sempre una grande piaga del nostro sistema produttivo che appesantisce molto i costi di gestione e quindi di produzione dei nostri vini. Va detto che è giusto controllare e darsi delle regole, ma facciamolo in modo sensato e costruttivo per il futuro dei nostri territori.

### Az. Marco Carpineti **Marco Carpineti**

Vedendo anche altri Paesi, qui in Italia è da vergogna.

E continuano anche su questa strada...

### Tenuta Sant'Antonio **Armando Castagnetti**

La burocrazia è sempre peggio. Faccio un esempio recente: qualche mese fa abbiamo fatto un certificato di origine all'ufficio periferico della Camera di Commercio di San Bonifacio per una spedizione in Brasile. Ma ci hanno bloccato un container in dogana a San Paolo del Brasile perché non arrivava dall'ufficio principale di Verona.

### Barone di Villagrande **Barbara Liuzzo**

Molto male! Siamo bloccati da leggi e provvedimenti preistorici e faziosi. Leggi più snelle potrebbero aiutarci a lavorare in maniera più incisiva ed efficace.

### Corte Moschina **Giacomo Danese**

La burocrazia legata al mondo dell'export è in costante cambiamento e per ogni Stato abbiamo regolamentazioni diverse. Ci sono Paesi dove bastano dei semplici documenti di trasporto, altri dove lo stesso deve essere accompagnato da un documento doganale rilasciato in base ai quantitativi di vino venduto, senza poi dimenticare una serie di documenti aggiuntivi ed i pagamenti come Certificati di analisi, Dichiarazioni di libera esportazione e Certificati di Origine. Probabilmente una standardizzazione globale delle regole di import/export faciliterebbe molto la preparazione delle pratiche con risparmi di tempo e denaro.

EXPOFORUM | HORECA FOOD & BEVERAGE

# PROFESSIONISTI, IN OGNI SENSO.

PASSIONE per:

FOOD & BEVERAGE	VINI & ALCOLICI	TECNOLOGIE
PANETTERIA	PASTICCERIA	GELATERIA
CAFFÈ	ARREDI	ATTREZZATURE
MACCHINARI	INNOVAZIONE	DESIGN
SERVIZI	FORMAZIONE	LAVORO
E-COMMERCE	WEB MARKETING	

## 13-15 Novembre 2016

LINGOTTO FIERE TORINO

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

Made by

LINGOTTO FIERE TORINO

GAMBERO ROSSO





## Come sono cambiati l'atteggiamento e l'interesse dei consumatori nei confronti del vino italiano?

### **Letrari Lucia Letrari**

Il consumatore straniero ha ben chiari i marchi (e regioni) principali italiani, si fa molta più fatica purtroppo per regioni "marginali" come la nostra, anche se il settore bollicine sta riscuotendo sempre maggiore successo e riconoscibilità.

### **Vigne Surrau Giovanni Melis**

C'è molto più interesse nei confronti di regioni "secondarie" e meno conosciute dai consumatori, come quelle del Sud Italia (Sardegna compresa) rispetto alle tradizionali Toscana, Piemonte, Veneto ecc...

### **Giusti Wine Ermenegildo Giusti**

Il vino italiano non è più una scoperta, ma è entrato di diritto fra i più grandi vini del mondo. Del resto, le innovazioni di prodotto più significative dell'ultimo secolo enologico sono tutte italiane: Pinot Grigio, Prosecco, Amarone e Ripasso.

### **Tenimenti d'Alessandro Filippo Calabresi**

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.

### **Podere Le Ripi Francesco Illy**

Il mito sta crescendo, noi produttori italiani abbiamo vini fantastici e prezzi onesti, inoltre facciamo un grande lavoro di educazione nei confronti dei turisti che i consumatori di domani. Questo punto è, e sarà sempre, fondamentale per superare i nostri competitor mondiali, che non possono vantare un turismo simile al nostro.

### **Cantina di Venosa Francesco Perillo**

C'è sempre più voglia da parte dei consumatori stranieri di conoscere i nostri territori e i social hanno enormemente semplificato la fruibilità d'informazione. Per quanto riguarda l'area »

del Vulture, ho riscontrato una crescita di interesse molto alta per l'Aglianico: stiamo finalmente diventando, anche nei mercati esteri, un riferimento per l'enologia meridionale

### **Cocchi Roberto Bava**

I prodotti Italiani godono certamente dell'influenza positiva del made in Italy e della cucina Italiana, ma non è il caso di addormentarsi su questi due concetti. Abbiamo reso il consumatore più sofisticato: vuole quindi complessità oltre alla qualità. L'Italia può dare entrambe.

### **Giacomo Fenocchio Claudio Fenocchio**

Secondo me siamo molto fortunati. Nel mondo l'interesse per l'Italia in generale ed i suoi prodotti di qualità è molto alto. Negli ultimi anni, poi, ho la sensazione che questa voglia di Italia sia cresciuta. Degustazioni sempre affollate, numeri che vanno bene nelle vendite, continue richieste di visite in cantina.

### **Conte Collalto Giovanna Altinier**

La globalizzazione ha fatto sì che le persone di ceto medio e medio-alto un po' si assomiglino internazionalmente, quindi chi si presenta alle degustazioni è sempre un po' lo stesso "tipo": più o meno elegante, più o meno colto, più o meno interessato a conoscere. Non manca chi crede di sapere, certo, ma la maggior parte dei partecipanti sembra bearsi delle nostre volenterose spiegazioni su vitigni, prese di spuma e abbinamenti. E questa illusione ci regala momenti di pura soddisfazione, a noi poveracci in eterno viaggio per diffondere il verbo. Ci facciamo ore di volo e notti in aeroporto, facciamo i facchini e i barman, lustriamo bicchieri e distribuiamo brochures... ma basta l'entusiasmo di uno straniero assetato a ricompensarci di tutto!



## Come promuoverete il vostro vino sui mercati internazionali?

### **Roccafiore Luca Baccarelli**

La miglior promozione per me è fatta di frequenti voli aerei, presenza sul mercato, educational (attraverso seminari e degustazioni guidate) e supporto commerciale alla forza vendita.

### **CVA Canicatti Giovanni Greco**

Sfruttiamo molto le opportunità che nascono con l'utilizzo dei fondi Ocm vini per l'internazionalizzazione. Quando abbiamo la possibilità invitiamo buyer e giornalisti in Sicilia per fargli conoscere direttamente i luoghi in cui nascono i nostri vini. Far scoprire che nella Valle dei Templi produciamo un vino, vale più di molte riunioni in un tetro ufficio.

### **Bisol Gianluca Bisol**

Partecipiamo a fiere prestigiose e curiamo molto il rapporto con opinion leader di settore, importatori e clienti top: io stesso viaggio molto, poiché ho notato quanto sia apprezzato dal cliente conoscere direttamente il produttore.

### **Cantine Polvanera Filippo Cassano**

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

### **Gravner Mateja Gravner**

La nostra è un'azienda di piccole dimensioni, quindi ci affidiamo agli importatori. E, nei limiti del possibile utilizziamo la nostra pagina Facebook, dove circa il 30% dei "mi piace" viene dall'estero. Per dialogare con i clienti non italiani, utilizziamo il nostro sito internet.

### **Perla del Garda Giovanna Prandini**

Affiancando gli importatori sul territorio almeno una volta all'anno, partecipando a fiere, b2b, workshop. >>

### **Cantina Terlano Klaus Gasser**

Soprattutto tramite il contatto diretto con sommelier, buyer e stampa. Puntiamo molto su masterclass e incoming, poiché siamo convinti che una visita del cliente in azienda sia il modo migliore per conoscere la nostra filosofia di produzione.

### **Cantina Maeli Elisa Dilavanzo**

In prima persona, senza intermediari, ma visitando e dialogando con gli importatori. Non solo le fiere sono importanti ma anche partecipare ad eventi che organizzano gli importatori stessi.

### **Genagricola Alessandro Marchionne**

Genagricola è presente con Montcalm in Usa e Sinodrink in Cina con l'obiettivo di distribuire i propri vini e una selezione di altri vini italiani di qualità. Gli strumenti di promozione sono vari: dalle fiere alle degustazioni, ma lo strumento più efficace è quando riesci a far capire al cliente estero cosa c'è dietro la tua bottiglia. La visita aziendale crea anche maggiore fidelizzazione nel lungo termine.

### **Pasqua Umberto Pasqua**

Negli Stati Uniti siamo tra i pochi italiani che possono disporre di una vera e propria filiale con sede a New York e vendiamo quindi direttamente tramite una nostra rete di vendita supportata da una attività di comunicazione e promozione. Negli altri Paesi ci avvaliamo prevalentemente di importatori e stiamo lavorando per un presidio molto strutturato e coordinato nei vari mercati perché le attività commerciali e marketing interagiscano in modo consistente fra di loro.

### **Rovellotti Paolo Rovellotti**

Indispensabile è incontrare gli operatori, meglio se invitandoli in azienda. Andare alle fiere o manifestazioni specialistiche è necessario se si sono costruiti i contatti. Altrimenti è meglio stare a casa.

# Ci racconti un aneddoto, positivo o negativo, legato alle sue esperienze all'estero



## **Rodaro Paolo Paolo Rodaro**

Un nostro cliente di Monaco mi annuncia che sarebbe venuto in cantina con una persona di riguardo. Aspetto. E mi vedo arrivare (a mia insaputa) il presidente emerito della Germania, Horst Köhler, insieme alla famiglia. E la sorpresa più bella è stata sapere che da tempo apprezza i nostri vini rossi Romain.

## **Poggio dei Gorleri Davide Merano**

Ce ne sono moltissimi, dalla nevicata a New York prima dei Tre Bicchieri del 2007 con la città completamente bloccata e tutti i voli dirottati a Miami, all'incontro con Jake Whithcraft, noto produttore di Pinot Nero a Santa Barbara, per poi scoprire che siamo entrambi originari dello stesso piccolo paese nell'entroterra di Imperia.

## **Az. Claudio Quarta Alessandra Quarta**

A maggio, a Ginevra, durante una degustazione una signora elegante si avvicina indicando la bottiglia di vino da uve di Troia. Prontamente le chiedo "voulez vous goûter troia?". Ma non ho fatto in tempo a finire la domanda che il marito

lascia il bicchiere sul tavolo, rosso dalla rabbia e imprecando qualche frase incomprensibile, se ne va lasciandoci di stucco. Abbiamo dovuto rincorrerlo e spiegare che Troia era soltanto il vitigno più antico di Puglia!

## **Poggio Antico Paola Gloder**

Trent'anni fa, in un ristorante di grido di Londra, vidi in carta un solo Brunello. Chiesi al sommelier di chi fosse e si assentò per un attimo. Tornato al mio tavolo, si scusò per non averlo specificato in carta e mi rispose con grande soddisfazione "È di Montalcino!". Abbiamo sicuramente fatto tanta strada da allora, ma ne resta ancora molta.

## **Tenute SalvaTerra Paolo Fontana**

Più che un aneddoto racconto la mia sorpresa nel rientrare in azienda, dopo un viaggio in Cina dove avevo presenziato a qualche degustazione dei nostri vini recensiti da alcuni blogger locali, e trovarmi in cantina dopo 24 ore dieci turisti cinesi che, alla domanda come mai erano venuti a trovarci, mi hanno fatto vedere l'articolo che consigliava di visitare SalvaTerra. Questa >>

è la vera potenza del digitale, che permette di abbattere qualsiasi barriera

## **Tommasi Wine Pierangelo Tommasi**

Ricordo con tenerezza il primo viaggio negli Usa, poco più che ventenne, pieno di orgoglio e passione non vedevo l'ora di iniziare ad incontrare i clienti. Capì che non arrivò la valigia, per cui fui costretto a fare i primi appuntamenti in abiti molto casual. Ero un po' imbarazzato, ma mi ricordo che era così grande la gioia di incontrare un produttore di Amarone in carne ed ossa che aveva attraversato l'oceano per arrivare in Texas che nessuno si formalizzò per l'abito, ma anzi mi accolsero a braccia aperte. Questo mi diede veramente la carica e mi fece capire che la mia vocazione era proprio quella.

## **Cantina di Pitigliano Pietro Ferri**

Durante una fiera in Cina sono rimasto sorpreso di come l'interesse del vino fosse particolarmente legato all'annata: volevano assaggiare solo vini invecchiati senza considerare le annate più recenti, questo atteggiamento mi fece riflettere.

## **Villa Marcello Giovanni Mazzei**

Avevo 20 anni quando giravo per le strade di New York a promuovere il vino di famiglia e non potevo, vista l'età, neanche berlo. Un'esperienza da cui ho imparato molto. Per esempio negli Usa erano disposti ad ascoltare con interesse un ragazzo di 20 anni che a mala pena parlava inglese, in Italia mai lo avrebbero fatto. La sensazione che ho provato negli Usa quando mi son trovato a raccontare i nostri territori è stata la ragione che mi ha spinto a intraprendere questa strada.

## **Carvinea Beppe Di Maria**

Ero a Toronto a promuovere i miei vini al Bata Shoe Museum insieme ad altri produttori pugliesi, si decise di abbinare ogni etichetta a una preziosa scarpa esposta nella sala del museo. Il mio vino Aglianico Sierma era abbinato ad un paio di stivaletti dal tacco altissimo. Un giornalista mi chiese "preferiresti produrre vino dozzinale o indossare tutto il giorno quelle scarpe?". Ed io: "Mi dovrei mettere anche la gonna!"