anno 5 - n. 49 - 11 dicembre 2014

trebicchieri
IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

TEMPO DI BILANCI PER I BIG DEL VINO ITALIANO

EXPO
Il anteprima il programma del vino. A partire dalle dediche a Veronelli e Soldati *pag.* 2

FRANCIA
Dal gioco alle realtà: esce il Monopoly del vino, mentre due château finiscono in mano cinese *pag.* 7

ESTERI
Le potenzialità del difficile mercato turco. Il Roadshow del Gambero fa da pioniere *pag.* 9

SONDAGGI
L'anno che verrà per i primi dieci brand del vino italiano. Bilanci e prospettive *pag.* 10

NEGOZIATI
Ttip e vino, il braccio di ferro Ue-Usa. Analisi e proposte dell' Uiv: "Ora basta attese" *pag.* 14

Solo su sky Canale 412

PADIGLIONE VINO EXPO 2015, ULTIME NOTIZIE. ECCO QUALI SARANNO GLI EVENTI CHE SCANDIRANNO I SEI MESI DI MILANO

a cura di Andrea Gabrielli

I dodici grandi eventi che si svolgeranno nel Padiglione Vino a Expo 2015, si apriranno con una sessione dedicata a Gino Veronelli e Mario Soldati, due personaggi simbolo del mondo della cultura italiana che tanto hanno fatto per il vino italiano. La decisione è scaturita dall'ultima riunione svolta a Roma del Comitato tecnico-scientifico per l'allestimento del padiglione del vino italiano ad Expo 2015. Sarà un modo per celebrare due intellettuali lungimiranti che hanno contribuito non poco a dare dignità e valore ad un settore che poi sarebbe diventato la testa di ponte dell'intero agroalimentare italiano. Ricordarne la vita, le opere significa anche ripercorrere la recente storia del vino italiano.
Un altro appuntamento sarà dedicato alla "Sostenibilità" a tutto campo, e di come le aziende e i territori interagiscono con l'ambiente. Poi sarà la volta di tre focus, tre "Viaggi" nel mondo del vino del Nord, del Centro e del Sud e delle isole che permetteranno di approfondire vini, vitigni e contesti produttivi delle nostre regioni. In concomitanza con il periodo di chiusura dell'Expo (31 Ottobre 2015) si darà vita alla Festa della Vendemmia che coinvolgerà i visitatori dell'esposizione. Nel frattempo sta ottenendo un grande successo di adesioni il Cluster Bio-Mediterraneo organizzato dalla Regione Sicilia. Dario Cartabellotta, responsabile unico del Cluster, ha comunicato che al momento hanno aderito 261 aziende, 76 Comuni, 57 operatori turistici, 8 Gal, 4 Gac; 22 tra Università e Istituti di ricerca, 24 Scuole, 26 cuochi e 230 tra banche, associazioni e persone. I bandi di partecipazione per il Cluster si chiuderanno il prossimo 15 Dicembre.

Accordo sul Pit Toscana, il sistema vino tira il fiato. Busi: "Bomba disinnescata"

Ricordate quando Giovanni Busi, presidente del Consorzio vino Chianti, e con lui i suoi omologhi di decine di consorzi del vino toscani, definirono "*anacronistico, sbagliato, con troppi vincoli*" il Piano paesaggistico della Regione? Ebbene, gli sforzi della filiera per evitare quello che appariva come un tradimento delle istituzioni nei confronti di una delle voci più importanti dell'economia regionale sono serviti. Da luglio a dicembre sono passati cinque mesi. La Regione guidata da Enrico Rossi ha aperto alle osservazioni delle associazioni agricole, raggiungendo un accordo per cui le modifiche richieste saranno introdotte nel testo in risposta alle osservazioni della categoria. "*Si eliminano tutti i fraintendimenti*" ha detto Rossi "*sulla natura delle disposizioni e sugli obiettivi di valorizzazione dell'agricoltura che vogliamo perseguire*". E oggi il comparto vino che aveva fatto le barricate contro il Piano (in vigore forse a marzo 2015) può dire, sempre con Busi: "*La bomba è stata disinnescata. Resta tuttavia la filosofia di un Piano di stampo conservatore, ma a noi imprenditori dà la possibilità di agire, investire e sviluppare le nostre imprese*". – ***G. A.***

La soluzione logistica avanzata per il mercato Wines & Spirits

WE MOVE PRECIOUS COMMODITIES: YOURS.
www.ggori.com
GIORGIO GORI
GLOBAL TRANSPORT & LOGISTICS

VINI&SCIENZA. PERCHÉ SONO NECESSARI NUOVI PORTINNESTI PER LA VITE.

L'approfondimento degli studi di fisiologia e di genomica sull'apparato radicale nella regolazione e nel funzionamento dei processi vegetativi e riproduttivi della chioma, hanno aperto nuove prospettive nel miglioramento genetico dei portinnesti, considerati non solo per la resistenza alla fillossera, ma per le loro capacità di modulare il rapporto interattivo del vitigno con i diversi ambienti. Quando nella seconda metà dell'800 l'arrivo della fillossera in Europa impose l'innesto su piede americano, i "tradizionalisti" videro la mediazione del portainnesto come una "contaminazione". Tale atteggiamento è ormai un ricordo, a tal punto che anche Paesi di recente viticoltura dove la fillossera non è ancora una minaccia, preferiscono piantare i nuovi vigneti con barbatelle innestate. La crescente incidenza di emergenze sanitarie e le conseguenze del cambiamento climatico sulla disponibilità di acqua e sull'estendersi dei fenomeni di salinità dei suoli, evidenza la sostanziale inadeguatezza dei portinnesti tradizionali. Benché la disponibilità di portinnesti ammessi alla coltivazione, sia molto elevata (circa una novantina), attualmente la gran parte della viticoltura mondiale ne utilizza non più di 5-6. Attraverso il finanziamento di alcune Fondazioni bancarie è stato sviluppato nel triennio 2010-2012 con la collaborazione di alcune Università e di alcuni centri di ricerca e il coordinamento dell'Università di Milano, un progetto di ricerca denominato Ager-Serres con questi obiettivi: 1) valutare le prestazioni di quattro nuovi genotipi (serie M) ottenuti alla fine degli anni '80 nei confronti dello stress idrico; 2) mettere a punto alcuni marcatori molecolari per la diagnosi precoce (MAS) di nuovi genotipi tolleranti alle ridotte disponibilità idriche. L'analisi della diagnosi precoce non è efficace solo per individuare nuovi genotipi, ma anche per passare dalle modalità dell'incrocio ricorrente, ad incroci ottenuti con la piramidizzazione, per cui si usa di volta in volta un genitore diverso per portare nell'incrocio finale tutte le forme di resistenza biotica ed abiotica presenti nel gen.Vitis. I primi risultati del progetto si sono concretizzati nell'iscrizione dei quattro portinnesti della serie M nel Registro Nazionale delle varietà autorizzate alla coltivazione, e sono quindi disponibili per la moltiplicazione commerciale.

Attilio Scienza
Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

Vent'anni di Colli Fiorentini. Il Consorzio: "L'estero la nostra valvola di sfogo"

È sicuramente l'estero a dare le maggiori soddisfazioni ai 26 produttori appartenenti al Consorzio del Chianti Colli fiorentini Docg. Proprio quella fetta di mercato che tre anni fa, con gli Usa in testa, sembrava aver tradito i viticoltori di quest'area della Toscana. Se lo ricorda bene Marina Malenchini, presidente dell'ente consortile, che ora parla con un umore decisamente diverso: "*Ci siamo ripresi bene. È vero che le cose sono cambiate rispetto al passato, nel senso che gli ordini sono di quantità più piccole e più frequenti, ma per le nostre cantine che hanno in media una quota estera dal 50 al 70 per cento l'aumento delle vendite fuori confine è stato fondamentale. Tenuto conto anche del fatto che in Italia resta forte il problema dei tempi di pagamento*". Ripresa, che ha interessato in particolare Usa e Giappone, favorita, da un lato, dalla recente creazione di un'associazione temporanea di impresa con lo scopo di accedere ai fondi Ocm promozione, unita a partecipazioni a fiere ed eventi assieme al più vasto Consorzio del Vino Chianti. E, dall'altro, da un un atteggiamento diverso nei confronti della grande distribuzione: "*Da Coop a Esselunga a Conad abbiamo notato un lavoro di riqualificazione dei prodotti all'interno dello scaffale, con la valorizzazione anche della nostra Docg. Per i consumatori, in periodi di calo di consumi, è stato così possibile avvicinarsi ai nostri prodotti con più facilità. In sostanza, registriamo un po' meno acquisti diretti e un po' più di Gdo, dove il Colli fiorentini viaggia su un prezzo medio tra 4,5 e 6 euro*". Resta il problema di alcuni Chianti venduti all'estero ancora a 2 euro: "*Cifra troppo bassa: uno dei problemi più difficili da risolvere*", commenta la Malenchini. Proprio il deprezzamento, vent'anni or sono, determinò la volontà di creare un consorzio a sé.

Oggi si guarda alle prossime tappe (Stati Uniti, Giappone e Bordeaux) dove il rosso toscano indosserà uno speciale bollino coniato proprio per il ventesimo anniversario (vedi foto). Il 2015 sarà anche l'anno del rinnovo della presidenza: "*Mi piacerebbe lasciare spazio ai più giovani*", conclude Malenchini. Tra i papabili, l'attuale suo vice Marco Ferretti (La Querce).

Sempre più Chiaretto per Doc Bardolino. In attesa della "Rosé revolution"

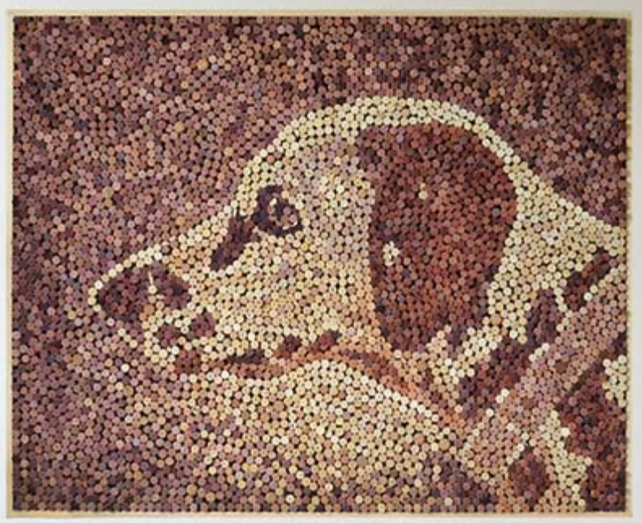
È tempo di bilanci per il Bardolino, che sta spostando sempre più l'attenzione sulla sua versione rosata, il Chiaretto. La denominazione veronese, secondo dati del Consorzio di tutela, dovrebbe chiudere con una sostanziale stabilità degli imbottigliamenti complessivi, poco al di sotto dei 28 milioni di bottiglie, a fronte di una produzione in vino in calo, che fa seguito alla decisione del Consorzio nel 2013 (così come nel 2014) di ridurre le rese a 115 quintali massimi per ettaro, rispetto ai 130 da disciplinare. **La vendemmia 2013 aveva ridotto la produzione di uve della Doc di circa il 15% (intorno ai 310 mila quintali) mentre la vendemmia 2014 dovrebbe essersi posizionata su un livello leggermente inferiore**. È il Chiaretto a restituire i numeri migliori: nel 2014 sono oltre 9 milioni i pezzi immessi sul mercato, con una percentuale sull'imbottigliato passata dal 29% al 34%, e una crescita annua dell'11%. "*L'attesa per il 2014*" spiega il direttore Angelo Peretti "*è quella di un ulteriore incremento della rilevanza produttiva del Chiaretto rispetto all'intera denominazione, grazie al nuovo stile produttivo caratterizzato da una tonalità più chiara di colore e da una maggiore esaltazione degli aromi agrumati della Corvina Veronese*". Per quanto riguarda il Bardolino, il Consorzio presieduto da Franco Cristoforetti (Villabella) segnala un -5%, con 18 milioni di bottiglie vendute. E anche per la versione rossa della Doc gardesana è prevista nel 2015 la prima attuazione produttiva di un progetto orientato all'identificazione delle vocazioni territoriali di alcune macro-aree, in coerenza con la zonazione. Giacenze ai minimi storici per l'intera denominazione, infine, con un -15% sull'anno. Sempre in attesa della scommessa Rosè revolution, abbracciata per ora da quasi l'80% della filiera. – ***G. A.***

Cevico, fatturato a 127,7 milioni. Ruenza Santandrea riconfermata al vertice

Chiude a 127,7 milioni il fatturato consolidato del gruppo cooperativo Cevico, che associa 5 mila viticoltori su 6.700 ettari, e comprende i marchi Cevico, Le Romagnole, Cantina dei Colli romagnoli, Le Romagnole due, Due Tigli, Sprint distillery, Winex e Tenuta Masselina). Rispetto ai 150 milioni del 2013 il fatturato scende. "*Rispetto al 2011*" hanno sottolineato il dg Lauro Giovannini e il direttore amministrativo Massimo Gallina "*il gruppo ha visto salire i ricavi di 25 milioni di euro*". Sale il patrimonio netto da 64,7 a 66,6 milioni, con un utile di 1,55 milioni di euro. Export che tocca quota 20,4 milioni di euro, pari al 22,3% del fatturato. **Il confronto dei quattro anni registra una crescita di 13,7 milioni di euro**. L'assemblea riunita a Imola ha eletto il Cda, riconfermando alla presidenza per il prossimo triennio Ruenza Santandrea, alla vice presidenza Carlo Frulli (Coop Le Romagnole) e Silvano Dalprato (Coop Cantina dei Colli Romagnoli). – ***G. A.***

Scott James Gundersen- "Chance" 2013 - mosaico in sughero.

Il miglior amico del vino. Da 120 anni.



Potremmo dire che è merito della felice combinazione di esperienza e tecnologia, della selezione accurata dei migliori sugheri e della loro lavorazione in impianti d'avanguardia. Oppure potremmo ringraziare la ricerca costante di soluzioni innovative in cui s'impegna il nostro insuperabile staff tecnico. Ma anche la severità dei controlli e delle certificazioni dei nostri processi produttivi. In realtà, chi ci conosce sa perfettamente che è l'insieme di tutto questo a fare la differenza e a premiare internazionalmente il nostro lavoro. Perché se da 120 anni i tappi Colombin sono i migliori amici dei migliori vini non ci sarà un buon motivo: ce ne sono parecchi, tutti perfetti.

SPONSOR UFFICIALE

COLOMBIN
IL SUGHERO DAL 1894

www.colombin.com

Digital wine, il vino al tempo del web tra social network e info commerce

Come avere successo in rete con il proprio vino? A questo hanno cercato di rispondere Excellence Magazine (la piattaforma multicanale specializzata nel settore HO.RE.CA) e Softec Spa (la Digital Company Internazionale specializzata nei servizi di marketing online) nel meeting con le aziende vitivinicole che si è tenuto oggi a Roma. E Tre Bicchieri c'era. Nel sondaggio svolto tra gli enonauti risulta che il 24% di essi acquista online 100 bottiglie l'anno, il 35% fino ad 80, il 34% fino a 50 e il 4% fino a 20. Emerge tra tutti un fenomeno considerevole: l'info commerce, ovvero l'informazione online, nelle sue varie declinazioni, prima dell'acquisto di un prodotto. Ma spostandoci dal punto di vista della cantina, vediamo quali sono i touchpoint che occorre presidiare per essere trovati nella rete infinita. Ovviamente si inizia dalla presenza di un proprio **sito web** che usi con attenzione multicanalità e infocommerce. Segue la **strategia social**, importante sia per creare dialogo, sia per indirizzare l'utente verso la propria offerta. Senza trascurare i canali come Pinterest e Instagram, o i social localizzati, quali Qzone in Cina o V Kontakte in Russia. Viene poi la cosiddetta **search marketing**: creazione di contenuti ottimizzati e di link autorevoli che rimandano al proprio sito. Anche qui da presidiare i motori di ricerca strategici in altri mercati: Yandex in Russia e Baidu in Cina. Last but not least, il tanto agognato **e-commerce**, passo che offre all'azienda l'opportunità di aprirsi in modo diretto al mercato globale. E se fosse davvero il web, la vera chiave per accrescere il business delle aziende vitivinicole? – ***L. S.***

E sul web arriva anche Wine Relais, il sito dedicato all'enoturismo

L'ultima tendenza in fatto di enoturismo si chiama Wine Relais, un portale dedicato al mondo del vino, alle cantine, ai loro agriturismi e, appunto, ai wine relais. Appena sbarcata sul web, questa "guida online" aggrega le cantine italiane aperte alla possibilità di pernottamento o ristorazione, con proposte di itinerari a prova di wine lover. Come iniziare? Si parte dalla denominazione di interesse. È, infatti la denominazione la suddivisione principale in cui sono raggruppate le cantine, slegate dal concetto di regione o provincia. Da lì ci si rivolge alla la cantina stessa. Il portale, infatti crea un contatto diretto tra l'utente ed il produttore. E sempre online si trovano tutte le informazioni sul pacchetto vacanza: bottiglia di benvenuto, visita guidata, degustazione sconto sui prodotti acquistati e così via. Per i turisti stranieri, è già on-line la versione di winerelais.it in lingua inglese e tedesca: un modo per promuovere la conoscenza delle grandi denominazioni italiane anche al di là dei confini nazionali.

Handmade with pride
from Valdobbiadene soil.

BORTOLOMIOL

BORTOLOMIOL
GREENMARK
Our planet needs preventive care

bortolomiol.com

Dal 13 dicembre il Nuovo regolamento sull'etichettatura

Entrerà in vigore il 13 dicembre il nuovo regolamento 1169/2011sull'etichettatura che riguarda tutti i prodotti alimentari, vino compreso (settore per il quale cambierà poco). Tra le novità, l'indicazione degli allergeni – per il vino solfiti, albuminia, caseina - e la quantità netta del prodotto, la maggiore leggibilità con caratteri più grandi e l'indicazione di origine per tutto il settore alimentare.

Count down per la protesta della Fivi sul regolamento 1308/2013

Meno venti giorni all'annunciata disobbedienza civile della Fivi. La protesta dei Vignaioli indipendenti riguarda il regolamento 1308/2013, accolto dal Testo Unico della Vite e del Vino, e già entrato in vigore. Il passaggio incriminato si trova nell'articolo 53 del T.U. in cui viene espresso il divieto di riportare la propria regione di appartenenza in etichetta là dove questa coincida con una Do o una Ig non prodotte dall'azienda. E non basta, perché la questione si allarga ad ogni materiale di comunicazione: brochure, cataloghi dei prodotti, cartoni personalizzati, siti internet. E proprio sui siti internet i vignaioli annunciano che da gennaio pubblicheranno in bella vista la regione di appartenenza in segno di protesta. A meno che non si trovi una soluzione prima. Si parla, infatti di un possibile incontro prima di Natale tra la Fivi e la Commissione Agricoltura. Work in progress ...

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli, Lorenzo Ruggeri, Attilio Scienza
progetto grafico
Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago
contatti
settimanale@gamberorosso.it | 06.55112201

pubblicità
direttore commerciale
Francesco Dammicco | 06.55112356
dammicco@gamberorosso.it
resp. pubblicità
Paola Persi | 06.55112393
persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

fino al 14 dicembre
Trento Città del Vino
Palazzo Roccabruna-
Enoteca Provinciale del
Trentino - Trento
www.restipica.net

fino al 28 dicembre
Giornate del Marzemino e degli autoctoni lagarini
in Vallagarina, fra Isera, Rovereto, Mori e Avio (Trento)
www.trentinovino.it

fino al 31 dicembre
Di Cantina in Cantina
visite guidate e degustazioni
distretto della Franciacorta
www.franciacorta.net

12 dicembre
Pisa Food&Wine festival 2014
Stazione Leopolda
Pisa
fino al 14 dicembre

12 dicembre
Urvinum
Salone dei vini di eccellenza
Collegio Raffaello
p.zza Repubblica
Urbino
fino al 14 dicembre
www.comune.urbino.ps.it

13 dicembre
tavola rotonda
"Semplificazione e internazionalizzazione della filiera vitivinicola"
dell'Accademia Italiana della Vite e del Vino
Biblioteca "La Vigna", Vicenza

dal 13 al 15 dicembre
diVino Natale
seminari e verticali con oltre 70 produttori italiani
mediateca Marte, Cava de' Tirreni (Salerno)
www.divinonatale.it

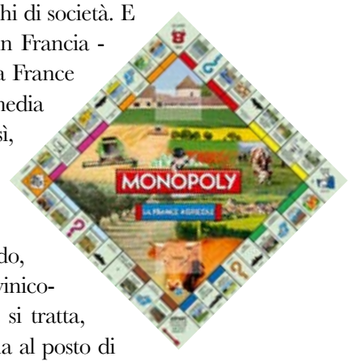
13 e 20 dicembre
Merry Sagrantino
Piazza del Comune,
Montefalco (Perugia)
Degustazione alle 16.30
Costo 10 euro

15 dicembre
Roma Kosher Wine Festival
degustazioni di vini israeliani e vini italiani kosher
Città dell'Altra Economia, Roma
www.kosheraroma.com

fino al 31 dicembre
Di Cantina in Cantina
visite guidate
e degustazioni
distretto
della Franciacorta
www.franciacorta.net

18 gennaio
"Prima" del Torcolato D.O.C. Breganze
piazza Mazzini, Breganze (Vicenza)
ore 15

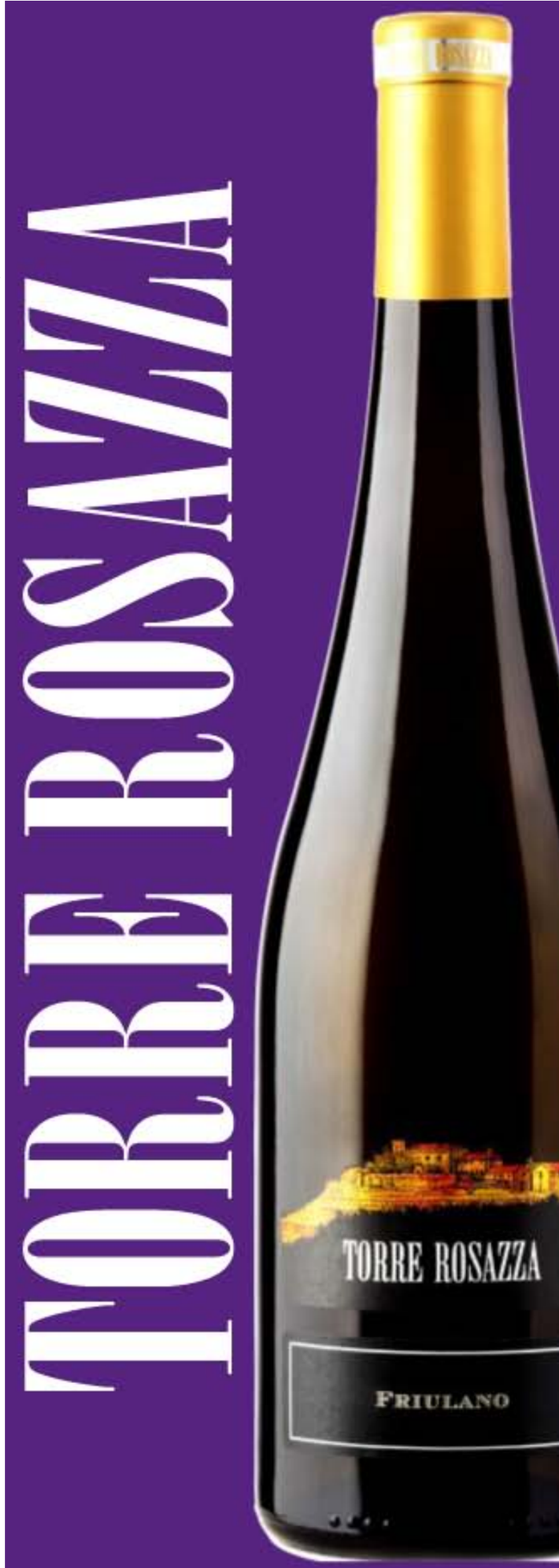
Se il gioco si fa serio: sul mercato arriva il Monopoly del vino



Natale, è tempo di giochi di società. E sul mercato - per ora in Francia - arriva "Monopoly de la France viticole" by gruppo media "France Agricole". Così, come avviene nel tradizionale gioco da tavolo diventato un cult in tutto il mondo, in questa versione vitivinicola si compra, si vende, si tratta, si investe e si rischia, ma al posto di hotel, vie e palazzi, ci sono uve, château e interi caveau. Così, ad esempio, il quotatissimo Parco della Vittoria diventa la denominazione del Corton Charlemagne, Viale dei Giardini è la Champagne, Largo Augusto è Margaux. Le stazioni, invece, sono sostituite dai Salon de Vin di Parigi, New York, Hong Kong e Londra. A rimanere lo stesso è, invece, il carcere: poco cambia se si tratta di compravendite di proprietà vitivinicole o immobiliari. Occhio alle multe: **pescando dalle carte imprevisti si può incappare in sanzioni per l'utilizzo di pesticidi in vigneti biologici**. Infine, a dimostrazione che giocare è una cosa seria, ci sono i prezzi dei vigneti, regolati sul decreto del 26 luglio 2013 che stabilisce la tabella indicativa del valore medio di mercato nel 2012. E se l'andamento di un settore si vede dal marketing che vi si crea attorno, quello del vino deve essere senz'altro un mercato ben florido. In Francia sicuramente. A quando il Monopoli vitivinicolo italiano, per spartirsi, almeno sul cartellone, i vigneti di Langhe, Chianti o Franciacorta? – ***L. S.***

Se il Monopoly diventa realtà: due nuovi acquisti cinesi in Francia

C'è anche chi al Monopoly vitivinicolo ci gioca dal vivo. È il caso della grande catena alberghiera cinese, New Century Tourism Group, che ha appena acquistato Château de Birot, una tenuta di 37 ettar a Sud della città di Bordeaux. La tenuta di proprietà della famiglia Fournier-Casteja ha da sempre portato avanti una politica di pressing sul mercato cinese. Tanto che il suo Bordeaux dell'annata 2008 è stato selezionato dal rivenditore online Wangjiu come il più adatto al palato cinese. **Adesso, c'è da crederlo , le vendite saranno ulteriormente incrementate: il gruppo alberghiero New Century si servirà quasi sicuramente della sua rete** - ben 192 hotel - per distribuire il vino della tenuta appena acquistata. La notizia della compravendita arriva a pochi giorni da un'altra acquisizione, quella di Chateau La Bastide (Corbieres Languedoc-Roussillon) finita in mano ad un'altra società cinese, la BHC International Wine Assets Management che ha comprato i 60 ettari della tenuta per sei milioni di euro.



Il mio nome è rosso. Il complesso rapporto tra il vino e Istanbul

a cura di Lorenzo Ruggeri

Il vino in Turchia è una trama complessa di gusto, cultura, religione. E politica. Basta vedere la diversità nei consumi di Istanbul tra la sponda europea, i ritmi con i quali saltano i tappi nei locali eleganti di Beyoğlu, e la parte asiatica. In mezzo c'è un limite non solo geografico: il Bosforo. Nel Settembre del 2013 il governo di Erdoğan ha emanato leggi ancora più restrittive: proibita la vendita di alcolici nei negozi dopo le 10 di sera, vietata qualsiasi pubblicità di alcolici anche all'interno dei locali e negat perfino la somministrazione nei locali che si trovano entro 100 metri da scuole o istituti religiosi. In mezzo a questi ostacoli, alla quale va aggiunta la luxury tax che incide in modo pesante soprattutto sui vini importati, il consumo del vino è in crescita. Siamo stati a Istanbul per la seconda tappa del Top Italian Roadshow. Da pionieri, considerando che molte manifestazioni sono state annullate negli ultimi anni a causa dei vincoli imposti. I nostri seminari hanno accolto un pubblico attentissimo e preparato: particolarmente apprezzati i vini rossi di buona concentrazione e sostenuto tenore alcolico. *"Il consumo è molto orientato verso vini rossi, almeno il 70%"*, ci racconta il giornalista Atakan Aya. *"La produzione interna è in grande espansione, dopo aver puntato sui vitigni internazionali, sta riscoprendo un ricco patrimonio di varietà: dal bogazkere al kalecic karasi". "Qui in Turchia la gente conosce Toscana e Piemonte, pochissimo il resto d'Italia. C'è l'abitudine a bere superalcolici, soprattutto il Raki (liquore aromatizzato all'anice; ndr) ma la cultura del vino sta crescendo"*, commenta Çağrı Burak Sağlam, food & beverage Sales Supervisor di Eataly Istanbul. Nei primi 8 mesi del 2014 l'Italia ha esportato vini verso la Turchia per una quota di 2,2 milioni di euro, il volume è di 7 mila ettolitri. Chiude Uryan Doğmuş, chef e proprietario del ristorante Gile: *"Negli ultimi 5 anni la ristorazione di Istanbul ha cambiato marcia, molti chef sono andati all'estero e ora stanno rinnovando la cucina turca, spingendo verso la ricerca del prodotto e nuove tecniche. La domanda di addetti preparati sta crescendo tantissimo"*. E da Febbraio il Gambero Rosso, grazie all'accordo con Usla, avvierà corsi di cucina italiana amatoriale e professionale.

IL MIO EXPORT. Roccapesta – Alberto Tanzini

1. Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?
Oggi le vendite extra-Italia contano per il 60% circa del totale. I mercati oggi più importanti in termini numerici sono Germania, Svizzera e Giappone.

2. Dove si vende meglio e dove peggio. E perché?
Nei mercati centro-europei si lavora molto bene, grazie al rapporto personale con gli importatori ed i loro clienti, la vicinanza culturale e lo scambio reciproco di visite nel corso dell'anno.

3. Come va con la burocrazia?
La burocrazia italiana è molto complessa e articolata per quanto concerne la produzione di vino. Sul fronte esportazioni, la politica commerciale aziendale ci semplifica la vita: lasciamo che sia l'importatore estero a farsi carico del trasporto e delle relative pratiche doganali.

4. Come sono cambiati l'atteggiamento e l'interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano?
Mercati molto giovani (Cina, Sud Est asiatico) tendono a privilegiare vini economici o vini "status symbol", vini costosi. I mercati più evoluti (Europa e Usa), scelgono i vini per personalità e rappresentatività del terroir.

Roccapesta | Scansano | Grosseto | www.roccapesta.it

NEL PROSSIMO NUMERO
VILLA DI CORLO

Come chiuderà il 2014 per le più importanti aziende? Quali i prodotti che hanno dato i margini più alti? In questa anteprima di Tre Bicchieri i primi bilanci 2014 e le previsioni per il 2015

L'export sorregge i primi dieci brand del vino italiano

a cura di Gianluca Atzeni

Tutto considerato è stata un'annata positiva per le prime dieci aziende del vino italiano. Secondo un sondaggio di Tre Bicchieri Settimanale, realizzato a dicembre, il 2014 sta per andare in archivio con un mercato nazionale in pari o in lieve calo ma con un export determinante, in ascesa, che non tradisce le aspettative di un anno fa. Da Giv a Zonin e Botter, da Antinori ad Enoitalia e Caviro (marchi che assieme valgono oltre 2 miliardi di euro), l'anno che precede Expo ha consentito comunque di portare a casa risultati che lasciano ben sperare per il 2015.

Il Gruppo Giv, presieduto da Corrado Casoli, prevede una sostanziale stabilità in chiusura d'anno: "*Il fatturato consolidato sarà intorno ai 348 milioni di euro, con 221 milioni realizzati dalla capogruppo. Chiuderemo a 90 milioni di bottiglie*" spiega Casoli "*ma a parità di volumi col 2013 il mix del venduto è migliorato in termini qualitativi, segno che il Gruppo è riuscito a spostare le vendite su marche strategiche piuttosto che sulle private*". Bene, in particolare, i brand Bolla, Lamberti, Nino Negri, Rapitalà e Castello Monaci. Tra i Paesi: Nord America, Cina e Russia segnano le migliori performance. Mentre in Cina tutto è pronto per l'esordio della nuova società di trading (non più solo consulenza) Giv Shanghai. "*Per il 2015*" aggiunge "*prevediamo una crescita di volumi e fatturato che potrebbe superare il 5%*". Gli spumanti, Prosecco in primis, saranno una delle chiavi di volta, con Bolla, Lamberti e Cavicchioli sull'estero e Carpenè Malvolti per l'Italia. I vini veneti, infine, saranno protagonisti in alcuni progetti futuri, che sono in fase di studio. Per quanto riguarda la controllante **Riunite & Civ**, l'anno fiscale chiuso al 31 luglio segna ricavi per 205 milioni di euro, con previsioni stabili sul 2015. "*Tra i maggiori incrementi*" sottolinea il dg Vanni Lusetti "*i vini a Doc Lambrusco Reggiano e Lambrusco Grasparossa di Castelvetro, tra i rossi, e il Pignoletto tra i bianchi, con progressi significativi anche grazie all'apertura di mercati esteri*". Per il 2015, è previsto un leggero aumento dei volumi complessivi con l'obiettivo di superare quota 130 milioni di bottiglie. "*Importanti investimenti*" conclude Lusetti "*sono programmati all'estero con un focus per il Nord-America col lambrusco, nostro prodotto bandiera*".

Stime positive anche per Caviro (28% di ricavi esteri) che prevede di chiudere l'anno con un +5% a valore e a volume rispetto ai 320,6 mln dell'anno precedente. Tuttavia, la coop romagnola, e il suo Ceo, Sergio Dagnino, temono la perdurante crisi dei consumi italiana nel 2015: "*E per l'estero*" aggiunge Dagnino "*preoccupano le turbolenze di alcuni mercati come Russia e Ucraina. L'Italia si dovrà anche guardare da Cile e Spagna, sempre più competitivi su prezzo e qualità*". Il prossimo anno sarà inoltre dedicato al completamento del portafoglio vini superpremium e l'allargamento di gamma del marchio Tavernello.

La divisione vini di Campari (228 milioni di euro nel 2013) ha fatto segnare alti e bassi, considerando i primi nove mesi, a seconda delle tipologie. I marchi Montoro e Riccadonna hanno realizzato in 9 mesi una crescita del 15,5% (+20,3% nel solo terzo trimestre) in particolare in Russia e Nuova Zelanda; il marchio Cinzano (Vermouth compreso) segna -5,6% in nove mesi e +0,2 nel terzo trimestre; mentre Sella&Mosca, Enrico Serafino e Teruzzi&Puthod segnano +2,2% nei primi nove mesi e -5,1% nel solo terzo trimestre. Su quest'ultima categoria degli still wines restano in campo le voci di cessione (che avevamo anticipato nel numero del 13 novembre), nell'ambito di una rifocalizzazione del Gruppo sui marchi a più ampio margine.

Si concentra fuori confine anche la crescita del brand **Antinori**, che prevede una chiusura d'anno a +4%: "*Il fatturato caratteristico sul vino*" dice l'ad Renzo Cotarella "*dovrebbe farci raggiungere 157 mln di euro, mentre quello globale a 170 mln considerando i proventi dalle altre attività*". La stima di crescita in valore per il 2014 va di pari passo con un calo dei volumi (a 22 milioni di bottiglie). "*Pesa la minore disponibilità di vino dell'azienda e uno spostamento del mix dei prodotti verso l'alto con meno vini di fascia bassa*". Nel dettaglio: l'Italia (35%) chiuderà piatta; bene Usa, Germania, Canada. "*Per il 2015*" rileva Cotarella "*è possibile prevedere una leggera crescita dei ricavi*".

Dovrebbe chiudere con un +5% il fatturato del gruppo trentino **Mezzacorona** (163 milioni il bilancio precedente, chiuso ad agosto 2013). "*Prosegue il trend positivo osservato la scorsa stagione e, pertanto, siamo soddisfatti*" afferma il dg, Fabio Maccari "*nonostante un anno con qualche difficoltà di mercato, a causa soprattutto di un euro forte*". A registrare i migliori risultati sono gli spumanti, soprattutto negli Usa e nei Paesi Scandinavi. Ma sono cresciute anche Russia e Cina, piazze non da grandi numeri assoluti ma dove si sta lavorando con figure specifiche come i resident manager, per fidelizzare il mercato. »

*CONTROLLANTE DI GIV

IL SENTIMENT DELLE PRIME DIECI AZIENDE ITALIANE

SOCIETÀ/GRUPPO	2013 ricavi in mln	2014 stime chiusura	2015 previsioni
GIV	348	STABILE	+5%
RIUNITE & CIV*	202	STABILE	+
CAVIRO	327	+5%	+
CAMPARI	228	ND	ND
ANTINORI	166	+4%	+
MEZZACORONA	163	+5%	+
F.LLI MARTINI	159	STABILE	+
ZONIN	154	+4%	+
CAVIT	153	+3,7%	+
BOTTER	136	STABILE	+5%
ENOITALIA	128	STABILE	+

* fonte Mediobanca (Indagine settore vinicolo 2014)

» "*Continueremo poi a puntare su Germania, Stati Uniti e Italia, che rappresentano assieme l'80% circa del fatturato. Per il 2015, è probabile che, col recente indebolimento della moneta unica, a trarre beneficio sarà soprattutto l'export. Il nostro obiettivo è rafforzare le marche e insistere sul legame tra brand e territorio*". **Fratelli Martini** conferma la tenuta del fatturato a 159 mln di euro "*nonostante la complessa congiuntura economica e grazie alla rapida reattività ai mutamenti dei mercati e al continuo investimento su nuove arene competitive*" spiega il patron Gianni Martini. "*L'export si conferma il core business con circa 90% del fatturato. E grazie al buon momento delle esportazioni italiane, ci aspettiamo un 2015 interessante in cui consolideremo i mercati storici e cercheremo nuovi sbocchi*". La società prevede di lanciare nuovi prodotti e attuare un restyling di quelli attuali. Prosegue anche l'ampliamento "*nel rispetto dell'ambiente*" dello stabilimento di Cossano Belbo.

Chiude con il segno più anche Casa vinicola Zonin. "*Nonostante la vendemmia anomala il fatturato 2014 salirà a 160 milioni, con +4% rispetto ai 153 del 2013*" dice Michele Zonin, financial controller dell'azienda, che sottolinea le performance dell'export (+6%), soprattutto in Inghilterra e Canada (dove è in evidenza il Chianti Classico di Castello d'Albola), con gli Usa in pareggio sul 2013 e il dato positivo dell'Australia. "*In Italia vendite stabili*" aggiunge "*dove stiamo spingendo sui vini delle tenute di Puglia e Sicilia. Per il prossimo anno proseguiremo a valorizzare le tenute di famiglia*". Cresce del 3,7%, soprattutto per merito dell'estero, il fatturato 2013/2014 del consorzio di cantine trentine **Cavit** (158,5 mln di euro, 4.500 viticoltori) il cui export, che vale il 79% dei ricavi, segna +4,7% rispetto al più modesto +1,1% del mercato domestico. Risultato netto a 5,6 milioni di euro sui 4 del bilancio 2012/2013. Spumanti in spolvero col +12% di vendite: settore strategico per la compagine presieduta da Adriano Orsi, che ha perfezionato quest'anno l'acquisizione della tedesca Kessler. Usa, Canada, Cina, Russia e Giappone i mercati su cui si è concentrato il lavoro, che ha incluso la riorganizzazione della rete vendite Italia. Nel 2015, Cavit proseguirà col progetto Pica, piattaforma tecnologica per l'implementazione di una viticoltura sostenibile e di precisione: strumento che ha consentito nella vendemmia 2014 di "*valorizzare il raccolto e ammortizzare gli effetti negativi del clima*". Stabili i ricavi per **Casa vinicola Botter** a 135,77 mln di euro (95% derivante dall'estero). L'azienda diretta da Michele Fornasier, protagonista di ottime performance nel 2013, prevede nel dettaglio di chiudere con ricavi sull'export a +0,5% a fronte di un -4% in quantità; Italia a -39% a volume e -35% a valore (4,27 mln). Buone le previsioni 2015: con una risalita dell'Italia (a 4,5 mln di euro) e con un estero stimato a 138 mln di euro (+5%). "*Nel 2015 concentreremo i nostri sforzi su Usa, Germania e mercati Asiatici*" dice Fornasier "*e punteremo su Prosecco Doc e Docg, Pinot Grigio e sui vini del Sud Italia: dal Negroamaro al Primitivo, alla Falanghina*".

Infine Giorgio Pizzolo, presidente di Enoitalia (128 milioni di euro, 75% all'estero), non ha dubbi sull'anno che sta per chiudersi: "*Sarà senz'altro positivo: i volumi previsti a budget verranno rispettati pienamente. I ricavi hanno tenuto pur in presenza di un calo di consumi strutturale e uno spostamento della domanda, in alcuni casi, verso prodotti più convenienti di altri Paesi*". Il 2015 per l'azienda di San Martino Buon Albergo "*prevede un aumento di volumi e fatturato anche grazie alle buone performance degli spumanti*". La novità 2015 è il lancio del primo di una serie di speciali progetti di filiera sul territorio, focalizzati su un "*brand tutto italiano*". Da promuovere innanzitutto in Italia, perché "*in un momento di forte contrazione*" osserva Pizzolo "*è un'occasione per valorizzare il lavoro di chi meglio riuscirà a comprendere i cambiamenti in atto*". Come dire: se vuoi essere forte fuori casa, devi esserlo prima in casa.

PROSECCO DOC
ITALIAN GENIO
AUGURI DI BUONE FESTE
SINCERI E SPUMEGGIANTI
COME IL PROSECCO DOC

discoverproseccowine.it
info@consorzioprosecco.it
Azione realizzata con il contributo di:
Camera di Commercio Treviso

Dazi, barriere, tutela delle denominazioni. Tutte questioni che l'Italia vorrebbe risolvere, aprendo un capitolo specifico nel Partenariato trans-atlantico. Ma gli Usa non sembrano essere dello stesso avviso. In fondo l'ago della bilancia degli scambi vitivinicoli pende a favore dell'Ue...

Ttip, il vino europeo non può più attendere

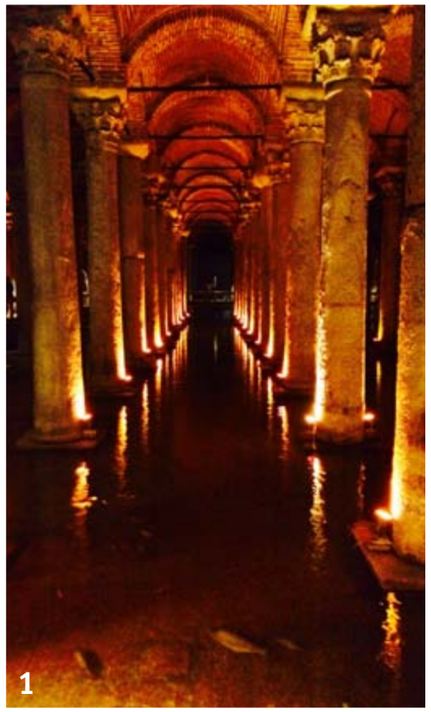
a cura di Andrea Gabbrielli

La richiesta di aprire un "capitolo specifico" sul vino nell'ambito della trattativa sul Ttip (Transatlantic Trade and Investment Partnership) tra l'Ue e gli Usa, è stata al centro del dibattito svolto al termine del consiglio confederale dell'Unione Italiana Vini (Uiv) e a cui hanno partecipato rappresentati del Mipaaf, Mise e Ambasciata Usa. In discussione le questioni legate all'export, alle barriere tariffarie, alla burocrazia e la tutela delle denominazioni. Quanto queste questioni siano importanti per l'Europa e per l'Italia è presto detto. Ma quanto lo sono per gli Usa? Si tenga conto che nel 2013, i Paesi Ue hanno venduto vino negli Usa per 2,5 miliardi di euro dei quali oltre 1 è appannaggio del Belpaese, mentre l'export americano di vino è stato pari a 467 milioni di dollari (comunque in crescita: + 43% dal 2008). *"Gli Usa"* ha commentato **Paolo Castelletti**, segretario generale dell'Unione Italiana Vini *"vorrebbero mantenere l'accordo vino Usa-Ue in essere dal 2006 senza prevedere un capitolo specifico all'interno della trattativa del Ttip. Questo perché nella bilancia degli scambi commerciali vitivinicoli l'Unione Europea è favorita e gli americani a conti fatti non avrebbero interesse ad aprire un capitolo dedicato al vino a causa del modesto ritorno economico ottenuto dalla liberalizzazione degli scambi"*. Difatti attualmente la situazione del negoziato, giunto al settimo round, non ha fatto ancora sostanziali passi in avanti. *"Il vino non ha ancora un suo capitolo specifico"* ha detto il Presidente Uiv **Domenico Zonin** *"e siamo ancora fermi all'accordo siglato nel 2006, che sicuramente ha rappresentato un primo importante traguardo, ma che ora deve essere migliorato e completato attraverso il Ttip. Il sistema del vino italiano non può più attendere"*. Tra le questioni irrisolte il riconoscimento di 17 Indicazioni Geografiche Europee (per esempio, per l'Italia, Chianti e Marsala e per la Francia, Champagne e Burgundy) che negli Usa sono autorizzate in quanto catalogate come "categoria o tipologia" di prodotto (vino tipo Chianti, ecc.) più che nome "geografico" tutelato. Un danno per le aziende europee e un inganno per i consumatori americani che però non lo vivono come tale. **Katherine Hadda**, ministro consigliere agli Affari Economici dell'Ambasciata Usa in Italia, intervenuta nel dibattito è stata molto chiara in proposito: *"Le sensibilità sono molto diverse in proposito e il consumatore Usa è abituato a considerarli queste tipologie come tali. Resta il fatto che nonostante ciò, la crescita dei vini europei continua ad essere costante"*.

Secondo Paolo De Castro, coordinatore alla Commissione Agricoltura e Sviluppo Rurale del Parlamento Europeo e referente per i negoziati di libero scambio tra Ue-Usa "Occorre riflettere ed avere a disposizione tutte le informazioni, sia dal punto di vista dei rischi, ma anche delle opportunità" ha dichiarato *"rispetto ad un mercato Usa che conta 350 milioni di abitanti e con un reddito pro capite del 50% più elevato di quello europeo"*. La Ue esporta negli Usa (6 miliardi di euro di attivo) più di quanto importa pertanto una discussione che coinvolga le varie filiere commerciali e dell'agricoltura, è importante. De Castro conclude ricordando che *"il Parlamento Ue ha potere di veto quindi i negoziatori ci devono convincere altrimenti è chiaro che prima il Parlamento Europeo e poi i Parlamenti nazionali, alla ratifica, voteranno contro"*.

Altro tema caldo, riguarda l'eliminazione delle ultime barriere tariffarie esistenti che per il modesto impatto economico (0,131€/l per i vini fermi imbottigliati e 0,32€ per gli spumanti europei, contro 0,068USD/l per i vini fermi imbottigliati e 0,198USD/l per gli spumanti americani) non rappresentano una reale barriera protettiva dei rispettivi mercati mentre comportano un aggravio di adempimenti amministrativi e di costi addizionali per gli operatori. L'eliminazione definitiva, faciliterebbe l'interscambio tra i due continenti. Un altro scoglio è il mancato riconoscimento da parte degli Usa delle pratiche enologiche autorizzate dall'Oiv, organizzazione da cui gli Usa sono usciti. Infine tutta una serie di questioni che abbracciano un ampio arco di temi, dalla definizione di vini biologici all'etichettatura, dalle facilitazioni fiscali alle vendite dirette, dall'introduzione di alcuni dazi specifici al "drawback scheme" (cioè il rimborso di dazi e accise sui vini sfusi importati da Paesi terzi e riesportati dagli Usa) che, insieme ad altre, vengono definite come ostacoli all'accesso al mercato. *"Rileviamo l'urgenza di istituire un gruppo di lavoro bilaterale istituzionalizzato"* ha proposto al termine del dibattito, **Domenico Zonin** *"capace di anticipare le potenziali problematiche introdotte dalle evoluzioni della normativa e prevenire barriere commerciali ingiustificate o sproporzionate. Inoltre accogliamo con vivo interesse, la proposta del Ministero dello Sviluppo Economico, di istituire uno sportello unico di assistenza alle Pmi con l'obiettivo di facilitare il loro accesso al mercato americano"*.

Il Ttip, iniziato nel luglio 2013, ha l'obiettivo di ridurre i dazi doganali, di abbattere le differenze dei regolamenti tecnici e le procedure, di armonizzare le regole sanitarie e fitosanitarie per rendere più libera la circolazione delle merci, facilitare i flussi degli investimenti e l'accesso ai mercati e agli appalti pubblici. Particolarmente contestato in Europa è l'introduzione di un arbitrato internazionale (Isds o Investor-state dispute settlement) che permetterà alle imprese di intentare cause per "perdita di profitto" contro i governi dei paesi europei che decidessero di promuovere legislazioni in grado di mettere in discussione i profitti delle stesse imprese.



ISTANBUL. Ultima tappa 2014 del Roadshow Gambero Rosso. Nelle foto alcuni dei momenti della degustazione e dei seminari tenuti da Gianni Fabrizio e Lorenzo Ruggeri della guida Vini d'Italia, davanti ad un pubblico attento e preparato. E a dimostrazione dell'interesse turco per il wine & food italiano, proprio a Istanbul da febbraio partiranno i corsi di

cucina, nati dall'accordo tra Gambero Rosso e Usla (International Hospitality and Culinary Instute), mentre nei prossimi mesi su Gambero Rosso Channel (Sky 412) andrà in onda uno Speciale dedicato alla cucina contemporanea turca. Il Roadshow, invece, ripartirà a gennaio da Stoccolma.