anno 6 - n. 11 - 19 marzo 2015

trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

VINITALY O PROWEIN? FIERE A CONFRONTO

TESTO UNICO
Lunedì a Vinitaly. Ma c'è un colpo di scena: Federvini dice no
pag. 2

BILANCI
Valdo sopra il tetto dei 51 mln. Bolla: "Attenzione allo sboom Prosecco"
pag. 4

EXPO
Non solo Italia. Ecco come sarà il Padiglione Vino francese a Milano
pag. 13

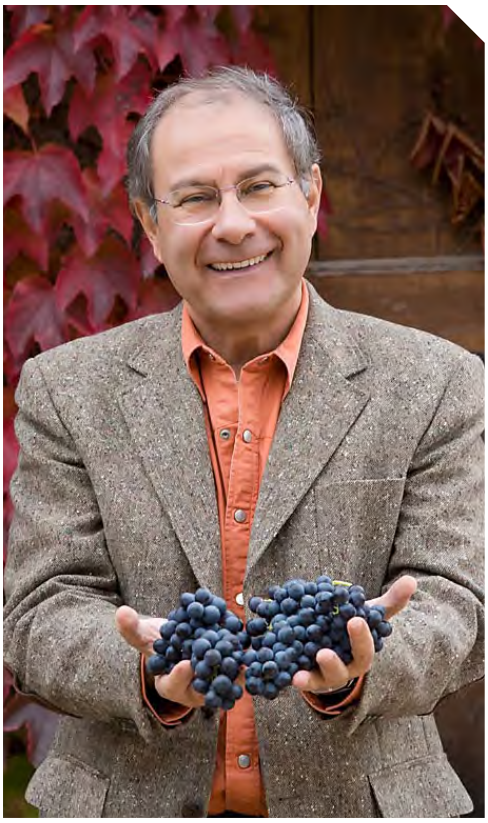
L'INTERVISTA
Com'è cambiato il mercato Usa in 35 anni. Il racconto Lo Cascio
pag. 14

SONDAGGI
a Düsseldorf a Verona in 5 giorni. Fiere del vino troppo ravvicinate
pag. 18

Solo su sky | Canale 412

SEGNO PIÙ IN GDO NEI PRIMI DUE MESI. LA DISTRIBUZIONE RIORGANIZZA GLI SCAFFALI

Due mesi che dovrebbero ridare speranza al vino italiano in grande distribuzione, dopo un 2014 in cui volumi e valori sono andati entrambi in territorio negativo**. Gennaio e febbraio 2015 si chiudono con 78 milioni di litri di vino venduti, in crescita dell'1,3% in volume e dell'1,9% in valore** rispetto allo stesso periodo di un anno fa. L'ulteriore dato diffuso da Iri per Vinitaly rileva una performance migliore per le confezioni da 0,75: +4,4% in volume e +5,2% in valore. Secondo Federdistribuzione, la crescita "*è sensibile e fa ben sperare*", osserva Angelo Corona. La tavola rotonda su vino e gdo a Vinitaly servirà a fare il punto sulle strategie delle catene distributive, che sono le stesse di un anno fa: riduzione delle promozioni, ristrutturazione dello scaffale vino, più comunicazione al consumatore. In particolare, Conad sta sperimentando in alcuni canali la "*vendita assistita con un addetto 'esperto' di vino*", dice Valerio Frascaroli. Secondo Francesco Scarcelli (Coop) lo scaffale deve essere "*più leggibile*", mentre la promozione "*non deve essere la leva principale su cui fare le vendite, ma quella per sviluppare la conoscenza del prodotto e della varietà di abbinamento al cibo*". Carrefour proseguirà il lavoro sulle "*etichette parlanti*". Nel centro-sud, il Gruppo Gabrielli (marchi Oasi e Tigre) farà conoscere i vini anche con l'ausilio di un sommelier e ticket parlanti che aiutano l'abbinamento cibo-vino. E se Sisa rivedrà i display a scaffale riducendo la fascia media "*da qualche anno non più performante, incrementando la medio-alta*", come afferma Germano Ottone, il marchio Despar punterà anche su "*pagine istituzionali a volantino delle cantine selezionate e brochure a tema*", oltre che sul potenziamento dei vini super speciali, il cui trend "*seppure di nicchia*" dice Simone Pambianco "*è in continua crescita*". Infine, Sigma e Selex insisteranno sulle linee di vini a marchio, segmento in cui esordirà a breve anche il Gruppo VeGe, con un progetto per valorizzare i più importanti vini regionali.



Testo Unico lunedì a Vinitaly con Martina, ma Federvini si defila: "Va ritoccato"

a cura di Gianluca Atzeni

Sarà presentato lunedì a Vinitaly in una conferenza stampa il Testo Unico del vino. Annunciato una settimana fa dal vice presidente della Commissione agricoltura, Massimo Fiorio, il testo è arrivato ieri (mercoledì) nella sua versione definitiva (dopo il dialogo-trattativa con la Coldiretti) sul tavolo del ministro per le Politiche agricole, Maurizio Martina, e alle commissioni di Camera e Senato. Ma c'è un colpo di scena. Perché la Federvini, che ha lavorato da sempre con tutta la filiera per redigere il testo, ha scelto di non firmare il documento. Il motivo lo spiega a Tre Bicchieri il numero uno di Federvini, Sandro Boscaini: "*Non ci sembrava coerente firmare e procedere poi a mandare le nostre osservazioni alle Commissioni parlamentari. C'è ancora troppa burocrazia e troppa carta, inoltre ci sono alcuni errori e correzioni da fare in materia di aceti e occorre trovare forme più equilibrate al sistema erga omnes dei consorzi. Abbiamo anche qualche obiezione da fare sulla forma dei controlli, che è ancora burocraticamente pesante, per come è uscita dal testo: riteniamo possano essere snelliti ed essere meno costosi. Sia chiaro: rispettiamo il lavoro della filiera fatto finora*". Intanto, in tema di antiburocrazia, Martina firmato del decreto sulla dematerializzazione dei registri di carico e scarico. Sarà obbligatoria da gennaio 2016. Previste semplificazioni per i produttori sotto mille ettolitri annui.

423 POCKET Tre Bicchieri premiati

L'eBook con tutti i TreBicchieri 2015

IN REGALO PER TE!

SCOPRI DI PIÙ

Export 2014: l'Italia supera i 5 miliardi di euro, ma perde la leadership in volume. L'analisi mercato per mercato

Ormai è ufficiale. Il vino italiano ha superato la tanto sospirata quota dei 5 miliardi di euro di export: 5,11 miliardi per la precisione, +1,4% rispetto al 2013, secondo il dato Istat. Che non sia una cifra da capogiro (nel 2013 si era messo a segno un bel +7%), lo avevamo già detto la scorsa settimana. Tra l'altro l'Italia, con 20,4 milioni di ettolitri consegnati oltre confine, ha perso, come prevedibile, la leadership tra gli esportatori mondiali a favore della Spagna (22,6 milioni di ettolitri e un +22% sul 2013), ma è stata l'unica dei big player a crescere, anche se di poco, sia in valore, sia in volume. La Spagna, infatti, ha perso il 5% in valore e la Francia, con 7,7 miliardi di euro, ha subito una battuta d'arresto dei flussi in valore.

Ma vediamo com'è andata settore per settore. Se lo sfuso italiano risulta in flessione di quasi il 18%, i vini confezionati, secondo l'analisi Ismea, sono invece in crescita del 2%. A trainare gli introiti sono soprattutto gli spumanti, con il Prosecco che da solo segna un +28%. Le Dop (esclusi spumanti) hanno confermato i 4,7 milioni di ettolitri del 2013, con 2 miliardi di euro in corrispettivo monetario. Bene i vini Igp con un più 4% in valore e male i vini comuni, che cedono il 23% sul valore del 2013. Ed è su quest'ultimo segmento che, invece, la Spagna gioca la sua partita. Sul fronte mercati, sono sempre gli Usa a guidare la classifica dei clienti italiani in valore, con una percentuale del 20% del fatturato italiano oltrefrontiera: 1,12 miliardi di euro con un +4,4% sull'anno precedente. Stessa percentuale che, invece, si perde in Germania che, comunque, rimane il primo mercato di riferimento in volume (5,9 milioni di ettolitri). Scendendo lungo l'elenco delle destinazioni si evidenzia un andamento positivo in Gran Bretagna (+6% in valore), Svizzera (+1,8%) e nei Paesi Bassi (+3,4) a fronte di una flessione in Canada (-1,5%), Giappone (-1%), Francia (-5,3%) e Russia (-10,4%). – ***L. S.***

EXPORT ITALIANO 2014

	ETTOLITRI			MIGLIAIA DI EURO		
	2013	2014	var. %14/13	2013	2014	var. %14/13
TOTALE	20.254.432	20.424.346	0,8	5.040.969	5.111.225	1,4
Stati Uniti	2.959.189	2.978.697	0,7	1.077.496	1.124.541	4,4
Germania	5.923.383	5.932.752	0,2	1.020.270	975.023	-4,4
Regno Unito	2.918.655	2.968.438	1,7	619.558	657.456	6,1
Svizzera	678.103	712.196	5,0	313.510	319.099	1,8
Canada	689.784	684.865	-0,7	280.241	275.971	-1,5
Giappone	425.143	430.237	1,2	154.226	152.721	-1,0
Svezia	469.365	481.235	2,5	140.883	143.558	1,9
Danimarca	394.240	416.447	5,6	133.106	140.901	5,9
Francia	853.149	860.146	0,8	139.174	131.742	-5,3
Paesi Bassi	443.991	438.990	-1,1	116.691	120.712	3,4
Russia	438.761	410.233	-6,5	114.499	102.579	-10,4
Belgio	284.455	298.896	5,1	91.984	100.749	9,5
Austria	506.877	508.582	0,3	100.926	98.000	-2,9
Norvegia	231.584	257.427	11,2	86.840	96.029	10,6
Cina	218.973	255.363	16,6	74.697	75.630	1,2
Spagna	212.950	235.085	10,4	39.569	40.602	2,6
Lettonia	75.948	104.501	37,6	24.989	39.433	57,8
Australia	83.859	91.579	9,2	33.856	37.916	12,0
Polonia	139.580	171.314	22,7	30.509	37.459	22,8
Repubblica ceca	287.640	297.397	3,4	34.179	32.554	-4,8
Irlanda	114.239	120.430	5,4	29.071	30.011	3,2
Brasile	101.270	95.713	-5,5	30.203	29.679	-1,7
Altri	1.803.298	1.673.823	-7,2	354.493	348.861	-1,6

Fonte: Ismea su dati Istat

WORLD WINE POLITICS. LA RIVOLUZIONE SOSTENIBILE

Ricerche aziendali, discipline accademiche e iniziative politiche si sono moltiplicate sul tema sostenibilità. Malgrado le molteplici sfaccettature, il concetto di "sostenibilità" si concentra sull'idea che l'impresa debba impostare la propria strategia per creare valore economico, salvaguardia ambientale e equità sociale. Un modello che chiama in causa la responsabilità sociale delle imprese, ovvero "l'integrazione volontaria delle problematiche sociali ed ecologiche nelle operazioni commerciali e nei rapporti delle imprese con le parti interessate" (Libro Verde 2001, Commissione Ue). La sostenibilità rappresenta una strategia di impresa e un vantaggio competitivo ma anche un valore rivoluzionario se inserita in un sistema che coinvolga e integri: sistema produttivo, ruolo dello Stato, consumatore e enti di certificazione. Il ruolo dello Stato è fondamentale: lo conferma la strategia Europea 2020 incentrata su cinque obiettivi in materia di occupazione, istruzione, riduzione della povertà e clima/energia. In tal senso, la nuova Pac individua come obiettivi strategici per i Psr 2014-2020: il miglioramento della competitività dell'agricoltura; la gestione sostenibile delle risorse naturali e l'azione per il clima; uno sviluppo territoriale equilibrato per le zone rurali. Il mondo del vino ha mostrato ampia attenzione al tema (vedi il rapporto sostenibilità di Gambero Rosso e Uiv) e proprio in questa settimana, Foragri ha riunito in Confagricoltura a Roma il gotha della viticoltura italiana su sostenibilità e mercati. Ma l'orientamento verso miglioramento ed efficienza rischiano, se non accelerati, di rappresentare una spina nel fianco. Se guardiamo oltre oceano, l'industria vitivinicola sostiene attivamente la ricerca: il Wine and Food Institute di Davis, patrocinato da Mondavi, la Anheuser-Busch Fondazione e il Ronald e Diane Miller di Silverado Vineyards in California sono centri d'eccellenza a pochi chilometri da distretti completamente sostenibili. Casi da manuale anche in Nuova Zelanda, Australia e Cile. I nostri colleghi oltre oceano sono pronti a salire in cattedra e a darci ottimi insegnamenti. Ci limiteremo a prendere appunti?

Paola Corsinovi e Davide Gaeta esperti di politica vitivinicola internazionale

Valdo: fatturato a 51 mln. Ma Bolla avverte: "Per scongiurare crisi, meno quantità e più valore"

a cura di Gianluca Atzeni

Valdo spumanti piazza un nuovo record nel suo bilancio economico. Dopo il +10% del 2013, il 2014 si è chiuso con 51 milioni di fatturato (+14%) e un ebitda tra 9% e 10% sui ricavi. L'azienda di Valdobbiadene (distributore in Italia per Nicolas Feuillatte) ha venduto 15 milioni di bottiglie (+24%, frutto del +39% estero e del +9% in Italia). Il presidente **Pierluigi Bolla**, con Tre Bicchieri, analizza i risultati: "*Usciamo da un triennio in cui abbiamo investito circa 5 milioni per ammodernare i macchinari, ampliare la capacità produttiva, potenziare il marketing; abbiamo riorganizzato la rete commerciale creando presidi diretti, come quello di lingua tedesca. Credo sia anche questa una chiave per leggere i risultati. E puntiamo a Canada e Sudamerica*".

Le bollicine italiane stanno facendo bene. Come agirà Valdo?

Il Prosecco è stato un messaggero del cambiamento della cultura nei consumi mondiali, ed è destinato a crescere. Continueremo con questa tipologia, ma vogliamo allargare anche ad altri tipi di bollicine. Oggi abbiamo un 8% di produzioni 'non prosecco' e nei prossimi anni vorremmo ampliare tale percentuale.

Metà produzione è esportata. E il mercato Italia?

Aumenteremo le vendite estere, ma sull'Italia non vogliamo certo abdicare.

Sovrapproduzione e prezzi in calo, c'è il rischio sboom del Prosecco?

Siamo arrivati a 330 milioni di bottiglie e il problema di saturazione c'è. Sei soli mercati del Prosecco fanno il 60% dei volumi. Se allora oggi stiamo raccogliendo i frutti del grande lavoro fatto, la filiera deve pensare oggi a fare meno quantità accrescendo il valore. E soprattutto tenere questo valore sul territorio. Sarebbe ora, infatti, che si cominciasse a produrre meno etichette per conto terzi e puntare sulla valorizzazione del marchio aziendale. Insomma, meno etichette di fantasia e di commercianti di vino e più etichette di produttori locali.

Il problema si nota anche da una forbice di prezzo Docg-Doc ancora poco ampia...

Se vogliamo identificare bene la differenza bisogna che la Doc sia meno banalizzata. Troppo spesso si parla di 'prosecchino', diventato sinonimo di bollicine. Occorre che il valore aggiunto sia tenuto in cantina, che si prenda coscienza del 'produrre meno, vendere meglio'. Occorre un grande processo educativo. Se ciò non avviene il rischio sboom è dietro l'angolo. La banalizzazione di un prodotto non giova alla Dop. Arrivare in alto può essere facile, ma mantenersi in vetta è difficile.

MODENA E REGGIO EMILIA

ARTE, LAMBRUSCO... BELLA LA VITA!

www.enzopancaldi.it - Ph: Carlo Guttadauro, Archivio www.lambrusco.net

CONSORZIO MARCHIO STORICO DEI LAMBRUSCHI MODENESI

www.lambrusco.net

LAMBRUSCO

CONSORZIO VINI REGGIANI REGGIO EMILIA

www.vinireggiani.it

Colesel Cartizze Brut Docg.
In questo momento
20 milioni di bollicine
aspettano di essere liberate.

Nascono in autoclavi, dove l'uomo unisce dosi di vini di cru diversi. Zuccheri e lieviti attivano l'effervescenza. Il vino diventa spumante, e le bollicine messaggere della vocazione di una terra: il Cartizze. Trasmettono sentori di mela e di pera. Diffondono note di rosa e di mandorla. Accompagnano la freschezza e la struttura del Cartizze Brut nell'abbinamento a primi con verdure, piatti di pesce o carni bianche. Colesel Cartizze Brut Docg. La vocazione di una terra in 20 milioni di bollicine.

Colesel Spumanti srl - Valdobbiadene
T +39 0423 901055 - info@colesel.it www.colesel.com

Il Bardolino, la rosé revolution del Chiaretto e il progetto Village

a cura di Gianluca Atzeni

La "rosé revolution" che si è vista all'Anteprima Bardolino e Chiaretto di Lazise l'8 marzo scorso è soltanto la prima parte del più ampio progetto di rinnovamento del Consorzio di tutela del vino Bardolino. È innanzitutto il primo passo per cambiare le regole anche della produzione del rosso (fino al 95% di Corvina rispetto all'attuale limite dell'80%). Ed è, poi, il primo passo per arrivare nel giro di tre anni a due distinti disciplinari, uno per il Chiaretto, l'altro per il Bardolino, e riuscire ad applicare un modello di zonazione che riporterebbe il vino gardesano alle sue origini ottocentesche, a quelle tre macroaree (Bardolino classico, Sona-Sommacampagna-Valeggio e distretto di Caprino Veronese) tracciate dallo studioso Giovanni Battista Perez. Una strategia che, tradotta in termini economici, dovrebbe consentire al Consorzio presieduto da **Franco Cristoforetti** di "*ribaltare l'attuale rapporto chiaretto/rosso*" come spiega a Tre Bicchieri "*che vede il 35% della produzione a chiaretto e il 65% a rosso, portando il chiaretto a quota 20 milioni di bottiglie. Non significa che ci sarà la scomparsa del Bardolino come lo conosciamo oggi. Tuttavia, dobbiamo valorizzare quella parte di vigneti identificati nella zonazione che sono l'espressione massima del territorio e che possono portare sul mercato 3-5 milioni di bottiglie di alto livello, in grado di sfondare le porte dell'alta ristorazione: vini non più da scaffale, ma vini da apprezzare nel medio invecchiamento (5-6 anni)*". La filiera (2.700 ettari in 16 Comuni, 65% di export) è unita: "*Grandi nomi e piccolissimi vanno nella stessa direzione*". Oggi, la maggioranza produce entrambi i vini a partire dagli stessi vigneti. Col **progetto 'Village'** (nome ispirato dalle regole vitivinicole in Borgogna) si vuole far sì che le scelte agronomiche, in base alla zonazione dei terreni (altidutine delle colline moreniche, piovosità e temperature), siano determinanti per produrre i due vini in luoghi distinti, in nome della qualità. Il percorso ipotizzato ha come scadenza il 2018. Cosa cambierà per le quasi 1.200 famiglie di viticoltori? L'obiettivo, come sottolinea il direttore del Consorzio, **Angelo Peretti**, è che la produzione lorda vendibile oggi ferma a 5-6 mila euro per ettaro riesca a raggiungere quota 9-10 mila euro: "*In un'area come il Garda veneto in cui il turismo è la prima risorsa economica, l'agricoltura ha un ruolo di custode del territorio. E noi dobbiamo riuscire a dare loro un reddito sostenibile*".

FACCI & POLLINI

A Worldwide Passion

EXHIBITION 2015 VINITALY.COM

vinitaly

Another love story in Verona

VINITALY 49ª EDIZIONE | VERONA **22-25 MARZO**

organized by

VERONAFIERE

together with

ENOLITECH

SOL&AGRIFOOD
TASTE OF BUSINESS

OperaWine
VERONA, 21 MARZO 2015
Premier Event at Vinitaly **operawine.it**

SEGUICI SU

VINITALY.COM

PER INFORMAZIONI **info.vinitaly@veronafiere.it**

CANTINA
Valpantena

CANTINA VALPANTENA VERONA S.C.A.
Via Colonia Orfani di Guerra n° 5/B - 37142 Quinto (Verona)
Tel. 045 550032 - Fax 045 550883

www.cantinavalpantena.it - info@cantinavalpantena.it

Bevi e fotografa. Il concorso MTV a Vinitaly

Per gli appassionati di fotografia, il Movimento Turismo del Vino lancia il suo primo contest fotografico: #bevicosavedi, questo l'hashtag per partecipare al concorso, scelto da MTV anche per inaugurare il nuovo fil rouge "Bevi cosa vedi e vedi cosa bevi" che accompagnerà gli eventi 2015 dell'associazione. Il contest prenderà il via ufficiale domenica 22 marzo alle ore 12.30 con il raduno della community Instagramers allo stand MTV (Centro Servizi delle Erbe - desk 9) e si concluderà il 22 luglio. Una sfida 'a scatti' tra Igers all'insegna di #bevicosavedi per raccontare il vino italiano e le bellezze d'Italia con i suoi paesaggi, monumenti, piazze, vigne e cantine. Lo stesso Movimento, per la prima volta, nell'anno di Expo presenterà a Verona 48 pacchetti turistici realizzati in collaborazione con diversi tour operator: dal giro del Salento su biciclette elettriche al Girocantine della Lombardia in bus, dalla scoperta delle terre del Verdicchio e del Rosso Conero nelle Marche ai soggiorni tra le verdi colline dell'Umbria.

Movimento Turismo del Vino

Al via progetto "In vino virtus". Uiv e Polizia di Stato promuovono il bere moderato

Sono circa cento le aziende appartenenti all'Unione italiana vini che hanno già aderito al progetto di sensibilizzazione "In vino virtus" che, assieme alla Polizia di Stato, promuove il consumo responsabile e moderato di vino. Le associate Uiv applicheranno su 20 bottiglie un'etichetta ad hoc, con nome e logo dell'azienda e logo della Polizia di Stato. Sei di queste bottiglie saranno inviate alla questura di Verona, che le esporrà in uno stand dedicato al Vinitaly, le altre saranno esposte negli stand delle rispettive cantine insieme agli altri prodotti. Il passaggio quantità-qualità che sta caratterizzando il consumo di vino in Italia rappresenta secondo il presidente Domenico Zonin "*una sorta di autoregolazione. Dobbiamo proseguire su questo binario del bere responsabile, andando ad intervenire dove questa condizione culturale è minacciata, soprattutto tra i giovani*". Per la presidente dei giovani viticoltori (Agivi), Carlotta Pasqua, si tratta di un "*impegno etico che noi produttori abbiamo scelto di prendere nel rispetto di tutti i consumatori*".

Vinitaly, gli appuntamenti scelti per voi

Sarà un'edizione del Vinitaly rivolta soprattutto all'export internazionale e ai rapporti b2b quella che andrà in scena alla Fiera di Verona a partire da domenica 22 marzo. Ma questa 49esima edizione non tralascerà certo altri aspetti fondamentali del mondo del vino, quelli legati all'esperienze gustative. Impossibile parlare di tutti gli appuntamenti in programma, per cui vi proponiamo una nostra personale selezione. A partire da domenica, quando come di consueto, il Gambero Rosso aprirà il giro di degustazioni, proponendo **I TRE BICCHIERI 2015 AL VINITALY** (Sala Argento del Palaexpo, ore 11.30) con la possibilità di incontrare i produttori premiati dalla guida.

Il lunedì in fiera, si apre con una degustazione alla cieca, quella organizzata dall'Onav: partecipanti bendati, per un'esperienza sensoriale totalizzante che punta tutto su olfatto e gusto. L'evento, **IL VINO SI ASCOLTA: DEGUSTAZIONE SENZA L'USO DELLA VISTA** (sala B del Padiglione 10, ore 10.30) è volto a promuovere i corsi per ipovedenti e non vedenti promossi dalla stessa associazione col patrocinio dell'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti. Altro appuntamento da segnare in agenda è quello di Gian Luca Mazzella, alla scoperta della Wachau, una piccola zona vitivinicola a nord-ovest di Vienna. L'evento prende il nome dal vino che rappresenta l'apice della proposta territoriale, **SMARAGD: L'ANSA DORATA DEL DANUBIO. I PIÙ GRANDI VINI DELL'AUSTRIA** (sala Iris del PalaExpo, ore 11). Tornando all'Italia, da non perdere la degustazione **IL NEBBIOLO E LE SUE DIVERSE ESPRESSIONI**, promosso dalla rivista inglese Decanter e guidata dalla giornalista britannica Michèle Shah (sala Orchidea del PalaExpo, ore 11). L'appuntamento con l'altro grande rosso italiano è a cura dell'Ais che propone l'incontro **BRUNELLO DI MONTALCINO – VIAGGIO AL CENTRO DEL TERROIR** (Sala Tulipano del Palaexpo, ore 15.15). Altro giorno, altro giro. Martedì la degustazione è all'insegna di un celebre western di Sergio Leone: **THE GOOD, THE BAD AND THE UGLY OF ARTISANAL WINES** (Sala Argento del PalaExpo, ore 11): dopo il dibattito su artigianale, biologico e naturale che coinvolgerà produttori, master of wine e giornalisti di fama internazionale, andranno in degustazione i vini di 8 tra le aziende italiane e internazionali più famose, seguaci di queste filosofie produttive.

Per concludere questa rassegna non possiamo tralasciare la degustazione sul **VIN SANTO DA MEDITAZIONE TRA SACRO E PROFANO** (sala Orchidea del PalaExpo, ore 15.30). promossa dal Seminario Permanente Luigi Veronelli.

L'ultimo giorno del Vinitaly le degustazioni prevedono un salto nel mondo vitivinicolo degli antipodi. **AUSTRALIA, UNA TERRA DI TERROIRS** (VinInternational Hall, ore 10) e **VINI BIANCHI DELLA NUOVA ZELANDA - UN'ICONA INTERNAZIONALE** (VinInternational Hall, ore 11.45) daranno modo di assaggiare vini da Chardonnay, Pinot Nero, Riesling e Sauvignon, prodotti a latitudini diametralmente opposte.

Tra **i fuori salone**, si inizia già venerdì con il consueto Vinitaly and the City, organizzato da Veronafiere, che tra degustazioni, itinerari gastronomici e incontri, occuperà il cuore di Verona fino a mercoledì. Da tenere d'occhio anche l'evento organizzato dal Consorzio Salice Salentino nella suggestiva sala del winter garden del Crowne Plaza di Verona (lunedì 23 marzo alle ore 19): 15 aziende si presenteranno per una degustazione informale dei prodotti salentini, trasformati dalle sapienti mani di due chef stellati, Antonella Ricci e Vinod Sockar. Interverranno anche il senatore Dario Stefàno e l'assessore alle Politiche Agroalimentari della Regione Puglia, Fabrizio Nardoni. Infine una curiosità. Quest'anno c'è chi a Verona è arrivato con martelli, chiodi e seghetti e con la voglia di dare una nuova possibilità di vita a materiali ormai considerati inutili: è nato così, con gli avanzi della Fiera, lo stand della Salcheto di Montepulciano (Padiglione 9 Stand Leftovers D14).

Veneto: 14,8 mln per ristrutturare i vigneti. Finanziamenti non più a rischio chi sta in collina

Da tempo i viticoltori veneti attendevano questo provvedimento, finalmente arrivato con il bando 2015 per la ristrutturazione e riconversione dei vigneti, per 14,8 milioni di euro. La Regione Veneto ha infatti annunciato (su proposta del consigliere leghista, Bassi, e con il via libera dell'assessore Manzato), che è stata depennata una norma che rischiava di far perdere l'intero contributo a molte aziende di collina. Finora, le imprese, nel presentare la domanda di contributo, erano chiamate a stimare l'areale vitato; in caso di disomogeneità, ovvero area inferiore dell'80% rispetto a quanto comunicato ad Avepa (l'agenzia veneta per le erogazioni in agricoltura), erano costrette a restituire l'intera somma. La nuova normativa, tenendo conto della difficoltà di rilevare con precisione i terreni in pendenza (vedi Valpolicella oppure Prosecco superiore), prevede solo il recupero dell'importo non riconoscibile, maggiorato del 20% a titolo di sanzione.

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Paola Corsinovi,
Gianni Fabrizio, Andrea Gabbrielli, Davide Gaeta,
William Pregentelli
foto
Prowein/Messe Dusseldorf; Arcangelo Piai,
Cmc Xtu Studio A. Rispal
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

20 marzo
Vini Veri
Cerea (Verona)
fino al 22 marzo

20 marzo
MoMeVi – viticoltura e meccanizzazione
Fiera di Faenza
fino al 22 marzo

21 marzo
Summa 2015
Casòn Hirschprunn, Magrè
Alto Adige
fino al 22 marzo
www.summa-al.eu

21 marzo
Vinnatur
Villa Favorita 2015
Monticello di Fara – Sarego
Vicenza
fino al 23 marzo

22 marzo
Vinitaly
Veronafiere
fino al 25 marzo
www.vinitaly.com

22 marzo
Degustazione Tre Bicchieri
Sala Argento
Ingresso A2 Palaexpo
Piano -1
Veronafiere
ore 11.30/16.30

22 marzo
Presentazione e Premiazione Guida Oli d'Italia 2015
Sala Salieri
Palaexpo
Veronafiere
ore 16/18

23 marzo
Degustazione oli extravergini premiati dalla Guida
Stand Unaprol
Ingresso San Zeno
Veronafiere
ore 12
fino al 25 marzo

23 marzo e 13 aprile
Tre Gamberi Tour 2015
Cena con gli chef premiati dalla guida Ristoranti d'Italia 2015
Azienda Contadi Castaldi, Adro (Brescia), ore 20
www.gamberorosso.it

24 marzo
Nove vini per nove produttori speciali
Sala Orchidea
PalaExpo
Veronafiere
ore 11.30

27 marzo
Toscana terra del buon vivere
rassegna enogastronomica
piazza del Campo – Siena
fino al 29 marzo
www.terresiena.it
www.restipica.net

11-12 aprile
Very slow Italy
rassegna enogastronomica
Castel San Pietro Terme (Bologna)
www.cittaslow.org
www.restipica.net

18 aprile
Only wine festival
Città di Castello (Perugia)
fino al 19 aprile

Gourmet

EXPOFORUM | HORECA FOOD & BEVERAGE

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

Made by GL events

LINGOTTO FIERE TORINO

GAMBERO ROSSO

From Italy to the world

意大利乃至全世界

www.kmillimitato.com

alleanza delle cooperative italiane
AGROALIMENTARE

Ad Expo la Francia del vino 'sfida' l'Italia

a cura di Gianluca Atzeni

Non c'è solo l'Italia tra i partecipanti a Expo ad esibire i propri gioielli vitivinicoli. La Francia, tra maggiori produttori al mondo con Italia e Spagna, ha organizzato il suo Padiglione rappresentando la realtà nazionale attraverso un arco in legno che raccoglierà al suo interno 1.600 bottiglie rappresentative di tutto il territorio (quelle italiane nel Padiglione vino saranno 1.400). I vini sono stati selezionati con il Comitato nazionale interprofessionale dei vini a denominazione d'origine (Cniv). L'arco sarà il più grande del padiglione e il vino sarà anche nei menu del ristorante interno, così come la viticoltura sarà rappresentata nel campo agricolo intorno alla struttura, attraverso le vigne. Il padiglione francese occuperà uno spazio di oltre 3500 metri quadrati ed è ispirato al mercato coperto, luogo simbolo della cultura alimentare transalpina. Sette i ministeri coinvolti nell'organizzazione della presenza francese all'Esposizione universale di Milano, per una spesa complessiva di 20 milioni di euro. Lo spazio espositivo è concepito come un giardino-labirinto, che poi si apre ai paesaggi della cerealicoltura e dell'allevamento, all'agricoltura mista e all'orticoltura, raccontanto al visitatore il meglio del loro savoir faire. Il messaggio della Francia a Expo sarà "produrre di più e produrre meglio", grazie a un'agricoltura sostenibile e la ricerca di nuove tecnologie. Un'altra area sarà dedicata a piacere e salute. Mentre spazi scenografici, panetteria, brasserie, boutique e aree business completano il quadro.

IL MIO EXPORT. Cantina Terenzi – Federico Terenzi

1. Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

L'export rappresenta il 30%, con l'obiettivo di raggiungere nei prossimi tre anni il 50%.

2. Dove si vende meglio e dove peggio. E perché?

Registriamo un andamento molto positivo nei mercati tradizionali come Svizzera, Germania e Nord Europa, soprattutto in Danimarca. Spostandosi fuori dai confini europei stiamo puntando sulla Cina, mentre i mercati dove facciamo più fatica sono paradossalmente Inghilterra e Stati Uniti (con l'eccezione di New York).

3. Come va con la burocrazia?

Sicuramente la burocrazia non ci aiuta, è macchinosa e rallenta molto alcuni processi aziendali.

4. Ci racconti un aneddoto legato alle sue esperienze all'estero...

Nel 2013 mi trovavo in Cina, con altri amici produttori. A Macao il distributore aveva organizzato un tasting con i sommelier dei principali hotel. Ma, dovendo aspettare che i sommelier smontassero dal servizio, abbiamo iniziato a mezzanotte e siamo andati avanti fino alle 4 del mattino. La cosa che più mi ha colpito di questi ragazzi è stata la grande curiosità e la voglia di accrescere la propria conoscenza. Naturalmente i risultati commerciali sono stati gratificanti, tutt'oggi uno dei nostri clienti più importanti è lo Sheraton di Macao che, con le sue 4.000 camere, è lo Sheraton più grosso al mondo.

Cantina Terenzi | Località Montedonico | Scansano | Grosseto | www.terenzi.eu

NEL PROSSIMO NUMERO
OTTELLA

Dopo 35 anni dalla fondazione di Winebow, Leonardo Lo Cascio ha deciso di lasciare il timone. Con Tre Bicchieri ripercorre la storia del gruppo che è anche parte della storia dell'export vitivinicolo italiano negli Usa

Lo Cascio: "Vi racconto come l'America ha scoperto l'Italia"

a cura di Loredana Sottile

Usa, 1980. C'era una volta in America - o meglio non c'era ancora - il vino italiano. Oggi sembrerebbe preistoria, considerato che parliamo del primo Paese di destinazione per le nostre esportazioni vitivinicole: 1,1 miliardi di dollari nel 2014. Cosa è successo nel frattempo? Nel mezzo c'è stata un'evoluzione fatta di numeri, opportunità, nuove circostanze socio-economiche e soprattutto fatta di persone. Tra queste ultime, anche un italiano che ebbe l'intuizione di introdurre i vini del suo Paese d'origine in quel Nuovo Mondo, ancora regno della coca-cola e degli hamburger. Stiamo parlando di Leonardo Lo Cascio e del suo Winebow, gruppo di importazione di vini negli Usa, che oggi, dopo la fusione con The Vintner Group, è diventato un colosso da 1.200 dipendenti, 122 brand e 600 milioni di dollari di fatturato. Sul fronte italiano - a cui si è sempre prestata particolare attenzione, in particolare grazie alla Leonardo LoCascio Selections (Lls) - oggi il gruppo rappresenta un portfolio di 50 aziende in esclusiva con un totale di 400 etichette. Nel 2014 ha venduto 1,2 milioni di casse di vino dal Belpaese e la previsione per il 2015 è di 1,5 milioni. Ma, al di là dei numeri, la notizia è che Lo Cascio, il suo fondatore, ha annunciato al mondo che lascerà il gruppo il prossimo 30 giugno. Tre Bicchieri lo ha sentito per fare il punto su questi suoi 35 anni di onorato servizio.

Facciamo un salto indietro. Cosa si ricorda di quell'America degli anni '80 in rapporto al vino italiano?

Più che sul rapporto col vino italiano, mi soffermerei sul vino in genere. Se oggi possiamo parlare di un prodotto alla portata di tutti, allora era considerato roba da gente snob e sofisticata. A tavola si preferiva bere birra o direttamente superalcolici. Il vino non era contemplato.

E poi cosa successe?

Più di un evento in realtà. Il primo corrisponde al nome di French paradox, ovvero ci si cominciò a chiedere come mai in Francia, nonostante una cucina molto grassa, l'incidenza di malattie cardiovascolari fosse molto meno preoccupante rispetto agli Usa. Da lì il vino venne considerato un rimedio a queste malattie e i medici cominciarono a prescriverlo a tavola, quasi come si trattasse di una medicina. Sempre sul piano salutista, si diffuse la Dieta Mediterranea, fino a diventare una fenomeno »

USA E VINO IN CIFRE

Consumi.....29,1 milioni di hl
Consumi pro capite.....13 litri
Produzione.....22,5 milioni di hl
Importazioni dall'Italia..... 2, 9 milioni di hl
(1,1 miliardi di euro)

nazionale. Non da meno si intensificarono i viaggi e il diffondersi dello stile di vita europeo e italiano, in primis cibo e vino. Infine una svolta epocale fu data dalla degustazione di Parigi del 1976, quando per la prima volta e inaspettatamente i vini californiani riuscirono a battere quelli dei padroni di casa in una degustazione alla cieca. Era nata la viticoltura americana.

E in che modo questo incise positivamente sul vino italiano?

Al contrario di cosa si possa pensare, questo fu l'inizio della fortuna dei vini italiani in America. Le due produzioni non sono in contrapposizione perché le varietà americane sono così ridotte da non poter competere con l'elevato numero italiano. Chi inizia a bere vuol conoscere sempre di più. La produzione interna fu, insomma, uno stimolo per avvicinare la popolazione al vino e questo aprì le porte alle importazioni.

Ed è in questo contesto che si inserisce Winebow…

Esatto. Allora il vino era diffuso solo sulle due coste, San Francisco e dintorni da una parte, New York dall'altra. Al centro non esisteva ancora. Il Chianti era venduto nei fiaschi, il Verdicchio nell'anfora: si comprava più il contenitore che il contenuto. Ma intanto l'Italia stava facendo passi da gigante.

Quali erano i vini che andavano per la maggiore?

Dapprima i soliti quattro: Barolo, Brunello, Amarone, Chianti Classico che nel frattempo cominciò a staccarsi dall'idea del vinello da osteria. E poi arrivò la grande invenzione di Wine Spectator: i Supertuscan. Erano vini difficili da identificarsi che si erano distaccate dalle doc italiane, allora un po' troppo antiquate. Si pensi ad esempio che nel disciplinare del Chianti era prevista una percentuale di vitigni a bacca bianca. Questi asincronismi portarono alcuni produttori a creare dei vini nuovi che per alcuni anni rimasero in una terra di nessuno, fino alla grande scoperta all'estero. E poi ci furono tutti i vini del Sud, dall'Umbria alla Sicilia, a cui ho cercato di dare il massimo della visibilità attraverso Winebow.

Oggi, 35 anni dopo, di cosa parliamo quando parliamo di vino in America?

Parliamo di un mercato maturo, ma che continuerà a crescere. In Europa calano il consumo e anche la popolazione, in Usa al contrario sono in crescita sia l'uno sia l'altra: 320 milioni di persone nel 2015 che entro »

» il 2051 dovrebbero arrivare a 400 milioni. Relativamente al vino, parliamo di 13 litri di consumo pro capite l'anno. Non solo. Finalmente da qualche mese il dollaro ha ripreso quota sull'euro, ciò significa che è il momento buono e lo sarà ancora per parecchi anni.

L'Italia al momento è in cima a tutte le classifiche: volumi, valore, bollicine. Ma quali sono i suoi veri competitor?
L'Italia gode di una posizione privilegiata: la fascia media. In quella bassa c'è l'agguerrita Australia, ma appunto i suoi vini si identificano con prezzi – e di conseguenza qualità – bassi. La Francia si colloca nella fascia alta, quindi difficilmente potrà incrementare i volumi. Il Cile al momento è stabile. Forse i veri rivali sono l'Argentina che grazie al Malbec sta conquistando il mercato, e la Spagna, con i suoi Cava. Ma anche qui siamo nel low range.

Parlando di denominazioni italiane molto forti negli Usa mi vengono in mente Prosecco e Pinot Grigio. Come si spiega il loro successo?
Facile. Il Pinot Grigio ha rappresentato una facile alternativa all'unica varietà bianca californiana di successo: lo Chardonnay. Ha incontrato il gusto di chi cercava un vino fresco, semplice e di uso quotidiano in tavola. Il Prosecco ormai non è solo un fenomeno, ma una realtà. È il vino che è arrivato nel posto giusto al momento giusto. Eravamo in piena recessione e lo Champagne costava troppo. È stata un'alternativa che in poco tempo ha preso quota: meno secco delle bollicine francesi, ha subito intercettato il gusto americano.

Ricchezza varietale, vini di fascia media, ristorazione molto presente: degli aspetti positivi italiani Oltreoceano abbiamo già parlato. Ma da italiano in America, quali crede siano gli errori del sistema vino in un mercato così concorrenziale come quello statunitense?
L'unico errore italiano è di non investire nella formazione in maniera costante. Manca totalmente il ruolo istituzionale, vedo che le poche cose organizzate dal settore pubblico, sono fatte alle meno peggio all'ultimo minuto. Ci vorrebbe un sistema educativo fisso, qui spopolerebbe, tutti amano il made in Italy. E poi le degustazioni dovrebbero essere organizzate con una visione di mercato, focalizzandosi su etichette effettivamente reperibili, invece di includere tutto e male.

Ma chi vuole comprare o degustare vino italiano negli Usa, al momento dove trova più scelta?
Sicuramente nei ristoranti. E non solo in quelli italiani, si spazia dall'asiatico al messicano. E poi in enoteca, fenomeno in ascesa in tutti gli States. Meno - molto meno - al supermercato, anche perché in alcuni Stati è tutt'ora proibita la vendita di alcol. Retaggi del Proibizionismo. Si pensi che l'alcol è l'unica materia per cui la Costituzione americana è stata scomodata per ben due volte: prima per proibirlo, poi per reinserirlo, ma con modalità differenti da Stato a Stato. Ora solo l'Ovest e il Sud ne permettono la vendita in Gdo, ma non gli Stati più tradizionalisti - e tra questi c'è anche lo Stato di New York. E, anche lì dove lo si può trovare al supermercato – come Texas, California, Arizona – le vendite sono limitate ai brand che propongono dei varietali, vini più facili e per lo più locali.

Gdo a parte, sembra che le cose vadano abbastanza bene per il vino italiano. Ma ricorda dei momenti particolarmente difficili nel corso di questi 35 anni di storia? Per esempio gli scandali sul vino che hanno coinvolto l'Italia...
Gli scandali italiani non sono mai strati vissuti come un dramma. Penso al Brunello, credo che in pochi qui abbiano capito il problema: nessuno stava a guardare quale fosse la percentuale di Sangiovese. Chiaramente ci si allarma di più se il problema riguarda prodotti nocivi, penso ad esempio al caso del metanolo. Momenti superati comunque. Ma se devo pensare ad uno particolarmente difficile, mi viene in mente l'11 settembre 2001 e quello che successe dopo: a New York, ma un po' dappertutto, si instaurò un clima fobico rispetto ai luoghi pubblici. E lì il calo dei consumi si avvertì parecchio per i mesi e gli anni a venire. Poi c'è stata la caduta del dollaro: dal 2005 al 2014 troppo basso rispetto all'euro. Cose che hanno influito, ma non hanno comunque frenato l'ascesa dei consumi. E adesso, col dollaro in ripresa, è arrivato il momento di guardare positivamente al mercato.

E che momento è, invece, per Leonardo Lo Cascio? Quali sono i suoi progetti dopo l'addio al gruppo?
A 65 anni e dopo 35 anni di intenso lavoro a Winebow, credo sia arrivato il momento di lasciare il timone. Continuerò ad essere azionista del gruppo, ma non avrò altre cariche al suo interno: dopo aver dato la vita a questa creatura e averla accompagnata nella sua crescita, non potrei immaginarmi dentro in modo diverso. Non starò un po' dentro e un po' fuori, insomma. Mi dedicherò ad altri progetti, non a scopo di lucro, come ad esempio la formazione universitaria per gli italiani in America, ma il vino continuerà ad essere una parte fondamentale della mia vita.

GAMBERO ROSSO

Contadi Castaldi
FRANCIACORTA

come in Famiglia

Ogni anno il Gambero Rosso premia con il riconoscimento
dei Tre Gamberi le migliori Trattorie d'Italia.
Luoghi eccellenti per la ricerca delle materie prime,
la fantasia e la creatività nel saper interpretare il territorio.
Luoghi dove ci si sente bene,
come al pranzo della domenica in famiglia.
I volti che stanno dietro a queste cucine sono stati ritratti
da Oliviero Toscani, le loro storie sono state
raccontate dal Gambero Rosso.
Contadi Castaldi presenta il progetto
con una grande cena della festa quotidiana.

CENA DEI TRE GAMBERI

lunedì 23 marzo 2015 ore 20.00

Contadi Castaldi, via Colzano 32, Adro (BS)

IN CUCINA PER NOI:

La Locanda delle Grazie Curtatone (MN)
Vecchia Marina Roseto degli Abruzzi (TE)
Sora Maria e Arcangelo Olevano Romano (RM)
Al Convento Cetara (SA)
Osteria del Treno Milano
Tischi Toschi Taormina (ME)

55 euro – compresi i vini e aperitivo di benvenuto

Prenotazione obbligatoria: now@contadicastaldi.it
Tel 030-7450126

Info: www.gamberorosso.it

Si è appena conclusa la fiera del vino di Düsseldorf e sta per aprire i battenti quella di Verona. In questa terra di mezzo abbiamo chiesto ai produttori di dire la loro, partendo da una domanda: due date così ravvicinate servono al sistema vino?

Verso Vinitaly, passando per Prowein

a cura di Andrea Gabbrielli

Prowein o Vinitaly?

Due impostazioni molto diverse quelle di Prowein e Vinitaly quest'anno davvero a poca distanza l'una dall'altra. L'appuntamento di Düsseldorf, alla sua XXII edizione, si è svolto dal 15 al 17 Marzo con risultati definiti dagli organizzatori "sicuramente positivi" grazie anche ai 52.000 visitatori professionali (+ 7% rispetto al 2014) dei quali 24.000 erano operatori internazionali. Aumentati anche gli espositori (5970) in rappresentanza di 50 paesi e incremento delle provenienze da Stati Uniti, Canada e America centrale e meridionale: l'area del dollaro con l'euro basso spunta condizioni quantomeno interessanti. Oltre 1200 le aziende italiane presenti, un numero lievitato negli ultimi anni, tanto da richiedere l'occupazione due padiglioni (15 e 16). Un interesse dovuto non solo al ruolo di primo piano che il mercato tedesco svolge nell'ambito dell'export italiano, ma anche al fatto che Prowein accoglie solo operatori professionali – niente pubblico - assicurando così eccellenti condizioni per fare buoni affari: un aspetto che piace molto alle aziende italiane.

Ecco i pareri che abbiamo raccolto, azzardando un raffronto con l'appuntamento di Verona. **Piero Mastroberardino** è rimasto impressionato da come tutto funzioni alla perfezione a Prowein "*Un'impressione eccellente*" ci racconta "*sia per la logistica che per l'organizzazione. È un ambiente molto professionale e particolarmente adatto al business dove però la programmazione degli appuntamenti e degli incontri è fondamentale. Alcuni importatori li vedrò anche a Verona, altri diserteranno l'appuntamento. Quest'anno, tenendo conto anche di Vinexpo a Bordeaux e in misura diversa di Expo, c'è un eccesso di appuntamenti*". Anche **Alberto Tasca** condivide il giudizio sull'efficienza organizzativa e logistica di Prowein "*Tutto fila liscio e si lavora in modo ordinato e proficuo in spazi comodi dove chi viene è interessato ad intessere o a consolidare i rapporti. Si viene pure per assaggiare le nuove annate, ma non c'è quella pressione che si riscontra a Verona*". Sempre secondo l'imprenditore siciliano "*è troppo presto per dire come andrà Vinitaly: è un eccellente esempio di made in Italy, ma con dei limiti strutturali che tutti conosciamo*". **Vittoria Cisonno**, direttore MTV Puglia, ha raccolto il parere positivo di molti suoi associati: si sta tornando al Prowein di anni fa con gli importatori in prima fila, ma lamenta anche disservizi come "*code indecenti alla fine della fiera, impen-* »

ph Messe Düsseldorf

nata delle tariffe alberghiere e ristoranti poco disponibili". **Sandro Gini**, dell'omonima azienda di Monteforte d'Alpone, è il primo anno che partecipa a Prowein: "*Il mio bilancio è in attivo*" ci dice "*porto a casa dei contatti interessanti soprattutto per il Nord Europa, dall'Irlanda alla Scandinavia: d'altra parte la Germania per me non rappresenta un grande mercato perché i prezzi del mio Soave sono più elevati della media*". **Fabio Zardetto**, titolare dell'omonima azienda di Conegliano che partecipa a Prowein già da sei anni, parla invece di una "*visibile flessione delle presenze nei padiglioni italiani: trovo un'atmosfera sottotono rispetto a quella più effervescente che si respirava negli spazi di Spagna, Germania e Francia. Forse c'è da registrare, almeno per il Prosecco, un certo calo di interesse a causa dell'eccesso di offerta e ai prezzi bassi che hanno aumentato i volumi, ma non la qualità. Un strategia che a lungo termine si ritorcerà contro il prodotto. Quanto a Vinitaly, le scadenze troppo ravvicinate impegnano troppo gli operatori che dovrebbero rimanere fuori quasi due settimane*". Il vicepresidente del Consorzio del vino Brunello di Montalcino, **Francesco Ripaccioli**, dopo aver evidenziato l'ambiente molto professionale di Prowein dice che "*è andata molto bene, ma è una fiera che per ottenere dei risultati va preparata attentamente e per tempo. L'interesse nei confronti del Brunello, grazie anche all'annata 2010, è sempre crescente. Qui a Düsseldorf si vede tutto il mondo*" osserva "*molti operatori salteranno il Vinitaly, mentre aspettiamo gli americani che forse preferiranno Verona. Certo due fiere così vicine impongono delle scelte drastiche agli operatori*".

Giudizio favorevole anche per **Raffale Boscaini** (Masi Agricola) "*È andato tutto molto bene nel senso che qui si riesce a fare tutto in orario e gli operatori sono qui solo per fare business. In giro si avverte positività specialmente nell'area legata al dollaro perché è come se acquistassero con il 20% di sconto. Alcuni operatori li vedrò anche a Verona mentre altri sono già ritornati a casa, visto che Prowein è diventato un punto di riferimento anche per molti Paesi extraeuropei. È possibile che Vinitaly risulterà un po' penalizzata perché quest'anno cadrà tra Prowein e Vinexpo di Bordeaux*". **Alberto Mazzoni**, presidente dell'Istituto Marchigiano di Tutela Vini, sostiene di tornare a casa "*moderatamente soddisfatti, con qualche nuovo contatto e la fidelizzazione dei clienti già acquisiti: Prowein è destinata ancora a crescere perché ha puntato sul modulo business. Intanto registriamo una novità che ci fa ben sperare nel futuro: un crescente interesse per i bianchi da parte di molti operatori, soprattutto stranieri*". Per la terra del Verdicchio sarebbe manna dal cielo. »

» Vinitaly, cosa aspettarsi?

Che l'incoming sia una delle strategie vincenti è molto chiaro anche per Veronafiere. "*Aspettiamo operatori specializzati da più di 120 nazioni del mondo e quest'anno, per favorire l'arrivo di buyer dall'estero, abbiamo aumentato del 34% gli investimenti per le attività di incoming*" ha spiegato Ettore Riello, presidente di Veronafiere durante la conferenza stampa di presentazione "*Questo Vinitaly è orientato all'incontro con delegazioni e missioni commerciali provenienti sia da mercati maturi, sia da aree in forte potenziale*". Non si temono certo i numeri: i visitatori non sono mai mancati. Al massimo ci si chiede se verranno anche i tedeschi, a poche ore di distanza da Verona, ma dopo pochi giorni dal loro evento vitivinicolo nazionale. A tal proposito Veronafiere – dopo l'accordo con Trenitalia e Meridiana - scommette sull'accordo con le Ferrovie Tedesche (DB) che prevede tariffe speciali, oltre al potenziamento delle corse da Monaco di Baviera. Così, i 150 mila visitatori dovrebbero essere assicurati. Ma quanti saranno i professionisti? Se ci fosse qualche appassionato in meno, forse si potrebbe incontrare con tranquillità qualche buyer in più. Domenica prossima si inizia, ancora una volta. A dopo le valutazioni.

QUATTRO ANNI SENZA VINITALY

La Carlo Pellegrino di Marsala ha partecipato a Prowein nello spazio collettivo della Regione Sicilia e lo stesso farà a Vinexpo mentre non parteciperà a Vinitaly. Emilio Ridolfi, direttore commerciale dell'azienda, ci racconta il perché: "*Dopo 27 anni di ininterrotta partecipazione al Vinitaly, 4 anni fa abbiamo deciso di smettere. Ormai la fiera è diventata un appuntamento nazionale, un enorme wine bar per le pubbliche relazioni che richiedeva un impegno economico sempre più gravoso: 140 metri quadri di stand, e 12 persone per una spesa complessiva (allestimento, alberghi, ristoranti, rimborsi spese, ecc.) di oltre 84.000 euro. Una somma ingente che sostanzialmente serviva per vedere circa l'85% di operatori nazionali. Adesso, non partecipare, è diventata una scelta consolidata e per di più sotto controllo: infatti la percentuale di fatturato in Italia (63%) non ha subìto variazioni: dal 2011, è sempre la stessa. In compenso con i soldi risparmiati abbiamo deciso di intensificare la partecipazione ad altre manifestazioni, dal Merano Wine Festival a Vino Vip e ad altre ancora compreso l'Expo dove parteciperemo nell'ambito del Cluster Bio Mediterrane*".

GAMBERO ROSSO

vinitaly
Another love story in Verona
Verona, 22-25 Marzo 2015

trebicchieri

della guida Vini d'Italia 2015

Domenica 22 Marzo 2015
dalle ore 11.30 alle ore 16.30

Sala Argento, PALAEXPO
Ingresso A2, Piano -1
Vinitaly - Fiera di Verona

I VINI Tre Bicchieri dalla guida del **Gambero Rosso** Vini d'Italia 2015 protagonisti di un eccezionale percorso degustazione a Verona a Vinitaly 2015, 49° edizione del Salone internazionale dei vini e dei distillati di qualità.

L'EVENTO Tre Bicchieri® della guida Vini d'Italia 2015, guida che valuta assaggia e recensisce ogni anno la migliore produzione vinicola italiana, rappresenta in tutto il mondo l'appuntamento più atteso da professionisti ed appassionati del settore vitivinicolo (italiano e non).

I Tre Bicchieri 2015 sono stati protagonisti a Roma, Tokyo, Shanghai, Hong Kong, Mosca, New York, Chicago, San Francisco, Melbourne e Sydney, Düsseldorf.
E il Tre Bicchieri Tour proseguirà il suo percorso con le due tappe di Vancouver e Toronto.

PER INFO E MODALITÀ DI PRENOTAZIONE:
Tel: 06/551121 e-mail: sponsorizzazioni@gamberorosso.it

RISERVATO A OPERATORI DEL SETTORE: TRADE, RISTORANTI, ENOTECHE E PRODUTTORI

ph Messe Düsseldorf

ANCHE IL GAMBERO ROSSO A DÜSSELDORF

a cura di Gianni Fabrizio

Lo scorso 14 marzo, alla vigilia di Prowein, come da consuetudine negli ultimi anni, si è svolto a Düsseldorf una delle tappe del Tour Tre Bicchieri 2015. La tappa tedesca si attesta come immancabile appuntamento internazionale prima della Prowein e del Vinitaly. Düsseldorf ha ospitato l'Italia del vino sui bordi del Reno, nella splendida cornice del Botschaft, costruzione a tre piani che ricorda il padiglione in pura architettura del Ventennio della Mostra d'Oltremare a Napoli.

La giornata è iniziata con la conferenza stampa di presentazione della versione tedesca della guida *Weine Italiens 2015*, durante la quale è intervenuto, dopo i saluti di rito di Luigi Salerno (direttore generale del Gambero Rosso), di Thomas Geisel (sindaco di Düsseldorf) e di Werner Reinhart (vice C.E.O. del Prowein), l'ambasciatore Pietro Benassi con accorate parole per il vino italiano, che hanno messo l'accento sul privilegiato rapporto commerciale che unisce il vino nostrano alla Germania. Anche quest'anno primo Paese di destinazione in volume: 5,9 milioni di ettolitri.

Poi apertura delle porte al trade e alla stampa per degustare oltre 200 grandi vini italiani (di cui 120 Tre Bicchieri). Disposte su 2 piani, nelle ampie e luminosissime sale, 120 aziende vitivinicole hanno presentato il meglio della loro produzione. La costanza e la numerosa partecipazione (oltre 800 gli ospiti invitati) hanno testimoniato l'ottima riuscita dell'evento.