



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

UN DOLCE NATALE? CONSUMI E PROSPETTIVE PER I VINI DA DESSERT

CUBA

Quali vantaggi per il vino dalla fine dell'embargo con gli Usa? Ecco le prime stime *pag. 3*

ALMANACCO

Un anno di notizie: dai riconoscimenti italiani Unesco all'embargo russo *pag. 6*

ESTERI

Un 2014 all'insegna dell'instabilità russa. Quali conseguenze per il crollo del rublo? *pag. 11*

NORME

Provenienza regionale, dopo la Fivi anche le altre associazioni chiedono buonsenso *pag. 12*

SONDAGGI

Dolce, ma non troppo. È il mercato dei vini da dessert in prossimità del Natale *pag. 16*



DIRITTI IMPIANTO, UN DECRETO SALVERÀ LA TRASFERIBILITÀ DEI DIRITTI A LIVELLO INTERREGIONALE

a cura di Gianluca Atzeni

Urgente e imprescindibile. Il ministro per le Politiche agricole, Maurizio Martina, non ha dubbi sulla necessità di consentire il trasferimento a livello interregionale dei diritti di reimpianto in portafoglio, a partire da gennaio 2015 e fino a dicembre 2015. La norma, che è in attesa di essere incardinata in un decreto legge del Consiglio dei ministri, si spera il primo utile entro fine anno, servirà a rimediare all'esito della Conferenza Stato-Regioni del novembre scorso. In quell'occasione il mancato accordo, coi "no" di Marche, Abruzzo, Molise e Puglia, aveva blindato il trasferimento dei diritti all'interno dei confini regionali, configurando così un clamoroso sgambetto a tutta la filiera. **L'obiettivo del provvedimento annunciato dal ministro è la salvaguardia del potenziale viticolo nazionale, esigenza più**



volte rimarcata dalle organizzazioni di categoria, alla luce della nuova normativa sulle autorizzazioni, in vigore dal primo gennaio 2016, che impedirà la commercializzazione o la cessione dei diritti. La stima è pari a 45 mila ettari, il 7% circa della superficie vitata italiana. Il problema, tuttavia, è risolto parzialmente. Perché, fatta salva la possibilità per i produttori di muoversi su tutto il territorio nazionale per

trovare i vigneti necessari ai propri investimenti e alla propria crescita, occorrerà capire – e qui si gioca l'altra partita – come sarà gestito il nuovo sistema di autorizzazioni e quali regole dovranno seguire le Regioni, visto che l'Ue concede una crescita annua di solo l'1% della superficie complessiva (tra 6.500 e 7 mila ettari).

Se tutto andrà liscio, e il Cdm garantirà la trasferibilità interregionale da gennaio 2015, sarà interessante monitorare l'andamento dei prezzi, e con esso gli eventuali casi di speculazione. Per ora, rispetto a un mese fa, molte preoccupazioni sembrano venute meno. E il pressing sul Mipaaf ha sortito gli effetti sperati. Come ha osservato Domenico Zonin, presidente di Uiv: "Acquistare un diritto oggi significa mantenere forte il nostro vigneto domani, lasciandolo alle prossime generazioni, competitivo e in buona salute economica".

Rallenta l'export italiano a settembre. Prezzi condizionati dalle giacenze di Italia e Spagna

Export al rallentatore da gennaio a settembre 2014, ma pur sempre in terreno positivo. Ammonta a 15 milioni di ettolitri il quantitativo di vini e mosti uscito dai confini nazionali (+0,6% sul 2013) con una crescita degli incassi (+1,3% a quota 3,6 milioni di euro). Secondo Ismea, nonostante ci si trovi in presenza di una crescita limitata, il mercato conferma l'inversione di tendenza nei volumi registrata sia nel 2012 sia nel 2013. Il comparto dello sfuso perde il 3,4% a volumi e il -20,3% a valore (la Germania, primo cliente dello sfuso italiano, è in calo). Qui pesa la concorrenza forte dei vini spagnoli. I confezionati segnano un +0,3% a 7,74 milioni di ettolitri con incassi per 2,5 milioni di euro (+2,3%). Consueti crescita a due cifre per gli spumanti (bene Prosecco e Asti) che realizzano +23,4% a volumi e +18,2% a valore; in calo i frizzanti (-7,2% e -6,6%; anche qui pesa il segno meno in Germania). Tra i vini in confezione, le Dop perdono l'1,1% a volumi con +1% a valore; bene le Igp con +1,1% e +4,5%. **Sul fronte prezzi, non c'è stata l'attesa risalita dei listini alla produzione, nonostante vendemmie in calo in Italia e Spagna.** Uno dei motivi, secondo Ismea, è legato alle quantità di prodotto in giacenza che in Spagna ammontano a 33 mln di hl (+3 di mosti) e in Italia arrivano a 45 mln di hl, ovvero a livelli più alti della media delle ultime vendemmie. Considerando i singoli mercati, sono in ripresa Usa e Regno Unito, in calo Germania, bene Paesi

PRINCIPALI CLIENTI DELL'ITALIA DI VINO

	Ettolitri		Migliaia di euro	
	gen-set 2014	var. %	gen-set 2014	var. %
Stati Uniti	2.253.093	1,6	837.108	5,0
Germania	4.376.907	-0,5	701.910	-5,0
Regno Unito	2.088.221	0,9	453.882	5,7
Svizzera	501.893	2,6	221.244	0,5
Canada	501.830	-2,9	198.198	-4,2
Giappone	332.128	2,4	119.135	1,4
Svezia	356.446	0,3	103.470	2,4
Danimarca	303.158	7,5	97.514	6,6
Francia	636.635	-1,0	96.937	-1,6
Paesi Bassi	308.540	-5,5	81.257	0,1

elaborazione Ismea su dati Istat

Scandinavi, segno più per i volumi in Russia e Cina (al 13mo e al 15mo posto tra i clienti) con valori rispettivi a +1,8% e a -2,4%. In calo il Canada (-2,9% e -4,2%), positivo il Belgio (+8,7% e +10,8%), in doppia cifra l'Australia (+16,6% e +15,5%). Exploit della Lettonia che entra nella top 19 con un +54,7% a volumi (68 mila hl) e +70,6% a valore (24,6 milioni di euro). In calo i volumi importati dall'Italia (1,8 mln di hl, di cui 1,2 mln dalla sola Spagna). Gli sfusi, che rappresentano oltre l'80% del totale, perdono il 17%, a fronte di una crescita dei confezionati. L'Australia (+305,2%) sale al 4 posto della classifica a valore dei fornitori.

Storico accordo Cuba-Usa. Il disgelo porterà vantaggi anche per il vino italiano?

a cura di Gianluca Atzeni

Nicola Cecchi all'Avana ci ha vissuto per 14 anni e da 20 il suo lavoro con il paese caraibico è costante. Il presidente della Camera di Commercio italo-cubana, in questa intervista con Tre Bicchieri, non mostra dubbi sui futuri vantaggi che lo storico accordo con gli Usa sulla fine dell'embargo (son passati 53 anni dall'inizio del *bloqueo*, come lo chiamano da quelle parti) potrà portare anche per il vino e le produzioni italiane: "La legislazione locale aveva già aperto alla creazione di ristoranti privati, favorendo lo sviluppo di caffetterie e locali che servono il vino. Questo fenomeno è ancora in corso e aprirà molte possibilità di crescita per il nostro vino, finora superato da Spagna e Cile". I numeri (bassissimi) dicono che nel 2013 l'Italia ha esportato verso Cuba 14 mila litri di vino per 55 mila euro in valore (fonte Istat). Il popolo cubano è principalmente un consumatore di birra "ma il vino sta crescendo" rileva Cecchi "è visto come una bevanda superiore e, rispetto ad alcuni anni fa, è più facile reperirlo sul mercato. C'è una classe media che da tempo sta crescendo e tende a preferire il vino".



L'Italia, poi, gode di un'immagine positiva nei confronti dei cubani: "Dopo gli spagnoli, siamo considerati un popolo con cui ci sono molte affinità. E non si dimentichi che l'Italia è tra i primi tre partner commerciali di Cuba", sottolinea Cecchi. Ad avere maggiori chance (dato il clima caldo che caratterizza il paese caraibico) potrebbero essere i vini bianchi. "L'apertura del mercato a turisti e prodotti americani presenterà senz'altro maggiori possibilità". Certamente c'è molto da fare. "Oggi, a L'Avana, sono molti i ristoranti, soprattutto nei grandi alberghi, che pur servendo una cucina italiana di italiano hanno ben poco, a partire dagli chef. Ecco allora che siamo di fronte a una serie di opportunità".

Cuba (oltre 10 milioni di abitanti) ha un suo interesse per il vino, ha un'associazione sommelier, che organizza corsi di formazione; ospita a ottobre una fiera internazionale del vino "che ha visto crescere la presenza di esportatori italiani". Non solo: a maggio 2015 la consueta Fiera nazionale del turismo avrà l'Italia come ospite d'onore: "Occasione importante" conclude Cecchi "ecco perché è necessario valorizzare tutto il nostro made in Italy, magari con una settimana del turismo all'Avana. Ci stiamo lavorando".

Mafie e illegalità in agricoltura: un business da 50 miliardi l'anno

Vale 50 miliardi annui il giro d'affari della criminalità in agricoltura, tra usura, agropirateria, furti, controllo delle filiere. Una cifra pari a quasi un terzo dell'economia illegale italiana. Il rapporto Cia-Fondazione Humus sulla legalità e la sicurezza 2014 stima in 240 i reati giornalieri, con 350 mila agricoltori coinvolti. "Il fenomeno fino a pochi anni fa concentrato al sud ora si è espanso anche al nord", ha ricordato il presidente di Cia, Dino Scanavino (nella foto in basso). La lista dei reati nelle campagne comprende i 14 miliardi annui delle agromafie in senso stretto, i 4,5 miliardi tra furti e rapine; 3,5 miliardi del racket e 3 miliardi dell'usura; 1,5 miliardi di truffe all'Unione europea e 1 miliardo per la contraffazione alimentare in Italia; un miliardo per le macellazioni clandestine e quasi 20 miliardi di euro legati alle ecomafie (abusivismo edilizio, discariche illegali e incendi boschivi dolosi). La filiera illegale parte dall'accaparramento dei terreni, attraverso l'intermediazione dei prodotti, il trasporto e lo stoccaggio arriva all'acquisto e all'investimento in ristoranti ed esercizi commerciali.



"Serve una sorta di rete per contrastare la criminalità" ha concluso Scanavino "e mettere insieme tutte le associazioni di categoria, instaurando un rapporto continuo con istituzioni, magistratura e con forze dell'ordine". – G. A.

Burocrazia, Liberatore (Chianti Classico): Creare una Commissione per ridurre le norme



Creare una Commissione per la semplificazione e la riduzione delle norme e per permettere alle aziende di lavorare con meno burocrazia. Lo ha proposto Giuseppe Liberatore, direttore generale del Consorzio Chianti Classico, durante il convegno 'Meno burocrazia, più economia' svoltosi a Vicenza nei giorni scorsi. "La normativa sul vino era già complicata sia a livello nazionale che comunitario e rischia di diventare ancora più complicata con l'interiorizzazione delle normative europee a livello nazionale. Servirebbe, dunque, uno snellimento generale degli orpelli che creano problematiche all'intero sistema e una legislatura che semplifichi l'interpretazione nazionale delle direttive europee". Le speranze ricadono nel decreto Campo Libero e nel 2015.

Ovse: Consumi bollicine sotto 50 milioni di bottiglie, stabile la spesa a 420 mln di euro



Ulteriore calo dei consumi durante le festività, anche se più contenuto degli anni precedenti. Un consumatore su tre non rinuncerà allo spumante, ma i tempi delle 91 milioni di bottiglie degli anni 2008/2009 sono decisamente lontani. Pertanto, il consumo di bollicine nell'intervallo 8 dicembre - 6 gennaio è stimato in 50 milioni di bottiglie, per un valore di 420 milioni di euro, stabile sul 2013. La stima è dell'Ovse, osservatorio sui vini spumanti ed effervescenti guidato da Giampietro Comolli, che sottolinea come rispetto a sei anni fa la diminuzione per le sole festività di fine anno sia di circa il 45%. Giù anche lo Champagne, con gli italiani che non sono stimolati all'acquisto dai prezzi decisamente sostenuti negli scaffali e in enoteca. Negli ultimi tre anni, sottolinea l'Ovse, i prezzi sono stabili o in crescita (prezzo medio 6,4 euro,

che sale a 7,9 euro poco prima delle feste), ma un ritocco al ribasso aiuterebbe le vendite. "Due italiani su tre" fa notare Comolli "dichiarano di ridurre la spesa alimentare per Natale rinunciando ai beni non indispensabili, come gli spumanti, a causa del costo, e non per spese alternative o per motivi salutistici o di sicurezza stradale". **A perdere terreno sono le bollicine meno note, mentre il mercato è positivo per Franciacorta tra 20-25 euro, Valdobbiadene Docg, Cartizze tra 12 e 15 euro.** Le fasce che calano, dice l'Ovse, sono quelle generiche fra 8 e 16 euro, stabile il consumo fra 4 e 8 euro a scaffale. Gli italiani regaleranno più confezioni miste e un po' meno etichette di grandi Champagne. Come recuperare sui consumi interni? "Una nuova programmazione di marketing e strategie di lungo periodo, ovvero più promozione commerciale e contatto diretto con il consumatore finale".

Franciacorta, un 2014 da ricordare: in 10 mesi vendite Italia a +5,4%, estero a +12,9%. Ma ora serve promuovere il territorio

I produttori della Franciacorta ricorderanno sicuramente il 2014. I risultati incoraggianti ottenuti quest'anno dalla Docg lombarda non vengono scalfiti dagli esiti di una vendemmia complicatissima, con piogge record e una "campagna viticola" così la descrive il presidente del Consorzio, Maurizio Zanella "impegnativa e costosa, con uve mediocri per quanto riguarda Pinot nero e Pinot bianco, e lo Chardonnay che è stato un mezzo miracolo rispetto alle aspettative". I numeri, presentati a Erbusco durante l'assemblea dei soci (109 le cantine associate), dicono che al 31 ottobre l'incremento delle vendite in Italia è pari al 5,4% con l'estero che segna un +12,9% e il prezzo medio di vendita in aumento dell'1,1%. Le vendite di novembre e dicembre saranno importanti anche se non



decisive come per altre denominazioni: "Ci aspettiamo che si chiudano con successo", ha affermato Zanella, mettendo poi l'accento sulla attività di promozione del territorio. L'iter per la costituzione dell'Unione dei comuni "Terra di Franciacorta" vedrà la nascita del Piano territoriale regionale d'area (Ptr): "Sarà fondamentale" ha osservato Zanella "la nostra unione e la proattività che sapremo sviluppare nell'utilizzare tutte le leve possibili affinché le Amministrazioni Comunali della Provincia e della Regione Lombardia, facilitino il cammino dell'Unione dei Comuni". Poi l'appello ai 19 Comuni affinché nascano i contenuti e i progetti per riqualificare il territorio: "La crescita del nostro brand non può andare solo verso l'eccellenza nel bicchiere ma deve essere accompagnata da un territorio fruibile". - G. A.

WINE MONITOR. 2014 DI ASSESTAMENTO PER L'EXPORT: I 7,5 MLD SONO POSSIBILI?

Le stime Wine Monitor per l'export di vino italiano dicono di un 2014 in lievissima progressione (poco più dell'1%) rispetto all'anno precedente, con un valore che dovrebbe assestarsi attorno ai 5,1 miliardi di euro rispetto ai 5,04 del 2013, dopo tassi medi di crescita annui che tra il 2009 e il 2013 sono stati superiori al 9%. I MOTIVI DI TALE FRENATA sono diversi ma ampiamente noti agli addetti ai lavori. Dal giro di vite del governo cinese ai rimborsi spese dei propri funzionari (il principale segmento di consumatori di vino importato nel paese) allo "spiazzamento" subito dai nostri vini sfusi sul mercato tedesco ad opera del più competitivo - e in svendita - prodotto spagnolo (la metà dell'export di sfuso italiano finisce in Germania). Ma al di là dei casi specifici, la tendenza di fondo sembra essere quella di un generale rallentamento dell'economia che sta interessando i principali mercati di consumo del nostro vino. La stessa Russia, il cui embargo non coinvolge fortunatamente questo prodotto, vedrà per il 2014 aumentare l'import di vino italiano solamente di qualche punto percentuale, un mercato che negli ultimi cinque anni ci aveva invece abituati a crescita medie annue superiori al 10%.

ALL'OPPOSTO, TRA I PRINCIPALI SBOCCHI DEL NOSTRO VINO, TENGONO GLI STATI UNITI (dove continuiamo ad incrementare le nostre vendite), recupera il Giappone e aumentiamo nel Regno Unito, in particolare sul fronte degli sparkling (principalmente grazie al Prosecco). Guardando all'ultimo decennio, è pur vero che vi sono stati altri casi di riduzione dell'export di vino italiano: addirittura nel 2003 e nel 2009 si sono registrati cali rispettivamente del 3,1% e 4,4% rispetto all'anno precedente. La verità è che, con la perdurante crisi dei consumi in atto in Italia, l'export è diventata la nostra ancora di salvezza, alla quale aggrapparsi in questa tempesta che non sembra finire mai. Se poi a questo aggiungiamo l'ambizioso obiettivo al 2020 dei 7,5 miliardi di euro annunciati dal premier Renzi all'ultimo Vinitaly, allora dobbiamo proprio rimboccarci le maniche, dato che al target mancano ancora 2,4 miliardi di euro che, misurati in termini di crescita media annua, equivalgono a tassi superiori al 6,5%.



Denis Pantini denis.pantini@winemonitor.it

IL GRIGIO
DA SAN FELICE
GRAN SELEZIONE

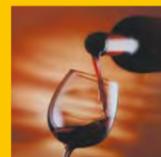
La Gran Selezione è l'eccellenza
dei veri e propri Top Wines del Chianti Classico

www.agricolasanfelice.com

SAN FELICE
AGRICOLA



La soluzione
logistica avanzata
per il mercato
Wines & Spirits



www.ggori.com

WE MOVE PRECIOUS COMMODITIES: YOURS.



ALMANACCO 2014: IL VINO IN 12 MESI

a cura di Loredana Sottile

GENNAIO.

L'anno inizia all'insegna dell'incertezza politica: il ministro dell'Agricoltura, Nunzia De Girolamo, dà le sue dimissioni dopo le polemiche per l'inchiesta sulle Asl di Benevento. Ma di fatto le sue dimissioni anticipano di poche settimane la fine del Governo Letta

FEBBRAIO.

Il 24 febbraio Maurizio Martina (classe 1978, bergamasco, esponente del Pd) si insedia ufficialmente al palazzo dell'Agricoltura. Il settore chiede meno burocrazia e presenta il Testo Unico della Vite e del Vino che dovrebbe chiudere l'iter parlamentare nel 2015

MARZO.

Dopo otto mesi di preoccupazioni, la Cina annuncia ufficialmente la chiusura dell'indagine antidumping sui vini europei. Fine di un incubo. La procedura che contestava i sussidi europei alle esportazioni, era stata avviata a luglio in risposta alle tasse in entrata sui pannelli solari disposte dall'Ue

MAGGIO.

Il Mipaaf firma il protocollo d'intesa con e-Bay per la tutela dell'agroalimentare italiano. L'accordo dovrebbe segnare la fine delle irregolarità nel campo delle vendite di vino on line, ma soprattutto la messa al bando dei wine-kit

APRILE.

Torna l'appuntamento più atteso dell'Italia del vino: Vinitaly (6-9 aprile). Ed è già una prova generale in attesa di Expo 2015, mentre viene annunciato che sarà l'enoologo Riccardo Cotarella a presiedere il Comitato Scientifico del Padiglione Vino di Milano

GIUGNO.

Langhe Roero e Monferrato sono Patrimonio Mondiale dell'Umanità. È la prima volta per l'Italia in cui l'Unesco dice sì ad un territorio vitivinicolo



LUGLIO.

La Fivi annuncia disobbedienza civile al Testo Unico della Vite e del Vino a partire dall'1 gennaio 2015. La protesta riguarda il divieto di riportare la propria regione di appartenenza in etichetta là dove questa coincide con una Do o una Ig non prodotte dall'azienda

SETTEMBRE.

Tempo di vendemmia, ma l'ottimismo del 2013 lascia il posto alle preoccupazioni. Le prime previsioni italiane – poi confermate al ribasso – parlano di un calo del 13,5% (-17% il dato definitivo e 40 mln ha). E c'è chi rinuncia all'annata: è il caso degli Amarone Bertani, Dal Forno, Ugolini

NOVEMBRE.

L'Unesco fa il bis. Dopo Langhe Roero e Monferrato, anche l'alberello di Pantelleria è Patrimonio Mondiale dell'Umanità. La prima volta in assoluto per una pratica agricola

DICEMBRE.

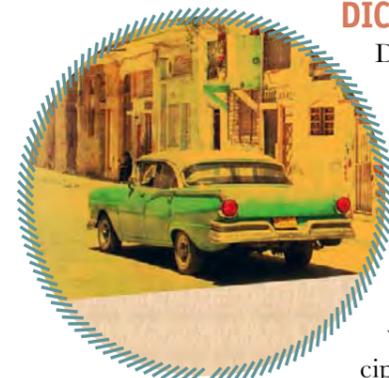
Dopo cinquantatré anni annunciato la fine dell'embargo Usa contro Cuba. Fine di un'epoca e ripresa di un'economia. Quali prospettive adesso per il vino europeo nell'arcipelago caraibico?

AGOSTO.

Il 7 agosto il Cremlino annuncia l'embargo sui prodotti agroalimentari europei, vino escluso. È la conseguenza delle sanzioni occidentali inflitte alla Russia per la questione ucraina, ed è l'inizio - un po' in anticipo sul meteo - del freddo inverno russo

OTTOBRE.

In calo anche la produzione mondiale di vino: -6%. La Francia torna ad essere il primo produttore, seguito da Italia e Spagna



YouWine Shop
the best choice for your wine
www.youwine.it

Bella, Elegante e Funzionale!
Cantina per vino da 19 Bottiglie
in classe Energetica



Bar d'Italia anche in versione "app"

Trovare in tempo reale il bar su misura grazie alla versione "App" Bar d'Italia 2015 del Gambero Rosso, che dopo il cambio di formato per la 15ma edizione della guida, ora lancia un'altra iniziativa. In collaborazione con Illy, l'applicazione consentirà di avere a portata di smartphone tutti i migliori bar selezionati. Permette di cercare il bar in base alla valutazione, alla tipologia, alla città, oppure quello più vicino. **Grazie alla app sarà possibile anche salvare tra i preferiti i vari locali, con l'opportunità di segnalare alla redazione del Gambero il bar del cuore.** Oppure trovare quelli che servono il caffè Illy. L'applicazione (prezzo 2,99 euro) è disponibile sia per Android che Apple.

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli
 coordinamento contenuti
 Loredana Sottile
 sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,
 Denis Pantini

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it | 06.55112201

pubblicità

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

ENO MEMORANDUM

fino al 28 dicembre
Giornate del Marzemino
e degli autoctoni
lagarini

in Vallagarina,
 fra Isera, Rovereto,
 Mori e Avio
 (Trento)
www.trentinovino.it

fino al 31 dicembre
Di Cantina in Cantina
 visite guidate

e degustazioni
 distretto
 della Franciacorta
www.franciacorta.net

19 dicembre
Terre Fiorenti
Le eccellenze di Chianti
& Chianti Classico

Palazzo Medici
 Firenze
 alle 10 alle 20
 ingresso libero
 fino al 21 dicembre

20 dicembre
Merry Sagrantino
 Piazza del Comune
 Montefalco (Perugia)

Degustazione alle 16.30
 Costo 10 euro
info@consorzioMontefalco.it

21 dicembre
Mercatino
di Natale "Taste&Buy"

shopping, finger food
 e vini Pietradolce
 Donna Carmela
 Carruba di Riposto
 (Catania)
 dalle 11.30 alle 22
 ingresso 20 euro

18 gennaio
"Prima"
del Torcolato D.O.C.

Breganze
 piazza Mazzini,
 Breganze (Vicenza)
 ore 15

23 gennaio
Forlì wine festival

Forlì Fiera
 fino al 25 gennaio
sapeur.it/sapeur/forti-wine-festival

31 gennaio
Anteprima
Amarone 2011

Palazzo
 della Gran Guardia
 Verona
 fino al 1 febbraio

TRE BICCHIERI
VI AUGURA
BUONE FESTE
 e vi dà appuntamento
 all'8 gennaio 2015

Ricerca. Identificati i geni chiave della maturazione della bacca della vite

Decifrare i complessi messaggi contenuti nel genoma della vite per ottenere vini di elevato prestigio. Sarà possibile, in un prossimo futuro, grazie alla scoperta di un team di ricercatori dell'Università di Verona e del Cnr. Lo studio, pubblicato sulla rivista "The plant cell" ha identificato alcuni geni chiave nella maturazione del frutto della bacca della vite. **L'importanza del risultato risiede nell'applicazione in viticoltura: si potranno decifrare le risposte della pianta a particolari condizioni o particolari fasi dello sviluppo.** Il lavoro dei ricercatori (con un metodo basato su algoritmi informatici) ha consentito di analizzare il profilo di espressione dei circa 30 mila geni del genoma della vite a diversi stadi di sviluppo. Questo ha consentito di individuare un gruppo di cento geni coinvolto nella regolazione della maturazione degli organi della vite e, in particolare, del suo frutto. In pratica, le proteine che regolano l'espressione di altri geni sono poche e da sole riescono a far progredire la maturazione della bacca di vite. Non solo: la ricerca ha evidenziato che nella fase tra frutto immaturo e maturo molti geni si spengono e con essi le proteine codificate. Il gruppo dei cento geni identificati resta attivo durante la transizione verso la fase matura, rivestendo anche un ruolo nello spegnimento degli altri. Altri geni sono risultati regolatori dei processi metabolici, con un ruolo centrale nello sviluppo e nelle caratteristiche finali della bacca della vite, come la produzione dei composti fenolici che, come si sa, influiscono su aspetti qualitativi come il colore e la struttura del vino. Grazie a questo lavoro si potranno sviluppare strumenti diagnostici per migliorare la qualità di uve e vini. - **G. A.**

Enoturismo, Toscana meta ideale. Ma in Italia potenzialità ancora poco sfruttate

È la Toscana la regione ideale dove fare vacanze ed escursioni, seguita da Sicilia, Puglia, Sardegna, poi Trentino e Veneto a pari merito. Lo rileva una ricerca Wine monitor Nomisma per il Consorzio vini del Trentino. Secondo il sondaggio, **per il 20% del campione è fondamentale fare vacanza in un territorio ricco di vini di qualità** e i vigneti hanno un ruolo fondamentale nella bellezza del paesaggio: in classifica troviamo le Colline Senesi (29%), seguite da Franciacorta (13%), terrazzamenti in Liguria (12%), Trentino e Langhe entrambe con l'11%. Il 24% dei turisti acquista vino del territorio in negozi ed enoteche quando è in vacanza; mentre l'11% del totale compra direttamente in cantina. Lo studio rileva anche come ci siano molte potenzialità inespresse nell'enoturismo italiano, che muove un giro d'affari di 3 miliardi di euro. Solo il 9% degli stranieri dichiara che la scelta dell'Italia è collegata a una prevalente motivazione enogastronomica. Percentuale che scende se si considerano esclusivamente i turisti italiani: appena il 4,7% (nel 2008 era al 3,2%).

TORRE ROSAZZA





PROFESSIONISTI, IN OGNI SENSO.

PASSIONE per:

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

22-24 Novembre 2015

LINGOTTO FIERE TORINO
www.gourmetforum.it



2014, un anno all'insegna del gelo russo

▲ a cura di Loredana Sottile

SE IL 2013 È STATO L'ANNO DELLA Cina in termini di preoccupazioni e incertezze legate al comparto vino (vedi alla voce anti-dumping), questo che sta per concludersi sembra essere quello della Russia. Il Cremlino, infatti, continua a far stare tutti col fiato sospeso. Tanti i motivi di preoccupazione, a partire dal crollo del rublo su euro e dollaro, situazione su cui pesano anche e soprattutto le sanzioni occidentali per la questione ucraina. La Borsa russa non chiudeva in rosso dagli anni '90: in questo momento – ma le variazioni sono all'ordine dell'ora – il cambio con l'euro è ufficialmente a 76 rubli. In banca arriva anche a 100/130. Si annuncia così un freddo inverno russo. Come ciò



influirà sull'Italia? A preoccupare sono le esportazioni che hanno già risentito dell'embargo sul comparto agroalimentare scattato lo scorso 7 agosto. Secondo Coldiretti in tre mesi gli acquisti dei prodotti made in Italy in Russia sono già diminuiti di 300 milioni di euro. E proprio l'embargo è altra fonte di preoccupazione diretta per il vino, prodotto fino ad ora graziato dal blocco delle importazioni. Ma adesso le cose potrebbero mettersi male: qualche giorno fa è arrivata la proposta di un deputato della Duma, Vladimir Bessonov (fazione comunista) di bloccare l'import di vini francesi in risposta alla sospensione della esecuzione del contratto per la consegna delle portaelicotteri "Mistral" da parte dell'Eliseo. *“Vogliamo vietare la vendita dei vini francesi in Russia”*

ha dichiarato Bessonov *“anche solo parlarne può portare ai risultati desiderati”*. La speranza per i vini europei è che quell'*“anche solo parlarne”* possa voler dire che si tratti solo di propaganda. Intanto a dare manforte agli intenti di accentrimento vitivinicolo c'è la proposta lanciata alla Banca Centrale russa dai produttori di *“Legends of Crimea”* di creare una banconota da 200 rubli con stampati i vigneti della Regione, considerata una delle zone più importanti per la produzione vitivinicola russa. Ma alla luce degli ultimi fatti, a regnare sovrana è l'incertezza. Così prima di decidere cosa stampare sulle banconote da 200 rubli, a non far dormire sonni tranquilli ai russi sarà un'altra questione: quanto varranno 200 rubli sul mercato da qui alle prossime settimane?

▲ IL MIO EXPORT. Villa di Corlo – Glauco Malagoli

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

Ora siamo oltre il 35% ed in aumento sullo scorso anno.

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

I nostri mercati principali sono nell'ordine: Germania, Svizzera, Stati Uniti, Giappone. Quest'anno abbiamo iniziato a vendere anche nell'Est Europa ed in Cina.

3. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

Nei mercati in cui siamo presenti non è un problema insormontabile. Un mercato complicato resta quello canadese.

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

Per ben due volte abbiamo iniziato a vendere su mercati stranieri, dove prima non eravamo presenti, grazie al lavoro di due diversi ristoratori italiani, già nostri clienti. Sono cose che fanno piacere.



Villa di Corlo | Baggiovara | Modena | www.villadicorlo.com

NEL PROSSIMO NUMERO
AZIENDA SANTA LUCIA

Il primo gennaio dovrebbe iniziare la disobbedienza civile della Fivi. Si troverà prima una mediazione con il Mipaaf? Intanto le altre associazioni invocano il buonsenso e si chiedono perché nel resto d'Europa l'interpretazione della norma non sia così restrittiva come in Italia

Come regolarsi con il regolamento sul vino?

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

L DIVIETO DI FARE RIFERIMENTO ALLA REGIONE DI appartenenza quando questa coincide con il nome di una Denominazione di origine (Do) o di un'Indicazione geografica (Ig), sta sollevando un'alzata di scudi in tutto il settore vitivinicolo. A partire dai vignaioli della Fivi (Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti) che dal prossimo primo gennaio 2015, come atto di disubbidienza civile, pubblicheranno in grande evidenza sui propri siti aziendali, la regione di appartenenza di ognuno, rischiando quindi le sanzioni. “Da un punto di vista normativo” spiega **Paolo Castelletti**, segretario generale dell'Unione Italiana Vini, “la questione discende dall'articolo 103 del Reg.(UE) n.1308/2013 e dal suo Regolamento applicativo in materia di etichettatura, Reg. (CE) n. 607/09 (articolo 19), oltre che dalla normativa nazionale, D.m.13 agosto 2012 (articolo 14)”. In sostanza il principio stabilito dal legislatore comunitario e nazionale è che le Do e le Ig dei vini sono protette contro qualsiasi uso commerciale diretto o indiretto del nome, nella misura in cui tale uso sfrutti la notorietà di una Dop o Igp. Tale principio è stato codificato al fine di evitare qualsiasi

forma di usurpazione, imitazione o evocazione, anche se l'origine vera del prodotto o servizio, è indicata. “La norma generale, già presente nella legge 164/1992 e ancora prima nella legge 930/1963” osserva **Ottavio Cagiano**, direttore generale di Federvini “prevede che il nome di una Denominazione di origine è riservato al vino che risponde alle caratteristiche fissate nel disciplinare. Fuori da questo caso, è vietato l'utilizzo della Denominazione nella presentazione di un vino che non risponda dalle norme del disciplinare”. E poi prosegue “Finora una previsione di cautela e/o di buonsenso ha consentito di utilizzare il riferimento geografico nei contesti di indirizzo e/o di marchi - ovviamente legittimi - a condizione di non creare confusione o indurre in inganno al consumatore”. E proprio in virtù di questo quadro normativo che le aziende ubicate in comuni ben connotati come Do (Barolo, Chianti, Soave, Frascati, tanto per fare degli esempi) hanno potuto commercializzare anche altre Do e Ig indicando come sede una delle località altrimenti disciplinate a Do. Lo stesso quadro normativo che ha consentito ad alcune Regioni (Friuli, Sardegna, Sicilia) di decidere di accompagnare con il nome della Regione ogni Do esistente all'interno della Regione stessa. E questo a prescindere dalle singole caratteristiche delle Do »



oppure del fatto che il nome della Regione fosse una Do o una Ig. Nel 2013 la nuova Ocm ha confermato il principio di tutelare con sempre maggiore vigore le indicazioni geografiche non solo attraverso le etichette ma anche attraverso le comunicazioni commerciali. Allora quale motivo sta scatenando la querelle? Secondo Cagiano “forse una lettura troppo rigida della norma, senza avere memoria di tutto quello che l'ha preceduta e forse perché è venuta meno quella opportuna ed indispensabile quota di buon senso che, in questi casi, serve sempre”.

INFATTI GIÀ ESISTONO CASI DI AZIENDE CHE SONO STATE sanzionate proprio per aver spiegato in quale Regione d'Italia fossero ubicate. “Attualmente a livello italiano abbiamo conferme di sanzioni comminate solo in Piemonte” denuncia **Matilde Poggi**, presidente della Fivi “dove almeno una cantina è stata multata secondo quanto previsto dall'Art. 53 del Testo Unico che ha recepito il Regolamento EU 1308/13. Ma in ogni caso ci sono alcune regioni che risultano più esposte di altre, visto che ci sono delle Denominazioni, Igt e Doc, che hanno il loro nome. Per quanto ci riguarda non ci sono giunte altre segnalazioni e nemmeno possiamo fare previsioni, perché un'altra delle annose questioni italiane è

la diversa interpretazione e applicazione delle norme, da parte degli uffici periferici degli enti di controllo”. Paolo Castelletti ritiene che l'interpretazione restrittiva della norma meriti un approfondimento con le istituzioni europee. “A nostro parere se tali indicazioni rappresentano un'informazione veritiera e nettamente separata dalle indicazioni obbligatorie (figurino cioè all'interno della descrizione del vino, ovvero sul materiale pubblicitario dell'azienda) e quindi non inducano in errore, hanno il ruolo di comunicare delle informazioni aggiuntive utili specialmente quando si tratta di aree piccole e magari di difficile collocazione geografica per il consumatore”. Se la considerazione – di assoluto buon senso – di fornire utili riferimenti per la collocazione aziendale in ambito regionale o nazionale vale per il consumatore italiano a maggior ragione dovrà valere per il consumatore straniero ancor meno avvezzo ad individuare con certezza l'ubicazione di un piccolo villaggio o di una Regione o addirittura di un Paese. “In altre parole” continua ancora Paolo Castelletti “è difficile affermare che un vino a Docg come il Barolo, specificando che quella denominazione si trova in Piemonte, possa usurpare la notorietà della Doc “Piemonte”. E lo stesso discorso si potrebbe fare per “Chianti” e la “Toscana” o il “Castel del Monte” e la “Puglia”. **C'è da** »



NOMACORC®
Select bio™

SELECT BIO È REALIZZATO CON MATERIALI BIOPLASTICI
DERIVANTI DALLA CANNA DA ZUCCHERO



La prima chiusura
al mondo senza
impronta di carbonio



Polimeri rinnovabili
di origine vegetale



100 %
riciclabili



Gestione ottimale
dell'ossigeno

Nomacorc SA Italia | via L.Dalla Via, 3B
centro direz.Summano, torre A, piano 5°
36015 Schio (Vi) | Italia | www.nomacorc.com
tel: +3904451656521 | fax: +3904451656136

LA PROPOSTA FIVI

FIVI ritiene necessario che all'Art. 53 del Testo Unico della Vite e del Vino sull'Impiego delle denominazioni geografiche, venga aggiunto un comma che permetta di indicare la regione in cui ha sede l'azienda viticola, anche se tale nome è una DO o IG. In particolare la proposta riguarda – non tanto l'etichetta – quanto il sito e gli altri materiali aziendali. Occorre cioè distinguere, come non fa il legislatore europeo e di conseguenza quello nazionale, tra etichettatura vera e propria e informazioni equiparate all'etichettatura stessa.

» **evidenziare che il Regolamento essendo europeo vale anche per altri paesi vinicoli dove sinora le diverse autorità di controllo si sono ben guardate dal dare un'interpretazione restrittiva della norma così come è successo in Italia.** Infatti dalla Francia o dalla Spagna, per esempio, al momento non è arrivata notizia di nessuna contestazione alle aziende per lo stesso motivo. Secondo Matilde Poggi *“Il 1308/2013 non crea conseguenze così paradossali negli altri paesi europei come in Italia perché solo il nostro Paese ha permesso il proliferare di denominazioni di origine con nomi che coincidono con regioni politiche e amministrative, oltre che geografiche”*. Comunque dice l'Uiv *“Noi abbiamo presentato una proposta di modifica dell'attuale Reg. 607/2009 – in fase di revisione presso la DG Agri – che chiarisca questo punto”*. Federvini propone *“di concordare una chiave di lettura del Regolamento che impedisca ai furbetti di ammiccare ad aree prestigiose quando il vino non ne ha né titolo, né valore e lasciando dire, invece, la verità a tutti coloro che cercano di informare il consumatore correttamente”*. La Fivi ribadisce che se l'incontro programmato con il Mipaaf non portasse ad una qualche soluzione, l'azione di disobbedienza civile inizierà come annunciato, il primo gennaio 2015. Potrà una modifica del regolamento risolvere tutti i problemi che sta ponendo alle cantine italiane? Non è affatto detto, in realtà. Vi immaginate un funzionario statale che in Borgogna si avventurasse a dare un'interpretazione del regolamento così come è successo da noi, elevando sanzioni ad una cantina? No, non è successo e quasi sicuramente nemmeno succederà. Da noi invece il segnale d'allarme con l'azienda piemontese, è già squillato. Almeno finché esisterà la possibilità di interpretare le norme avulse dal contesto e dalle motivazioni per cui sono state promulgate.

MODENA E REGGIO EMILIA ARTE, LAMBRUSCO... BELLA LA VITA!



www.lambrusco.net



www.vinireggiani.it

Destagionalizzazione, abbinamenti a tutto pasto e territorialità: le strategie per rilanciare i vini dolci. Un sondaggio da Nord a Sud per capire, a ridosso del Natale, l'andamento del settore. E una domanda: perché non esiste un osservatorio?

Vini da dessert. Quanto vale la dolcezza sul mercato?

▲ a cura di Loredana Sottile

SARÀ CON LA DOLCEZZA CHE SI CONQUISTERÀ IL mercato? Forse non nel corso di tutto l'anno, ma Natale, a quanto pare potrebbe essere il momento più propizio. Per lo meno stando all'alta concentrazione zuccherina che in queste settimane è esposta nelle vetrine delle enoteche, nelle pagine delle riviste di settore e perfino - cosa per il vino non così scontata - in televisione. Basta dare un'occhiata al palinsesto pubblicitario di Mediaset, per esempio, dove da qualche settimana ha fatto capolino lo spot del Passito e del Moscato di Pantelleria della Cantina Pellegrino: "Io pandoro, tu tiramisù, egli sfoglia, noi cannolo, voi panettone, essi sacher. I vini liquorosi di Pantelleria che coniugano il dessert". Il motivo è di facile intuizione. Non è un mondo facile per questa tipologia di vino, ma a Natale si sa, siamo tutti più "dolci". Anche nei gusti. E non è un caso che questo sia anche il periodo prescelto per i nuovi lanci sul mercato. Da Ra'is, il Moscato di Noto firmato Baglio di Pianetto, al Moscatello Selvatico Passito di Castello Monaci in Puglia. Ma cosa succede nel resto dell'anno? Conviene davvero ad un'azienda avviare la produzione di vini dolci o passiti? E come

mai ad oggi non esiste un osservatorio sull'andamento di questo settore?

PRIMA DI LASCIARE LA PAROLA AGLI STESSI PRODUTTORI, ne abbiamo parlato con **Vasco Boatto**, direttore del Cirve di Conegliano. "La situazione che caratterizza l'ambito dei vini da dessert in Italia è la frammentazione, la forte matrice territoriale, una domanda ridotta e di conseguenza dei piccoli numeri. Tutte cose che ovviamente non giustificano uno sforzo produttivo. Eppure, contrariamente a quanto detto, c'è la tendenza che riguarda la maggior parte delle aziende, ad aggiungere al proprio portfolio, almeno un vino dolce. Il motivo, non è economico, ma nasce dal voler dare prestigio alla propria produzione e al territorio di appartenenza". Ribaltando quindi i termini della questione, la territorialità può essere vista come una marcia in più. "Credo che questo tipo di vino" continua Boatto "rappresentando in modo così stretto il legame col proprio terroir, possa essere una leva per quel che riguarda l'enoturismo. Nelle ricerche che il Cirve ha fatto in tal senso una cosa appare chiara: i numeri non sono alti a livello generale, ma non c'è regione che non abbia un proprio vino dolce o passito. Diversità e varietà che sono allo stesso tempo un limite per il mercato e una forza in più per il territorio specifico. Vista in quest'ottica non è senza dubbio un ramo morto del sistema, anzi". E poi esistono anche le eccezioni. "Tra queste >>



senz'altro l'Asti Spumante e il Moscato d'Asti, due realtà a sé, non solo in Italia, ma anche all'estero dove si sono imposti sul mercato grazie al basso tenore alcolico. Si pensi che negli Usa il Moscato è il terzo vino importato dall'Italia dopo Prosecco e Pinot Grigio".

PARTIAMO ALLORA PROPRIO DALL'ASTI SPUMANTE PER capire se tiri effettivamente aria di festa in questa fase prenatalizia. I dati Istat sulle esportazioni da gennaio a settembre 2014 registrano dei segni più: +4% in volume e +1% in valore. L'Italia è cresciuta del 20% in contro tendenza rispetto alla situazione congiunturale nazionale negativa. Manca, però, il trimestre più interessante per le sue vendite, quello prefestivo. "In Italia l'Asti Spumante è ancora legato ai brindisi natalizi" dice a Tre Bicchieri **Stefano Ricagno** proprietario della Cantina Ca' dei Mandorli nell'Alto Monferrato e vicepresidente del Consorzio Asti Docg "mentre la destagionalizzazione è la caratteristica di altri mercati, come ad esempio quello Usa, dove cresce la domanda in qualunque periodo dell'anno, o della Russia dove è considerato un prodotto di pregio. Vero è che il settore delle bollicine, qui da noi, è stato letteralmente bevuto dal Prosecco che è diventato il vero prodotto a tutto pasto a tutto tempo" Da dove ripartire allora per

essere competitivi in qualunque mese dell'anno? "Insistere su ciò che davvero caratterizza le nostre bollicine rispetto a Prosecco, Franciacorta o Trentodoc: la dolcezza. Bisognerebbe ritornare al concetto di Asti come spumante dolce italiano. Un aggettivo che fa la differenza, anche perché in questo caso si parla di dolcezza naturale, frutto delle uve e delle loro caratteristiche. Su questo sta puntando il consorzio per rilanciare il prodotto e su questo dobbiamo puntare noi produttori. Molti, com'è il caso della mia azienda, ne propongono la versione millesimata: ulteriore garanzia di qualità, grazie all'indicazione dell'annata che nel caso degli spumanti non è necessariamente prevista. Tutte strategie che i numeri di quest'anno sembrano premiare, ma si può fare ancora di più".

DAL COMPARTO SPUMANTE, CI SPOSTIAMO A QUELLO passiti. E cambiamo anche regione. "Il vero problema dei vini dolci? Il semplicistico legame con i dessert" spiega **Roberto Scubla** dell'omonima cantina friulana "penso ai francesi, al successo dei loro Sauternes in naturale abbinamento con foie-gras e formaggi. Da noi questa mentalità stenta a decollare, e ciò appiattisce un po' l'andamento sul mercato. Poi c'è un'altra criticità: molto spesso il vino dolce viene etichettato come stucchevole. Sbagliare la scelta o il primo approccio può essere fatale per il consumatore. Per questo bisogna prima di tutto educare >>

» *all'assaggio e all'abbinamento*". Nella produzione della Roberto Scubla, la voce vini da dessert (che si divide tra Verduzzo friulano Crùtis e Riesling Passito) vale il 5% dell'intera produzione (pari a 60 mila bottiglie): "La definirei un completamento di gamma" dice "che però è finita per diventare un fiore all'occhiello della nostra cantina". Stesso discorso vale in Lombardia per l'azienda Perla del Garda. "Siamo una delle tre aziende bresciane che producono la versione vendemmia tardiva del Lugana" racconta la titolare **Giovanna Prandini** "una scelta più di cuore che economica. I nostri riscontri sono positivi, ma da soli non ne giustificerebbero la produzione, visto il grande impegno economico e lavorativo che comportano. I vini da dessert, tra le altre cose, subiscono anche gli effetti della legge sull'etilometro di qualche anno fa. Se prima si sceglieva con più leggerezza un bicchiere da abbinare al dolce,

oggi è la prima cosa a cui si rinuncia per non incappare in multe e controlli. Una delle soluzioni è berlo prima e quindi spostare il suo ruolo da vino da fine pasto a vino da inizio pasto. Ed è verso questa direzione che ci stiamo muovendo". Piccola curiosità l'azienda in questione propone oltre al classico formato tipico della tipologia (0,50 litri), anche la versione magnum. "Probabilmente una pazzia" dice Prandini "ma rientra in quelle ragioni del cuore di cui prima, oltre che in una mia debolezza personale e si rivolge soprattutto ai veri appassionati".

E SE C'È CHI FA SCELTE ORIGINALI SUI FORMATI, C'È anche chi crede così tanto nel passito da "dedicargli" tutta una produzione aziendale. Parliamo di Arcipelago Muratori, una realtà formata da quattro cantine in quattro diverse regioni d'Italia che ad Ischia ha

puntato proprio e quasi esclusivamente su un vino da dessert: il Giardino Arimei, passito secco dell'isola (il passito non passito come lo definiscono gli stessi produttori). »

» "Una scelta arditissima" commenta **Michela Muratori** "soprattutto se confrontiamo il mercato di questo vino con quello degli altri nostri prodotti, come ad esempio Franciacorta. Ma l'idea, fin dal 1999 quando impiantammo i vigneti sull'isola, è stata quella di interpretare questo particolare territorio con un prodotto tipicamente suo. Così anche le vendite si muovono in tal senso e sono legate soprattutto alle enoteche o ai ristoranti della regione. Ma ci rendiamo conto di come una vera pianificazione su questo tipo di prodotto, rispetto agli altri nostri vini, sia estremamente difficile. È un vino che va seguito, e per cui bisogna sempre trovare un nuovo posizionamento. Così il suo - e anche il nostro - viaggio alla ricerca del matrimonio perfetto tra i sapori campani non si ferma mai: se all'inizio lo si proponeva soprattutto con i dolci, come ad esempio la pastiera napoletana, adesso si tende di capovolgere questa logica in favore di cibi salati, come la formagella, un caprino sapido campano che ben si presta all'abbinamento con la sua acidità". Pochi giorni fa, non a caso a ridosso delle feste natalizie, la presentazione di questo particolare abbinamento. Così come non a caso - cambiando regione e denominazione, ma non logica - è di un mese fa l'uscita sul mercato di un altro prodotto da dessert: il Moscatello Selvatico Passito di Castello Monaci (gruppo Giv e famiglia Monaci). In questo caso la vera notizia, pro-

tabilmente è che ci troviamo in Puglia, una regione molto conosciuta per i suoi rossi e per i rosati. Poco per i bianchi. Quasi per nulla per i passiti. "Da qualche anno producevamo questo vino dolce per un consumo familiare" dice **Luigi Seracca** "poi, a novembre, abbiamo deciso di immetterlo sul mercato in 3 mila bottiglie. In un mese ne abbiamo vendute 2 mila, tanto che adesso stiamo pensando di imbottigliarne altre". Il dato - anche se in modo molto limitato - ci permette in un certo senso di avere un piccolo osservatorio su quello che accade con le vendite prefestive di questo settore. "Chiaramente" commenta lo stesso Seracca "se l'uscita fosse stata ad aprile ci saremmo sognati di vendere 2 mila bottiglie in un mese. Queste vendite, chiamiamole sperimentali, hanno riguardato esclusivamente la regione, soprattutto le enoteche, anche perché tra le criticità del sistema c'è la mentalità, soprattutto dei ristoratori che questo tipo di vino sia da offrire gratuitamente al cliente a fine pasto. Di conseguenza gli stessi vorrebbero averlo gratuitamente da noi produttori, magari in seguito all'ordine di altri prodotti. Tuttavia i primi risultati ci hanno dato ragione, in una regione, come si è detto, non proprio avvezza ai vini dolci, ma la vera sfida sarà dopo Natale". Per la Puglia e un po' per tutta l'Italia al cospetto - della tutt'altro che dolce - logica di mercato.

ASTI DOCG VENDITE (gen-set 2014/13)

	2013	2014	%
Asti docg	38.220.269	37.358.438	-2,3%
Moscato d'Asti docg	14.082.178	15.576.757	10,6%
TOTALE	52.302.447	52.935.195	1,2%

Fonte: Consorzio Asti docg



Amarone in Villa

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

Giovedì 22 Gennaio 2015 dalle 18.00 alle 23.00

Rinomati ed emergenti produttori raccontano e fanno degustare il proprio vino.
 In abbinamento buffet di prodotti tipici del territorio (45 € a persona)
 All'interno della serata si svolgerà una verticale di Amarone guidata da Nicola Frasson
 "Guida Vini d'Italia Gambero Rosso"

VILLA DE WINCKELS
 ENOTECA - RISTORANTE - LOCANDA

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



Un pasto senza vino è come un giorno senza smartphone...
 ...e l'App Vini d'Italia del Gambero Rosso

Abbonati su www.gamberorosso.it/appvini

GAMBERO ROSSO