



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

## NATALE 2015. LE BOLLICINE ITALIANE FESTEGGIANO

### EXPORT

Rallenta il mercato Usa ad ottobre. L'Italia riesce a mantenere le posizioni

pag. 2

### BILANCI

Collis e Due Palme in terreno positivo. Per Franciacorta si chiude l'era Zanella

pag. 4

### ESTERI

Lo sherry spagnolo inaugura i domini .wine. Corsa allo shopping per gli italiani?

pag. 9

### E-COMMERCE

Perché la vendita diretta di vino in Europa è così difficile? Ostacoli e proposte

pag. 10

### SPUMANTI

Tempo di bilanci per le Dop italiane. Sondaggio Tre Bicchieri su chiusura d'anno

pag. 14



## Mercato Usa, Iwfi: in 10 mesi import da Italia +4,5% in quantità e -2,2% in valore

I vini italiani sembrano tenere botta in un mercato, quello statunitense, che per i concorrenti non brilla di certo. Secondo l'Italian wine and food institute, con un +4,5% in quantità e -2,2% in valore, i vini italiani riescono a confermare il trend degli ultimi mesi in un mercato complessivamente fermo. Considerando il periodo gennaio-ottobre 2015, i competitor sono tutti in calo: Australia (-0,5%), Argentina (-15,2%), Cile (-3,7%), Spagna (-2,1%), Germania (-4,1%) e Sud Africa (-8,1%). Migliorano Francia (+11%), Nuova Zelanda (+10%), Portogallo (+16,9%).

L'import Usa di vino italiano in dieci mesi ammonta a 2,1 milioni di ettolitri, per un valore di quasi 1,1 miliardi di dollari, contro 2 milioni di ettolitri e 1,12 miliardi di dollari dello stesso periodo 2014. Gli Usa hanno importato 7,36 milioni di ettolitri per 3,2 miliardi di dollari contro i 7,37 milioni di ettolitri e 3,3 miliardi di dollari, rispettivamente -0,1% in quantità e -1,2% in valore. Crescono gli spumanti dall'Italia, con 11,9% in quantità e 15,2% in valore.

### IMPORTAZIONI VINI DA PASTO IN USA (gen-ott 2015)

	Ettolitri		\$000		14'/15'	14'/15'
	2014	2015	2014	2015	variaz % quantità	variaz % valore
<b>Italia tot.</b>	2,066,650	2,164,690	1.1E+06	1.1E+06	4.5	-2.2
bottiglia	1,991,390	2,071,430	1.1E+06	1.1E+06	3.9	-2.3
sfuso	75,260	93,270	17,765	18,840	23.9	6.1
<b>Australia - Tot.</b>	1,295,410	1,288,890	328,112	321,380	-0.5	-2.1
bottiglia	886,990	887,640	293,955	293,177	0.1	-0.3
sfuso	408,420	401,250	34,158	28,203	-1.8	-17.4
<b>Argentina - Tot.</b>	1,277,140	1,082,790	231,860	220,944	-15.2	-4.7
bottiglia	471,130	491,060	169,219	180,975	4.2	6.9
sfuso	806,010	591,740	62,642	39,968	-26.6	-36.2
<b>Cile - Tot.</b>	779,300	750,840	223,066	214,477	-3.7	-3.9
bottiglia	423,120	430,790	189,392	189,470	1.8	0.0
sfuso	356,180	320,040	33,674	25,007	-10.1	-25.7
<b>Francia - Tot.</b>	726,960	806,680	732,969	729,902	11.0	-0.4
bottiglia	713,800	791,170	726,907	722,679	10.8	-0.6
sfuso	13,170	15510.0	6,062	7,224	17.8	19.2
<b>Spagna - Tot.</b>	341,710	334,470	172,512	162,489	-2.1	-5.8
bottiglia	311,170	314,750	169,119	160,371	1.2	-5.2
sfuso	30,540	19,720	3,393	2,118	-35.4	-37.6
<b>N. Zelanda - Tot.</b>	423,390	465,910	275,117	296,836	10.0	7.9
bottiglia	278,550	311,510	222,583	245,768	11.8	10.4
sfuso	144,830	154,400	52,534	51,068	6.6	-2.8
<b>Germania - Tot.</b>	175,690	168,410	96,702	86,697	-4.1	-10.3
bottiglia	175,320	168,110	96,606	86,607	-4.1	-10.4
sfuso	360.0	310.0	96.0	90.0	-13.9	-6.3
<b>Sud Africa - Tot.</b>	84,440	77,580	33,786	33,650	-8.1	-0.4
bottiglia	63,410	65,390	32,256	32,736	3.1	1.5
sfuso	21,030	12,200.0	1,530	914.0	-42.0	-40.3
<b>Portogallo - Tot.</b>	98,610	115,250	33,313	37,077	16.9	11.3
bottiglia	93,850	108,800	32,546	36,223	15.9	11.3
sfuso	4,760	6,460.0	767.0	854.0	35.7	11.3
<b>Altri paesi - Tot.</b>	59,960	67,110	38,257	44,897	11.9	17.4
<b>Totale</b>	7,372,480	7,367,170	3.3E+06	3.3E+06	-0.1	-1.2

fonte: Italian Wine and Food Institute

## Export alimentare +7% in 10 mesi: più vicino traguardo dei 36 miliardi

L'export alimentare cresce del 7% in dieci mesi e fa meglio di altri comparti rispetto allo stesso periodo 2014, merito, secondo l'analisi Coldiretti su dati Istat, anche dell'effetto trainante di Expo. **In particolare, il tasso di crescita è del 4,2% nei Paesi Ue e del 9,4% degli extraeuropei**, grazie a cambi favorevoli. *“Il prodotto più esportato è il vino”* dice il presidente Roberto Moncalvo *“ma rilevanti sono anche le spedizioni di ortofrutta, pasta e olio d'oliva”*. Di questo passo, l'export alimentare dovrebbe segnare il record di 36 miliardi a fine anno.

## Vino patrimonio culturale nazionale, Martina: “Avanti tutta col ddl Sani”

Far diventare il vino un patrimonio culturale nazionale è una delle strategie post-Expo per l'Italia. Il ministro per le Politiche agricole, Maurizio Martina, ha dato il suo placet al disegno di legge a firma Luca Sani (Pd). *“È fondamentale che ci sia questo forte lavoro di incrocio tra esperienza vitivinicola, paesaggio e cultura, in quanto è un doppio elemento di forza per il Paese di distintività e competitività”*, ha detto Martina al convegno alla Camera 'Pianeta vino, cultura, paesaggi, mercati e opportunità dopo Expo'. La proposta di legge è ora all'esame della Commissione cultura della Camera, ma il provvedimento potrebbe essere assegnato in sede congiunta con la Commissione Agricoltura e seguire quindi l'iter veloce di approvazione e procedere parallelamente a quello del Testo unico del vino.



## WINE MONITOR. FAR EAST FRONTIERA ITALIANA DEL VINO, MA OCCORRE FARE MEGLIO DEI COMPETITOR

Nel 2014, i mercati asiatici hanno importato vino per 4,6 miliardi di euro. Di questa cifra, l'80% fa riferimento a Giappone, Cina, Honk Kong e Singapore, dove questi ultimi due rappresentano sostanzialmente porte di accesso e smistamento di vini verso altri Paesi del Far East. Il posizionamento dei vini italiani nel mercato asiatico è ancora marginale, seppur in continuo aumento. Negli ultimi 10 anni, l'export italiano è cresciuto in valore del 152%, superando i 330 milioni di euro. Le performance più rilevanti sono state messe a segno dagli sparkling (+200%), mentre il mercato regionale che ha registrato lo sviluppo più elevato – tra le "tigri" del Far East – è il Vietnam (+978%), anche se qui il vino italiano supera appena 2,5 milioni di euro. La Francia la fa da padrona, pesando per oltre il 46% sui vini importati nell'intero continente, seguita da Australia (9%) e appunto da Italia (8%). Ma tolti Giappone e Corea del Sud, dove la nostra incidenza sull'import supera il 10%, in tutti gli altri Paesi ci muoviamo in un range tra 4% (Malaysia) e 7% (Cina). In altre parole, pur a fronte di un aumento del nostro export in questi mercati, cresciamo meno dei nostri competitor. D'altronde, le condizioni di accesso non ci sono favorevoli: nel Far East i ristoranti di cucina italiana sono meno diffusi che altrove così come le nostre comunità di emigrati; il vino rappresenta una bevanda relativamente nuova e come tale godono di maggior appeal tra le popolazioni locali o quelli francesi (che fanno status, oltre ad essere più presenti anche per affinità culturali derivanti da un passato coloniale dei cugini transalpini in questi Paesi) o quelli dell'Emisfero Sud, più facili alla comprensione da parte di palati meno eruditi. Senza tralasciare le questioni tariffarie che, per i nostri vini (così come per tutti quelli europei) equivalgono ad imposizioni sui prezzi all'import a volte vicine al 50%, rispetto al trattamento di favore di cui potranno godere a breve Usa, Australia e Nuova Zelanda a seguito dell'accordo raggiunto col Trans-Pacific Partnership.



Denis Pantini [denis.pantini@winemonitor.it](mailto:denis.pantini@winemonitor.it)

## SCOPRI TUTTE LE PROMOZIONI

Approfitta delle imperdibili promozioni su accessori per il vino, complementi d'arredo e molto altro.

In esclusiva solo per i lettori de i tre bicchieri un ulteriore codice sconto del **5%** da utilizzare sul sito [www.youwine.it](http://www.youwine.it)

CODICE SCONTO : **GR\_PROMO** (VALIDO FINO AL 31/01/2016)



NEVADA®  
[WWW.NEVADAEUROPE.COM](http://WWW.NEVADAEUROPE.COM)

YouWine Shop  
The best choice for your wine  
[www.YouWineShop.com](http://www.YouWineShop.com)

VINUMdesign®  
[WWW.VINUMDESIGN.IT](http://WWW.VINUMDESIGN.IT)

## Collis-Riondo, ricavi in aumento del 10,2% a quota 105 milioni di euro

Quota 105 milioni per il consolidato di Collis Group e della controllata Riondo (2.500 soci conferitori e 6.700 ettari). Il bilancio illustrato e approvato in assemblea, a Monteforte d'Alpone (Verona), ha segnato +10,2% di ricavi su quello precedente, con un +8% del margine lordo a 8,1 milioni di euro. “Siamo soddisfatti, tenendo conto della difficile vendemmia 2014 che ha avuto un calo produttivo del 16%”, fa notare il dg Giancarlo Lechthaler (foto). In particolare, per quanto riguarda la sola Collis, è di 79,6 milioni il fatturato 2014-2015 (+6%), con un lieve calo del margine lordo (-0,3%) e un utile netto di un milione di euro (+15,2%). Buoni i segnali dal mercato dello sfuso, destinato alla controllata Riondo: +9% con 23,7 milioni di ricavi. Sul totale del consolidato, 56 milioni sono arrivati dalla vendita all'ingrosso di vini Doc, Igt e generici, 8 dei quali dalle esportazioni (+10%); gli altri 48 milioni sono arrivati dalle vendite ad aziende commerciali italiane per la trasformazione, in gran parte poi destinata fuori confine. Infine, sono stati 2 i milioni di euro investiti per potenziare i processi di lavorazione negli stabilimenti. Il Gruppo Collis ha una capacità produttiva che rappresenta il 2% di quella nazionale e il 15% di quella veneta.



## Le “Colline vitate del Soave” riconosciute “Paesaggio rurale di interesse storico”

La notizia era nell'aria, l'abbiamo anticipata nel precedente numero del Tre Bicchieri. L'ingresso delle Colline vitate del Soave nel Registro nazionale dei paesaggi rurali di interesse storico delle pratiche agricole e delle conoscenze tradizionali, istituito presso il Mipaaf nel 2012. Per il Consorzio di tutela vini Soave e Recioto di Soave si tratta di un passo importante che avrà evidenti risvolti di marketing territoriale. Per il territorio è motivo d'orgoglio, visto che l'Osservatorio nazionale del Paesaggio rurale ha analizzato 123 zone produttive e 35 candidature e ha deciso di aprire il registro con la dicitura “Colline vitate del Soave”. **La zona classica del comprensorio, in particolare, comprende 1.700 ettari collinari, microparcellizzati e coltivati secondo tecniche da viticoltura eroica.** Percepita come isola



non urbanizzata nella campagna veneta, l'area custodisce capitelli votivi, viti a pergola, muretti a secco, vigneti di oltre un secolo ancora produttivi. Dopo Soave, l'ok dell'Osservatorio è arrivato anche per Conegliano-Valdobbiadene e per il Parco rurale del paesaggio appenninico di Moscheta, in provincia di Firenze.

## Cantine Due Palme, prodotte 8 milioni di bottiglie e ricavi a 26 milioni (+12%)

Otto milioni di bottiglie prodotte, 8,4 milioni di euro di liquidazione ai soci e un fatturato che ha superato i 26 milioni di euro, con l'Italia che vale 12,2 milioni di euro. L'assemblea dei soci di Cantine Due Palme ha approvato il bilancio (chiuso al 31 agosto 2015) che segna ricavi a +12% sul 2013. Positivi anche i mesi di settembre-novembre con +11%. **Resi noti, durante l'assemblea di Cellino San Marco, i dati della raccolta 2015, pari a 258 mila quintali di uve, con un +49%** che “fa presagire sicuramente un'ottima annata”, commenta il presidente Angelo Maci. Il 2016 sarà l'anno delle bollicine: investiti 1,8 milioni di euro per un impianto di spumantizzazione che da gennaio consentirà di commercializzare i nuovi spumanti Charmat. – G. A.

## Franciacorta, Maurizio Zanella passa il testimone a Vittorio Moretti (Bellavista)

Parola d'ordine, continuità. Vittorio Moretti, neo presidente del Consorzio Franciacorta e patron di Bellavista, non ha dubbi sulla strada che le case spumantistiche lombarde dovranno seguire. Il suo mandato inizia dopo sette anni firmati Maurizio Zanella (Ca' del Bosco), in cui la Docg è cresciuta nel valore dell'export (+44,7% in 4 anni), nel numero dei soci (imbottigliatori da 100 nel 2009 a 113 nel 2015; i viticoltori da 88 del 2009 a 98 nel 2015) e nelle bottiglie prodotte, come ha ricordato lo stesso Zanella: “Se nel 2009 si distribuivano circa 9 milioni di fascette, non necessariamente tradotte in bottiglie vendute, alla fine del 2015 si arriverà circa 16 milioni di bottiglie vendute”.

Verità, giustizia e bellezza sono i tre valori ispiratori del presidente Moretti, da lui stesso citati in assemblea: “Fare tutto il possibile” ha detto “e anche l'impossibile perché sono un imprenditore e l'imprenditore ama le sfide, affinché tutti possano dire che in Franciacorta si respira la stessa aria”. Moretti (alla guida del Gruppo Terra Moretti, proprietario, tra gli altri, dei marchi Contadi Castaldi, Petra, La Badiola e del Relais Albereta di Erbusco) sarà affiancato da un nuovo Cda, in cui Zanella resta membro, e da Silvano Brescianini (Barone Pizzini) alla vice presidenza.



## Chi è l'agricoltore 2.0? Lo svela una ricerca di Nomisma per Image Line. Ma il lavoro per colmare il digital divide è ancora lungo

a cura di Gianluca Atzeni

Sei agricoltori su dieci usano internet tutti i giorni per lavorare, soprattutto per trovare informazioni sull'andamento meteo (35,2%) e per tenersi aggiornati sui prezzi dei prodotti agricoli (11,2%), mentre un 95,6% usa pagine web e banche dati online a supporto dell'attività aziendale. Il dato emerge da una ricerca Nomisma su un campione di 1.200 aziende agricole appartenenti alla community di Image Line, società italiana di servizi informatici per l'agricoltura. Gli intervistati si dichiarano interessati all'uso dei droni nei campi (43%), mentre per un 2,1% il loro utilizzo è già realtà. Il 18% fa uso di smartphone e tablet, con un trend previsto in crescita nei prossimi anni. Le nuove tecnologie, secondo i risultati dello studio presentato alla città della Scienza di Milano, sono anche un modo per dialogare coi consumatori: due agricoltori su dieci hanno un sito internet e un 26,4% ha una piattaforma di e-commerce. Secondo lo studio c'è anche un divario generazionale tra agricoltori più maturi e più giovani riguardo sull'uso delle tecnologie digitali, ma è divario che in futuro è destinato a ricomporsi rapidamente.

I risultati di questa ricerca, va detto, sono molto settoriali vista la natura del campione. E se è vero che c'è un maggiore uso del web in agricoltura, occorre anche riflettere sui altri dati, come quelli presentati dall'Istituto di informatica e telematica del Cnr di Pisa, in un convegno a Roma dedicato a 'Rete e innovazione in agricoltura', che ha affrontato il problema del digital divide italiano e dell'accesso alla rete: *"Purtroppo anche se la rete è ormai diffusa praticamente ovunque e siamo oggi tutti perennemente connessi, grazie a tablet, smartphone e smartwatch"* ha detto il tecnologo Maurizio Martinelli *"il peso dell'economia agricola ai tempi del web 2.0 è decisamente basso e nelle aziende che operano nel settore agroalimentare non è altrettanto diffusa la cultura della rete e la consapevolezza dei vantaggi che essa può realmente offrire"*. Un progetto specifico del Cnr punta a creare un Osservatorio permanente sull'agroalimentare in internet: alcuni dati del progetto dicono che oggi su oltre 1,2 milioni di aziende di settore poco più del 5 ha un sito web (soprattutto nei comparti vino, coltivazioni e pasta). È evidente che c'è molto da fare e che gli spazi di crescita sono molto ampi.

## Più protezione per il Prosecco in Russia e Canada

Il termine Prosecco entra per la prima volta negli elenchi delle indicazioni geografiche di Russia e Canada, ampliando di fatto il grado di protezione della Dop veneto-friulana, in un periodo in cui la contraffazione non si è fermata, con diversi casi in Nord America e Ucraina. *"Il riconoscimento legale di una indicazione geografica da parte della Ue non è di per sé sufficiente a tutelare produttori e consumatori anche fuori dall'ambito comunitario"*, ricorda Stefano Zanette, presidente del Consorzio, che sul fronte extra Ue ha attivato un ufficio che si occupa esclusivamente di tutela e questioni legali. *"Oggi"* conclude *"i risultati si vedono"*.

## Prezzi agricoli in discesa a novembre: -4,3% mensile e -2,3% annuo. Vini in controtendenza



Si salvano i vini nella generale discesa dei prezzi agricoli a novembre. Per la prima volta dopo dieci mesi, secondo l'indice Ismea, si scende sotto i livelli registrati nel 2014, per via di una flessione del 4,3% rispetto a ottobre 2015 e del 2,3% su novembre 2014. **L'indice mensile per il vino segna invece un +2,3%, consolidando la tendenza al rialzo emersa con la nuova campagna produttiva**, mentre su base annuale i prezzi dei vini all'origine scendono di appena 0,9%, rispetto ad altri comparti ben più in deflazione, come l'olio di oliva (-16,8%), della frutta (-7,1%) e cereali (-6,9%).

## Occupati under 40 in crescita a Conegliano Valdobbiadene: +12,9%

Il grande distretto del Prosecco superiore, che nel 2014 ha sfiorato una produzione di 80 milioni di bottiglie, vede crescere anche gli occupati under 40. Il trend rilevato dal Rapporto di distretto è un aumento del 12,9% dei giovani attivi nelle 183 case spumantistiche sul territorio, a quota 865 unità, ovvero 4,7 giovani in media per cantina. **Il tasso di crescita è superiore alla media del totale degli addetti del distretto (+2%) e si concentra nelle aziende di medie e grandi dimensioni**, riguardando tutte le figure professionali (vedi grafico). Numerosi anche i nuovi incarichi, che prima erano sulle spalle di una sola persona. In aumento (+6,4%) il tasso di attività femminile. E sono in molti a entrare nel mondo vitivinicolo dopo la frequenza alla Scuola enologica di Conegliano.

## Sempre più made in Italy sulle tavole di Natale. Boom anche all'estero con in testa gli spumanti

Vino e spumanti in testa alla scelta natalizia degli italiani. Lo rivela un sondaggio Cia, secondo cui, dopo sette anni, questo Natale sarà il primo con i consumi in crescita (+5%) e tra i doni più gettonati ci sono proprio i generi alimentari. **Un italiano su tre dichiara, infatti, di voler optare per regali 'da tavola' e 11 milioni sono coloro che sognano di ricevere un cesto enogastronomico.** L'altra buona notizia è che, messe da parte le mode esterofile, vince il made in Italy e tra i prodotti più scelti, ci sono vino, spumante, panettone e torrone tradizionale, seguiti da salumi, conserve, olio extravergine d'oliva, miele e formaggi tipici. Per una spesa complessiva - stima la Cia - compresa tra i 600 e i 650 milioni di euro. Cambia anche la modalità di acquisto, più attenta a nuovi canali, soprattutto e-commerce e spesa in campagna. Positive anche le prospettive sulle tavole estere dove, secondo la rielaborazione Coldiretti sui dati Istat, è boom di made in Italy. Aumenta il valore dell'export di tutti i prodotti più tipici del Natale - dallo spumante (+19%) ai panettoni (+9%) - e si prevede che quest'anno si stapperanno più bottiglie di spumante italiano che di champagne francese (vedi articolo sulle bollicine italiane a pag. 14).

## ENO MEMORANDUM

**19 dicembre**  
**Merry Sagrantino**  
Montefalco (Perugia)  
dalle 16,30

**19 e 20 dicembre**  
**The wine road**  
degustazione  
via de' Neri  
Firenze  
dalle ore 15 alle 22

**17 gennaio**  
**"Prima del Torcolato"**  
piazza Mazzini  
Breganze (Vicenza)

**25 gennaio**  
**Millésime Bio**  
Montpellier  
fino al 27 gennaio  
[millesime-bio.com](http://millesime-bio.com)

**30 gennaio**  
**Anteprima Amarone**  
Verona

**30 gennaio**  
**Wine&Siena Event**  
Rocca Salimbeni  
Siena  
fino al 31 gennaio

**12 febbraio**  
**Buy Wine**  
Fortezza da Basso  
Firenze  
fino al 13 febbraio

**12 febbraio**  
**Anteprime Toscane**  
fino al 22 febbraio  
[anteprimetoscane.it](http://anteprimetoscane.it)

**22 febbraio**  
**Anteprima Sagrantino 2012**  
Montefalco (Perugia)  
fino al 23 febbraio

### supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

### coordinamento contenuti

Loredana Sottile

[sottile@gamberorosso.it](mailto:sottile@gamberorosso.it)

### hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli, Denis Pantini

### foto

Trentodoc (cover)

### progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

### contatti

[settimanale@gamberorosso.it](mailto:settimanale@gamberorosso.it) | 06.55112201

### pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco | 06.55112356

[dammicco@gamberorosso.it](mailto:dammicco@gamberorosso.it)

resp. pubblicità

Paola Persi | 06.55112393

[persi@gamberorosso.it](mailto:persi@gamberorosso.it)

Tre Bicchieri  
vi dà  
eccezionalmente  
appuntamento  
a mercoledì  
23 dicembre  
(anziché giovedì)  
con un numero  
Speciale  
di fine anno.



## Trentino, come gestire le nuove emergenze fitosanitarie

Si chiama *Planococcus ficus*, ed è una cocciniglia dannosa per la vite e che potrebbe rivelarsi uno dei prossimi nemici da tenere sotto controllo per chi si occupa dell'aspetto fitosanitario, in Trentino e non solo. Una "patologia emergente", come è stata spiegata dai tecnici della Fondazione Mach ai 150 viticoltori riuniti a San Michele all'Adige, che sta interessando diverse zone: da Trento sud alla Valle dei Laghi, dalla Vallagarina all'Alto Garda. **Le strategie di difesa si stanno facendo più tecnologiche, grazie a sistemi di raccolta informazioni, come lo Smart monitoring** (progetto basato su app per smartphone e tablet, partito nel 2012 e sviluppato da Fondazione Mach), che consentono di gestire più velocemente i dati del monitoraggio agronomico e fitosanitario e fornire, quindi, indicazioni più rapide agli agricoltori. Strategie di difesa che devono anche essere sostenibili. Anche per questo, la Fondazione Mach sta valutando accanto ai trattamenti chimici, approcci alternativi come la confusione sessuale e il controllo biologico col lancio di parassiti e predatori. Secondo Marco Delaiti (Unità protezione piante e biodiversità della Fondazione), il problema "impegnerà non poco il settore vitivinicolo italiano nei prossimi anni".

## Rinasce il vino dei Monaci Benedettini di Camaldoli. La presentazione nel 2016

Sarà presentato ufficialmente nel 2016 il vino che bevevano i monaci benedettini del XIII secolo nel noto Monastero di Camaldoli, in provincia di Arezzo. Il lavoro dell'Unità di ricerca per la viticoltura del Crea si sta completando: dapprima una ricostruzione bibliografica per rintracciare le tipologie di uva e poi il recupero sul campo, che ha consentito individuare 21 varietà autoctone, concentrate in piccoli vigneti 'relitto' che ancora si trovano nella valle del Casentino, su una superficie di 5 mila metri quadrati. E dal 2012, nell'azienda agricola del Monastero, è stato creato un vigneto per ospitare i vitigni recuperati. Il vino è stato prodotto riutilizzando pratiche enologiche d'epoca medioevale, come la lunga fermentazione con lieviti autoctoni, l'uso di un tino di legno aperto, la rifermentazione con granella di uva appassita e la maturazione per 18 mesi in botti di rovere. Paolo Storchi, direttore del Crea di Arezzo, spiega che si tratta di un prodotto complesso, di colore rosso intenso, con 13,5 gradi e con caratteristiche aromatiche molto particolari. La moderna enologia è entrata solo nella fase di monitoraggio.

# I'M DREAMING OF A PINK CHRISTMAS...



The image shows a bottle of Cuvage wine with a pink label that reads "ROSE CUVAGE". The bottle is set against a background of pink Christmas ornaments. In the foreground, a large pink ornament with gold floral patterns is visible. The Cuvage logo, a stylized knot, is positioned above the brand name "CUVAGE" and the text "METODO CLASSICO".

**CUVAGE**  
METODO CLASSICO

www.cuvage.com  cuvagewine  
 cuvagewine  cuvagewine



## Il Vicentino, terra di grandi prelibatezze.

Qui nascono capolavori del gusto assolutamente unici come il formaggio Asiago Dop, morbido e delicato nella variante 'fresco' oppure dal sapore forte e deciso quando 'stagionato', come il Prosciutto Veneto Berico-Euganeo Dop o la Soppressa Vicentina Dop, delicata armonia di sapori che si presta perfettamente come accompagnamento ideale per ogni piatto. In queste terre germogliano perle di stagione quali il Radicchio Rosso di Asigliano, dalla consistenza croccante e dal tipico sapore amarognolo, il Broccolo Fiolaro di Creazzo, inimitabile ortaggio ricordato anche dal poeta Goethe nel suo viaggio italiano, il Broccolo di Bassano, le Patate di montagna e quelle di pianura, da gustare con l'eccellente Olio Extravergine di Oliva delle colline di questa fertile provincia. Qui crescono anche il Mais Marano dal caratteristico colore arancio intenso da cui si ottiene una polenta morbida e saporita, ideale accompagnamento al Bacalà alla Vicentina e il

Riso di Grumolo delle Abbadesse, i cui minuscoli chicchi sono garanzia di prelibatezza per ogni risotto. Da questa provincia, che conta sei zone Doc, si originano vini unici come il Lessini Durello, il Tai Rosso dei Colli Berici, o meraviglie di dolcezza come il Torcolato di Breganze, il Recioto e il Vin Santo di Gambellara, compagni eccezionali per il dessert: ancor più sublimi se degustati in accompagnamento ai dolci della tradizione locale e l'immane Grappa, altro grande vanto di un territorio che non pone limiti all'eccellenza dei suoi prodotti.

**Il Vicentino, una deliziosa esperienza.  
Vi invitiamo a provare i nostri prodotti.**



**made in Vicenza**  
AZIENDA SPECIALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VICENZA

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



Camera di Commercio  
Vicenza



# È degli spagnoli dello Sherry il primo dominio '.wine'

▲ a cura di Gianluca Atzeni

**È SPAGNOLO ED È GIÀ ATTIVO IL** primo sito internet con dominio “.wine”. Il Consiglio regolatore dei vini di Jerez (Jerez, Xérès, Sherry e Manzanilla) lo ha acquistato durante il periodo di prelazione (17 novembre 2015 – 16 gennaio 2016), deciso a seguito degli accordi tra filiera vitivinicola europea (Efor in primis) e il provider americano Donuts, e ha lanciato la nuova piattaforma sherry.wine che va a sostituire il vecchio sito sherry.org. *“Siamo la prima denominazione al mondo e la prima regione vinicola a utilizzare questa nuova estensione su In-*

*ternet”* ha detto il dg del Consiglio, César Saldaña. Se gli spagnoli sono già avanti, i principali consorzi italiani non stanno a guardare. Quello del Gallo Nero, ad esempio, tra le denominazioni più a rischio usurpazione, visto anche l'80% di quota export, è in attesa del via libera di Donuts per l'uso dei domini chianticlassico.wine e chianticlassico.vin. Ma per una tutela a prova di furbetti, è stata richiesta l'assegnazione anche dei siti collegati al marchio e delle varianti, come gallonero.wine e gallo-nero.vin, così come consorziochianticlassico.wine e .vin. Tutti sanno bene che non si potrà impedire l'acquisto di siti che richiamino

le Ig europee. Quantomeno occorre ridurre il rischio. Si muovono in questo senso il Prosecco Doc, che entro metà gennaio dovrebbe avere l'ok all'acquisto dei domini base e di alcune varianti, e il Consorzio del Barolo e Barbaresco (i cui marchi sono registrati nel mondo) che acquisterà circa 30 domini, considerando le 10 denominazioni ricadenti sotto la sua tutela. Il possesso, come di consueto, dovrà essere rinnovato annualmente, da parte dei Consorzi, che stimano di spendere ciascuno alcune centinaia di euro. I prezzi possono oscillare dai 30 ai 100 dollari per sito. Non si segnalano casi di speculazione.

---

## ▲ IL MIO EXPORT. Tenuta Villa Rovere – Alessandro Annibaldi

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

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

### 2. DOVE ESPORTATE DI PIÙ?

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.

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

La considerazione è sempre maggiore, sul vino e più in generale sull'enogastronomia del nostro Paese. Da tanto tempo giro il mondo per l'attività di frutta secca, mio principale business, per visionare le migliori coltivazioni per la mia azienda: Australia, California, Sud Africa, Cile, Argentina. Ebbene, lì si percepisce l'alta considerazione che si ha dell'Italia.

### 4. SALUTIAMOCI CON UN ANEDDOTO LEGATO ALLE SUE ESPERIENZE ALL'ESTERO...

In California, Australia e Cile le noci e le vigne crescono nelle stesse zone climatiche, in quanto culture compatibili. È stato questo il quid che ha fatto scattare la scintilla di una passione per l'enologia, da sempre nel mio Dna.



*Iva, accise, intermediatori, documenti cartacei e digitali: ecco quello che serve per il commercio intracomunitario di vino. Come semplificare? Obiettivo one-stop-shop. Ma passerà ancora almeno un biennio. E intanto...*

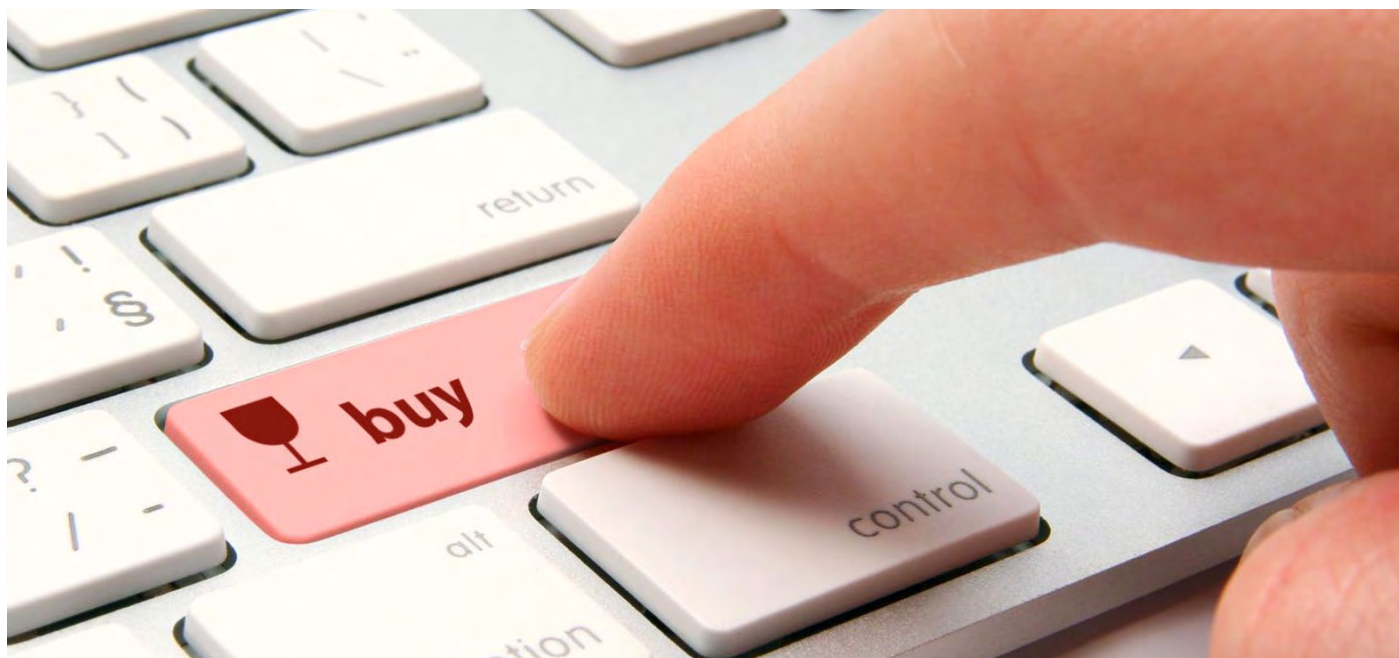
# E-commerce e vendita diretta in Ue. Quanto perde il vino?

▲ a cura di Loredana Sottile

**A** RIDOSSO DELLE FESTA NATALIZIE, ASSISTIAMO CON sempre maggiore irruenza, all'ascesa del commercio elettronico e contemporaneamente dell'enogastronomia. Ma, a discapito di quella che potrebbe essere la più facile delle deduzioni, le due cose stentano ancora a camminare insieme. Se in Italia, i motivi sono da ricercarsi in una diffidenza tutta nazionale, al di fuori dei confini la spiegazione è di altro tipo, e risponde alla voce burocrazia e costi. Ricordiamo, infatti, che il vino è trattato, al pari di tabacco e superalcolici, per cui ogni Paese prevede, oltre all'Iva, un'accisa che varia a seconda dello Stato: pari a zero Italia, relativa solo alle bollicine in Germania, molto alta nel Regno Unito, e così via. Si capisce, a tal proposito, quanto la doppia partita Iva e accise non sia di facile gestione e quanto possa pesare nell'era del commercio elettronico. D'altronde il sistema accise risale a quando l'e-commerce non era ancora diffuso. Oggi, quindi, un passo in avanti è necessario.

**PER CAPIRE MEGLIO PROVIAMO AD IMMAGINARE DI ESSERE** un piccolo produttore alle prese con la spedizione di una

singola bottiglia di vino in un altro Paese per uso personale. Come fare? Dotarsi di un domicilio fiscale nel Paese di destinazione per spedire esclusivamente quella bottiglia? Creare una propria rete distributiva? Un po' troppo oneroso. Così, una delle poche soluzioni possibili, al momento, è affidarsi alla figura del cosiddetto spedizioniere che, oltre ad occuparsi del trasporto, diviene il rappresentante fiscale del produttore nel Paese di destinazione. Con costi non irrilevanti per l'assolvimento delle pratiche, anche laddove le accise sono pari a zero (vedi box con simulazione). Tra i documenti richiesti, rimanendo nell'ambito del piccolo produttore (ovvero chi produce sotto i mille ettolitri di vino), c'è l'MVV, foglio di accompagnamento cartaceo il cui acronimo sta per 'Movimento prodotti vitivinicoli'. Ma alcuni Stati europei, tra cui il Regno Unito, non sempre lo accettano, pretendendo al suo posto quello elettronico. Pratica da cui, invece, i piccoli produttori sono dispensati. E questa richiesta, per loro, rappresenta un nuovo ulteriore problema da discutere e risolvere in ambito Ue. D'altro canto, se si tratta di grandi aziende, le cose non vanno, poi, tanto meglio. È vero che, in molti casi, esiste già una rete di distribuzione, ma in questo caso il documento amministrativo di >>



## SIMULAZIONE:

### Qual è il costo della vendita diretta di 12 bottiglie di vino dall'Italia all'Ue?

Poniamo che il costo del suddetto ordinativo franco cantina sia di euro 100

Trasporti.....30 euro

Assolvimento pratiche per Iva e Accise.....60 euro

Totale (varia in base all'accisa).....90 euro

Totale spesa.....circa 190 euro

Ovvero quasi il doppio rispetto alla vendita delle 12 bottiglie in Italia

» accompagnamento in formato cartaceo deve essere necessariamente sostituito da un messaggio elettronico, detto DEA. L'iter prevede che un operatore economico autorizzato italiano apra il documento elettronico, mentre un operatore economico autorizzato nello Stato membro di destinazione lo chiuda. Altra pratica non così immediata. A tal proposito è molto esemplificativo il rapporto Netcom (Consorzio del commercio elettronico italiano) sull'e-commerce italiano presentato alla Camera dei Deputati: “Si tratta di operazioni a fronte delle quali è richiesta la corresponsione di pagamenti che, nel caso di spedizioni aventi ad oggetto pochi colli, possono risultare più costosi della spedizione stessa. Il sistema in esame, cioè, è nato per spedizioni di ingenti volumi di prodotti enologici tra operatori economici, ma è inadeguato per la gestione di vendite a consumatori finali. Esso svantaggia l'export italiano di vini in maniera netta ed irreparabile”. Non usa mezzi termini il presidente Netcomm, **Roberto Liscia**: “Si tratta di un sistema borbonico, costoso e farraginoso. Soprattutto verso quei Paesi dove si tratta di avviare la procedura, anche se il costo delle accise è pari a zero”. Premesso ciò, una delle proposte Netcomm presentata alla Camera dei Deputati è la previsione di un'Iva maggiorata piuttosto che il pagamento dell'accisa stessa. “Nell'ambito dell'e-commerce infatti”

spiega Liscia “quello che risulta più difficoltoso è proprio il doppio binario Iva-accise che andrebbe semplificato. Inoltre Netcomm ritiene che il Governo italiano dovrebbe svolgere attività di persuasione morale affinché sia modificata la disciplina di monitoraggio delle accise a livello europeo, esentando gli operatori e-commerce dalla procedura di emanazione e chiusura dei DEA”.

**A FRONTE DI TUTTO CIÒ, IN QUESTE SETTIMANE FIVI** (Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti) e **Cevi** (Confederazione Europea Vignaioli Indipendenti) - da sempre in prima fila per risolvere il problema - hanno portato la questione e le loro proposte in ambito europeo. “Nell'incontro della scorsa settimana a Bruxelles” dice a Tre Bicchieri **Matilde Poggi**, presidente Fivi e vice Cevi “il gruppo di lavoro accise ha accolto nostra proposta di istituire un one-stop-shop per assolvere al pagamento di Iva e accise nel Paese di origine. Da parte loro è stata considerata come l'unica soluzione possibile, anche se, hanno chiarito, non è prospettabile nel breve termine. Ci sono da mettere d'accordo 28 Stati, anche se nessuno è espressamente contrario. Se tutto dovesse andare come previsto, nel 2016 si potrebbe ipotizzare un primo step per creare l'Istituto e risolvere la parte Iva, infine nel 2017 ampliare anche al sistema accise”. Un biennio »

» di attesa, quindi, durante il quale, però, i vignaioli non resteranno a guardare. *“In attesa del one-stop-shop”* continua Poggi *“una possibilità è fare degli accordi bilaterali con i singoli Paesi. Pertanto, insieme a Vif-Vigneron Indépendants Français solleciteremo i rispettivi Governi in questo senso. Oltre alla Francia, altre nazioni verso i quali l'Italia guarda con maggiore attenzione sono alcuni mercati storici, come Austria e Germania”*.

**SULLA QUESTIONE HA DETTO LA SUA ANCHE PAOLO DE CASTRO**, coordinatore S&D della Commissione Agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento Europeo. *“Nel lungo periodo”* ha commentato a Tre Bicchieri *“il Gruppo di contatto per le accise ha confermato la possibilità di adottare la proposta one-stop-shop, ma non abbiamo però certezze temporali in merito. Sicuramente, in attesa di una semplificazione efficace e definitiva di questi aspetti, bisogna puntare a una maggiore organizzazione delle imprese e alla definizione di accordi bilaterali tra Paesi per agevolare le vendite e promuovere l'eccellenza dei nostri vini in Europa”*. De Castro ha, poi, sottolineato come il sistema di e-commerce per il settore vino sia alquanto obsoleto: *“Una burocrazia pesante e arretrata come quella esistente rende ancora più difficile la situazione ai piccoli produttori che hanno meno strumenti per promuovere e commercializzare il proprio vino all'estero. I dati di qualche mese fa mettevano in evidenza come il 65% delle imprese vitivinicole del nostro Paese non venda online, a testimonianza di un limite fortissimo che deve essere superato quanto prima”*.

*“Dobbiamo tutelare i piccoli produttori di vino, arrivando a una maggiore sburocratizzazione”* gli fa eco l'europarlamentare **Daniele Viotti** (Pd), che ha presentato proprio in questi giorni un'interrogazione alla Commissione europea. Nel testo Viotti chiede *“se la Commissione non consideri la figura del rappresentante fiscale come un ostacolo alla libera circolazione delle merci. Al momento”* spiega *“quasi tutti i Paesi Ue impongono questo obbligo, con conseguenti oneri per le piccole aziende vitivinicole che vogliono esportare i loro vini”*.

**LA PRIORITÀ ADESSO SEMBRA QUINDI, QUELLA DI SPINGERE** sui Governi per accelerare gli accordi bilaterali, fino a poi raggiungere l'obiettivo one-stop-shop. Battaglia da cui non si sottrarrà neppure il Movimento Turismo del Vino, che da sempre considera la vendita diretta e l'e-commerce in Ue temi molto importanti. *“Il problema delle accise riguarda tutti”* dice il presidente **Carlo Giovanni Pietrasanta** *“Per questo appoggiamo le iniziative di Fivi e saremo al loro fianco: non con in forconi, ma con in mano le bottiglie di vino. C'è bisogno di più liberalizzazione su questo tema. Fare enoturismo significa anche ricevere il turista straniero*

## E-COMMERCE DI VINO IN UE.

### LA PROCEDURA

Per evitare fenomeni evasivi e fraudolenti nella circolazione dei prodotti enologici, l'Unione Europea ha istituito un sistema informatico EMCS (l'acronimo di Excise Movement Control System). Il sistema ha previsto la sostituzione del documento amministrativo di accompagnamento in formato cartaceo con un messaggio elettronico, detto DEA, consentendone così il controllo in tempo reale. La Direttiva 118/2008/EC ha obbligato tutti gli Stati membri e gli operatori economici ad aderire all'EMCS, fatti salvi i piccoli produttori di vino, che possono avvalersi di un documento cartaceo (MVV). Tuttavia, tale sistema prevede che anche nel caso di spedizione cross-border di un piccolo quantitativo di vino per uso personale - per esempio, una singola bottiglia venduta attraverso un negozio online - si debba attivare la procedura esaminata. Questa implica l'intervento di operatori economici autorizzati, quali spedizionieri, importatori di vino, etc. (fonte Netcomm)

*in cantina e avere la possibilità di inviargli il vino a destinazione nel momento in cui questo ritorna nel suo Paese. Nel caso in cui arrivasse con la macchina il problema non si porrebbe, in quanto è possibile trasportarne fino a 90 litri procapite, esibendo lo scontrino fiscale. Ma, nel caso in cui il turista prendesse l'aereo o comunque decidesse di fare un ordinativo a distanza tramite i siti e-commerce delle cantine, diventerebbe tutto più complicato”*. A questo punto, visti i costi e le procedure, la domanda da farsi è se il gioco valga la candela o non sia meglio rinunciare. *“O si rinuncia o si trovano soluzioni alternative”* spiega Pietrasanta *“ad esempio una strada percorribile è che sia lo stesso acquirente - in alcuni casi per interposta persona - a spedirsi la merce in modo che mittente e destinatario coincidano. In questo caso non c'è bisogno di avviare altre pratiche o sostenere altri costi, oltre al trasporto. Un sistema sul filo del rasoio che in qualche modo, però, riesce a aggirare l'ostacolo”*. E intanto, in attesa della liberalizzazione del mercato, il Movimento Turismo del Vino annuncia che nei prossimi mesi lancerà un sistema per i suoi associati che permetta loro di inviare vino nell'Ue in modo semplificato, frutto di un accordo con un grosso gruppo internazionale di trasporti. Il resto e i dettagli, a tempo debito.

# GAMBERO ROSSO HD

Solo su  
**sky** | Canale  
412



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

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

SI RINGRAZIANO



**Bompani**  
MEDENA

*Per gli spumanti è questo il periodo più importante dell'anno, anche se ormai il loro consumo è spalmato sui 12 mesi. Se il Prosecco fa da traino, il Metodo Classico cerca spazio all'estero. E l'Asti fa i conti con il crollo dell'export in Russia*

# Natale col botto per quasi tutte le bollicine italiane

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

**L'**ITALIA ALL'ESTERO È SEMPRE STATA CONOSCIUTA per i suoi vini, bianchi e rossi, ma quasi sconosciuta come produttrice di grandi spumanti. Da qualche anno a questa parte, la lacuna in parte si sta colmando, grazie soprattutto al successo e alla diffusione sempre più capillare del Prosecco nel mondo, un traino anche per le altre bollicine. E così, ora, i nostri metodo classico, consumati soprattutto nel mercato domestico, hanno sicuramente qualche opportunità in più di attirare l'attenzione in mercati dove Cava e Champagne sono assai conosciuti, ben piazzati e presenti da molto più tempo. In attesa dei dati ufficiali sul secondo semestre 2015 - se ne parlerà a 2016 inoltrato - abbiamo provato a fare il punto. Già lo scorso novembre l'Ismea scriveva riferendosi al primo semestre che *"è sempre boom degli spumanti che hanno sfiorato 1,6 milioni di ettolitri (+16%) per un corrispettivo di 556 milioni di euro (+18%). Ed è sempre la voce 'altri spumanti Dop', quella cioè, che comprende il Prosecco, a trascinare questa domanda con una progressione di oltre il 30% sia a volume, sia valore"*. Un avanzamento generale che abbiamo voluto verificare tastando il polso di tutti i principali protagonisti del mondo

dello spumante italiano, metodo classico in primis, per capire sia se il trend è destinato a continuare, ma anche qual è lo stato di salute delle diverse denominazioni interessate.

## IL MONDO DEL METODO CLASSICO

Per Enrico Zanoni, presidente dell'Istituto **Trento Doc**, il *"2015 è sicuramente positivo con una crescita per tutte le 43 aziende associate. Anzi è molto probabile che, a conti fatti, i dati si dimostrino superiori al 2014"*. Tra le motivazioni del successo delle 'bollicine di montagna', di cui il padre nobile è stato Giulio Ferrari, l'allargamento della presenza anche in altre regioni oltre al Nordest, la progressione nella destagionalizzazione dei consumi su cui da tempo l'Istituto sta lavorando - in particolare con i ristoranti e con gli alberghi - e infine l'incremento dell'export grazie anche alle performance di aziende leader del settore, come Ferrari e Rotari, che ha permesso di innalzare l'asticella sino al 20% del totale. Si tratta, nel mondo del metodo classico, della percentuale più alta. È probabile che nell'arco di qualche tempo sia destinata a salire ulteriormente. Infatti, nel 2016, per la prima volta, i fondi per la promozione dell'Ocm Vino, saranno investiti campagne che toccheranno Germania, Nord Europa, Usa e >>



foto © Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene

## PIÙ BRINDISI CON SPUMANTI CHE CON CHAMPAGNE

Questo Natale, secondo Coldiretti, sarà record storico di made in Italy sulle tavole estere (3 miliardi di euro), con lo spumante che registra una crescita del +19% nel valore delle esportazioni. Mai così tanti brindisi come quest'anno nel mondo saranno a base di bollicine italiane, con la domanda che è cresciuta in valore del 50% in Gran Bretagna e del 32% negli Stati Uniti, che si classificano rispettivamente come il primo e il secondo mercato di sbocco. Al terzo posto la Germania. E si registra una crescita del 19% perfino in Francia. Nella classifica dei consumi all'estero ci sono nell'ordine Prosecco, Asti, Trento Doc e Franciacorta. E quest'anno, conclude Coldiretti, all'estero si stapperanno più bottiglie di spumante italiano che di champagne francese.

» Giappone. *“Dobbiamo fare ancora molta strada”* continua Zanoni *“a partire dall'approccio con cui ci dobbiamo presentare all'estero: non siamo i cugini poveri dei francesi, ma la punta di diamante della produzione italiana di metodo classico”*.

Ottimista anche Maurizio Zanella, presidente uscente del Consorzio di tutela della **Franciacorta**: *“Per noi novembre e dicembre sono mesi decisivi, ma niente fa pensare che il trend di crescita, già verificato a giugno e luglio, sia contraddetto da quanto sta succedendo in questi giorni. La proiezione finale per l'anno 2015 registra sicuramente una crescita generale di almeno il 10% in più rispetto al 2014”*. Le basi del Franciacorta Docg sono in Italia, soprattutto al Nord dove la richiesta è sempre più importante, mentre la diffusione nel Centro Sud cresce, ma non con lo stesso ritmo. *“Per l'estero ci vuole molto lavoro specialmente per noi della Franciacorta che vogliamo competere sulla qualità, e non sui prezzi, andandoci a confrontare con chi è già presente sui mercati almeno da 250 anni (leggi Champagne; ndr). I compratori ci assaggiano, fanno le loro comparazioni e lo ordinano, ma poi non è scontato che il consumatore lo acquisti visto che non ci conosce proprio, oppure molto poco”*. Intanto, la Franciacorta si appresta ad operare la sesta revisione del disciplinare di produzione in vent'anni. L'obiettivo è di renderlo sempre più stringente da un punto di vista qualitativo.

Tra le tante culle del metodo classico italiano, l'**Oltrepò Pavese** ha un posto di primo piano. Michele Rossetti, presidente del Consorzio di tutela, mantiene un atteggiamento prudente: *“È ancora presto per fare dei bilanci, ma tendenzialmente le richieste di certificazioni sono in aumento. E visto che a novembre e dicembre avviene il 40% degli imbottigliamenti, si potrebbe ipotizzare un +8% complessivo. Da registrare l'ottima performance del Pinot nero ottenuto con il metodo Martinotti”*. Guardando i dati degli ultimi cinque anni, la produzione di metodo classico dell'Oltrepò Pavese è al di sotto dei 2 milioni di bottiglie, tra Docg e Vsq (Vino spumante di qualità). Quasi il 91% rimane in Italia, soprattutto Lombardia e in genere Nord Italia, mentre solo il 9% va all'estero. Come osserva Emanuele Bottiroli, direttore del Consorzio, *“la chiave è internazionalizzare, allargando gli sbocchi di mercato e quindi motivando produttori e cantine cooperative a credere di più nella spumantistica, con qualità in quantità”*. Già, perché Oltrepò significa 3 mila ettari in produzione di Pinot nero, un potenziale ancora tutto da sfruttare e di cui il Cruasé è il testimone.

Cresce seppur lentamente anche **Lessini Durello**: *“Il nostro è uno spumante fortemente ancorato al territorio che nasce da un vitigno difficile e dall'acidità molto particolare”* dice »

## DENOMINAZIONI

### Trento Doc

All'Istituto Trento Doc aderiscono 43 cantine trentine produttrici di metodo classico. I dati del triennio (2012-2014) confermano la crescita del comparto (+6% crescita media), arrivando a 7 milioni di bottiglie vendute per un valore totale di circa 70 milioni di euro. Il numero di bottiglie "tirate" nel 2014 dalle case spumantistiche è di 8,5 milioni. Le esportazioni corrispondono a circa il 20% del venduto, con l'Europa che rappresenta circa il 10% e America del Nord, Canada, Asia e Oceania con il restante 10%. La zona delimitata per la produzione del vino Doc "Trento" comprende 74 Comuni viticoli della provincia di Trento. I terreni vitati destinati alla produzione sono ubicati prevalentemente in declivio, si spingono fino agli 800 m s.l.m. La superficie totale di produzione

dedicata a base spumante è di circa 800 ettari.

### Franciacorta Docg

Sono 2.800 gli ettari vitati a Franciacorta Docg (82% chardonnay, 14% pinot nero, 4% pinot bianco) distribuiti su 19 comuni, compreso quello di Brescia. Nel primo semestre 2015 la Franciacorta cresce, rispetto al 2014, del 10,6% in Italia. L'export incide del 12,4% sul totale delle bottiglie vendute e sale dell'8,4%. Dal 2011, anno in cui è nato l'osservatorio economico, il trend di crescita è stato del 44,5%. Nel 2014 sono state vendute 15.475.977 di bottiglie di cui 1.428.993 vendute all'estero. I mercati principali si confermano Giappone, con il 20% dell'export e Usa, che rappresenta circa il 13%. Il numero delle aziende della Franciacorta continua a crescere. Se nel 2009 erano 100, sono diventati 113 nel 2015.

### Alta Langa Docg

Aderiscono al Consorzio Alta Langa Docg 15 cantine e 80 vigneroni. Complessivamente sono in produzione 110 ettari di vigneto, ma sono già stati richiesti altri 120 ettari di nuovi impianti. Nel 2014 sono state prodotte 650.000 bottiglie di metodo classico Alta Langa Docg di cui il 15% è stato destinato all'export. Il valore delle bottiglie in affinamento nelle cantine è di euro 25.000.000.

### Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg

La superficie vitata si estende per 6861 ettari spalmati su 15 comuni in provincia di Treviso dove lavorano 3243 viticoltori, 445 vinificatori e 183 case spumantistiche. Nel 2014 sono state prodotte 79 milioni di bottiglie di Conegliano Valdobbiadene Docg di cui il 91% di spumante, 1.322.000 di Rive e 1.446.000 di Cartizze. Il 56%

» il direttore del Consorzio Aldo Lorenzoni *"I nostri produttori sono molto legati alla produzione dell'uva, mentre nella commercializzazione bisogna fare ancora dei passi in avanti"*. Ogni anno la denominazione - circa 650.000 bottiglie di spumante - è aumentata percentualmente, ma l'obiettivo è di arrivare ad un milione.

Un'altra espressione, piccola ma significativa, è quella raccolta nel Consorzio **Alta Langa Docg**. *"Pur avendo numeri contenuti abbiamo una storia di produzione di metodo classico che non è seconda a nessuno"* spiega Giulio Bava, presidente del Consorzio *"Siamo nati 15 anni fa con poco più di 100.000 bottiglie, nel 2008 erano diventate 350.000 e ora siamo arrivati a 650.000 bottiglie che vengono esaurite. Contiamo di crescere ancora, però, tanto che abbiamo chiesto di aggiungere ai nostri 110 ettari di vigneto altri 120 ettari. Un buon segno per il futuro"*. Alta Langa Docg è un metodo classico definito 'gastronomico' perché viene consumato soprattutto prima dell'estate, come da tutto pasto, nel Nordovest (dove va il 70% delle bottiglie), mentre il 15% è destinato all'esportazione. Alta Langa, insomma, non risente di quei

picchi di consumo legati alle festività di altri spumanti.

Lorenz Martini dell'**Associazione Produttori Spumanti Metodo Classico Alto Adige**, racconta che la piccola pattuglia di spumantisti sudtirolesi è in leggera salita. *"Prossimamente tre cantine sociali altoatesine presenteranno il loro metodo classico, ampliando la gamma in offerta"*. Nonostante a Cornaiano i primi esempi di produzione risalgano al 1909, l'Alto Adige è poco conosciuto per lo spumante. La situazione seppur favorevole, con vigneti sino a mille metri, si scontra con i prezzi elevati, anche delle basi spumante, però la mancanza di una massa critica - appena 250 mila bottiglie - limita le possibilità. Compensano la buona qualità e il radicamento dei consumi nel territorio.

### L'UNIVERSO DEL PROSECCO

Per il mondo del Prosecco il 24 novembre è una data da ricordare perché è il giorno in cui sono state pubblicate su Decanter le degustazioni di Susie Barrie MW, intitolate "Top Prosecco for Christmas" che hanno riguar- »



viene consumato in Italia mentre il 43,51% va all'estero in circa 100 Paesi.

### **Prosecco Doc**

La zona di produzione del Prosecco Doc abbraccia i territori situati in 5 province del Veneto (Treviso, Venezia, Vicenza, Padova, Belluno) e in 4 nel Friuli Venezia Giulia (Gorizia, Pordenone, Trieste e Udine). È l'area di produzione più estesa con circa 21.000 ettari di vigneto. La produzione 2015 è stimata in 360 milioni di bottiglie.

### **Lessini Durello**

È una delle novità degli ultimi anni. Lo spumante, ottenuto nelle due versioni Lessini Durello Doc sia metodo italiano - la maggior parte - sia metodo classico, nasce dalle uve durelle allevate in 7 comuni della provincia di Verona e in 18 di Vicenza. La superficie vitata rivendicata è di 300 ettari dai quali si ottengono 4500 hl di vino. Complessivamente si ottengono 650.000 bottiglie di spumante di cui 35.000 di metodo classico Lessini Durello Riserva. Al Consorzio di Tutela del Vino Lessini Durello sono associate 18 aziende. Nell'area i vinificatori imbottigliatori sono 25.

» dato Doc e Docg. E sui punteggi, Susie, non ha certo lesinato: primo il Cartizze Docg di Adami con 94/100, seguito da altri con 91/100 tra cui il Frizzante di De Faveri. Il più basso 87/100. Un bell'inizio delle feste e qualche mal di testa per i nostri critici più snob. Quanto alla situazione sul terreno, secondo Stefano Zanette, presidente del Consorzio **Prosecco Doc**, un vero colosso del settore che raccoglie 21 mila ettari di vigneto: *"In un quadro largamente positivo registriamo una flessione nelle certificazioni nel mese di novembre (Parigi ha avuto il suo peso; ndr), ma comunque contiamo di migliorare i risultati anche nel 2015. Ci stiamo avviando verso un riposizionamento del prodotto dovuto alla crescita del prezzo delle basi spumante: siamo quasi all'equilibrio della domanda e dell'offerta. Bisognerà vedere come il mercato reagirà all'aumento, anche perché è necessario consolidare le posizioni raggiunte. È giusto che con la Docg ci sia un una forbice di prezzo che aiuti a riconoscere il prodotto"*. Innocente Nardi, presidente del Consorzio Tutela del Vino **Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg**, parla »

Poderi dal 1<sup>o</sup>  
**Nespoli**  
1929



**PRUGNETO**

EDIZIONE LIMITATA

Il fiore all'occhiello  
della viticoltura  
di Romagna

[WWW.PODERIDALNESPOLI.COM](http://WWW.PODERIDALNESPOLI.COM)

» di un generale *“andamento positivo delle certificazioni con una flessione a novembre in via di recupero. Pensiamo di ipotizzare una crescita del 5% della nostra denominazione ma le somme si tireranno a metà del 2016. Bisogna affinare sempre più le nostre capacità per gestire la crescita in modo di assicurare anche in futuro coerenza e credibilità delle scelte. Per fare questo è, altresì, necessario assicurare chiarezza nella comunicazione”*. L'**Asolo Prosecco Superiore Docg** - appena 100 ettari - si comporta come un 'passista'. Osserva Armando Serena, presidente del Consorzio: *“Ai primi di dicembre eravamo arrivati a 4,8 milioni di bottiglie. Stiamo crescendo e siamo in linea con l'obiettivo di raggiungere i 5 milioni che ci eravamo prefissati - ma è possibile anche un ulteriore incremento - grazie anche all'ingresso di nuovi imbottiglieri e produttori. Adesso siamo in 65”*. L'Asolo Docg è un prodotto di nicchia nell'ambito del mondo del Prosecco, con un potenziale di 15 milioni di bottiglie, tutto da scoprire. Complessivamente il mondo del Prosecco, stante i trend attuali, potrebbe superare, e di molto, i 400 milioni di bottiglie.

#### L'ASTI E IL MOSCATO D'ASTI

L'**Asti Docg**, classico prodotto delle festività, quest'anno non sta facendo un buon Natale a causa dell'embargo in Russia e della difficile situazione dei distributori locali.

Il pericolo, considerata la situazione di incertezza, è che potrebbero mancare all'appello sino a 15 milioni di bottiglie, una perdita non ammortizzabile nel breve periodo che significherebbe quasi il 30% del totale prodotto dalla denominazione. *“Bisogna sperare che la situazione migliori in fretta”* ci dice Giorgio Bosticco, direttore del Consorzio *“anche per non perdere tutti quegli investimenti che abbiamo fatto in passato e che hanno permesso all'Asti di arrivare sullo scaffale dei supermercati russi a 15 euro”*. Nel resto del mondo i consumi vanno bene, in modo particolare quelli del Moscato d'Asti Docg che, da 8 milioni di bottiglie del 2008, adesso ha raggiunto una quota di quasi 22 milioni di bottiglie. Negli Usa, grazie ai giovani del New Millenium, alla Moscatomania e ai rapper che lo cantano, il Moscato d'Asti nonostante la concorrenza agguerrita delle cantine Usa, ha conquistato il 6% a volume e il 13% a valore del mercato. Sul mercato italiano, soffre per un eccessivo legame con la stagionalità, tanto che le vendite sono concentrate nelle tre settimane sino all'Epifania, comprendendo lo spazio di manovra durante l'anno. Gli addetti ai lavori chiedono a gran voce un rinnovamento radicale dell'offerta dell'Asti. È un grande prodotto per cui vale la pena di battersi e potrebbe essere un buon proposito per il 2016.



SAN FELICE

TUSCANY MATTERS

WWW.AGRICOLASANFELICE.COM