



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

AMBIENTE ED ENOTURISMO. I PIANI DELLO CHAMPAGNE

ALLEANZE

Nasce The Wine Net: tre cantine cooperative insieme in nome dell'export. Gli obiettivi *pag. 2*

MALTEMPO

Il gelo e la grandine di aprile non risparmiano i vigneti. Conta dei danni al Nord *pag. 3*

ISTRUZIONE

A scuola di Sangiovese: nasce la prima summer school della Fondazione Banfi *pag. 5*

E-COMMERCE

Spedizioni estere e vendite in Horeca: ecco i nuovi progetti delle enoteche online *pag. 12*

L'INTERVISTA

Il nuovo corso della Champagne. Le chiavi sono enoturismo e sostenibilità *pag. 16*



ALLEANZE. Se le cooperative iniziano a cooperare: nasce la rete The Wine Net che riunisce le cantine Valpolicella Negrar, Val D'Oca e Pertinace. Obiettivo, promozione estera

a cura di Loredana Sottile

Insieme contano 847 soci, 1744 ettari e denominazione quali Valpolicella, Prosecco e Barbaresco. Stiamo parlando della nuova rete The Wine Net, la prima che mette insieme tre cooperative di tre importanti territori vitivinicoli: Cantina Valpolicella Negrar (230 soci, 700 ettari), Cantina Produttori di Valdobbiadene-Val D'Oca (600 soci, 954 ettari) e Cantina Pertinace (17 soci, 90 ettari). L'idea aveva già fatto capolino alla 50esima edizione di Vinitaly, poi in un anno è diventata realtà e all'ultima

Fiera di Verona c'è stata la presentazione ufficiale. "Si tratta di una Rete aperta" sottolinea Daniele Accordini direttore generale di Cantina Valpolicella Negrar "con l'obiettivo di allargarci presto ad altre realtà provenienti dai migliori territori viticoli italiani e con una storica vocazione alle produzioni di qualità".

Ma da cosa nasce l'esigenza per tre territori così diversi di fare squadra?

"La valenza della Rete sta proprio nelle nostre diversità" spiega Aldo Franchi, direttore di Cantina Val d'Oca "offriamo uno spaccato variegato senza sovrapporci e compensando le nostre reciproche forze e debolezze".

Tra gli obiettivi principali, una maggiore presenza sui mercati:

"Siamo convinti che il numero faccia la forza nel presentarsi all'estero" continua Franchi "Ognuno, infatti può condividere i propri Paesi di riferimento: nel caso del Prosecco, ad esempio, gli Stati Uniti, mentre gli altri due consorzi potrebbero aprire le porte dell'Oriente anche alle nostre bottiglie". Cina in primis: il mercato più difficile, ma anche quello potenzialmente più interessante e più facile da aggredire insieme. E sempre pensando al Paese del Dragone, Franchi insiste sull'e-commerce: "Sarebbe importante" dice "presentarci tutti insieme su questo canale che, soprattutto all'estero, è molto frequentato".

Sul mercato interno, primo passo, già visibile, è la presenza dei prodotti delle tre cantine nei reciproci punti vendita aziendali, come ricorda anche Cesare Barbero, direttore della Cantina Pertinace: "Noi, delle tre cantine, rappresentiamo la realtà più piccola, con appena 600

mila bottiglie e con una rete distributiva molto meno articolata, ma è chiaro che quando abbiamo un cliente straniero in azienda magari gli diciamo di andare a trovare anche gli altri o di aggiungere un Amarone e un Prosecco al proprio ordinativo". Sul futuro rivela che tra i piani della nuova rete c'è quello di presentarsi insieme agli appuntamenti internazionali, a partire dalla Fiera di Hong Kong in autunno e "Perché no?" dice Barbero "Nelle prossime annualità potremmo presentarci anche con un Ocm congiunto. Ma, il vero messaggio che vorremmo trasmettere è la qualità e il savoir-faire del reparto cooperativo. Per troppo tempo si è guardato a questo settore con sospetto, antepoendo il rapporto qualità/prezzo a tutto il resto. Oggi, invece, vogliamo far capire che questo rapporto è solo una conseguenza che deriva dal lavorare insieme, abbattendo i costi. Il resto è alta qualità che, in quanto cooperative di primo livello, seguiamo e perseguiamo dal vigneto alla bottiglia. La rete che abbiamo creato mette insieme queste stesse caratteristiche e si pone come un modello nuovo sul mercato, che, siamo convinti, possa fare la differenza".



VINI&SCIENZA. CAMBIAMENTI CLIMATICI E SPACE ECONOMY

La lotta del viticoltore contro la "dittatura del clima" in ogni tempo si è sviluppata nelle fasi iniziali con la delocalizzazione della coltivazione delle viti e con la ricerca di varietà con maggior adattamento. Quali sono oggi le cause del cambiamento? Ne citiamo tre: variazioni dell'asse terrestre, incremento delle macchie solari e aumento della anidride carbonica. Se in passato le crisi climatiche erano caratterizzate dalle basse temperature nel periodo invernale e da ridotte disponibilità energetiche nel periodo vegetativo, quelle attuali si manifestano con eccessi termici, alte radiazioni UV-B e disponibilità idriche irregolari. Il cambiamento climatico negli ultimi 30 anni ha provocato effetti positivi, soprattutto sulla qualità del vino, per l'anticipazione dei fenomeni di maturazione, ma i modelli statistici sviluppati per i prossimi 30 anni appaiono meno favorevoli, in quanto stimano un incremento di 1,5-2,5 °C nella temperatura media annuale che può indurre un anticipo nelle fasi fenologiche 6-22 giorni, come peraltro sta già accadendo. Chi oggi vendemmia il 20 agosto, probabilmente tra qualche anno lo farà a fine luglio. La tempestività è la parola d'ordine. Una soluzione è offerta dalla rete CEE denominata Copernicus, che si avvale di un nuovo satellite, il Sentinel 2B, lanciato da poco dal vettore italiano Vega, che fornisce sia informazioni sui comportamenti della vite in funzione delle temperature e delle precipitazioni a grande dettaglio, sia i modelli numerici per la loro interpretazione. Dopo l'età del ferro e del petrolio, la cosiddetta space economy consente di sviluppare modelli previsionali da applicare a molte scelte colturali, dalla lotta ai parassiti alla vendemmia. Il manifestarsi di fenomeni climatici a scala locale rende poco efficace le diagnosi standard ed esige delle simulazioni di scenari ad alta risoluzione. Se da un lato è fondamentale disporre di un ampio network di misure agroclimatiche (si ricorda a questo proposito il Progetto europeo Life-Adviclim), dall'altro è necessaria una piattaforma web che consenta di visualizzare le simulazioni del cambiamento in tempo reale.



Un esempio concreto sono le applicazioni PICA-Cavit e ENOGIS-Ager, che possono geo referenziare i dati sui vigneti, anche su scale molto piccole e con costi alla portata di tutti.

Attilio Scienza Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

MALTEMPO. Primo colpo all'annata 2017. Gelo e grandine danneggiano i vigneti al Nord a cura di Gianluca Atzeni

Temperature sotto lo zero, venti freddi e primi effetti dannosi sulle viti nella delicata fase fenologica del germogliamento. Non è la prima volta che aprile riserva all'agricoltura questi scherzi. Accadde anche un anno fa. Dall'astigiano al trevigiano sono diversi i territori dell'Italia settentrionale interessati dalle gelate, e in alcuni casi dalla grandine, a seguito dell'ingresso di aria fredda dalla zona dei Balcani. Tre giorni, a partire dalla sera di Pasqua, che hanno messo in crisi i viticoltori. E solo da sabato è previsto un rialzo termico. In Piemonte, in provincia di Asti, il vento di tramontana ha portato sotto zero le temperature e a soffrire sono stati soprattutto gli impianti più nuovi. Interessata anche l'area del Barolo. Tra il 16 e il 17 aprile, una grandinata ha interessato Mantovano (Poggio Rusco, Villa Poma, Pieve) e Modenese. Battuta d'arresto per la primavera anche in Franciacorta, dove il

consorzio segnala il gelo sui vigneti tra martedì 18 e mercoledì 19. I sopralluoghi dei tecnici parlano di "danni a macchia di leopardo", soprattutto nei fondovalle e aree pianeggianti. È presto per fare una stima, essendo un fenomeno precoce la vendemmia non è compromessa anzi "si ipotizza un possibile recupero anche delle vigne più colpite". Più a est, tra Verona, Vicenza e Treviso, a causa del termometro a -1 gradi, Confagricoltura ha rilevato difficoltà per le vigne per gli effetti della brina. Interessati, in particolare, i vigneti di Glera, Sauvignon, Chardonnay e Pinot grigio, con danni tra 60% e 80%, con qualche punta del 100% nel vicentino, e dal 30 al 50% nel trevigiano. La Cia segnala gelate su almeno il 70% della produzione dei 5.800 ettari in provincia di Padova. Prudenza, invece, nelle stime da parte del Consorzio della Doc Arcole, colpita soprattutto tra San Bonifacio, Locara e Cologna Veneta: "Alcuni vigneti sono decisamente compromessi altri sono invece recuperabili, ma va detto" sottolinea il presidente del Consorzio dell'Arcole, Stefano Faedo "che non conosciamo la reazione alle gelate da parte di varietà nuove (Pinot grigio; ndr) di recente impianto in questo territorio".



Franciacorta (foto Lazzari vini, Capriano del Colle)



San Bonifacio (foto di Pinot grigio) fornita dal Consorzio Arcole Doc



La soluzione
logistica avanzata
per il mercato
Wines & Spirits



www.ggori.com

WE MOVE PRECIOUS COMMODITIES: YOURS.



CONSORZI 1. Vini di Romagna, nuovo cda e quarto mandato per Giordano Zinzani



Sarà ancora Giordano Zinzani a guidare per il triennio 2017-2019 il Consorzio vini di Romagna, realtà da oltre 86 milioni di bottiglie tra Doc (11,5 mln di Sangiovese) e Igt. In carica dal 2008, Zinzani è al quarto mandato. L'assemblea generale dei soci ha confermato la

fiducia all'**enologo faentino in forza alla Caviro**.

Il cda è stato in parte rinnovato ed è così composto: Mauro Sirri (Celli di Bertinoro), Alessandro Morini (Poderi Morini di Faenza), Giacomo Montanari (Ca' di

Sopra di Marzeno di Faenza), Francesco Bordini (Villa Papiano di Modigliana), Alberto Perdisa (Insia - Palazzona di Maggio di Ozzano nell'Emilia), Valerio Casali (Tenuta Casali di Mercato Saraceno), Roberto Monti (Cantina Forlì Predappio), Silvia Manzoni (Cavim di Sasso Morelli), Fabio Castellari (Cantina di Faenza), Achille Andrea Emiliani (Agrintesa di Faenza), Daniele Rossi (Cantina dei Colli Romagnoli di Imola), Marco Nannetti (Gruppo Cevico di Lugo), Scipione Giuliani (Poderi dal Nespole di Cusercoli), Enrico Prugnoli (Cantina Sociale di Cesena), Roberto Sarti (Gruppo Caviro di Faenza). "È un Cda che si è anche in buona percentuale rinnovato" ha detto Zinzani "e che certamente porterà nuovo fermento positivo nelle idee e nella vita consortile". Per il vino di punta della Romagna, il Sangiovese, il 2016 si è chiuso con un +3,6% di imbottigliamenti.

LAVORO. Il Primitivo di Manduria cerca un direttore

Alta preparazione culturale, buona conoscenza della lingua inglese e competenze manageriali, laurea in materie giuridiche o economiche ed esperienze di marketing. Sono alcuni dei requisiti richiesti dal Consorzio di tutela del Primitivo di Manduria, che ha pubblicato l'avviso di selezione per la figura del suo nuovo direttore. **Per presentare la domanda c'è tempo fino a domenica 30 aprile**. I candidati dovranno anche avere conoscenze specifiche nel settore vitivinicolo e disponibilità a viaggiare in ogni periodo dell'anno per partecipare a fiere, convegni e degustazioni. Si può scaricare l'avviso al seguente link: <http://www.consorziotutelaprimativo.com/avviso-di-selezione.pdf> e far pervenire la propria domanda a: candidature@consorzio-tutelaprimativo.com, allegando curriculum vitae e documento d'identità. Per info: 099.9796696.

CONSORZI 2. Chianti Classico e Internet brand intelligence: così il Gallo Nero protegge e promuove il suo vino

Prosegue il progetto di *Internet brand intelligence & protection* del Consorzio Chianti Classico, sostenuto dal Mipaaf, per la mappatura, il controllo e la promozione sui mercati virtuali del grande vino toscano. Nel 2016, per opera della Convey, società torinese specializzata nella lotta alla contraffazione in Internet, era stata realizzato un primo portale online in grado di effettuare l'analisi di oltre 5 mila inserzioni di Chianti Classico provenienti da circa 350 venditori del mondo. Durante il Vinitaly è stato presentato lo stato avanzamento del portale IBI (Internet Brand Intelligence & Business Intelligence) per monitorare

le vendite su eBay, Amazon e su oltre 500 e-shop specializzati di 43 Paesi. Secondo Sergio Zingarelli, presidente del Consorzio "L'uso di tali soluzioni innovative non sono da intendersi solo nell'ambito della tutela del Chianti Classico - lotta alla contraffazione, Italian sounding, compliance normativa, ecc. - ma, anche e soprattutto, finalizzabili al supporto per una nuova tipologia di azioni di marketing strategico e per favorire l'internazionalizzazione del nostro vino sui nuovi canali dell'e-commerce". L'auspicio è che queste forme di controllo del mercato online delle vendite di vino, ormai sempre più diffuse, vengano adottate da tutti i nostri Consorzi di tutela. - **A. G.**

VOUCHER. Anche il Senato dice addio ai buoni lavoro. Coldiretti chiede subito un nuovo strumento flessibile per l'agricoltura

Dopo la Camera, anche il Senato (con 140 sì, 49 no e 31 astenuti) dà il via libera al decreto che abroga i voucher. Per cui è ufficiale: **dopo dieci anni i buoni lavoro vengono definitivamente messi da parte**. Introdotti nel 2008 proprio con la vendemmia sono, poi, stati estesi a tutti gli altri settori, ma precisa Coldiretti: "l'agricoltura è stata l'unico settore che è rimasto praticamente incatenato all'originaria disciplina sperimentale con tutte le iniziali limitazioni: solo lavoro stagionale e solo pensionati, studenti e percettori di integrazioni al reddito". Non è un caso che il numero di voucher impiegati in agricoltura sia praticamente rimasto stabile dal 2011. Nell'ultimo anno in agricoltura sono stati venduti circa 2 milioni di voucher per un totale di 350 mila giornate di lavoro. "Adesso" incalza Coldiretti "diviene indispensabile, costruire ex-novo uno strumento che possa rispondere alle stesse esigenze delle imprese e dei lavoratori. Strumento che al pari del voucher, semplifichi la burocrazia per l'impresa, sia agile e flessibile rispondendo soprattutto ad un criterio di tempestiva disponibilità all'impiego e dall'altra generi opportunità di integrazione al reddito per giovani studenti, pensionati e cassa integrati in quadro compiuto di garanzie soprattutto assicurative".

FORMAZIONE. A scuola di Sangiovese. Nasce la Summer School della Fondazione Banfi

a cura di **Andrea Gabbrielli**

La Fondazione Banfi ha presentato, durante il Vinitaly, il progetto del centro permanente di ricerca e formazione Sanguis Jovis. L'obiettivo è creare un polo scientifico specializzato per accrescere e diffondere la cultura legata alla vite e al vino sangiovese. **Presidente è il professor Attilio Scienza dell'Università di Milano, mentre il direttore scientifico è il professor Alberto Mattiacci della Sapienza di Roma, entrambi membri del Comitato Scientifico della Fondazione Banfi.**

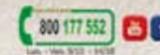
L'alta scuola del sangiovese si muoverà su vari livelli complementari: ricerca scientifica; ideazione e conduzione di progetti sperimentali; formazione, con corsi e seminari finalizzati ad una nuova cultura del vino, indirizzati sia a giovani neolaureati sia a persone già impiegate nel settore; comunicazione della conoscenza, attraverso materiali divulgativi. Il primo tema affrontato dal centro sarà: Sangiovese 4.0, innovazione scientifica e culturale per il Sangiovese nel mondo.

"La Fondazione Banfi nasce il 2 maggio del 1986 con l'obiettivo di promuovere, diffondere e valorizzare la cultura, lo studio e la ricerca dedicate al vino, in tutte le sue forme" ha spiegato il presidente Rodolfo Maralli "per questo abbiamo voluto dare vita a qualcosa che non esisteva nel panorama nazionale, un'alta scuola di specializzazione sul sangiovese che contribuisca al progresso della viticoltura e alla diffusione della cultura del sangiovese". La scuola è un corso di formazione residenziale aperto a 20 persone, di cui dieci studenti in possesso di diploma universitario di secondo livello e dieci persone indicate dalle aziende montalcinesi. I candidati alle summer school, sia accademici sia tecnici, saranno designati dalle Università e dalle aziende coinvolte, e scelti da una commissione paritetica istituita dalla Fondazione Banfi. Ai partecipanti sarà richiesto un contributo giornaliero di 200 euro, mentre i costi della logistica e della docenza saranno sostenuti dalla Fondazione Banfi. Le lezioni si svolgeranno dalle 9 alle 18 e ogni sera, al termine dei lavori e prima di cena, avrà luogo una discussione guidata sui temi della giornata.

La prima Summer School Sanguis Jovis si svolgerà dal 25 al 30 settembre 2017 presso Odra Scuola Permanente dell'Abitare (Via Boldrini 4, Montalcino). Per informazioni sulla partecipazione: info@fondazionebanfi.it



YouWine Shop
The best choice for your wine
WWW.YOUWINE.IT



VINUMdesign

CANTINE VINO INSTALLAZIONE FREE STANDING.
da 20 a 100 bottiglie.
..anche personalizzabili



Leader nella produzione e distribuzione di cantine frigo per vino.

NEVADA®

CANTINE FRIGO PER VINO INSTALLAZIONE BUILT-IN.
da 20 a 100 bottiglie.
..anche personalizzabili



CONCORSI. Mondial de Vins Extrêmes dal 6 all'8 luglio

a cura di Andrea Gabbrielli

Il Mondial des Vins Extrêmes 2017 si svolgerà il prossimo 6-8 luglio mentre la premiazione si terrà il 25-26 novembre presso il Forte di Bard in Valle d'Aosta. Il concorso enologico internazionale, patrocinato dall'Oiv (Organizzazione internazionale della vigna e del vino), è organizzato da Cervim (Centro di ricerca, studi, salvaguardia, coordinamento e valorizzazione per la viticoltura montana), assessorato regionale all'agricoltura, Vival (Associazione viticoltori VdA) e Ais VdA.

Da settembre 2016 la competizione è entrata in Vinofed, la federazione internazionale che associa 14 grandi concorsi di tutto il mondo, ed è l'unica specificamente dedicata ai vini prodotti da viticole eroiche. **Sono ammessi al Mondial des Vins Extrêmes tutti i vini ottenuti da uve di vigneti che presentano difficoltà strutturali permanenti** quali: altitudine superiore ai 500m s.l.m., ad esclusione dei sistemi viticoli in altopiano; pendenze del terreno superiori al 30%; sistemi viticoli su terrazze o gradoni; viticole delle piccole isole. All'ultima edizione 2016, record di partecipazione con 738 vini in rappresentanza di circa 300 aziende vitivinicole da 16 paesi del mondo. Premi per 244 vini con 8 grandi medaglie d'oro, 96 medaglie d'oro e 140 medaglie d'argento (www.cervim.org/concorso-vini-montagna.aspx).

“La viticoltura di montagna e delle piccole isole” ha sottolineato il presidente del Cervim, Roberto Gaudio “nonostante costituisca solo il 5% della viticoltura mondiale, è portavoce dell'eccellenza del fare il vino e della sua qualità. Le ragioni vanno ricercate nei valori estremi del clima, nella particolare conformazione dei suoli, nell'unicità dei vigneti, nell'irripetibilità del terroir, nelle tecniche enologiche e viticole. Inoltre, la non trasferibilità di questi paesaggi, li caratterizza con valori culturali, identitari e di attrattiva economica e turistica, in quanto custodi del territorio e del paesaggio”.

NEUROMARKETING. In che modo il paesaggio influisce sulla scelta di un vino? Fase due per il progetto delle Donne della Vite

Per indagare sulle emozioni che rendono memorabile un vino, insieme alle Donne della Vite, ora scende in campo anche il Centro di ricerca di Neuro-marketing Behavior and Brain Lab dell'Università Iulm. L'anno scorso, durante il Vinitaly, ben **460 persone si sono sottoposte ad un test presso lo stand delle Donne della Vite degustando alla cieca**, e in sequenza, vini abbinati a paesaggi, secondo un piano sperimentale messo a punto dal Consiglio per la ricerca in viticoltura e in economia agraria (Crea-VE) di Conegliano. “Il test” ha spiegato Diego Tomasi, direttore del Crea-VE “ha messo in evidenza che le persone hanno una elevata capacità di giudicare il paesaggio e che ai vini prodotti in paesaggi gradevoli, viene attribuita una qualità superiore. Una conferma importante su un campione solido: il concetto di terroir lega la vite e l'uva ad un territorio di cui il paesaggio è il primo elemento che cattura, attrae e lascia un segno indelebile”. Vincenzo Russo del Centro di ricerca di Neuro-



BIOLOGICO. In Parlamento al via l'esame della legge di settore

Ha presto il via in Parlamento l'esame della proposta di legge sull'agricoltura e l'agroalimentare biologici. Un testo unificato che, come ha ricordato il capogruppo Pd in commissione Agricoltura alla Camera, Nicodemo Oliverio, è rimasto fermo dal 2013 in attesa di una riforma europea del settore e che è nato dall'esame dei pareri di ricercatori ed enti della filiera nazionale. **Diverse le novità previste nel testo:** incremento della ricerca nel settore; incentivazione alla conversione delle aziende al biologico; riordino degli strumenti di governance amministrativa legata a un Piano d'azione nazionale (che sarà affidato a un tavolo tecnico) finanziato dal Fondo per lo sviluppo dell'agricoltura biologica; campagne di educazione; creazione di distretti biologici rispettosi dell'ambiente; disciplina per le organizzazioni di produttori e interprofessionali.

Il provvedimento nasce da una duplice esigenza: quella di rispondere a una domanda sempre più in crescita da parte del consumatore e dalla necessità di “aggiornare la normativa oggi di riferimento, nata in un contesto in cui il biologico rappresentava ancora una nicchia”. Come per il Testo unico del vino, si tratta di un altro tassello della riforma del sistema agroalimentare nazionale. L'Italia, secondo dati Sinab 2015, coltiva con metodo biologico quasi 1,5 milioni di ettari con 60 mila operatori.

BILANCI. Lungarotti chiude l'anno a 8 mln di euro di fatturato e lancia la sua prima etichetta bio



Cantine Lungarotti - solo per la parte vino - chiudono il 2016 con un fatturato di 8 milioni di euro (+2%). Centrale come sempre il mercato nazionale, che assorbe circa il 60% del fatturato e cresce del 2,6%. In particolare, sono importati i numeri registrati sullo stesso territorio umbro, a conferma della volontà dell'azienda guidata da Chiara Lungarotti di voler mantenere una radice forte di regionalità, con un 10% degli acquisti in cantina. Stabile l'export che si appoggia sia su mercati storici, come la Germania, che chiude a +7,7% grazie a una rilevante crescita in valore, sia su mercati relativamente nuovi come il Canada (+76,8%), guidato dallo sviluppo in Ontario. In doppia cifra anche Danimarca (+33%) e Usa, in sicuro sviluppo (+27,4%). Di rilievo la new entry Turchia con un canale horeca molto interessante (26,9%) e Taiwan, dove nello scorso anno si sono stretti nuovi accordi commerciali. Tra i vini, sono stabili il Rubesco e il Torre di Giano, mentre aumentano le vendite (+5%) del Sagrantino di Montefalco. Tra le novità del gruppo, il primo prodotto biologico commercializzato (per ora) solo in Italia, 'ILBIO', un Umbria Rosso Igt 2015, è prodotto in 10 mila bottiglie e che viene da Turrita di Montefalco, dove la conversione è stata certificata dal 2014.

BRUNELLO. Se ne va Nello Baricci, tra i fondatori del Consorzio

Tra i suoi grandi meriti c'è quello di aver fondato nel 1967 il Consorzio del vino Brunello di Montalcino, assieme ad altri 24 produttori. E proprio a pochi giorni dalle celebrazioni dei 50 anni, il Consorzio perde uno dei suoi padri: Nello Baricci, scomparso a Siena a 96 anni: “Un grande uomo e un eccellente produttore cui saremo sempre grati”, ha detto il presidente Patrizio Cencioni che aveva già previsto per Baricci un “giusto e doveroso tributo”. Baricci, **assieme ai suoi familiari, mise in piedi l'azienda di Montosoli nel 1955** (oggi condotta dai nipoti Federico e Francesco) “portandola a diventare una delle migliori espressioni del nostro territorio”.



Clicca qui per scoprire Villa Sparina Resort



GAVI
del Comune di Gavi
Monterotondo 2014



EVENTI. "Naturale" cambia sede e si sposta da Navelli a Capestrano

Cambio di sede per "Naturale", la rassegna abruzzese dedicata ai vini artigianali. Dopo cinque anni passati al Palazzo Santucci di Navelli, la nuova sede sarà il Convento di San Giovanni a Capestrano, in provincia de L'Aquila. Dal 13 al 15 maggio prossimi con assaggi liberi,

degustazioni guidate e conferenze si cercherà di dare uno stimolo alla riflessione sulla cultura alimentare e sul consumo dei nostri giorni. Non solo: l'evento, promosso dall'associazione culturale aquilana Dinamiche-

Bio, sarà un tributo alla figura del vignaiolo-contadino, custode degli equilibri naturali. Previsti circa 50 produttori italiani e numerose etichette europee. La giornata lunedì è rivolta principalmente a operatori del settore.



supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,
Attilio Scienza
progetto grafico
Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago
foto
Alain Cornu (cover)
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

22 aprile

Vino in Festa
lungo la Strada del Vino
dell'Alto Adige
fino al 10 giugno
stradadelvino-altoadige.it

22 aprile

Vinum
Alba (Cuneo)
fino al 25 aprile
vinumalba.com

22 aprile

Only Wine Festival
Città di Castello (Perugia)
fino al 23 aprile

6 maggio

Vulcani
Castello di Lispida
Monticelli di Monselice
(Padova)
fino al 7 maggio

6 maggio

**Anteprima Vini
della Costa Toscana**
Real Collegio
Lucca
fino al 7 maggio

7 maggio

Asolo Wine Tasting
Sala Consiliare
di Palazzo Beltramini
Asolo (Treviso)
ore 10:30 - 19:00
ingresso: 10 euro
asolomontello.it

12 maggio

**Porto Cervo
wine & food festival**
fino al 14 maggio
[destinationc
ostasmeralda.com](http://destinationc
ostasmeralda.com)

12 maggio

Sorrento Rosé
Villa Fiorentina
Sorrento (Napoli)
fino al 14 maggio

13 maggio

**Il Mercato dei vini
della FIVI**
Salone delle Fontane
Roma
fino al 14 maggio

13 maggio

**Naturale. Salone
del Vino Artigianale**
Convento di San Giovanni
Capestrano (L'Aquila)
fino al 15 maggio

18 maggio

Soave Preview
Soave (Verona)
fino al 19 maggio

19 maggio

Valcalepio en primeur
Tenuta Castello di Grumello
via Fosse 11
Grumello del Monte
(Bergamo)
dalle 17,30

20 maggio

Borgo diVino
rassegna enologica
dei Castelli romani
Nemi (Roma)
fino al 21 maggio

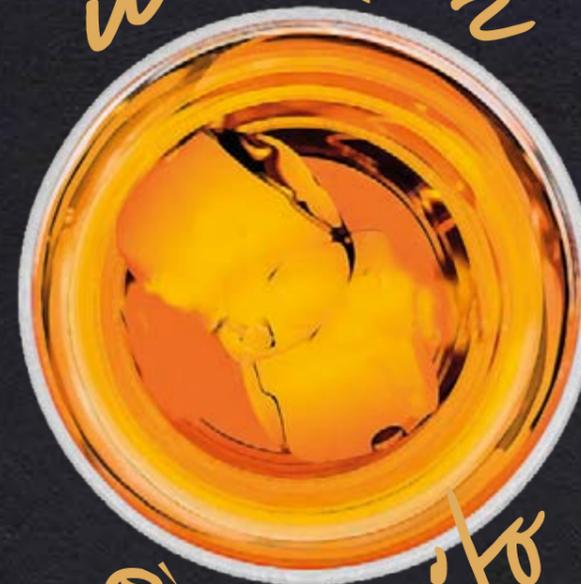
20 maggio

Vino in Villa
Castello di Susegana (Tv)

GAMBERO ROSSO

Ron Zacapa
Centenario

il Rum



RON ZACAPA E LA CREATIVITÀ DI 11 CHEF
PER UN INCONTRO ALL'INSEGNA DEL GUSTO

I PROSSIMI APPUNTAMENTI:

GIOVEDÌ 20 APRILE ORE 20.30
TRIPPA
Chef DIEGO ROSSI
Milano - via Giorgio Vasari, 3

MARTEDÌ 2 MAGGIO ORE 20.30
LA BUL
Chef ANTONIO SCALERA
Bari - via Pasquale Villari, 52

SABATO 6 MAGGIO ORE 20.30
GIÀ SOTTO L'ARCO
Chef TERESA BUONGIORNO
Carovigno (BR) - Corso Vittorio Emanuele, 71

LUNEDÌ 8 MAGGIO ORE 20.30
BROS'
Chef FLORIANO E GIOVANNI PELLEGRINO
Lecce - via Acaya, 2

MERCOLEDÌ 10 MAGGIO ORE 20.30
PARKHOTEL LAURIN
Chef MANUEL ASTUTO
Bolzano - via Laurino, 4



trebicchieri



Vini d'Italia
EXPERIENCE

2017

MAGGIO

04	LONDRA	trebicchieri Special Edition 30 YEARS Vini d'Italia
16	DUBAI	trebicchieri Special Edition 30 YEARS Vini d'Italia

GIUGNO

09	TORONTO	trebicchieri Wine & Food Experience
20	BORDEAUX	trebicchieri 30 YEARS Special Edition VINEXPO

OTTOBRE

22	ROMA	trebicchieri-Premiere Vini d'Italia
28	VARSAVIA	Vini d'Italia Experience
31	TOKYO	trebicchieri

NOVEMBRE

03	TAIPEI	trebicchieri
06	PECHINO	trebicchieri
08	HONG KONG	trebicchieri HKTDC Special
22	MOSCA	trebicchieri

2018

GENNAIO

16	STOCCOLMA	trebicchieri
18	COPENHAGEN	Vini d'Italia Experience
29	MONACO	trebicchieri

FEBBRAIO

06	CHICAGO	trebicchieri
08	NEW YORK	trebicchieri
13	SAN FRANCISCO	trebicchieri
15	LOS ANGELES	trebicchieri

MARZO

17	DÜSSELDORF	trebicchieri PROWEIN Special
----	------------	------------------------------



SOSTENIBILITÀ. In Borgogna
un piano per ridurre i fitofarmaci

LA BORGOGNA VITIVINICOLA FA un passo avanti nel cammino che la porterà a ridurre i fitofarmaci. Il nuovo "plan phyto" ha trovato d'accordo i rappresentanti dei sindacati vitivinicoli e interprofessionali. Ci sono voluti quattro mesi di lavoro da parte di una commissione mista che ha coinvolto una quarantina di esperti appartenenti all'intera filiera. I produttori di vino sono stati informati e avranno tempo per le proprie osservazioni. Il documento ha già ottenuto l'ok degli organismi di difesa e gestione (Odg) delle

100 denominazioni in Borgogna. Alcune misure adottate nel piano prevedono momenti di formazione e assistenza tecnica ai viticoltori, ma anche il divieto per nebulizzatori ed erogatori a cannone entro il 2025, accompagnato dalla ricerca di sistemi alternativi. Sostenuti dai tecnici sul campo, i produttori potranno volontariamente testare dal 2017 gli effetti di queste misure, che si punta ad applicare su larga scala dal 2018. In particolare, quest'anno sono previsti un piano di trattamenti fitosanitari senza sostanze "cmr", classifi-

cate come cancerogene e mutagene (il Prosecco ha appena bandito tre fitofarmaci), la rinuncia al diserbo ma anche l'installazione di sistemi antideriva. **La Borgogna sa bene che anche da questo dipenderà la sua immagine.** Intanto, per difendere meglio le uve dai capricci del maltempo, potrebbe completare entro il 2017 (su 45 mila ettari) il suo ombrello anti-grandine: 125 generatori di ioduro d'argento che immesso in soluzione nell'aria dovrebbe ridurre la grandezza dei chicchi, abbattendo i danni del 50%.

IL MIO EXPORT. Andrea Baccini - Duca di Dolle



1. QUAL È LA PERCENTUALE DI EXPORT SUL TOTALE AZIENDALE? E DOVE VENDETE DI PIÙ?

Esportiamo all'estero circa il 40% della produzione.

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

Il Paese in cui si vende meglio è Repubblica Ceca, perché ci appoggiamo a un distributore particolarmente competente. Quello invece in cui si vende peggio è il Regno Unito, perché il mercato è guidato esclusivamente da una battaglia di prezzi al ribasso.

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

Per quel che riguarda il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, ci sono due facce di una stessa medaglia: al sempre crescente interesse per il "mondo Prosecco" si contrappone una forte tendenza al ribasso dei prezzi nei mercati internazionali, salvo qualche rara eccezione.

4. CHIUDIAMO CON UN ANEDDOTO, SEMPRE RELATIVO ALL'EXPORT...

Durante il London Wine Fair di 3 anni fa ho conosciuto un ristoratore italiano a Londra molto interessato ai nostri prodotti. Al termine dell'evento ho "gentilmente" lasciato, a seguito di un accordo, parte della campionatura in rimanenza presso il suo locale, nella speranza di poter intraprendere una collaborazione futura (questo è quanto mi era stato assicurato). Purtroppo non ha mai più risposto alle mie email e naturalmente non si è fatto più sentire. Peccato per i suoi clienti!

Duca di Dolle | Rolle di Cison di Valmarino | Treviso | ducadidolle.it

NEL PROSSIMO NUMERO
TENUTA SANTI GIACOMO E FILIPPO

INFO: ✉ segreteria.estero@gamberorosso.it

Dalla WinePlatform di Tannico al portale dedicato all'Horeca di Vino75, passando per i grandi accordi internazionali: le start-up delle vendite online presentano i loro nuovi progetti. E anche il Movimento Turismo Vino entra nel business insieme a Intesa Sanpaolo

Vino sempre più virtuale. Ultime notizie dall'e-commerce

▲ a cura di Loredana Sottile

NON SI PUÒ CERTO DIRE CHE L'E-COMMERCE italiano stia a guardare. Da quando, quattro anni fa, diverse start-up virtuali fecero la loro comparsa nel mondo del commercio di vino, le cose sono cambiate in fretta: incremento esponenziale delle aziende clienti, moltiplicazione dei servizi, accordi internazionali. Di fatto le enoteche online hanno cercato di dare risposte alternative alle vendite tradizionali, colmando i vuoti del settore e occupando nuovi spazi. E non è finita. Vediamo cosa, i maggiori protagonisti di questa rivoluzione, hanno in programma per i prossimi mesi.

PARTIAMO DA UNA DELLE REALTÀ PIÙ AFFERMATE: 50 mila clienti, 9 mila etichette provenienti da 1500 cantine, 11 milioni di fatturato (previsto per il 2017). In poche parole **Tannico**. L'ultima soluzione messa in campo si chiama WinePlatform e prevede la vendita

diretta dalla cantina al consumatore finale, tramite un servizio di delivery. Detta così potrebbe sembrare quasi banale, ma non lo è per nulla, perché oggi - anzi, ancora oggi - spedire vino all'estero rappresenta una delle maggiori difficoltà delle cantine. Vedi alla voce burocrazia e accise, come ricorda lo stesso ceo **Marco Magnocavallo**: *“Uno dei maggiori problemi con cui bisogna fare i conti è quello delle spedizioni dopo le visite, soprattutto per chi viaggia in aereo e vive all'estero. C'è chi per spedire tre bottiglie in Usa denuncia di dover preventivare una spesa di 550 euro, chi non riesce a fornire soluzioni efficaci al cliente, chi deve fare i conti con bottiglie che arrivano a destinazione in frantumi. E poi c'è la gestione burocratica”*. Opinione diffusa è che rispetto alle tante visite in cantina, le vendite finali rappresentino una percentuale bassissima, legata proprio alle difficoltà di cui sopra. Per questo Tannico ha ben pensato di lanciare WinePlatform, aprendo delle proprie posizioni fiscali anche nei maggiori Paesi di destinazione. Il servizio comprende, quindi, ricezione degli ordini e dei pagamenti con carte di credito e >>



COME SPEDIRE VINO ALL'ESTERO

Se una cantina volesse spedire un piccolo quantitativo di vino all'estero, direttamente ad un consumatore, oltre a munirsi di DAE (Documento di Accompagnamento Esportazione), dovrebbe appoggiarsi a operatori economici autorizzati, come spedizionieri o importatori di vino per assolvere alla doppia iva (quella prevista nel Paese di partenza e quella del Paese di destinazione) e al regime accise. Regime che in Italia è pari a zero, ma ha valori differenti negli altri Stati dell'Unione.

>> contrassegno; picking, packing, emissione dei documenti di trasporto e fiscali; gestione delle accise e delle pratiche doganali nei Paesi europei (Francia, Svizzera, Germania, Austria, Spagna, Uk, Olanda, Belgio) ed extraCEE (Usa, Hong Kong, Giappone); customer care. In pratica Tannico attraverso un mini-sito dà la possibilità alle cantine di scegliere quali vini proporre e a quale prezzo. *“Al resto pensiamo noi”* dice Magnocavallo *“garantendo una sorta di magazzino dislocato. All'inizio pensavamo che il nostro target fosse rappresentato dalle aziende più piccole e meno strutturate, invece, ci siamo subito resi conto che anche i grandi brand hanno le stesse difficoltà nello spedire vini all'estero e, quindi, hanno accolto la proposta positivamente”*. Ad oggi sono già 50 le cantine che hanno aderito al servizio, tra cui cinque tra le prime 20 per fatturato in Italia. Tra l'altro l'esperienza estera faceva già parte del curriculum di Tannico: nel 2016 la società aveva già aperto un proprio sito in Gran Bretagna: www.tannico.co.uk, modello che conta di esportare entro l'anno in almeno altri sei mercati tra Usa, Hong Kong e Giappone.

MA NON È TUTTO. ALL'ORIZZONTE SI PROFILANO ANCHE nuovi progetti in Italia, prima tra tutte l'apertura di un'enoteca fisica a Milano, che punterà soprattutto alla vendita di vino alla mescita.

SEMPRE NELL'OTTICA DI SUPERARE L'OSTACOLO SPEDIZIONE post-visita in cantina, è nata l'alleanza tra Movimento Turismo del Vino e Intesa Sanpaolo. L'accordo, annunciato in occasione di Vinitaly, prevede che l'associazione enoturistica - che rappresenta circa 900 cantine in tutta Italia - realizzi il catalogo enologico del negozio virtuale Destination Gusto, mentre la gestione tecnica è affidata a B2X di Roma. Il target di riferimento è quello di enoturisti sia italiani sia stranieri che arrivano in cantina e spesso devono andar via a mani (e valigie) vuote. Sul fronte prodotti, oltre al vino, Mtv dedica un'attenzione particolare all'olio di qualità, grazie alla recente costituzione all'interno dell'associazione del Movimento Turismo dell'Olio. *“In questo modo”* dice a Tre Bicchieri il presidente Mtv **Carlo Pie-** >>



Sparkling life



Amazing bollicine



FERRARI
TRENTO 1902
TRENTO DOC



THE ITALIAN TAG

#FerrariTrento | www.ferraritrento.it

» **trasanta** “proponiamo ai nostri associati una soluzione per superare l'ostacolo doppia iva e accise che al momento sono richieste per spedire vino all'estero”. Tre anni fa, per far fronte al solito problema-burocrazia, si parlava di soluzioni condivise, come l'istituzione di un one-stop-shop per assolvere al pagamento di Iva e accise nel Paese di origine ed evitare il doppio canale ma, come si dice, chi fa per sé fa per tre. Così, Mtv si è rimboccato le maniche: “Questo tipo di spedizione” continua il presidente “riesce a aggirare l'ostacolo perché di fatto è un'auto-spedizione da parte dello stesso cliente che, dopo la visita in cantina, vuole portarsi un determinato prodotto a casa”. Il portale, attualmente in fase di aggiornamento, sarà pronto entro maggio, ma non è l'unica novità con cui il Movimento Turismo del Vino si presenterà all'appuntamento annuale con in Cantine Aperte del prossimo 28 maggio. “Contemporaneamente” annuncia Pietrasanta “stiamo lavorando al portale Destination Italia, nato da una joint venture tra lastminute.com e Intesa Sanpaolo. L'obiettivo è offrire dei pacchetti di viaggio nelle cantine di tutta Italia che prevedono soluzioni di pernottamento e soggiorno”. Una risposta pratica, che viaggia sempre sul canale online, rivolta agli enonauti italiani, ma soprattutto stranieri, che vogliono conoscere più da vicino le realtà vitivinicole del Belpaese.

SEMPRE GUARDANDO ALL'ESTERO, MA BEN OLTRE L'Unione Europea, arriva il nuovo accordo tra l'altra grande enoteca virtuale, **Vino75**, e il colosso cinese dell'e-commerce, Alibaba. Dopo una prima collaborazione lo scorso anno, in occasione della prima edizione del Wine&Spirits Festival Day, celebrato in rete il 9/9, quando Vino75 selezionò 10 etichette da portare in rete, adesso a Vinitaly si è rinnovato l'accordo: entro poche settimane Vino75 aprirà un proprio flag shop su Tmall Global selezionando, inizialmente, un centinaio di etichette, ma con l'obiettivo di arrivare in poco tempo a qualche migliaio. D'altronde il gruppo fiorentino, che oggi conta un catalogo di 1800 vini da 600 produttori, ha già ad Hong Kong un proprio magazzino e conta di aprirne altri sia in Asia sia in Europa. L'altra novità, invece, riguarda, l'Italia ed in particolare il segmento Horeca, a cui è dedicata la prossima piattaforma che Vino75 ha intenzione di lanciare sul mercato, forte dell'ultimo round di investimenti serie A da 1,5 milioni di euro da Invitalia Ventures e Sici Sgr: “Sarà una prima assoluta in Italia” dice a Tre Bicchieri il ceo **Andrea Nardi Dei** “un progetto B2B online rivolto, non ai consumatori, ma esclusivamente a enoteche, ristoranti e hotel. Contiamo di aprire entro l'autunno”.

Vuoi? Ora puoi!

Wineemotion si fa in due:

Da oggi il dispenser lo puoi
comprare o noleggiare!

**Rottama il tuo vecchio
dispenser e passa a
WINEEMOTION
contattaci e scopri
i vantaggi**



Noleggio a partire da
~~6,80€~~ al giorno
4,50€

WINEEMOTION
wine dispensing system

info@wineemotion.com
info@wineemotionrental.com

www.wineemotion.com

La flessione delle vendite nel 2016 non spaventa il distretto francese, che sta pianificando il futuro alla luce del riscaldamento globale. La concorrenza del Prosecco non sembra una minaccia sui mercati. Mentre il Comité studia dei vitigni resistenti e lancia il marchio unico per l'enoturismo

Champagne. Quali progetti per le bollicine più famose

▲ a cura di Gianluca Atzeni

È L'IMAGE BRILLANTE DEI FRANCESI, COME AMAVA dire Voltaire, filosofo illuminista, nonché buongustaio. Ed è allo stesso tempo una macchina da guerra: con le sue 300 milioni di bottiglie è capace di muovere da sola un giro d'affari non troppo lontano da quello di tutto l'export italiano (4,7 miliardi di euro contro 5,6 miliardi), vanta tre secoli di storia ed è punto di riferimento assoluto per la spumantistica mondiale. La parola Champagne, un territorio e un vino allo stesso tempo, evoca eleganza, modernità, raffinatezza. Un prodotto icona, un blasone per i transalpini, che dopo aver segnato un record di vendite nel 2015, lo scorso anno ha rallentato la propria ascesa, mantenendosi tuttavia a livelli alti. La filiera, composta da 15 mila viticoltori su oltre 34 mila ettari, si sostiene grazie allo strumento dell'interprofessione, che consente di mediare e conciliare le esigenze delle due anime: quella dei *negociant* presieduta da Jean-Marie Barillère



e quella dei *vignerons* con a capo Maxime Toubart. A Tre Bicchieri risponde il responsabile della comunicazione del Comité, **Thibaut Le Mailloux**, che spiega l'andamento sui mercati, l'exploit delle vendite in Italia (+273 mila a 6,6 milioni di bottiglie) e, soprattutto, i progetti futuri di una denominazione che, da un lato, è chiamata a fare i conti ora più che mai con gli effetti del cambiamento climatico e che, dall'altro, guarda alla sostenibilità e all'enoturismo come motori economici determinanti per il territorio.

Direttore Le Mailloux, per il vostro distretto il risultato 2016 ha segnato il secondo più importante dal 2015, nonostante il segno meno sulle vendite a volumi e valori. Gli Stati Uniti si confermano mercato principale, mentre il Regno Unito è in calo. Come spiegate questo andamento?

Nel 2016, il primo mercato in valore dello Champagne è rappresentato dagli Stati Uniti e il secondo è il Regno Unito, che importa dieci milioni di bottiglie in più. Per >>



foto Jean-Paul Paireault

>> il secondo anno consecutivo, il giro d'affari negli Stati Uniti supera quello del Regno Unito. Questo andamento si spiega con la differenza dei tassi di cambio, decisamente sfavorevole in Uk, e allo stesso tempo con un calo di volumi di questo mercato, accompagnato da una forte crescita negli Usa, sia in volume sia in valore.

Tra gli altri mercati importanti ci sono Giappone e Germania. Ma nel 2016 la vera sorpresa è stata l'Italia: con un +6,4% in valore, è diventata il quinto mercato a valore, precedendo Australia e Belgio ...

L'import di Champagne in Italia si è caratterizzato per grandi variazioni sul lungo termine, ma il mercato dello Champagne qui è in continuo aumento dal 2013. L'Italia raggiunge, in effetti, la quinta posizione, per quanto riguarda il volume d'affari, tra i Paesi di destinazione dei nostri vini. In Italia, la differenza tra numero di bottiglie e giro d'affari è molto ampia perché i consumatori apprezzano in modo particolare le cuvées de prestige, che moltiplicano il valore per bottiglia, in quanto sono più costose da produrre, più rare e più care: le cuvées speciali, che

rappresentano l'alta gamma di ogni produttore, hanno costituito nel 2016 il 7,5% delle vendite, mentre lo Champagne rosé ha raggiunto il 6,1% sul mercato italiano. Le cuvées de prestige rappresentano il 7,5% sui volumi per un valore corrispettivo del 21,6%.

Anche in Francia, come in Italia, il consumo di vino è sempre più occasionale. Come sta influenzando questo fenomeno sulle vendite interne di Champagne?

Non disponiamo di numeri sulla frequenza di consumo di Champagne in Francia. Possiamo notare che, nel complesso, nel nostro Paese, lo Champagne arretra lentamente in volume, ma i francesi proseguono nella tendenza a scegliere prodotti più costosi. Il volume d'affari in Francia nel 2016 è sceso dello 0,4% a fronte di un -2,5% in quantità.

Il Prosecco italiano sta attraversando un periodo molto positivo. E anche la Francia sta chiedendo più Prosecco rispetto agli anni precedenti. Lo Champagne teme questa concorrenza? >>

» Lo Champagne non rappresenta che il 10% circa della produzione mondiale di vini effervescenti. L'Aoc Champagne, per quanto riguarda le superfici vitate, è strettamente delimitata e totalmente impiantata: non resta che un piccolissimo potenziale produttivo supplementare, in un contesto in cui le rese si stanno riducendo per via dei cambiamenti climatici e soprattutto per lo sviluppo della viticoltura sostenibile, che ha come conseguenza un calo dei volumi di uve in vendemmia di circa il 15%. In questo contesto, la Champagne, che ha conosciuto circa cinquant'anni di crescita in volume (1950-2000) durante la fase di reimpianto dei vigneti, decimati dalle crisi e dalle guerre, e durante lo sviluppo dei consumi in Francia, è destinata a vedere decrescere la propria quota di mercato in volume. Ecco perché è importante che valorizzi i suoi trecento anni di storia e la propria eccellenza tecnica per rimanere il punto di riferimento assoluto dei vini effervescenti. Non solo: mentre numerosi vini spumanti di diverse regioni mondiali si sono sviluppati, anche in quei mercati considerati tradizionali per lo Champagne, il nostro vino ha proseguito comunque la sua crescita.



Nel luglio 2015, il vostro territorio è entrato nell'Unesco. Cosa è cambiato?

L'iscrizione di Coteaux, Maisons e Caves de Champagne nel patrimonio mondiale Unesco ha, senza dubbio, accelerato lo sviluppo dell'enoturismo. Gli abitanti di questa regione lavorano a stretto contatto con le istituzioni locali che si occupano di turismo. Dal canto suo, il Comité ha investito risorse in una campagna televisiva a livello nazionale che mette in primo piano il turismo nelle regioni viticole francesi e, in passato, ha utilizzato diversi strumenti di comunicazione - in particolare un episodio della serie web "Terre de Champagne", o ancora il sostegno alla serie tv di genere poliziesco "Le sang dei la vigne", girata proprio in Champagne - per dimostrare il potenziale enoturistico del nostro territorio. Assieme alle istituzioni locali, è in fase di lancio il nostro marchio enoturistico, che servirà a spiegare meglio il posizionamento della Champagne tra le destinazioni enoturistiche e per consentire di fare promozione all'estero. Il motto sarà: "La Champagne, refined art de vivre".

Ogni anno il Comité spende 6 milioni di euro per proteggere la Aoc dalle imitazioni. Alcuni risul- »

CHAMPAGNE - VENDITE MONDIALI 2007-2016



CHAMPAGNE - VENDITE IN VOLUME 2007-2016 PER CLASSE D'AZIENDA (bottiglie da 75 cl)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Maisons	229 633	214 293	193 548	219 142	222 772	213 245	210 927	215 108	223 552	219 388
%	67,8%	66,4%	66,0%	68,6%	69,0%	69,1%	69,2%	70,0%	71,5%	71,7%
Vignerons	77 492	78 464	74 828	72 410	71 503	67 664	65 747	63 166	60 900	59 582
%	22,9%	24,3%	25,5%	22,7%	22,1%	21,9%	21,6%	20,6%	19,5%	19,5%
Coopératives	31 672	29 880	24 955	27 945	28 677	27 690	28 320	28 893	28 115	27 126
%	9,3%	9,3%	8,5%	8,7%	8,9%	9,0%	9,3%	9,4%	9,0%	8,9%
TOTALE	338 797	322 637	293 331	319 497	322 952	308 600	304 994	307 166	312 567	306 096

DALLA FILLOSSERA AL COMITÉ

La Aoc Champagne è la regione viticola a 150 chilometri a est di Parigi. È suddivisa in quattro macro regioni: la Montagne de Reims, la Vallee della Marne, la Côte des Blancs e la Côte des Bar. Alla fine del XIX secolo il vigneto raggiungeva i 60 mila ettari. Un'epidemia di fillossera distrusse quasi tutto. Vigneron e maison rimpiantarono i vigneti e fondarono nel 1898 l'Association viticole champenoise (Avc). Per evitare le frodi, i vigneron organizzati dal 1904 nella Federation de syndicats chiesero la delimitazione della Champagne viticola. La ottennero nel luglio 1927. Dopo una crisi dovuta alla sovrapproduzione, nel 1935 vennero fissate alcune regole produttive per mantenere alta la qualità. Un anno dopo lo Champagne ottenne la denominazione d'origine controllata (Aoc). I vitigni ammessi sono Chardonnay, Pinot nero, Meunier, Pinot bianco, Pinot grigio, Arbane, Petit meslier. Nel 1941 nasce il Comité interprofessionnel (Civc), con sede Epernay, per gestire gli interessi comuni di vigneron e maison.

CHAMPAGNE IN CIFRE

34,3 mila ettari
280.000 particelle di vigneto
306 milioni di bottiglie
4,7 miliardi € di fatturato
15.000 viticoltori
140 cooperative
340 maison
319 cru
30.000 posti di lavoro diretti



L'ITALIA TRA I PRIMI CINQUE MERCATI ALL'EXPORT

	volumi 2016 (migliaia)	fatturato (migliaia €)	variazione volumi 15-16 (%)	variazione fatturato 15-16 (%)
VENDITE TOTALI	306 096	4 710 277	-2,1%	-0,6%
FRANCIA	157 737	2 086 102	-2,5%	-0,4%
Stati Uniti	21 806	540 056	6,3%	4,9%
Regno Unito	31 190	440 350	-8,7%	-14,0%
Giappone	10 949	252 879	-7,2%	3,0%
Germania	12 487	194 562	4,9%	3,4%
Italia	6 633	138 830	4,3%	6,4%

» *tati importanti sono arrivati in Cina, India e Brasile. Quali sono ancora i mercati in cui oggi è difficile applicare una tutela efficace?*

Nel concreto, la denominazione Champagne è riconosciuta come indicazione geografica ed è protetta dalla legge in India, in Brasile come in Cina. In Cina, in particolare, è la stessa amministrazione cinese a informare il Comité in merito ai casi di usurpazione del marchio, a episodi di contraffazione, che puntualmente vengono contrastati. La protezione della nostra denominazione deve essere ancora stabilita da regolamenti e leggi soprattutto in Argentina, Russia e Stati Uniti. Quest'ultimo mercato è il più problematico, essendo il primo per le nostre esportazioni a valore, dal momento che proprio qui la metà delle bottiglie dei vini effervescenti prodotti a livello locale reca le menzioni *American Champagne* o *California Champagne*, che ovviamente non sono Champagne e costituiscono un evidente inganno nei confronti dei consumatori.

Da un punto di vista ambientale, il Comité ha al suo interno una commissione tecnica che si occupa di ricerca, sperimentazione e sviluppo. Quali sono i progetti su cui state lavorando?

Il futuro del nostro marchio si gioca in effetti sia sul servizio tecnico e ambientale offerto dal Comité Champagne, sia all'interno di ciascuna delle aziende viticole e delle maison della denominazione. All'interno del Comité, gli ingegneri e i tecnici costituiscono circa la metà del personale (circa 50 addetti): hanno a disposizione due vigneti sperimentali, una cantina di vinificazione, un laboratorio e, ovviamente, una cantina di affinamento. Il loro lavoro si concentra sulla viticoltura, l'enologia e lo sviluppo sostenibile con finalità di ricerca applicata in funzione dell'eccellenza dei nostri vini, così come per il futuro della Champagne e, nondimeno, dello stile Champagne. Una delle più recenti decisioni è stata il lancio di un progetto di ricerca della durata di 15 anni, destinato a creare nuove varietà di uve attraverso l'ibridazione tradizionale – impollinazione – partendo dalle varietà Meunier, Chardonnay e Pinot nero, in modo da

preservare lo stile Champagne nell'ambito di un clima in rapida evoluzione. Questi vitigni del futuro dovranno in effetti maturare più lentamente, conservare un'alta acidità a fronte di un clima più caldo, ma allo stesso tempo avere la capacità di resistere naturalmente a oidio e peronospora, in modo da continuare a favorire la riduzione dell'uso di prodotti fitosanitari. Questi sono stati dimezzati in quindici anni e oggi il 50% della nostra raccolta è certificata come biologica.

È questo il futuro del vostro distretto?

Questa attenzione a mantenere sul lungo periodo una produzione di Champagne nel solco dello stile tipico della denominazione, tutelando e preservando il territorio, è certamente la strada per lo sviluppo globale della Champagne da un punto di vista produttivo.

Che consiglio darebbe a chi intende conoscere meglio la vostra AOC e il suo territorio? Da dove è meglio partire?

La cosa migliore da fare è cominciare da www.champagne.com, un centro di informazioni e un'enciclopedia dello Champagne, con una mediateca con strumenti educativi (flipbook sull'elaborazione dello Champagne e sulla sua degustazione, le carte degli aromi, le schede di degustazione) e anche dal canale www.youtube.com/Champagne, in particolare dalla serie video-educativa *Terre de Champagne*. Il sito di e-learning www.champagnecampus.com e la applicazione per telefoni cellulari *Champagne Campus* danno la possibilità di mettere alla prova le proprie conoscenze e consentono di saperne di più. Non resta, poi, che venire in Champagne e scoprire sul campo la produzione delle uve, l'elaborazione dei vini, visitando vigneron e maison, che si stanno attrezzando sempre di più nello sviluppo di strutture d'accoglienza al pubblico: camere e bed and breakfast, strutture agrituristiche, musei sullo Champagne. Bisogna venire da noi anche per scoprire il patrimonio storico-culturale della nostra regione, nata tre secoli fa, e per capire in che modo lo Champagne si sia diffuso in tutto il mondo.