



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



PROMOZIONE E RICERCA. DA QUI PASSA IL FUTURO DEL VINO

EXPORT

Crescita al ralenti nel primo trimestre dell'anno.

Giù i volumi, su i valori, bene solo le bollicine

pag. **4**

BIO

Cosa cambia con il nuovo regolamento Ue? "Troppo poco"

secondo la filiera italiana



pag. **6**

TECNOLOGIA

Cantine italiane sempre più digital: crescono Instagram e Messenger. La classifica



pag. **10**

WINE&MONEY

Una manifestazione biennale per il vino; una fondazione per la ricerca?

Proposte a confronto



pag. **16**

USA

Chi ha paura della guerra dei dazi?

Le prospettive e le tendenze nel report del Gambero



pag. **20**

LA FOTONOTIZIA





BOTTURA È DI NUOVO IL MIGLIOR CHEF AL MONDO. IL BRINDISI? CON LE BOLLICINE FERRARI

Niente mondiali di calcio per l'Italia? Poco importa se c'è un altro "sport" che può regalarci tante più soddisfazioni: lo scettro di miglior ristorante al mondo secondo la – discutibile nei metodi ma seguitissima – The World's 50 Best Restaurants, ritorna nella mani del Belpaese e del fuoriclasse Massimo Bottura dell'Osteria Francescana. È la seconda volta per lo chef modenese. *"Il mio ringraziamento"* ha detto emozionato dal palco del palazzo dei congressi Euskalduna Jauregia di Bilbao *"va a tutta la mia squadra, ma il primo pensiero va ai Refettori, al progetto che stiamo portando avanti, alla lotta per una cucina più solidale"*.

Nella squadra italiana dei premiati, ci sono anche Niko Romito e il suo Reale (al 36esimo posto), i fratelli Alajmo de Le Calandre (23esimo posto) e Enrico Crippa con il suo Piazza Duomo (16esimo posto). E, poi, c'è un altro "italiano", scelto anche quest'anno per il brindisi ufficiale della cerimonia: il Trentodoc di Cantine Ferrari. La famiglia Lunelli ha anche consegnato un premio specifico – il *Ferrari Trento Art of Hospitality Award* – andato al ristorante Geranium di Copenhagen.

foto: cantine Lunelli

EXPORT. Già i volumi, su i valori nel I trimestre. L'allarme dell'Osservatorio del vino: "Crescita rallentata. Non basta la performance delle bollicine"

Brutto colpo sui volumi all'export di vino italiano. Il sonoro -9% registrato nel primo trimestre dell'anno è un campanello d'allarme da non sottovalutare, nonostante l'Italia abbia incassato 1,38 miliardi di euro, incrementando i valori di vino esportato del 4,5%. Secondo i dati Istat, elaborati da Ismea per l'Osservatorio del vino, **la crescita complessiva del vino italiano è inferiore a quella dello scorso anno e si spiega con i rialzi sui prezzi dovuti agli effetti di una vendemmia scarsa.** "Ma anche dal ritardo accumulato dal Mipaaf nell'erogazione dei fondi per la promozione", sottolinea il presidente dell'Osservatorio del vino e presidente di Unione italiana vini, Ernesto Abbona.

Nel dettaglio, l'Italia ha esportato tra gennaio e marzo 4,5 milioni di ettolitri (erano 4,9 mln nel trimestre 2017). Il crollo dei volumi esportati è dovuto principalmente al -32,6% registrato dal segmento dei vini comuni che, proprio nel 2017, hanno subito una diminuzione importante a causa del calo generalizzato

a livello nazionale. Il conseguente aumento dei prezzi (in media del 47%, con punte del 70% per i vini comuni rossi, sopra 80 centesimi/litro) ha determinato un calo degli acquisti. A mitigare questo andamento negativo sono gli spumanti che registrano, nel trimestre, un incremento del 2,8% nei volumi e del 14,6% nei valori. Spumanti che continuano a farsi apprezzare negli Stati Uniti (+14,3% volume e +18,6% valore) e galoppa sia in Belgio (64,4% e 69,9%) sia in Germania (+34,3% e +10,8%). Nel Regno Unito, l'effetto Brexit provoca una diminuzione del 6,1% in volume con valori che aumentano del 2%. Considerando la piramide qualitativa, crescono le Dop (+12,2% in volume e +10,4% in valore) mentre scendono i vini Igp (-12,8% e -6,5%). Perché? Da un lato, il passaggio del Pinot Grigio delle Venezie da Igp a Dop e, dall'altro lato, le scelte vendemmiali delle cantine che, data la scarsità di prodotto, hanno sfruttato al massimo i disciplinari scegliendo di produrre Dop e rinunciando alle Igp di ricaduta.

Export complessivo italiano di vino e mosto I trimestre 2018 – principali Paesi clienti

	Ettolitri			Migliaia di euro		
	I trim 17	I trim 18	Var.%	I trim 17	I trim 18	Var.%
Stati Uniti	809.864	857.594	5,9%	346.900	361.259	4,1%
Germania	1.325.945	1.122.783	-15,3%	226.088	229.785	1,6%
Regno Unito	608.214	536.903	-11,7%	157.681	148.428	-5,9%
Svizzera	179.100	199.366	11,3%	83.915	95.980	14,4%
Canada	187.136	179.302	-4,2%	75.016	75.335	0,4%
Francia	317.160	225.365	-28,9%	39.138	46.632	19,1%
Svezia	124.700	146.628	17,6%	36.821	43.419	17,9%
Giappone	96.434	90.630	-6,0%	34.541	34.488	-0,2%
Danimarca	92.939	94.612	1,8%	32.922	32.672	-0,8%
Belgio	82.928	94.053	13,4%	26.307	32.021	21,7%
Paesi Bassi	91.443	94.423	3,3%	29.157	31.384	7,6%
Cina	82.546	83.567	1,2%	26.852	28.806	7,3%
Austria	127.422	85.080	-33,2%	21.957	21.830	-0,6%
Norvegia	51.502	54.874	6,5%	19.493	21.195	8,7%
Russia	87.566	86.723	-1,0%	17.871	19.786	10,7%
Australia	22.314	28.720	28,7%	10.100	12.494	23,7%
Polonia	32.093	40.320	25,6%	8.078	11.624	43,9%
Repubblica ceca	104.823	48.643	-53,6%	10.503	9.087	-13,5%
Spagna	38.660	41.067	6,2%	7.753	8.597	10,9%
Finlandia	21.188	21.829	3,0%	7.488	8.269	10,4%
Corea del Sud	10.401	15.962	53,5%	5.027	7.885	56,9%
Brasile	25.777	24.876	-3,5%	6.850	7.438	8,6%
Altri	424.391	327.374	-22,9%	93.283	95.406	2,3%
Mondo	4.944.544	4.500.692	-9,0%	1.323.741	1.383.820	4,5%

fonte: Elaborazioni Ismea su dati Istat

CANTINA SAN DONACI



CANTINA SAN DONACI
1933 > 2018

85 anni

CANTINA
SAN DONACI



VIA MESAGNE, 62 - 72025 SAN DONACI (BR) - ITALY

www.cantinasandonaci.eu

facebook.com/cantinasandonaci

BIO. Soglie di contaminazione, principio di equivalenza e commercio di semi: ecco che cosa cambia con il nuovo regolamento Ue. Ma per la filiera italiana non è al passo con gli standard nazionali



a cura di Loredana Sottile

Approvato il 22 maggio dal Consiglio Ue, è stato appena pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea il nuovo regolamento comunitario sull'agricoltura biologica ([n.2018/848 relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici](#)), che entrerà in vigore nel 2021, mandando in pensione il vecchio Regolamento Ce 834/2007. **Ma il nuovo testo non ha mai convinto del tutto la filiera italiana, che lo ha sempre considerato poco rigido e non in linea con gli standard di qualità, già da anni applicati nel nostro Paese.**

“Pur non mancando di elementi di positività, il nuovo regolamento comunitario, sotto la spinta dei Paesi del Nord Europa, non è al passo con il grande sviluppo del comparto e inficia il trend fortemente positivo del biologico nel nostro Paese” è il commento del presidente della Copagri Franco Verrascina. Tra gli elementi di novità, il ministro delle Politiche Agricole Gian Marco Centinaio, evidenzia: “Il modificato il regime di importazione da Paesi terzi, che rende più trasparente il sistema di importazione del biologico extra Ue; la

certificazione di gruppo che favorisce le piccole aziende e il tema della soglia dei residui nei prodotti biologici, qui affrontato per la prima volta”. Un elemento, quest'ultimo, molto controverso, considerato che, come evidenzia il direttore di Anabio-Cia Antonio Sposicchi: “L'Italia le aveva già fissate da tempo, stabilendo soglie 10 volte inferiori rispetto a quelle dell'agricoltura tradizionale (0,01 milligrammi per litro). Mentre per gli altri Paesi si avvierà una fase di monitoraggio della durata di 4 anni, e solo dopo si stabiliranno i valori consentiti”.

Soglie a parte, Sposicchi, ritiene positiva “la sostituzione della regola di conformità con il principio di equivalenza per l'importazione di prodotti bio in Europa e il via libera alla commercializzazione di materiale riproduttivo vegetale eterogeneo biologico”. La commercializzazione, prevista dall'art.13, aprirebbe, infatti, un nuovo mercato per i semi biologici e per gli altri materiali riproduttivi vegetali, migliorando la biodiversità, la resistenza a malattie e parassiti e l'adattamento alle condizioni ambientali. “Adesso” ha concluso il ministro Centinaio “Abbiamo tre anni per lavorare alle modifiche neces-



sarie a rendere ancora più stringenti le regole sulla qualità oppure per lavorare e correggere il tiro su temi come le deroghe o la conversione”.

Oggi, secondo Eurostat, la superficie biologica europea conta circa 12 milioni ettari, ovvero il 6,7% della superficie agricola utilizzata, con Spagna, Italia, Francia e Germania che si confermano i Paesi con maggiori estensioni coltivate. In particolare, per quel che riguarda la viticoltura, gli ettari vitati italiani sono cresciuti di 20 mila unità nell'ultimo anno, superando i 103 mila ettari.

DIRITTO VITIVINICOLO. Sulle tipologie di impianti: il "rittocchino" può pregiudicare la morfologia del territorio



Come ben sanno i viticoltori c'è impianto e impianto: la pubblica amministrazione effettua un severo vaglio prima di assentire alla richiesta di autorizzazione, in relazione alla tipologia di paesaggio in cui dovrebbero venire inseriti e alla preesistenza di impianti analoghi. Recentemente il TAR Veneto (sent. n. 1062/2017) si è pronunciato in questo senso, negando l'autorizzazione di un impianto "a rittocchino" in un'area sottoposta a un elevato livello di tutela. Nel caso di specie, un'importante azienda vitivinicola del Veneto aveva presentato un'istanza per il rilascio di un'autorizzazione paesaggistica per provvedere alla sostituzione di un preesistente vigneto "a girapoggio" con uno da realizzare con disposizione dei filari "a rittocchino". Questa modalità di disporre i filari consente un'elevata meccanizzazione perché permette di utilizzare trattori di grandi dimensioni, ma presenta forti problematicità dal punto di vista idrogeologico perché incide negativamente nella regimazione delle acque, soprattutto nelle forti pendenze, potendo determinare fenomeni di dilavamento dei terreni e di erosione del suolo. La provincia competente, avallando il parere della Soprintendenza, ha denegato l'autorizzazione, perché questa tipologia di impianto modificherebbe negativamente la morfologia collinare del territorio, alterandone la percezione visiva: gran parte dei soggetti arborei, infatti, verrebbero eliminati, modificando l'impatto visivo di una particolare zona collinare, identificata dagli strumenti urbanistici come parco rurale di interesse locale. L'azienda ha presentato senza successo ricorso al TAR Veneto. Il giudice amministrativo ha rilevato che nel medesimo territorio vi fosse un preesistente impianto a rittocchino e che l'introduzione di un ulteriore vigneto della medesima tipologia avrebbe contribuito a pregiudicare i valori estetici di naturalità specifici di un'area caratterizzata da un'eterogeneità di elementi paesaggistici (vigneti, oliveti, macchie boscate ecc.) anche se l'impianto non avrebbe determinato con certezza l'estirpazione delle specie arboree. In particolare, il TAR ha ritenuto che un'area già gravata da impianti a rittocchino fosse già "degradata" e, pertanto, ai sensi dell'art. 9 della Costituzione (tutela del paesaggio) sarebbe stato illegittimo l'assenso a ulteriori interventi parimenti deturpanti su un'area già pregiudicata.

– **Giulia Gavagnin**, esperta in diritto ambientale e agroalimentare
avv.giuliagavagnin@gmail.com

PAC. "Più semplificazione e sussidiarietà". Così il ministro Centinaio al suo esordio in Europa

Esordio in Europa per il ministro delle Politiche Agricole Gian Marco Centinaio, che lo scorso lunedì ha partecipato alla riunione del Consiglio agricoltura e pesca. Sul tavolo, la discussione sulla Pac 2021-2027 e i tagli ai fondi proposti dalla Commissione.

"I tagli alla Pac incidono in modo consistente sul sistema agroalimentare e il rischio è che non venga riconosciuto il grande valore del territorio rurale europeo" ha detto il neoministro "Ecco perché chiediamo fin da subito più flessibilità, più semplificazione, più sussidiarietà". Centinaio ha insistito, in particolar modo, **sulla tutela dei consumatori e sul futuro**: "Una Pac che guarda al futuro si deve porre il problema di come garantire ai consumatori cibo sicuro e di qualità" ha affermato "Le norme più restrittive che il nostro sistema agricolo ha in materia ambientale, sanitaria e di benessere animale non devono tradursi in vincoli e più spese. Guardando avanti, è chiaro che bisogna investire su innovazione, agricoltura di precisione, ricambio generazionale, accesso al credito. Non basta però la buona volontà. Abbiamo bisogno di strumenti validi per essere all'altezza delle sfide che abbiamo di fronte. E l'Europa deve essere al nostro fianco". Infine, sul regolamento sui controlli, il neoministro si è detto favorevole alla proposta di estendere tutti gli obblighi in materia di tracciabilità ed etichettatura ai prodotti importati nell'Unione.



VENETO. Il nuovo Ce.Vi.V. di Susegana: investimento da 15 milioni di euro

Un centro di vinificazione all'avanguardia con una capacità produttiva da 200 mila ettolitri tra serbatoi e autoclavi. Susegana, cuore logistico del Trevigiano, limite meridionale della Docg Conegliano Valdobbiadene, potrà contare su un rinnovato centro di vinificazione. **Creato trent'anni fa - era il 1988 - da Bernardo Piazza, il nuovo Ce.Vi.V. è stato inaugurato sabato 16 giugno.** Con un investimento da 15 milioni di euro, è ora uno stabilimento eco-compatibile che sfrutta la capacità di oltre 40 grandi serbatoi. Realizzato dallo studio Reis architettura di Montebelluna, il Ce.Vi.V. è stato rivestito in pannelli di lamiera di alluminio microforata con verniciatura verderame, per riprendere i colori tipici della vendemmia. "Un sogno che coltivo da 30 anni che rappresenta" ha detto Bernardo Piazza "un importante anello di congiunzione tra il mondo agricolo/vitico e il mondo industriale costituito da imbottiglieri e spumantizzatori". - G. A.



ENOTURISMO. In Italia il 57% degli stranieri vuole degustare e scoprire le produzioni

Nel 2017, le presenze nelle strutture ricettive italiane motivate dal turismo enogastronomico sono state di oltre 110 milioni, il doppio rispetto al 2016, per una spesa che ha superato i 10 miliardi. Sono alcuni dei numeri illustrati dal presidente di Federturismo Confindustria, Gianfranco Battisti, durante il convegno *Vini, viaggi e viti*, a Pietrarsa. Dati che testimoniano anche come il 57% dei turisti stranieri abbia scelto di venire in Italia nel 2017 "mosso dalla curiosità di degustare i prodotti locali e di scoprire i luoghi di produzione. Abbiamo un incredibile patrimonio agroalimentare e enogastronomico che può trasformarsi in un potente driver di promozione turistica". **Le destinazioni turistiche hanno riadattato la propria offerta**, fa notare Battisti, sviluppando visite nelle aziende agricole e vitivinicole, organizzando eventi enogastronomici e itinerari del gusto. Ecco allora che la volontà del ministro Centinaio di accorpere agricoltura e turismo "vanno nelle direzioni della valorizzazione delle eccellenze del nostro Paese per una promozione sinergica del Made in Italy".

ELEZIONI. Produttori del Nizza, conferma per Gianni Bertolino

L'Associazione Produttori del Nizza ha eletto il nuovo consiglio di amministrazione e confermato alla presidenza, per i prossimi tre anni, Gianni Bertolino: "Continueremo la promozione della Mappa del Nizza. Siamo convinti che i nostri vini debbano sempre più essere presentati secondo le loro peculiarità territoriali, in modo che le varie zone della denominazione possano emergere in tutte le loro caratteristiche pedo-climatiche". L'associazione del Nizza, nata nel 2002, riunisce oggi 42 produttori. La produzione di questa nicchia del Monferrato si aggira intorno al **milione di bottiglie**. Il disciplinare prevede almeno il 90% di uve Barbera.



BILANCI. Masi Agricola, salgono ricavi e utile netto

Sale a 64,37 milioni di euro il fatturato di Masi Agricola che, per il 2017, cresce dell'1%, con un utile netto di 6,7 milioni (+7%). Il gruppo guidato da Sandro Boscaini, quotato all'Aim a Piazza Affari, realizza anche 13 milioni di euro di margine lordo (ebitda) con un patrimonio netto consolidato che passa da 119 milioni del 2016 a 122,2 milioni del 2017; l'indebitamento finanziario netto aumenta e passa da 6,7 a 9 milioni di euro. Il gruppo ha impegnato "significative risorse" per l'integrazione post-acquisizione di Canevel e per lo sviluppo delle attività di Masi wine experience (premiata come Best of Wine Tourism anche quest'anno).

Rispetto all'esercizio 2016, nel bilancio 2017 (basato su principi contabili internazionali) **cresce la quota italiana sul fatturato, passando da 15,6% a 19,7%, mentre scendono quelle di Europa e Americhe.** Dopo l'Ipo sull'Aim nel 2015, le azioni di Masi Agricola sono state scambiate anche da piccoli investitori privati non professionali (azionariato retail). Pertanto, la società, avendo superato i 500 azionisti che detengono oltre il 5% del capitale, è rientrata nella categoria delle cosiddette "società diffuse". Il cda ha proposto la distribuzione di un dividendo pari a 10 centesimi per azione (+1 cent rispetto a un anno fa).



MORELLINO DOCG. Stabili gli imbottigliamenti. La scommessa si chiama enoturismo

Quarant'anni di Morellino di Scansano, quarant'anni dal riconoscimento ufficiale per questa Doc toscana che ancora oggi si conferma uno dei motori principali per l'economia di questo territorio. La prima edizione di "Rosso Morellino" è servita a fare il punto e a scattare una fotografia dello stato di salute della filiera, partendo dal lavoro di perimetrazione dei confini nel 1974 al riconoscimento arrivato nel 1978 a cui lavorarono i produttori e l'allora sindaco Romualdo Cinelli. Oggi che a guidare questo comune maremmano c'è Francesco Marchi e che a guidare il Consorzio di tutela c'è Rossano Teglielli, **il Morellino di Scansano conta 1.500 ettari, con oltre 360 produttori, suddivisi in sette comuni. Oltre dieci milioni di bottiglie prodotte,**

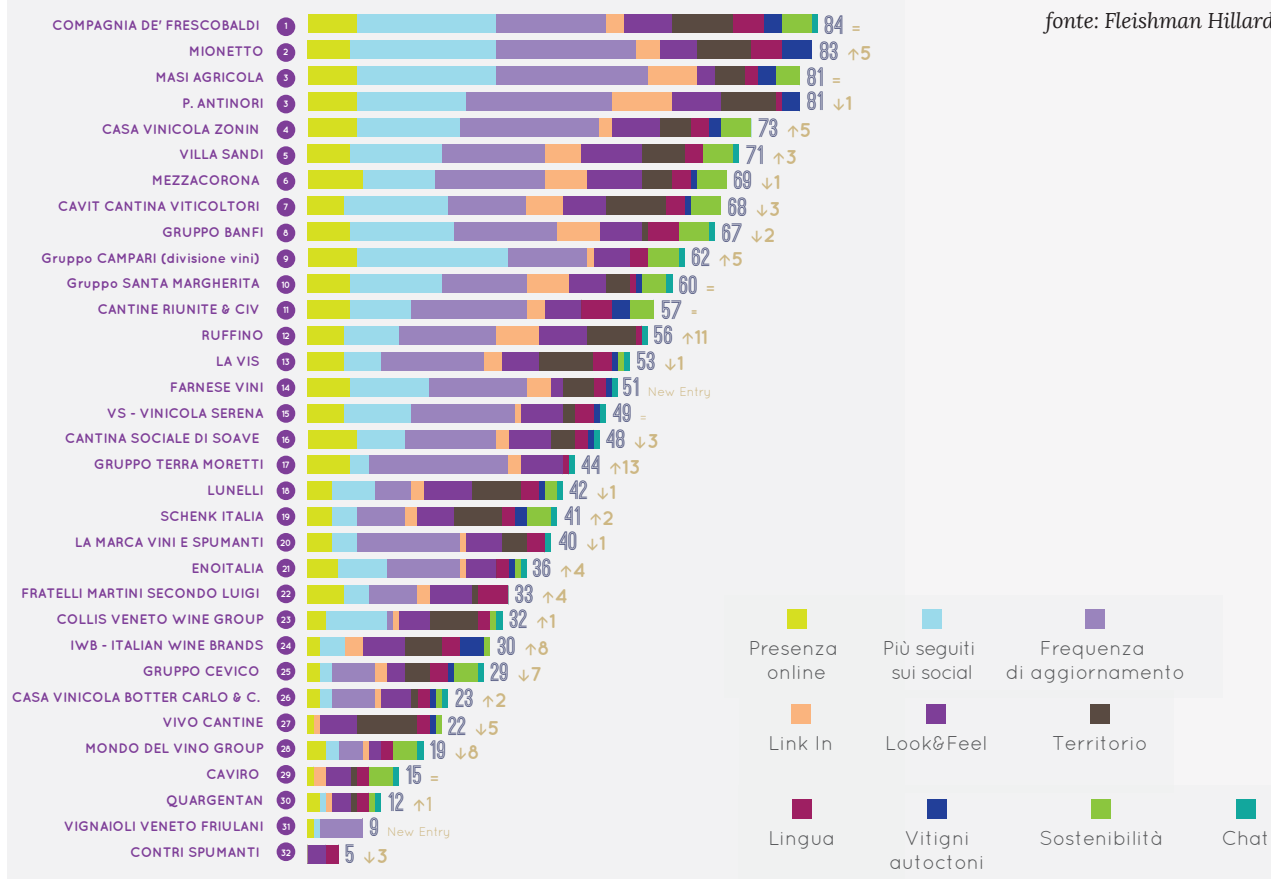
per un mercato che è prevalentemente italiano, con un 25% che varca i confini nazionali. "Molte aziende" afferma Teglielli "si sono potute consolidare in questi anni, e tutto il comparto è cresciuto, segno che la denominazione ha creato una possibilità di reddito". Il mercato, nei primi tre mesi del 2018, dice che il Morellino di Scansano ha imbottigliato 2,5 milioni di bottiglie, un quantitativo in lieve aumento (+2%) rispetto allo stesso periodo del 2017. Se si considera anche il 2016, gli imbottigliamenti complessivi risultano sostanzialmente stabili negli ultimi due anni e mezzo.

L'appuntamento di Rosso Morellino è servito anche per focalizzare le strategie di crescita future. Un percorso che non può prescindere dal tema dell'enoturismo. "Sappiamo che c'è molto da fare, perché non tutti san-

no dove si trova la Maremma. Quindi" osserva il presidente Teglielli "sarà fondamentale il gioco di squadra con le altre denominazioni di questo territorio, per intraprendere un percorso comune, pur mantenendo ognuno le proprie peculiarità". Il riferimento è al Consorzio Vini di Maremma così come alle Doc Pitigliano e Montecucco (che ad aprile scorso ha festeggiato i 20 anni di Doc), tutte appartenenti alla provincia di Grosseto e che, in generale, condividono obiettivi simili. L'importanza degli investimenti in marketing enoturistico è stata sottolineata da Carlo Pietrasanta, presidente uscente del Movimento turismo del vino: "Ci sono molte più persone di quello che immaginiamo che vogliono vivere in prima persona l'esperienza della vendemmia, della potatura e della vinificazione. Bisogna saperle accompagnare".

Classifica della presenza online delle prime 33 aziende per fatturato

fonte: Fleishman Hillard



INTERNET. Cantine italiane più "digital". Lo dice il quinto rapporto Fleischmann Hillard 2018. Ecco la classifica

Migliora il posizionamento digital delle prime 25 aziende italiane del vino per fatturato, monitorate nella quinta edizione de *Il gusto digitale del vino italiano*, la ricerca FleishmanHillard - Omnicom Pr Group Italia, che sintetizza in una classifica (grafico in basso) i risultati ottenuti da vari parametri: presidio dei social network, numero di iscritti, frequenza di aggiornamento, contenuti veicolati, lingue, chat, e-commerce. L'edizione 2018, rispetto

alla 2014, evidenzia una rilevante crescita di Instagram (è di questi giorni la notizia del superamento di un miliardo di utenti), conferma che Facebook è il canale più amato, seguito da YouTube e da Twitter, unico canale dove gli aggiornamenti settimanali dei contenuti risulta in calo (solo 6 su dieci rispetto ai 9 su 10 del 2014). **Aumenta la presenza delle aziende vinicole su Wikipedia e prosegue il processo di esternalizzazione dell'e-commerce, con le cantine che affidano a piattaforme**

esterne specializzate le vendite online. Nel 2018, il 64% delle aziende parla di vitigni autoctoni (19% nel 2014), e il 40% suggerisce enoteche, percorsi e degustazioni, contro il 15% del 2014. Crescono i contenuti sulla sostenibilità: il 76% presenta una sezione del sito dedicata, in cui si parla di agricoltura sostenibile, efficienza energetica, certificazioni e attenta gestione delle risorse naturali. In crescita anche le chat dedicate (soprattutto Messenger) che interessano 16 aziende sulle 25 analizzate.

Vini d'Italia Worldtour 2018/2019



2018

OCTOBER

- | | | |
|-----------|---------------|---------------------|
| 27 | ROMA - Italy | trebicchieri |
| 30 | TOKYO - Japan | trebicchieri |

NOVEMBER

- | | | |
|-----------|-------------------------|-----------------------------------|
| 01 | SEOUL - Korea | Top Italian Wines Roadshow |
| 05 | TAIPEI - Taiwan | Top Italian Wines Roadshow |
| 07 | HONG KONG - China | trebicchieri HKTDC Special |
| 12 | SHANGHAI - China | trebicchieri |
| 14 | BEIJING - China | Vini d'Italia |
| 20 | ST. PETERSBURG - Russia | Top Italian Wines Roadshow |
| 22 | MOSCOW - Russia | trebicchieri |

2019

JANUARY

- | | | |
|-----------|----------------------|---------------------|
| | STOCKHOLM - Sweden | trebicchieri |
| | COPENHAGEN - Denmark | Vini d'Italia |
| 21 | MUNICH - Germany | trebicchieri |
| 23 | BERLIN - Germany | Vini d'Italia |

FEBRUARY

- | | | |
|-----------|----------------------|----------------------------|
| 07 | MEXICO CITY - Mexico | Top Italian Wines Roadshow |
| 11 | LOS ANGELES - Usa | trebicchieri |
| 13 | SAN FRANCISCO - Usa | trebicchieri |
| 18 | CHICAGO - Usa | trebicchieri |
| 20 | NEW YORK - Usa | trebicchieri |

MARCH

- | | | |
|-----------|----------------------|-------------------------------------|
| 07 | LONDON - U.K. | trebicchieri |
| 16 | DÜSSELDORF - Germany | trebicchieri PROWEIN Special |

APRIL

- | | | |
|-----------|-----------------------|----------------------------|
| 07 | SINGAPORE - Singapore | Top Italian Wines Roadshow |
|-----------|-----------------------|----------------------------|

MAY

- | | | |
|-----------|--------------------|-------------------------------------|
| 15 | BORDEAUX - France | trebicchieri VINEXPO Special |
| | VANCOUVER - Canada | Vini d'Italia |
| | TORONTO - Canada | Vini d'Italia |
| | MONTREAL - Canada | Top Italian Wines Roadshow |

JUNE

- | | | |
|--|---------------------|----------------------------|
| | WASHINGTON DC - USA | Top Italian Wines Roadshow |
| | BOSTON - USA | Top Italian Wines Roadshow |

Sponsor



EVENTI. In Salento la festa per gli 85 anni della Cantina San Donaci

Un fine settimana di festa per gli 85 anni di San

Donaci: sabato 30 giugno e domenica

1 luglio, la cantina salentina, con il supporto della

Città del gusto Lecce, ha deciso di aprire le

sue porte per ospitare un grande evento dedicato a tutti i soci, i clienti, ma anche gli enoappassionati più affezionati.

S'inizia con il convegno d'apertura (30 giugno, ore 17,30) per parlare del legame tra la cooperativa (che oggi conta 300 soci, 320 ettari e un'attività che incamera circa 30mila quintali l'anno) e il territorio. A seguire, poi, **seminari, tanti golosi assaggi e musica dal vivo**. A ripercorrere questi 85 anni, anche un video realizzato per l'occasione, con la partecipazione dell'Università di Bari e l'Università del Salento.

Cantina San Donaci
San Donaci (BR)
30 giugno - 1 luglio 2018
[www.facebook.com/
events/141870833339541/](http://www.facebook.com/events/141870833339541/)



supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Giuseppe Carrus,
Andrea Gabbrielli, Giulia Gavagnin

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it | 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco | 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi | 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

FINO AL 22 GIUGNO

❖ ENOVITIS IN CAMPO

Fabbrico (Reggio Emilia)
presso l'Azienda Il Naviglio

FINO AL 24 GIUGNO

❖ VINÒFORUM

Zona Farnesina - Roma
dalle ore 19:00 alle 24:00
(fino alle 01:00
venerdì e sabato)
Degustazioni,
Cene e Food Show
con posti limitati
e prenotazione
obbligatoria su:
[www.vinoforum.it/
spazio-del-gusto/2018/](http://www.vinoforum.it/spazio-del-gusto/2018/)

FINO AL 24 LUGLIO

❖ I MERCOLEDÌ DEL NOBILE

Enoliteca del Consorzio
del Vino Nobile
Fortezza
Via di San Donato, 21
Montepulciano (Siena)
dalle 18 alle 19.30

22 GIUGNO

❖ VESPAIOLONA LA NOTTE BIANCA E ROSSA TRA VIGNE E CANTINE

organizzata da
Strada del Torcolato
e dal Consorzio Tutela Vini
D.O.C. Breganze
Breganze (Vicenza)
vespaiolona.it

22 GIUGNO

❖ DEGUSTAZIONE VINI D'AUTORE DEDICATI

A JOHN FANTE
(della cantina Vini
Contesa di Collecorvino)
in occasione
del Premio John Fante
opera prima 2018
Casa delle Letterature
di Roma
ore 18

23 GIUGNO

❖ ROSÈXPO

Lecce
fino al 24 giugno

23 GIUGNO

❖ TRASIMENO ROSÉ FESTIVAL

Comuni e ristoranti
del Lago Trasimeno
(Perugia)

27 GIUGNO

❖ LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

convegno a cura
della Fitotecnica
e dell'associazione
L'Albero delle Idee
ore 18.30
Hotel il Gabbiano
di Terme Vigliatore
(Messina)
agriformat.it

28 GIUGNO

❖ MÜLLER THURGAU:
VINO DI MONTAGNA
Valle di Cembra (Trentino)
fino al 1 luglio

28 GIUGNO

❖ COLLISIONI -
IL FESTIVAL AGRIROCK
Barolo
collisioni.it
fino al 29 luglio

6 LUGLIO

❖ EIN PROSIT GRADO
Grado (Udine)
fino all'8 luglio

24 LUGLIO

❖ VINO È MUSICA
Grottaglie (Taranto)
fino al 28 luglio
vinoemusica.it

27 LUGLIO

❖ FIERA
DEI VINI D'ALSAZIA
Parc des Expositions
de Colmar
Colmar (Francia)
fino al 5 agosto



Le grandi cantine della Lombardia



Ferghettina

Via Saline, 11 | Adro (BS)

www.ferghettina.it | 030745 1212

Roberto Gatti sancisce definitivamente il suo status di cantina di vertice in un panorama affollato di grandi aziende come la Franciacorta. A differenza però di tanti imprenditori che hanno riversato la loro passione e i loro capitali nel mondo del vino, Roberto ha potuto mettere in gioco sé stesso e le sue capacità. Oggi con la moglie Andreina e con la preziosa collaborazione dei figli Laura e Matteo, enologi, da pochi ettari di vigne in affitto è passato a un patrimonio di oltre 160 ettari e a un centro aziendale bellissimo, con 6000 metri quadrati di cantina e a una produzione importante per numeri ma soprattutto per qualità.



Franciacorta Brut

Il vino e l'abbinamento consigliato:



Carattere e potenza aromatica per questo Franciacorta, ampio per i suoi sentori di frutta secca, zafferano e note minerali. Fresco, sapido ed elegante. Si abbina con il risotto all'ossobuco.



Franciacorta Brut Milledì

Il vino e l'abbinamento consigliato:



Orientato su toni di ananas, cedro, melone e intensa mineralità. Al palato è sapido e molto fresco. Esalta il suo gusto con una succulenta cotoletta alla milanese.



Franciacorta Pas Dosè Riserva 33

Il vino e l'abbinamento consigliato:



Naso elegante, segnato da ribes, agrumi e fiori bianchi. La bocca si conferma sapida, strutturata e molto fresca. Ideale come aperitivo, accompagna benissimo pesci di lago e carni bianche.



MERCATI. Grandi brand e Made in Italy. L'analisi di Wine Intelligence

Nessuno tra i maggiori brand italiani è nella top 20 a livello mondiale e solo pochi marchi appartengono alla top 10 nei singoli Paesi di destinazione dei nostri vini. Partendo da queste considerazioni, Wine Intelligence analizza la struttura del nostro comparto nazionale, evidenziando le ragioni che hanno impedito la nascita di un marchio forte, così come avvenuto in altri mercati. Una di queste ragioni è legata alla presenza di un modello di impresa basato sulla famiglia e a una struttura industriale che risulta frammentata, dalla proprietà del vigneto alle operazioni di vinificazione.

I singoli produttori, secondo il country manager Pierpaolo Penco,

non hanno pertanto avuto accesso a quelle risorse necessarie (economiche e personale) utili alla creazione del marchio stesso. C'è anche un fattore legato al mercato domestico, che non ha mai dimostrato particolare affezione per un solo brand. Ma se questo è mancato, l'Italia ha colmato le lacune di mercato, optando per le tipologie e le regioni. Questi, secondo Wine Intelligence, sono diventati i veri brand del vino italiano. Prosecco, Pinot Grigio (con l'eccezione di quello di Santa Margherita negli Usa) sono degli esempi. Altrettanto si può dire per il macro brand "Made in Italy" che nei consumatori evoca attributi positivi.

Guardando in particolare a Prosecco e Chianti, si notano alcune peculiarità. Il boom delle bollicine del

Triveneto non è dovuto al lavoro di pochi grandi marchi, quanto dal fatto che la tipologia si è affermata tra i consumatori come particolare e unica. Ma i produttori delle tre Dop devono risolvere il problema della differenziazione. Nel caso del brand Chianti, il più noto al mondo, è riferibile a due vini diversi (Chianti Classico e Chianti Docg). Il primo si è recentemente differenziato con la "gran selezione"; i produttori del secondo hanno investito sui "Super Tuscan" (Toscana Igt). In conclusione, la forza italiana sembra risiedere piuttosto che nei grandi brand in un mix verticale (alto-basso) tra quattro elementi: Made in Italy, tipologie, denominazioni (quando sono importanti) e singoli marchi aziendali.

IL MIO EXPORT. Roberto Girelli – Montonale**1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?**

L'export oggi assorbe quasi la metà delle 90mila bottiglie prodotte annualmente da Montonale, con un interessante +20% rispetto all'anno precedente. I mercati più vivaci sono, in ordine decrescente, Germania, Belgio, Svizzera, Uk e Usa.

2 Dove si vende meglio e dove peggio e perché?

La Germania è un mercato "facile", dove il Lugana è già noto grazie alla vicinanza territoriale e all'immediata associazione con una delle mete turistiche più amate dal popolo tedesco, il Lago di Garda. Considero ostico il

mercato cinese, dove manca una cultura enologica e diventa problematico proporre un vino sconosciuto con un posizionamento premium. Stati Uniti e Gran Bretagna sono mercati strategici, dove stiamo lavorando per sfatare il pregiudizio che vede ancora il Lugana come vino di basso profilo.

3 Come sono cambiati l'atteggiamento e l'interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano?

Il vino italiano è immediatamente associato alla cucina tricolore, sempre più apprezzata anche all'estero. Il pubblico col quale ci interfacciamo ha un'ottima cultura enologica, conosce anche le piccole denominazioni, è curioso e alla costante ricerca di "chicche". L'enoturismo ci aiuta nella promozione dei nostri vini: nell'ultimo triennio le visite di turisti stranieri sono quasi triplicate.

4 Salutiamoci con un aneddoto legato alle sue esperienze all'estero.

Una sorpresa recente, che ci ha riempiti di orgoglio: la più storica e prestigiosa enoteca di Londra, Berry Bros. & Rudd, ha bussato alla nostra porta dopo che il Lugana Orestilla è stato scelto da Decanter quale miglior vino bianco monovarietale del mondo. Essere su quegli scaffali è un sogno realizzato, e un riconoscimento che dà luce non solo a Montonale, ma a tutto il nostro territorio.



❖ Montonale - Desenzano del Garda - Brescia - montonale.com

NEL PROSSIMO NUMERO
CANTINA VALTIDONE

PROMOZIONE DEL VINO ITALIANO. SI PUÒ FARE MEGLIO?

▲ a cura di Andrea Gabbrielli



Cantine e associazioni si sono ritrovate a Forte dei Marmi all'incontro "Wine&Money, prospettiva globale" per parlare del futuro del settore. Le proposte? Da una nuova manifestazione biennale immaginata da Angelo Gaja, ad una fondazione per la ricerca prospettata dal professor Attilio Scienza



Angelo Gaja non le ha mai mandate a dire e nemmeno questa volta si è tirato indietro. È partito da lontano, dai malumori dei produttori della Champagne e della Borgogna per come funziona Vinexpo di Bordeaux, per poi arrivare a casa nostra: "Il problema è che Bordeaux funziona bene, ma solo per gli Châteaux bordolesi e non per le altre zone vinicole". Ha raccontato che la pratica di intercettare buyer e giornalisti da portare nelle cantine bordolesi per eventi collaterali, che depauperano la fiera di presenze qualificate, non piace molto a chi ne resta fuori. Da qui si spiega la proposta di organizzare un wine festival biennale a Parigi (a partire dal 2020). "E in Italia potremmo fare qualcosa di diverso? Certo, ma non deve essere un doppione del Vinitaly, una fiera popolare del vino che serve molto a Verona e al Veneto e in parte ai mercati esteri, e che funziona benissimo così. Bisognerebbe fare una biennale, una volta a Milano e una volta all'estero, per presentare in modo integrato la cultura del nostro agroalimentare. Ci vorrebbe un regista però".

Bisognerebbe fare un evento biennale, una volta a Milano e una volta all'estero, per presentare in modo integrato la cultura del nostro agroalimentare

— Angelo Gaja

Il produttore piemontese, 78 anni, con l'avanzare dell'età non perde mordente ma anzi affina la sua capacità di leggere la realtà del settore. L'occasione è stata la prima edizione di *Vino Vip* al Forte (dei Marmi), la manifestazione organizzata dalla rivista *Civiltà del Bere*, che dopo vent'anni di Cortina si alternerà, negli anni pari, alla cittadina

balneare della Versilia. E così, durante la sessione dedicata a *Wine&Money, prospettiva globale*, il produttore di Barbaresco, da grande mattatore qual è, ha raccontato le sue storie americane di porte sbattute in faccia, perché quando andava in giro a proporre i suoi vini, una bottiglia italiana più di tanto non doveva costare. "Al giorno d'oggi" ha poi proseguito "nonostante gli enormi passi in avanti compiuti, il nostro prezzo medio all'esportazione (euro 2,70) è ancora molto basso: dobbiamo continuare ad investire in marketing, di cui siamo carenti, per costruire una piramide del valore. D'altra parte un maggior valore permette di programmare gli investimenti e di remunerare meglio la filiera". Comunque, "quello dei prezzi bassi del vino è un gap culturale che ci ha fatto rimanere indietro" ha continuato Gaja "La nostra non è stata una storia facile e non dobbiamo competere con la Francia sui prezzi alti – i nostri vini top, oltre 100 euro, sono 1,5 >>

» milioni di bottiglie, i loro 50 milioni- Insomma non dobbiamo farci venire l'esaurimento nervoso per questo, ma dobbiamo fare la nostra strada". I cambiamenti climatici poi stanno provocando più problemi ai francesi che a noi: "Le Alpi ci proteggono dal freddo, mentre il mare e 8.000 km di coste mitigano gli eccessi del caldo. È un'opportunità, se ci faremo trovare pronti, che ci può rendere competitivi rispetto a Francia e Spagna". In questo quadro, il ruolo degli artigiani del vino è fondamentale: "Non sono dei rompiscatole che portano via il lavoro alle grandi cantine" ha concluso "ma sono complementari alle altre aziende. Ma hanno bisogno di essere liberati da regole astruse e da una burocrazia soffocante". Quanto alle cantine sociali sono "detentrici di un patrimonio straordinario di esperienze che devono essere valorizzate, a partire dai brand".

Dopo Gaja, il professore **Attilio Scienza** ha portato il suo contributo all'incontro, ricordando il valore aristotelico dei luoghi comuni: "Vitigni autoctoni e vitigni internazionali, vini naturali e vini convenzionali, sono

Bisognerebbe costruire una fondazione del mondo del vino che abbia il compito di raccogliere fondi per la ricerca
— Attilio Scienza

contrapposizioni che non aiutano i consumatori a scegliere. Dobbiamo comprendere il ruolo dell'innovazione per immaginare il domani, per questo la genetica è un'arte antichissima, oggi diversa nei metodi rispetto al passato: il futuro sta nelle nuove piante capaci di sopportare il caldo e la siccità, resistere alle malattie. Per fare ricerca, però, occorrono soldi che sinora non si sono mai trovati. Bisognerebbe costruire una fondazione del mondo del vino che abbia il compito di raccogliarli".

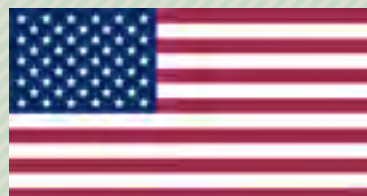
Ad intervenire nella lunga mattinata anche **Mike Veseth**, l'economista americano autore della newsletter The Wine Economist, che ha spiegato la globalizzazione come molte cose diverse ma correlate, piena di opportunità sia per i consumatori che per i produttori. Secondo Veseth sono 4 le tendenze da tenere d'occhio nel prossimo futuro: i mercati in crescita come Usa e Cina (follow the money) per mettere a punto strategie di penetrazione mirate; l'acquisto di vino di fascia sempre più elevata (premiumization); "return to the brand" ma con un'avvertenza: la nascita di un brand forte, che non necessariamente- »

LA MAPPA DELLE ROTTE DEL VINO GLOBALE (dati import Nomisma - Wine Monitor)



Germania

Negli ultimi 5 anni, il consumo di domestic wine in Germania è cresciuto a volume del 3% a fronte di una sostanziale stazionarietà dei consumi di vino. Tra il 2014 e il 2017, mentre l'import di vini fermi è diminuito complessivamente a valori del 3% (Italia -1%), quello dall'Austria è cresciuto dell'11% (+31% i bianchi Dop, top exporter assieme a Sud Africa +17%). Sul fronte degli spumanti, pur a fronte di un consumo in crescita di Prosecco (+38% import a volume 2017 vs 2016), nell'ultimo anno si registra un recupero dei Cava (+28%) e un aumento delle importazioni di spumanti francesi (+7%, escluso Champagne).



Usa

Nel 2017, negli Stati Uniti l'import di vini fermi dall'Italia è aumentato a volume di appena l'1% contro un +16% dalla Francia e un +6% dalla Nuova Zelanda (che ha portato così la variazione cumulata a 5 anni al +79%). La crescita francese è largamente imputabile al successo nel consumo dei rosè sul mercato statunitense, le cui vendite complessive, nel corso dell'ultimo anno, sono aumentate a valore del 64% (off-trade, a.t. aprile 2018) e dove la Francia detiene una quota del 60%. (fonte: Nielsen). Anche nel I quadrimestre di quest'anno, le importazioni a volume di vini fermi sono maggiormente in crescita da Francia (+12% vs +2% da Italia) e da Nuova Zelanda (+23%).

» te è sinonimo di qualità (vedi il caso australiano dell'etichetta 19 Crimes, di grande successo ma di mediocre fattura).

Denis Pantini, direttore area agricoltura e industria alimentare Nomisma, ha tracciato la mappa delle "rotte del vino globale", con particolare riferimento al vino italiano. Continua la crescita dello spumante (Prosecco) rispetto ai vini tranquilli, specialmente nei mercati più importanti (vedi box dedicati a 4 Paesi). A proposito di mercati, **Marina Cvetic** (Masciarelli) ha chiesto una maggiore tutela dei vini made in Italy in Cina, mercato a cui non è particolarmente interessata: "Non intendo investire se non sono garantite le tutele del mio lavoro e del mio marchio", ma con altrettanta forza ha chiesto di sapere come sarà la nostra agricoltura e vitivinicoltura tra 10 anni. "Io posso immaginare il futuro della mia azienda ma ho anche bisogno di sapere cosa farà il Paese".

La sessione dedicata a opportunità e debolezze del si-

La catena
del valore
va redistribuita
equamente
tra i diversi
anelli produttivi.
— Ernesto Abbona

stema Italia è stato trattato da **Piero Mastroberardino** (Federvini), che ha evidenziato che la dimensionalità è un nostro limite strutturale. "La filosofia del piccolo è bello non funziona perché rende difficile fare gli investimenti, ottenere finanziamenti, andare all'estero". **Ernesto Abbona** (Unione Italiana Vini) ha messo l'accento sulla nostra realtà imprenditoriale, legata al territorio e quindi molto diversificata: "Dobbiamo lavorare ad un diverso – e più moderno – spirito di filiera: la catena del valore va redistribuita equamente tra i diversi anelli produttivi. Ma deve essere altrettanto chiaro che, chi va sul mercato, si carica dell'onere di remunerare l'intera filiera e in questo sforzo non va lasciato da solo".

Vino Vip Forte ha concluso i suoi lavori con un Grand Tasting (150 vini top) alla Capannina di Franceschi, il celeberrimo locale versiliese, non prima di aver consegnato a Cesare Pillon, decano dei giornalisti del vino, il Premio Kahil 2018 per il suo ultimo libro "Manuale di Conversazione Vinicola", edito da Civiltà del Bere. ❖



Cina

Grazie agli Accordi di Libero Scambio (FTA) e alla relativa esenzione da dazio (o riduzione progressiva), le importazioni a volume in Cina di vini fermi imbottigliati da Australia e Cile sono cresciute rispettivamente del +213% e +257% tra il 2012 e il 2017 (rispetto ad una crescita a livello totale del + 108%). Anche nel I trimestre 2018 è continuato a correre l'import di vini fermi imbottigliati dall'Australia (+55% a volume) e dal Cile (+26%). La Cina rappresenta oggi il primo mercato di export per i vini fermi australiani (142,3 Milioni di bottiglie – di cui 94% rosso - su 510,5 ml di export totale), il cui prezzo medio (all'export) verso tale mercato è cresciuto del 23% tra il 2016 e il 2018.



Svezia

Tra il 2012 e il 2017, le vendite di vino biologico in Svezia sono passate da 100 a 436 milioni di euro, rappresentando oggi il 22% dei consumi totali di vino nel paese. Il tasso di crescita medio annuo (CAGR) è cresciuto dal 10% del periodo 2010-2013 al 42% del 2013-2017. L'Italia è leader in questo segmento con una quota di mercato pari al 42% (era 36% nel 2015). Delle prime 10 etichette bio più vendute a livello complessivo, 6 riguardano vini italiani e le prime 3 sono relative a Prosecco. Il 55% delle vendite di vino biologico in Svezia si concentra nella fascia di prezzo tra 9 e 15 € a bottiglia (al consumo). Cinque anni fa, le vendite collegate a tale fascia di prezzo erano pari al 45% del totale di categoria.

VINI D'ITALIA EXPERIENCE IN USA. PAROLA CHIAVE? PRESIDIARE



Bollicine, rosati e vitigni autoctoni conquistano i palati americani. E per i prossimi anni si prevede un'ulteriore spinta sui consumi, con tassi di crescita tra il 2 e 4%. Ma quanto fa paura la guerra dei dazi appena iniziata? Il report del Gambero Rosso da Washington e Boston



Il Gambero Rosso torna negli Stati Uniti, dopo le classiche e consolidate tappe dei Tre Bicchieri dello scorso inverno. Così, agli eventi di marzo a New York, Chicago, Los Angeles e San Francisco si aggiungono, per la prima volta Washington DC e Boston, dove circa quaranta aziende vitivinicole italiane hanno presentato i loro vini lo scorso 12 e 14 giugno. Non solo Tre Bicchieri, però: le due tappe fanno parte del tour Vini d'Italia Experience, dedicato a tutte le cantine recensite dall'ultima edizione della Guida. Ai vini premiati si affiancano, quindi, interessanti novità, tra etichette presentate in anteprima, dopo le importanti fiere del vino europee, e vini frutto di piccole produzioni che incuriosiscono sempre più il pubblico americano. Perché – lo abbiamo detto tante volte – quello statunitense è un mercato da presidiare: la prima piazza per il vino italiano, ma anche il Paese che presenta ancora le maggiori potenzialità di crescita.

L'EXPORT ITALIANO IN USA NEL 2017

Ciò nonostante, nel corso del 2017, gli Usa hanno presentato per l'Italia dei dati in chiaroscuro. Se, da un lato, è riuscita a realizzare un ulteriore +4,2 in valore sul 2016 (1,4 miliardi di euro) rispetto all'anno precedente, incrementando anche i volumi dell'1,7%, a 3,34 milioni di ettolitri, va detto che i principali competitor, in primis la Francia (protagonista a fine estate del sorpasso sull'Italia nei valori esportati), hanno guadagnato quote di mercato grazie a importanti progressioni a due cifre. I principali operatori si sono detti preoccupati perché il trend di crescita dei vini è risultato inferiore alla media complessiva dell'import Usa. Ma, soprattutto, per il segno meno fatto registrare dal comparto dei vini fermi, compensato, però, dall'ottimo andamento degli spumanti, cresciuti di circa il 15% sia a volume sia a valore.

LE PREVISIONI, TRA CRESCITA DEI CONSUMI E INCOGNITA DAZI

A pesare sulla congiuntura, sono stati anche i ritardi dello scorso anno nell'erogazione dei fondi Ocm da parte ministeriale (storia che potrebbe ripetersi ancora). Un segno, quest'ultimo, della grande importanza che rivestono le attività di promozione e valorizzazione del made in Italy, in un contesto estremamente competitivo come gli Stati Uniti. Una piazza che rappresenta il primo luogo di consumo del vino a livello globale, destinato a crescere nei prossimi anni (la quota a volume è del 13%), grazie a un aumento del Pil pro capite, che è previsto in aumento dai 59,5 mila dollari del 2017 a 70 mila dollari nel 2022. Una ricchezza che dovrebbe spingere i consumi di vino, con tassi di crescita annua compresi tra +2 e +4% a valore. Al netto, però, delle preoccupazioni che in queste ultime settimane, stanno lasciando i produt- >>

Top Italian Restaurants: i migliori locali di Washington

Nella capitale di tutti gli Stati Uniti, la Guida del Gambero Rosso Top Italian Restaurants (gamberorosso.it/restaurants) ha assegnato le Tre Forchette - il massimo riconoscimento - a Fiola, locale di livello assoluto, dalla proposta internazionale ma dall'animo assolutamente italiano, fondato e diretto dallo chef marchigiano Fabio Trabocchi. Spazio anche per pizzerie e trattorie. In quest'ultima categoria, ben tre sono recensite con Due Gamberi: Al Tiramisù, Assaggi e Lupo Verde. Tra le pizzerie spiccano, invece, Meno Male e Pasquale's Pizzeria Napoletana, bellissima realtà di Rhode Island premiata con i Due Spicchi.



» tori con il fiato sospeso, dopo l'estensione all'Europa da parte dell'amministrazione Trump dei dazi su acciaio e alluminio. La risposta non si è fatta attendere e dal 22 giugno in tutta Europa scatteranno le barriere tariffarie del 25% su alcuni prodotti simbolo degli Usa, come jeans, alcol e sigarette, per un valore di 2,8 miliardi. Nella lista notificata al Wto, la Commissione ha inserito anche vari tipi di succo d'arancia e di mirtillo, di riso e di mais confezionato, oltre ad alcolici come il bourbon e il whisky. *“Non avevamo altra scelta”* ha detto la commissaria

al Commercio Ue Cecilia Malmstroem. *“Ma è inutile dire che se gli Usa rimuovono i loro dazi, anche le nostre misure saranno rimosse”*.

La preoccupazione che questo possa segnare l'inizio di un'infinita guerra commerciale è innegabile, ma pensare che il vino ne venga colpito, al momento, è alquanto improbabile, considerato il forte legame che ormai da anni lega il commercio vitivinicolo tra le due sponde dell'Atlantico. Importante è, però, oggi più che mai, non perdere di vista i nuovi trend in corso. »



» **BOLLICINE, ROSATI E VITIGNI AUTOCTONI.****I TREND**

Tra i fattori chiave da tenere d'occhio, c'è la progressione dei rosati fermi (l'incremento dei rosati in stile Provenza è stato del 55% sull'off trade), la Prosecco mania che è destinata a proseguire, e una preferenza per i vini americani, segno di una forte concorrenza da parte delle etichette californiane. Ma verso quali denominazioni italiane si concentra l'interesse dei consumatori americani? A giudicare dall'andamento dei due eventi Gambero Rosso, emerge la forte attrattiva verso i territori del vino italiano: moltissimi, non sempre facili da mettere a fuoco. L'Etna, il Sannio o la Gallura - giusto per fare alcuni esempi - parlano di un Sud sempre più testimone del vino italiano di qualità. Poi, ci sono sempre i vitigni autoctoni a fare la differenza, e scoprire oltreoceano che esiste il Semidano (varietà tradizionale sarda prodotta solo nel piccolo comune di Mogoro) o il Pecorino in Abruzzo e nelle Marche o ancora il Grechetto umbro, rivela tutte le sfaccettature della nostra viticoltura. Senza dimenticare l'importanza della mano dell'uomo: capace di saper lavorare in vigna alla perfezione, ma anche di comunicare a dovere come è andata l'ultima vendemmia a Barolo o di avere il giusto estro per pensare delle etichette che sicuramente rimangono impresse (provate a dare uno sguardo a quelle di Mustilli, che hanno destato curiosità e apprezzamento in entrambi gli eventi). Insomma, il futuro del vino italiano negli Usa, oggi e sempre, si chiama promozione. ❖

Importazioni Usa vini da tavola fermi**Totale**

3.186.460 ettoltri
-4,3%

1.542.461 migliaia di \$
11,3%

Italia

838.270 ettoltri
0,7%

479.405 migliaia di \$
11,7%

fonte: Italian Wine & Food InsLrute su daL dell'US Department of Commerce

**Seattle. Ultima tappa del Top Italian Wine Road Show nello Stato di Washington**

Lo scorso 4 giugno si è concluso a Seattle il Road Show, l'iniziativa che vede protagoniste 60 importanti aziende italiane presenti in 8 tappe in tutto il mondo. Bel successo di pubblico, tutto rigorosamente trade, presente fin dal mattino per assistere alle due masterclass condotte dagli esperti del Gambero Rosso. Uno spaccato dell'intera produzione vitivinicola italiana tra aziende storiche e già da tempo presenti sul mercato americano, realtà più piccole, a conduzione familiare, capaci di produrre vini di assoluta qualità e grandi cooperative da sempre attente nel produrre vini territoriali e autentici. In tutto oltre 300 vini da assaggiare con una buona presenza di bollicine, apprezzatissime dal pubblico di Seattle a testimoniare un mercato sempre più in crescita. Basti pensare che l'import della spumantistica italiana è triplicato negli ultimi dieci anni.

PHOTOGALLERY. Vini d'Italia Experience in Usa

Washington DC



Boston

