



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



LA MIGLIORE OFFERTA

SICILIA

Dopo mesi difficili, il settore segna una ripresa. Parlano Assovini e Irvos *pag. 2*

BILANCI

Chiusura d'anno per Soave e Cevico. E Cantine Due Palme riconferma Angelo Maci *pag. 5*

FALSI

Inizia il processo Kurniawan: nuove rivelazioni sulla più grande truffa di vini di sempre *pag. 9*

CHIANTI

Continua il dibattito sul Classico. Il presidente Zingarelli risponde a Fiore *pag. 10*

ASTE

L'intervista al ceo della Gelardini&Romani. Quale futuro per i vini italiani *pag. 12*

d
Auction Hong Kong



Solo su **sky** | Canale 411



“il,, Lugana

camaiol.it

RALLO, LA SICILIA RIALZA LA TESTA. ANCHE GRAZIE ALLA DOC UNICA

a cura di **Gianluca Atzeni**

"Dal maggio scorso, la Sicilia del vino ha rialzato la testa, dopo la forte riduzione sul mercato interno, tra i canali Gdo e Horeca, che ha caratterizzato il periodo novembre 2012-aprile 2013". Lo afferma a Tre Bicchieri il presidente di Assovini, **Antonio Rallo**, nel fare il punto sul mercato: "La situazione economico-politica incerta e l'applicazione dell'articolo 62 sui termini di pagamento ci ha creato non poche difficoltà. L'export, al contrario, ha dato soddisfazione ai nostri associati e complessivamente il trend in atto, con aumenti rispetto allo stesso periodo di un anno fa tra il 20% e il 35%, dovrebbe farci ritornare ai livelli del 2011. Quantomeno non stiamo indietreggiando". La vendemmia appena trascorsa ha fatto registrare un record produttivo di vini a Do e Ig: quasi 3 milioni di ettolitri sui 4,7 prodotti, con un buon contributo della nuova Doc Sicilia. E la produzione complessiva di vino registrerà un +30% rispetto allo scorso anno (stime Assoenologi), avvicinandosi ai

6,75 milioni di ettolitri. "Da un lato si torna ai livelli medi produttivi del decennio, dall'altro questo aumento ha determinato un calo dei prezzi delle uve durante la vendemmia" sottolinea **Michele Riccobono**, dirigente dell'Osservatorio vitivinicolo dell'Istituto regionale vini e oli, che rileva l'importanza dell'aumento dei vini a denominazione: "Mentre prima si registravano 200mila ettolitri di vino Doc, principalmente rivendicato a Marsala, ora si raggiungono i 600/700mila ettolitri anche grazie alla Doc Sicilia". In particolare, da gennaio a novembre sono circa 150mila gli ettolitri rivendicati (361 le richieste pervenute); in gran parte si tratta di vino bianco, e occorrerà attendere le rivendicazioni dei rossi stimati in 300/400mila ettolitri per tirare le somme. Intanto, per la Doc Sicilia, secondo gli ultimi dati sono 1.200 i soci riuniti nel Consorzio presieduto dallo stesso Rallo: "Non è certo un cattivo numero" conclude "e a giudicare dalla tendenza delle ultime settimane il 2014 ci vedrà ancora in crescita".

Prosecco Docg archivia un 2013 positivo ma in Gdo la scontistica è sempre più forte

a cura di **Gianluca Atzeni**

È una delle denominazioni che non conosce crisi, a giudicare dal Rapporto annuale del Centro studi di distretto del Conegliano Valdobbiadene Docg. Export in aumento del 14,8% nel 2012 e canale Gdo (iper, super e superette) in cui la crescita risulta sostenuta da una maggiore pressione promozionale che ha contenuto la crescita del prezzo medio. Nella distribuzione moderna, se gli spumanti, dopo un 2012 con segno meno, a ottobre 2013 segnano nel complesso un +2,4 a valore e un +0,9% a volume, il Prosecco fa meglio: +8,4% a valore e +6,4% a volumi. La Docg, in particolare, subisce la maggiore pressione della scontistica, al punto che il differenziale di battuta di cassa con il Prosecco Doc si è assottigliato a soli 0,78 centesimi di euro. I prezzi medi (che continuano a salire rispetto agli anni precedenti) a ottobre segnano 5,82 euro a bottiglia per la Docg e 4,47 euro per la Doc. Ma non c'è da lamentarsi, malgrado al sud si registri un lieve calo delle vendite (-0,9%).

5.896 ettari vitati
68,8 mln bottiglie prodotte nel 2012
28,3 mln bottiglie all'estero nel 2012
132 mln euro fatturato export (+14,8% '12/'11)
450 mln euro valore al consumo
5mila occupati nel Distretto
30% occupati sotto i 40 anni
300mila enoturisti nel 2012 (+25%)

Perché la Docg si vende per il 68% dei volumi al nord, rispetto al 22% di centro e Sardegna e all'8% del sud. E il consumatore sembra cominciare a percepire il valore aggiunto rispetto alla Doc: uno su due, infatti, riconosce Conegliano Valdobbiadene come l'eccellenza del prosecco. I produttori (9 su 10) guardano al paesaggio come elemento per vendere meglio le 68 milioni di bottiglie annue. E gli stranieri sul territorio sono diventati

300mila (+25%). "Il mix di aziende di dimensioni diverse ha creato un modello vincente" ha fatto notare il professor Vasco Boatto, direttore del Cirve e curatore del rapporto. Il distretto conta 5mila occupati, il 30% dei quali sotto i 40 anni: "Il valore di questo vino" ha concluso il presidente del Consorzio, Innocente Nardi, "non si limita a criteri esclusivamente economici ma tocca aspetti sociali e storici, con importanti ricadute occupazionali".

STRATEGIE. 5 GRADI SOTTO ZERO IN GDO E IL CONSUMATORE MUTA LE PREFERENZE

Meno 5 per il vino sullo scaffale italiano e contemporanea strategia difensiva delle grandi marche, contro il deprezzamento dovuto alla forte scontistica. Sono i due elementi che caratterizzano l'ultimo periodo di vendite nella distribuzione moderna. L'ultima fotografia Istat dice che mentre il dettaglio viaggia a -2%, la Gdo è a quasi -4%: con gli Iper a -5,5%, i Super -5,3% e i discount, in controtendenza, a +0,4%. Il vino confezionato realizza -6% in volume a fronte di un +3% in valore. Trend dovuto all'aumento della materia prima che ha generato un rialzo costante del prezzo. Ma cosa non sta funzionando nel segmento sotto i 5 euro? A guardare le ultime tendenze, le tipologie più in difficoltà sono Sangiovese, Trebbiano e Nero D'Avola, che hanno perso in volume il 25%, il 20% e il 17%, segnando a valore -8,6%, -7% e -4%. Nel podio: Lambrusco, Chianti e Barbera. Un tridente che genera un volume d'affari di quasi 200 milioni di euro; tridente che flette in volume ma tiene in valore. Sempre sotto i 5 euro, va detto che 8 su 10 tra i più venduti sono rossi, con soli due bianchi, Chardonnay e Vermentino. Quest'ultimo è il bianco più venduto in Italia e, assieme alla Bonarda (facilitata da un forte radicamento nel nord Italia), molto gettonato. Continua, infine, l'ascesa del Prosecco che vende e guadagna il 10%. A fronte di questa tendenza che segna una sorta di prima metamorfosi dei consumi, le più blasonate etichette (dal Pinot Grigio di Santa Margherita, a Corvo, dal Santa Cristina di Antinori al Vermentino di Sella & Mosca, fino al Morellino di Cecchi, i top player) nel 2013 hanno tolto il piede dall'acceleratore. In che senso? Hanno cioè evitato le politiche promozionali 'a sconto' a vantaggio di un nuovo posizionamento che va nella direzione più remunerativa della fascia 6/7 euro. Per fare cosa? In futuro, baseranno le loro attività verso iniziative culturali di promozione della qualità percepita. Perché, infatti, non ricominciare la comunicazione e informazione sugli effetti salutistici del vino, delle sue proprietà



antiossidanti, a partire dai flavonoidi, per catturare l'attenzione del consumatore? In Gdo si acquista il 62% di tutto il vino italiano, e sarebbe bene fornire al cliente fruitore i migliori strumenti per orientare la scelta quando davanti si trova un muro di oltre 500 etichette.

Lorenzo Tersì wine advisor | mail@lorenzotersi.it

we found the equation of happiness

$$h = P + T_1 + T_2 + Q$$

Passion, Taste, Tradition, Quality



MEDICI ERMETE
sparkling excellence

La soluzione
logistica avanzata
per il mercato
Wines & Spirits



www.ggori.com

WE MOVE PRECIOUS COMMODITIES: YOURS.

GIORGIO GORI
GLOBAL TRANSPORT & LOGISTICS

Tullum, dentro c'è un paese intero.



Tempi difficili per la Liguria: produzione e aziende in forte calo

Per la Liguria vinicola il quadro non è dei migliori. L'allarme arriva da Padova, al convegno "Viticoltura enologia", organizzato da Senaf. La produzione di vino scende da 76 mila del 2011 a 46mila ettolitri del 2012, con le aziende che da 12.544 passano a 3.910. Soffrono i vini da tavola, passati da 29mila ettolitri a poco meno di 5 mila (10% della produzione totale); tengono Doc e Docg (75%) con 34.834 ettolitri; mentre gli Igt, con 6.193 ettolitri, costituiscono il 13,5% del totale. Male le province di Savona e Imperia, va meglio La Spezia. La vendemmia 2013 dovrebbe assestarsi sui 46 mila ettolitri condizionata da un meteo non favorevole.

Convegno espositivo
Viticoltura • Enologia

Nuovo look per la Cantina Colli Morenici Cambia veste, a cinquant'anni dal primo imbottigliamento, la Cantina Colli Morenici di Ponti sul Mincio, in provincia di Mantova. La cooperativa lombarda (120 soci, 180 ettari, 300mila bottiglie e 1,5 milioni di fatturato) ha presentato oggi il restyling della struttura. Tra le prime nella zona a dotarsi di un impianto fotovoltaico, **la Colli Morenici punta ad alzare l'asticella dell'export, oggi al 6% dei volumi**, e della qualità, grazie a una nuova barriera. – G. A.



Nasce Diodoros, il vino della Valle dei Templi. In commercio da marzo

È appena nato, eppure ha alle spalle una storia millenaria. È Diodoros, il vino della Valle, frutto della convenzione tra il Parco della Valle dei Templi e la cantina Cva Canicattì, presentato stamattina ad Agrigento. L'obiettivo dell'accordo è riprendere la coltivazione in più di 400 ettari demaniali dell'area archeologica siciliana: dal vino ai pistacchi, passando per l'olio, le mandorle e gli agrumi. I vigneti da cui si origina Diodoros si trovano sotto il tempio di Giu-



none e rappresentano a pieno questo terroir: il cuore delle terre del Nero d'Avola, di origine alluvionale profondi e sabbiosi. A occuparsi della conduzione agronomica è la cantina di Canicattì, con l'enologo Tonino Guzzo, che per questa prima annata ha prodotto 6 mila bottiglie: un blend di Nero d'Avola (90%), Nerello Mascalese e Nerello Cappuccio, vendemmia 2012. A vestire la bottiglia è stato, invece, il design siciliano Antonio Giancontieri che ha proposto la raffigurazione di una colonna dorica stilizzata, scelta come etichetta (vedi foto) dai visitatori del Parco e dagli eno-appassionati. La commercializzazione, però, avverrà solo dal prossimo marzo: tempo necessario per la maturazione in bottiglia e per la presentazione ufficiale a Vinitaly 2014. – L. S.



Cevico festeggia i 50 anni a 150 mln di euro

a cura di Gianluca Atzeni

Prosegue il momento positivo del Gruppo Cevico, la cooperativa di Lugo di Romagna guidata da Ruenza Santandrea, che vede aumentare ulteriormente il proprio fatturato: il bilancio 2012/2013, anno in cui vengono festeggiati i cinquant'anni di attività, si chiude infatti con un consolidato 150 milioni di euro (+17%), con un patrimonio netto che sale da 63,9 a 64,7 milioni. In aumento anche il numero dei soci, che sono oltre 5mila. "Bene l'export, che tocca quota 25,7 milioni di euro", ha sottolineato il dg Lauro Giovannini, ricordando l'apertura di un nuovo wine bar a marchio 'Tot i de' (foto) a Seul, in Corea del Sud, dopo quelli di Tokyo e Hiroshima. Con 1,3 milioni di quintali di uva lavorata su 6.700 ettari, la cooperativa rappresenta il 30% della produzione del vino in Romagna, il 17% del vino in Emilia Romagna e il 2,7% in Italia. Il fatturato di gruppo la colloca tra i primi dieci principali attori a livello nazionale.



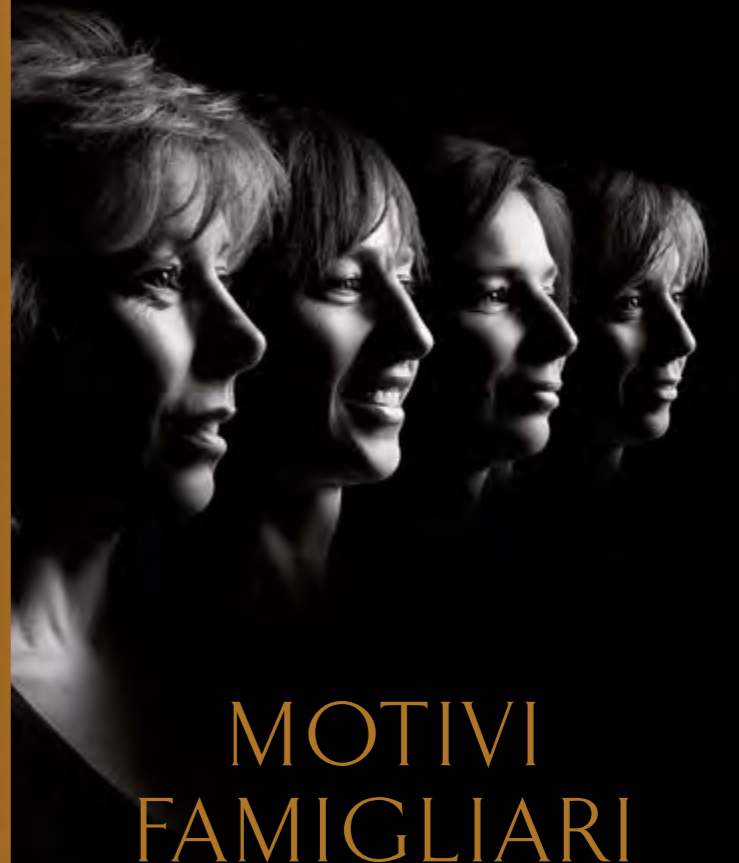
Cantine Due Palme riconferma Angelo Maci

Sarà ancora Angelo Maci a guidare per i prossimi tre anni la cooperativa Cantine Due Palme di Cellino San Marco (2.170 ettari vitati). Lo ha deciso l'assemblea che ha rinnovato nei giorni scorsi il consiglio di amministrazione. "In un anno in cui il sistema paese è stato colpito da uno tsunami economico" ha detto il presidente Maci "Cantine Due Palme si è confermata un'azienda immune alla crisi". Sono stati 10 i milioni di euro investiti negli ultimi tre anni, con i 1.200 soci che hanno beneficiato della crescita della valutazione media delle uve, passata da 2,42 euro per grado zuccherino del 2011 a 2,56 euro; in aumento il prezzo medio delle uve, passato da 45,57 euro a 49,88. Il bilancio si è chiuso a 28,2 milioni di euro (+24%) e ai soci nel 2012 sono stati liquidati 11.676.298,70 euro. – G. A.

Cantina Soave, record remunerazione ai soci

Cantina di Soave chiude il bilancio 2012/2013 a 103 milioni di euro, contro i 107 dell'anno precedente; ma riesce a toccare il record di liquidazione unitaria delle uve, con un +29%, nonostante una produzione 2012 in calo del 32% a 778mila quintali. Cresce l'incidenza dell'export dal 44% al 48%, sale da 49,8 a 50,6 milioni il patrimonio netto, a fronte di un flusso di cassa di 6 milioni e di un utile d'esercizio di 1,2 milioni. I numeri presentati oggi a Verona dal presidente Attilio Carlesso e dal dg Bruno Trentini, dicono anche che prosegue il trend positivo del fatturato dei vini a marchio aziendale (+2,11% e +62% in dieci anni): "Un risultato gratificante" spiega Trentini "perché questo segmento rappresenta il vero patrimonio commerciale dell'azienda". – G. A.

VALDOBBIADENE DOCG PROSECCO SUPERIORE



MOTIVI FAMILIARI

Nel nome dello "Ius Naturae", il diritto naturale che precede ogni legge, coltiviamo i nostri vigneti sfruttando la vitalità della terra, la sua esposizione, il clima ed ogni spontanea e benefica risorsa che nutre le radici. Abbiamo così ottenuto un vino sempre unico, espressione perfetta delle caratteristiche del Terroir a cui appartiene.

A cui noi apparteniamo.



BORTOLOMIOL

DAL 1760

VALDOBBIADENE

www.bortolomiol.com



"IUS NATURAE"
Valdobbiadene DOCG Prosecco Superiore Brut Vino Biologico

ALTEMASI
TRENTO DOC
DNA TRENTO



CAVIT
TRENTO



Nasce il blog Food24

Debutto nella blogosfera agroalimentare per IlSole24ore che nei giorni scorsi ha lanciato Food24 per raccontare prodotti, tendenze e personaggi che ruotano attorno al cibo made in Italy. Il nuovo blog riserverà ampio spazio a storie che vogliono guardare oltre "la vetrina": prima prova è l'inchiesta sui costi dei ristoranti dal titolo "Perché il pinzimonio Ducasse costa 88 euro". Un capitolo a parte è dedicato al vino con studi, statistiche e informazioni legislative nello stile che contraddistingue da sempre il quotidiano economico.

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Loredana Sottile,

Andrea Gabbrielli, Attilio Scienza,

Lorenzo Tersi

foto

Gelardini&Romani, Decanter,

Sandro Michahelles

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

Concessionaria Poster Pubblicità

Via Angelo Bargoni, 8 00153 Roma

06.68896911 | poster@poster-pr.it

ENO MEMORANDUM

fino al 15 dicembre
Autunno in Barbagia

a Dorgali, Gavoi, Ollolai, Orgosolo, Sorgono, Meana Sardo, Onani, Tiana, Atzara, Olzai (Nu) www.sardegnaturismo.it; www.restipica.net

fino al 16 dicembre
FoodQuiz

"Caccia al 13 e vinci l'Oltrepò Pavese"

La Mescita dell'Enoteca Ferrara
piazza Trilussa 41, Roma

fino al 23 dicembre
Il Natale che galleggia

passeggiate tra i filari, visite alla cantina e degustazioni a cura dell'Azienda Mazzolada Portogruaro (Venezia) www.mazzolada.it

fino al 29 dicembre
Di cantina in cantina...

visite guidate e degustazioni in Franciacorta
ogni sabato, domenica

fino al 6 gennaio
Il Cibo Immaginario 1950-1970.

Pubblicità e immagini dell'Italia a tavola
Palazzo delle Esposizioni
Via Nazionale 194, Roma
www.palazzoesposizioni.it

fino al 9 gennaio
"Le lei di lei"

Il vino incontra l'animo femminile
Dozza (Bologna) Enoteca Regionale Emilia Romagna
Piazza Rocca Sforzesca

fino ad aprile
Cinemadivino con degustazione

www.cinemadivino.net

14 dicembre
asta Italian Grand Cru Gelardini&Romani
via F.Fuga 1/c Roma
ore 16

14 dicembre
Bollicine 2014 degustazione guidata da Gianni Legnani
Città del gusto Torino
ore 18.00 - 20.00

16 dicembre
Grandi Salumi
presentazione e conferenza stampa a seguire degustazione
Città del gusto di Roma
via E.Fermi 161
dalle ore 11.30

19 dicembre
Chef in Tour
cena di beneficenza per la popolazione sarda colpita dal nubifragio
Sant'Antioco (Cagliari)
Da Achille presso Hotel Moderno,
via Nazionale 82
ore 20,30

VINI&SCIENZA. IL SENSO DELL'IDENTITÀ

Lo stile è l'originale espressione di un periodo culturale, di un prodotto, di un modo di fare musica o di vestirsi. Ci chiediamo se il vino prodotto oggi in molte zone italiane, ne trasmette uno riconoscibile. Purtroppo la risposta è negativa: il nostro Paese presenta una molteplicità di stili, non solo tra le diverse Denominazioni, ma addirittura tra i vini di una stessa DOC, dove la tipologia dei vini prodotti spazia tra un gusto internazionale ed il ritorno ai vitigni autoctoni. Mettiamoci nei panni di un consumatore straniero in procinto di degustare un Cabernet dal gusto vanigliato o uno Chardonnay dall'impronta legnosa prodotti in Italia o in un qualsiasi luogo del mondo, assieme ad un vino toscano, piemontese o veneto: il mercato internazionale costruito con abilità dai Paesi del Nuovo Mondo sul modello francese, ha decisamente condizionato le scelte tecniche dei produttori italiani che pur di correre dietro ai gusti altrui hanno abbandonato il loro stile. Un grande artista ha affermato che per diventare universali è necessario essere locali: il vino italiano ha bisogno di non perdere il suo stile originario. Fortemente connessa al territorio, è la produzione dei vini cosiddetti "etici", espressione della viticoltura biologica e biodinamica. Il termine "eco-compatibile" nasconde, però, il tentativo di esorcizzare la crescente banalizzazione del vino nel mondo e di offrire l'occasione ad una ristretta cerchia di consumatori di distinguersi attraverso la scelta di questi vini. Nell'eterno dualismo tra conservatorismo e progressismo, queste espressioni di viticoltura di moda presentano aspetti interessanti per il rispetto integrale della complessità del terreno. Anche la comunicazione ha un ruolo importante da svolgere nella trasmissione dei valori positivi del vino italiano in chiave ermeneutica. La comunicazione si identifica oggi in quel quel pensiero unico che pretende di regolare i comportamenti produttivi della viticoltura europea tradizionale, che non a torto si oppone ad una colonizzazione che, attraverso la stampa specializzata dei Paesi del Nuovo Mondo, tende a delegittimarne i valori ed a creare i presupposti presso i consumatori di un'immagine del vino globalizzata e standardizzata.



Attilio Scienza

Ordinario di Viticoltura
Università degli Studi
di Milano



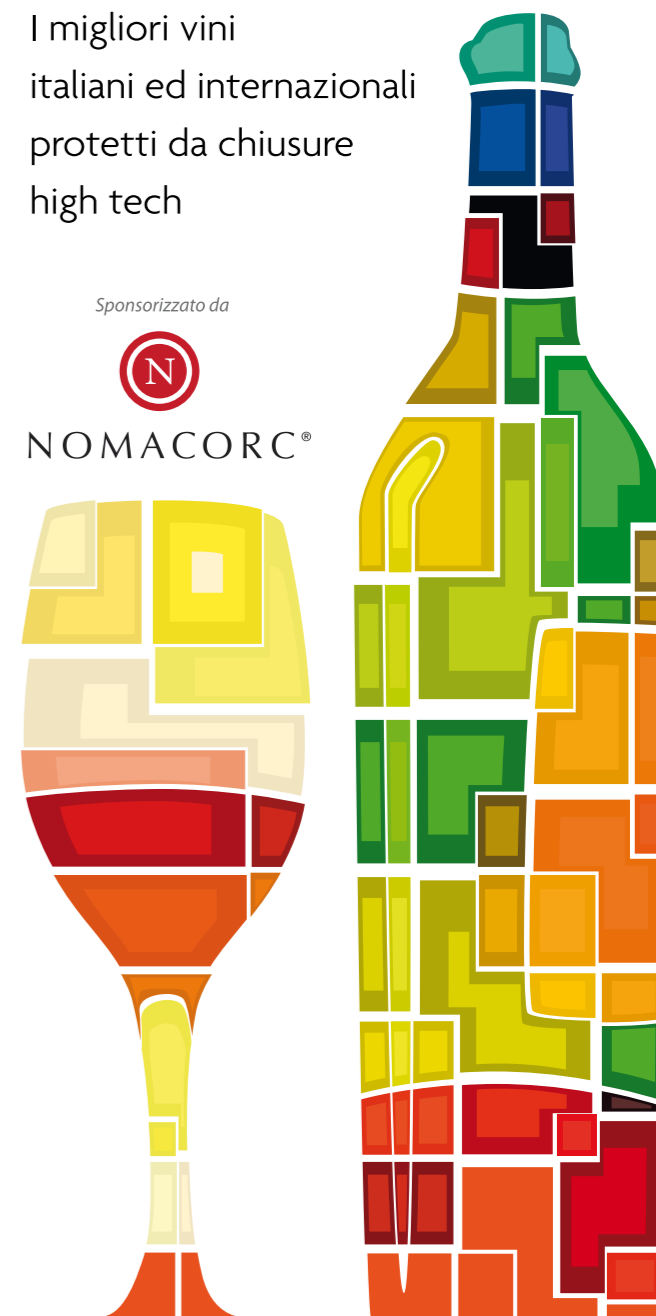
La tecnologia d'avanguardia a servizio della tradizione

I migliori vini italiani ed internazionali protetti da chiusure high tech

Sponsorizzato da



NOMACORC®



www.iononsoditappo.it



AGRICOLE GUSSALLI BERETTA

www.agricolegussalliberetta.com



LO SPARVIERE
FRANCIACORTA



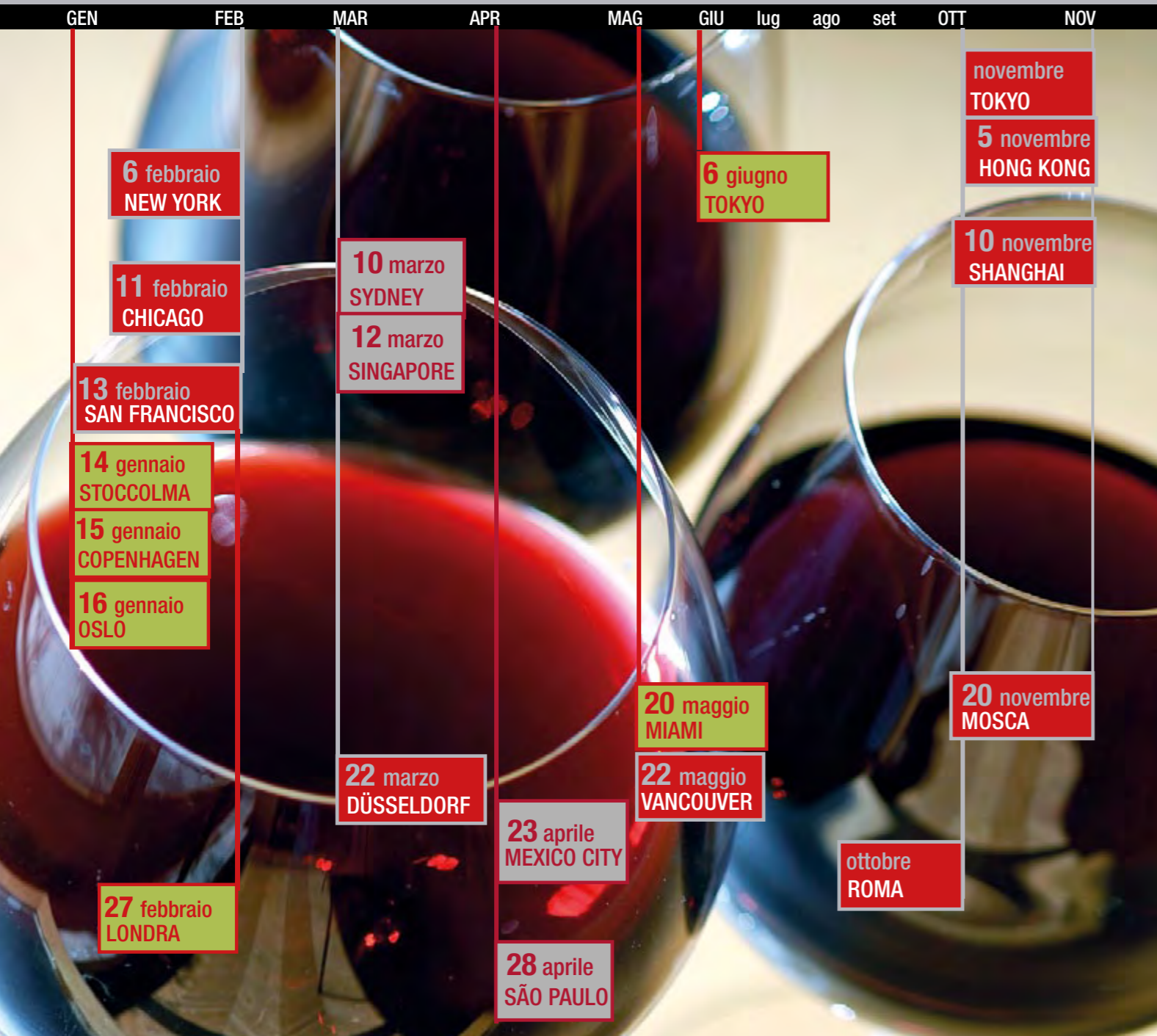
Castello di Radda
Chianti Classico



ORLANDI CONTUCCI PONNO
Colline Teramane



CALENDARIO 2014



Inizia il processo del "doctor Conti"

▲ a cura di Loredana Sottile

TERZO GIORNO DI PROCESSO a New York per il presunto truffatore dei fine wines, Rudy Kurniawan, soprannominato da Tre Bicchieri l'Arsenio Lupin del vino. La stampa estera di settore non parla d'altro: d'altronde **si tratta della più grande truffa di vino di tutti i tempi, in cui sono in gioco milioni e milioni di dollari e sono coinvolte le più importanti case d'asta mondiali**, dalla Acker Merrall&Condit a Christie's. L'ultima deposizione di poche ore fa è



ph. Decanter

di un ufficiale dell'Fbi che nel marzo del 2012 ha arrestato il collezionista cinese, dopo aver scoperto che viveva illegalmente negli States da quasi dieci anni. Durante il blitz nella sua villa di Los Angeles sono state ritrovate etichette di vino dei più famosi chateau e domaines francesi, tra cui Rothschild, Latour, Rousseau, La Mission Haut-Brion. E ovviamente anche di Domaine de la Romanee-Conti: non a caso Kurniawan era conosciuto nell'ambiente come "il dottor Conti". L'accusa ha anche presentato varie e-mail trovate nel computer dell'imputato che dimo-

strano l'acquisto di ceralacca per un valore di oltre 700 dollari. Insomma pare che il collezionista avesse ricreato in casa sua un piccolo laboratorio di contraffazione. Tra gli altri indizi emersi fino ad ora, i pesanti debiti dell'imputato con la Emigrant Bank Fine Art Finance. Tra pochi giorni toccherà agli avvocati di Kurniawan che pare vogliono impostare la loro linea di difesa sull'estraneità ai fatti, facendo passare il loro cliente (che rischia fino a cento anni di carcere) per un outsider vittima anche lui della truffa. Come si dice, the trials continues...

▲ IL MIO EXPORT. Marco Fantinel - Fantinel

1. **QUAL È LA PERCENTUALE DI EXPORT SUL TOTALE AZIENDALE?**
L'attività di export ad oggi rappresenta il 60% delle vendite.

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

Ogni mercato ha le proprie peculiarità. È ovvio che i Paesi in cui il Made in Italy ha un appeal più forte (in particolare Stati Uniti e Russia) sono più ricettivi al consumo dei nostri prodotti. Adesso ci stiamo molto focalizzando anche su Regno Unito, Canada, Brasile, Hong Kong e Cina.

3. **COME VA CON LA BUROCRAZIA?**

Nel corso degli anni l'azienda si è fortemente strutturata con un ufficio export molto competente, preciso e costantemente aggiornato anche dal punto di vista burocratico.

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

L'italianità ed i valori ad essa correlati rappresentano dei punti di forza per un'azienda come la nostra. A questo va aggiunto il successo della cucina italiana, in cui il vino rappresenta un elemento centrale. Oggi possiamo riscontrare che lo stile dei nostri vini fermi, legati al terroir friulano, è sempre più apprezzati rispetto ai vini del Nuovo Mondo dal gusto omologato. Anche gli spumanti italiani vantano un'enorme richiesta dall'estero. Il grande protagonista è il Prosecco.

Fantinel | Tauriano di Spilimbergo (PN) | | Pordenone | www.fantinel.com

NEL PROSSIMO NUMERO
PAOLO LEO



Tollo, piccola Terra nell'Abruzzo Citeriore, non molto lontana dal Mare Adriatico, e celebre per suo vino.



(Padre Bernardo Maria Valera - Napoli 1747)

Tullum, dentro c'è un paese intero.



Tullum ha qualcosa di speciale: coincide con il territorio di un comune, Tollo. Da millenni qui brilla la vite tra storia, cultura, terroir esclusivi e un clima unico. Provate a immaginare l'orgoglio dei viticoltori del paese nel donare il loro patrimonio più prezioso, interpretato con uno spirito diverso che abbraccia tradizione e modernità: il nuovo modo di bere Abruzzo.



il nuovo modo di bere Abruzzo

Dopo l'intervista provocatoria rilasciata a Tre Bicchieri dal produttore Vittorio Fiore, arriva la risposta del presidente del Consorzio del Chianti Classico Sergio Zingarelli: "Sottozone? Parliamone"

Gallo Nero, l'apertura del Consorzio



▲ a cura di Andrea Gabbrielli

“LA POSSIBILITÀ DI UTILIZZARE I NOMI DEI COMUNI del Chianti Classico non è affatto peregrina. Io personalmente sono favorevole però va studiata bene” dice Sergio Zingarelli, presidente del Consorzio Vino Chianti Classico “Terminato l'iter per l'approvazione della Gran Selezione (affinamento più lungo e criteri qualitativi più esigenti; n.d.r), la questione potrebbe essere affrontata coinvolgendo i soci”. È una prima risposta alle critiche sollevate da Vittorio Fiore nell'intervista rilasciata a Tre Bicchieri della scorsa settimana (n°45 del 5/12/2013) nella quale venivano toccati molti aspetti della politica del Consorzio. Non ultima creare delle sottozone con i toponimi come Radda, Gaiole, Castellina, Greve cioè tutti i nomi dei comuni che riportano la specifica “in Chianti” oltre alle frazioni Lamole, Ruffoli, Panzano, ecc., ormai conosciute dagli appassionati di mezzo mondo. La legislazione sulle denominazioni le ha sempre contemplate ma solo in numero molto limitato di casi è stata utilizzata. Insomma, fa sapere Zingarelli, se la Gran Selezione dovrebbe rappresentare il cappello dei vini d'eccellenza

del Chianti Classico - già esistenti oppure di nuova creazione - l'aggiunta delle sottozone potrebbe essere un altro obiettivo da approfondire. Generalmente la critica enologica, sia nazionale sia estera, è sempre stata favorevole alla specificazioni comunali, mentre è sempre stata più fredda nei confronti della Gran Selezione e in particolare sugli effetti che comporterà sulla qualificazione del Chianti Classico.

SOTTOZONE A PARTE, ZINGARELLI HA VOLUTO PARLARE anche del presente e del futuro del Gallo Nero. “È vero che nel 2008 e 2009 nel Chianti Classico abbiamo subito una crisi molto forte: le conseguenze sono state un rallentamento nelle vendite, il calo del prezzo del nostro sfuso e l'aumento delle giacenze in cantina. Ora però questa fase è terminata e siamo in netta ripresa” afferma Sergio Zingarelli e poi continua “Premesso che tra i compiti di un Consorzio non è prevista la vendita del vino c'è da considerare che appena dieci anni fa, nel 2003, il 40% del Chianti Classico era venduto sul mercato nazionale, adesso quella percentuale è calata al 20% e l'export è molto cresciuto: il contesto è profondamente cambiato e tutte le decisioni che sono state prese in questi anni vanno viste in questo ambito. Magari rispetto ad altre prestigiose denominazioni >>



LA PROVOCAZIONE DI VITTORIO FIORE IN TRE PUNTI
(intervista del 5 dicembre 2013)

“La parola Classico non dice niente al consumatore, non ha una valenza qualitativa, è utilizzata da altre Doc italiane quindi non identifica il solo Chianti Classico”

“La clausola del disciplinare che impedisce la commercializzazione del vino “atto a divenire Chianti Classico” per un intero anno dalla vendemmia è di un autolesionismo incredibile”

“L'espressione Chianti Classico dovrebbe rimanere ma come cappello della denominazione. Mentre a rappresentare l'identità territoriale dovrebbe usarsi il nome del Comune o delle frazioni di una lista positiva. Ad esempio Radda, Gaiole, Castellina e Greve; oppure le frazioni Lamole, Ruffoli, Panzano e altre”

toscano saremo meno vivaci, ma i nostri volumi non sono certo comparabili con i loro”. Nella Top Ten 2012 delle Dop italiane effettuata da Valoritalia, il Classico occupa il 10° posto sia per quanto riguarda il vino certificato, sia per quello imbottigliato. Il Chianti docg, in questa classifica, occupa rispettivamente il 2° e il 3° posto ma a fronte di superfici vitate assai più vaste (17200 ha vs 7200 ha). “Il problema della convivenza e della concorrenza con il Chianti esiste da almeno sessant'anni” dice “non è certo una novità. Specialmente nella Gdo qualche prezzo corsaro in tempi di crisi è sempre possibile, ma è altrettanto vero che i brand famosi tengono il prezzo e stanno andando bene”. Quanto alla misura di bloccare in cantina una parte (20%) della produzione, Zingarelli conviene che l'effetto sui prezzi è stato nullo, anzi “alla fine ha penalizzato proprio quelle aziende che vendono tutto e che magari avevano fatto degli investimenti per rinnovare i vigneti”. La ripresa del mercato e le vendemmie più magre delle ultime annate, hanno di fatto ridotte le eccedenze, riportando la situazione alla normalità. Tra le critiche sollevate da Fiore c'era anche l'esistenza di una clausola che avrebbe impedito la commercializzazione del vino “atto a divenire Chianti Classico” per un anno dalla vendemmia. A questo proposito il Consorzio ha

inviato a tutti gli associati un chiarimento per cui “la richiesta della certificazione potrà essere presentata dalle aziende in qualunque momento esse ritengano che il vino abbia raggiunto i requisiti minimi previsti dell'art. 6 del disciplinare di produzione e quindi anche antecedentemente al 1° ottobre. Resta invece invariato il principio per il quale le stesse partite dovranno essere poste in vendita per il consumo (es. scaffale) non prima del 1° ottobre dell'anno successivo alla vendemmia”. La modifica, per la cronaca, è stata deliberata dall'Assemblea dei Soci del 28 maggio 2012 con 1348 voti favorevoli (pari all'83% dei voti presenti) e 282 voti contrari. A quanto pare, e visto il ricorso annunciato, sarà una discussione destinata a continuare.

Alla vigilia dell'asta "Italian Grand Cru", che si terrà sabato a Roma, Raimondo Romani racconta a Tre Bicchieri tutti i retroscena delle wine auction: l'arrivo degli investitori asiatici, le nuove richieste del mercato, le prospettive per il vino italiano. E anche qualche consiglio su cosa comprare

Piccoli vini crescono e raddoppiano. L'investimento che conviene



▲ a cura di Loredana Sottile

“CHI OFFRE DI PIÙ?” LA SCENA POTREBBE ESSERE sempre la stessa, sia che la location sia Hong Kong, Roma o New York: sotto il martello ci sono pregiate bottiglie di vino, il battitore annuncia la base d'asta e il primo ad alzare la mano è un acquirente con gli occhi a mandorla che rilancia un paio di volte fino ad avere la meglio sul suo vicino, dai tratti orientali anche lui. Eh sì, perché già da qualche anno il mondo dei fine wine dipende sempre più dall'Estremo Oriente: non tragga in inganno la città in cui si svolge l'incanto. La prossima, ad esempio, sarà Roma dove sabato l'italiana Gelardini&Romani metterà all'asta 205 lotti per l'appuntamento ormai decennale con "Italian Grand Cru". Di questo, ma anche delle tendenze di mercato, del posizionamento dei vini italiani e dei nuovi collezionisti, Tre Bicchieri ha parlato con Raimondo Romani, ceo della casa d'aste romana nata nel 2004 che da qualche mese è emigrata proprio ad Hong Kong, dove svolge il 90% della propria attività, pari a 1,2 milioni di euro.

Dalla vostra storia, si direbbe che il futuro è ad Est. Più che futuro, è già presente. Diciamo che noi abbiamo semplicemente seguito il mercato: Hong Kong,

dopo aver superato anche New York, è ormai il centro del mondo per le wine auction. Si pensi che il fatturato totale delle aste del vino nel 2012 è arrivato a circa 120 milioni di euro, l'equivalente di quello registrato in tutti gli Usa. Tanti collezionisti, poche lungaggini burocratiche e niente dazi.

L'ultima asta, un mese fa, l'avete fatta proprio ad Hong Kong...

Sì, la nostra quinta volta ad Hong Kong. In sala il 70% di acquirenti era asiatico, molti locali, poi alcuni messicani – new entry delle wine auction – e qualche tedesco. Abbiamo totalizzato 5,7 milioni di dollari di Hong Kong (550 mila euro) per il 105% del valore di base d'asta. Tra gli italiani, sold out Masseto, Sassicaia, Ornellaia, Messorio e Paleo.

Cosa vi aspettate dall'appuntamento di sabato?

È un'asta che facciamo fin dall'inizio della nostra attività, ed è dedicata ai Gran Cru Italiani, con una piccola percentuale di vini francesi. Per lotti da tre bottiglie si va da 70 euro a 700 euro. In quest'ultimo caso rientra Masseto Tenute dell'Ornellaia, uno dei grandi italiani che si conferma essere il Grand Cru d'Italia più desiderato (occhio perché per un errore di >>



catalogo la base d'asta è stata erroneamente indicata a 550 euro, invece di 700; n.d.r). Per le Magnum si arriva fino a 1600 euro. Dalle prenotazioni vediamo che ci sono già parecchi asiatici iscritti. E siamo a Roma.

Significa che gli italiani non comprano?

Quasi nulla, così come gli statunitensi. Più che altro vendono: il 90% dei nostri vini vengono da collezionisti italiani.

Qual è, invece, il profilo degli acquirenti?

Di solito si tratta di privati. Ma ci tengo a dire che il "collezionista di vini", al contrario degli altri settori, non compra il vino per conservarlo. Prima o poi lo beve. E poi tra i clienti ci sono anche i fondi di investimento o i rivenditori in cerca di annate particolari.

Nessuna paura dei falsi? Si pensi ad esempio all'ultimo clamoroso caso che ha per protagonista il collezionista cinese Rudy Kurniawan, il cui processo è appena iniziato a New York (vedi articolo a pag. 9 e approfondimento sul nostro sito)

C'è tanta paura, ovviamente, ma riguarda di più la piazza newyorchese. A noi, che ci occupiamo soprattutto di vino italiano, è capitato raramente di trovarci di fronte a dei falsi. E poi diciamoci la verità: il vino made in Italy

non ha prezzi così alti da giustificare una contraffazione.

A proposito di prezzi, come fate le valutazioni sulle basi d'asta?

Guardiamo al nostro storico e ai prezzi di mercato. Quest'anno all'interno della Wine and Dine Fair di Hong Kong, abbiamo presentato le 30 etichette Grand Cru d'Italia, da noi classificate dal 2008, in base al maggiore livello di prezzo ed alla minore percentuale di lotti invenduti. Abbiamo così individuato cinque fasce di prezzo. Nella prima (oltre i 300 euro) ci sono Brunello di Montalcino Riserva Biondi Santi, Masseto Tenute dell'Ornellaia e Barolo Riserva Monfrotino G. Conterno ([Qui la classificazione completa](#))

Come sono percepiti i vini italiani all'estero?

Sono messi abbastanza bene. La riscossa è iniziata nel 2011: da allora la percentuale di lotti di vini made in Italy nei cataloghi di tutte le case d'asta internazionali è salita dal 3% all'attuale 20%, incrinando il monopolio francese.

Visto che si parla di Francia, qual è il sentiment del mercato nei confronti dei rossi di Bordeaux?

Parere comune è che sono vini sopravvalutati: dal >>

MASSETO (Grand Cru d'Italia più desiderato)



fonte Gelardini&Romani

Asse X: prezzo/aggiudicazioni: media aggiudicazioni per bottiglie da 0,75 lt delle diverse annate nell'asta specificata
 Asse Y: codice Asta: luogo (RM= Roma, ME=Merano, MI=Milano, HK= Hong Kong) + anno (05=2005, 06=2006, etc) + n. asta (/1, /2, etc.)

» 2008 al 2010 c'è stata una lievitazione dei prezzi eccessiva. Si ricordi che rispetto ai vini di Borgogna, unici nella loro tipologia, quelli bordolesi sono vini di produzione massiva che hanno molti concorrenti simili a livello mondiale. L'Italia, ad esempio, può benissimo competere con i propri tagli bordolesi e trarre enormi vantaggi dalla crisi francese. A patto che, ricordando la lezione dei cugini d'Oltralpe, non tiri troppo sui prezzi.

Che investimenti consiglierebbe di fare oggi?

Se parliamo di vini italiani consiglieri di investire in quelli di fascia media che si aggirano sui 50 euro: sono quelli che hanno prospettive maggiori di raddoppiare o triplicare. Più dei grandi vini - come Supertuscan che partono più alti e hanno margini di crescita limitati - le vere promesse sono i piccoli che possono crescere.

Qualche esempio?

Penso al Tignanello Antinori, al Barbaresco Riserva Produttori del Barbaresco, alle Pergole Torte Montevertine. O anche ad una nuova scommessa, il Fiorano di Alessandro Boncompagni Ludovisi: taglio bordolese e prezzo sotto i 50 euro. Ad Hong Kong lo abbiamo affiancato al Sassicaia in una degustazione in parallelo delle annate 2006 che ha esaltato gli appassionati asiatici, tanto che

alla successiva asta ha raddoppiato le sue quotazioni.

Ricapitolando: puntare su prezzo medio, tagli bordolesi, vini da invecchiamento... Cos'altro?

Aggiungerei formati classici. Per intenderci, solo in Italia si crede ancora che le doppie magnum o le imperiali abbiano un valore aggiunto. Sul resto del mercato internazionale - educato dai Bordeaux - non è il grande formato a fare la differenza. Una magnum è considerata semplicemente due bottiglie e l'investimento non vale la candela.

Tappo di sughero o alternativo?

Per il mondo delle aste, senza dubbio sughero: vedi alla voce invecchiamento.

I bianchi iniziano ad attecchire?

Come sopra: vedi alla voce invecchiamento. E non sono troppi i vini bianchi che hanno questa peculiarità.

Dopo Roma, quale sarà la prossima tappa?

Nel 2014 ripartiamo dall'Asia, ma stavolta tentiamo il grande passo in Mainland China: ad aprile andremo per la prima volta a Beijing, portando l'incanto delle eccellenze enoiche del Belpaese alla corte del celeste impero. Ne parleremo tra qualche mese...



VILLA DE WINCKELS
 ENOTECA - RISTORANTE - LOCANDA
Marzemigo di Tregnago, Verona

De Winckels: una vecchia villa in un borgo bellissimo, cose buone, buon vino... Il resto lo inventate voi.

Amarone in Villa

Da cinque anni l'appuntamento con i migliori amaroni della Valpolicella Classica e Allargata

Giovedì 23 Gennaio dalle 17.00 alle 23.00

Rinomati ed emergenti produttori raccontano e fanno degustare il proprio vino.
 In abbinamento buffet di prodotti tipici del territorio (40 euro a persona).
 Possibilità di pernottamento in una delle dieci confortevoli stanze con prima colazione inclusa.

Durante la serata potrete assistere alla costruzione di una barrique in collaborazione con J.C. Vicard



SPAZIODIPAULO.IT

“Il nostro vino è fatto di passione”





COLLEFRISIO
www.collefrisio.it