



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

CHE EXPO È STATO? IL BILANCIO DEI TERRITORI



PRODUZIONE

Lieve aumento nel 2015: Italia e Cile guidano la ripresa. Il report di Rabobank

pag. 2

E-COMMERCE

Continua il trend positivo degli acquisti: il food&wine finalmente in luce

pag. 2

ESTERI

Sprint dell'Esmisfero Sud da gennaio ad agosto: l'export cresce più di Francia e Italia

pag. 11

SONDAGGI

Expo e territori, chi ci ha guadagnato? Il bilancio di consorzi e associazioni

pag. 12

MALTEMPO

Si contano i danni nel Sannio. Il racconto e le foto delle cantine più colpite

pag. 16



Produzione mondiale in lieve risalita. Il report di Rabobank fa il punto su due emisferi

Aspettando i dati Oiv del 28 ottobre sulla produzione mondiale e sui rosati, arriva il report di Rabobank sulla vendemmia 2015, che nel complesso dovrebbe registrare un lieve aumento rispetto allo scorso anno, soprattutto per il contributo di Italia e Cile, senza per ora grandi ripercussioni al ribasso sul prezzo dei vini sfusi.



Nel consueto sguardo ai due emisferi nord-sud, gli analisti di Rabobank, sulla base delle rispettive fonti nazionali, segnalano per il continente europeo una produzione stabile in Francia, il rialzo dell'Italia e la perdita del 5% della produzione in Spagna. Per quanto riguarda l'emisfero sud del mondo, il Cile segna un forte rialzo della raccolta 2015 (+30%), dopo un 2014 comunque in lieve crescita, con i prezzi dello sfuso

stabili mentre aumentano le richieste dalla Cina. L'Argentina perde l'11% del raccolto, ma veniva da quattro anni di crescita degli stock e potrebbe beneficiare di questa flessione. Il Sud Africa raccoglie l'1,1% in meno con una qualità definita eccezionale. In Australia la stima produttiva si aggira sui 1,67 milioni di tonnellate, sostanzialmente in linea con gli ultimi cinque anni: ci sarà meno Shiraz,

Cabernet Sauvignon e Merlot e più Chardonnay, Pinot nero (+44%) e Pinot grigio (24%). Perde il 27% delle quantità la Nuova Zelanda, che stima una raccolta di 326 mila tonnellate; il dato, sottolinea Rabobank, è in linea con il 2011, quando le esportazioni erano inferiori del 20% rispetto a quelle attuali.

Uno sguardo alla Cina.

Dal punto di vista produttivo, l'industria locale del vino registra da gennaio ad agosto un -3,1% (a 677,8 milioni di litri); aumenta invece il fatturato delle aziende vinicole (+11,4%) nei primi 7 mesi 2015. E prosegue il rialzo delle importazioni (+42,3% in volume e +28% in valore) trainata dagli acquisti di sfuso dal Cile (+80%), che beneficia dell'azzeramento dei dazi doganali.

Meno volumi, ma più valore: così l'export italiano vola verso i 5,5 miliardi di euro

E se l'Italia iniziasse a puntare più sul valore che sul volume? Una realtà che, insieme al record export di 5,5 miliardi di euro sembra sempre più vicina. Come evidenziano le ultime stime export di Ismea e Uiv sulla base dei dati Istat gennaio-luglio: +6,1% in valore (3 miliardi di euro) a fronte di un -3,1% in volume. Insomma **si vende meno vino all'estero, ma a prezzi più alti**. E lo testimonia anche l'ottima progressione dei vini a Dop che crescono dell'8,2% a valore e del 4,9% in quantità; in aumento anche le Igp, rispettivamente del 9,2% e del 4,3%. *"Si rafforza il valore del vino italiano sui mercati internazionali"* dice il presidente Uiv, Domenico Zonin *"e stimiamo che l'obiettivo dei 5,5 miliardi di valore dell'export viticolo sia ormai a portata di mano"*. Ottimista anche il presidente Ismea Ezio Castiglione: *"Si conferma la crescita delle nostre esportazioni, ormai stabilizzate sopra il +6%, che potranno accelerare a fine anno, considerando il prevedibile sprint degli spumanti nel periodo di Natale"*. Inaspettata e confortante la ripresa della Cina (+23% a valore e +9% a volumi), che in parte compensa i problemi sul mercato russo (-39% sia a volumi sia a valore). In rallentamento la Germania: -1,6% in valore. E conclude: *"La buona remunerazione all'export del nostro vino, specie nel segmento Dop e Igp, conferma una strategia produttiva del 'Sistema Paese', ormai orientata sulla territorialità e su prodotti ad elevato valore aggiunto"*.

Crescono gli acquisti online nel 2015. Buono il contributo del settore cibi e bevande

Finalmente anche l'agroalimentare riesce a dare una sensibile spinta all'aumento degli acquisti online, mercato che in Italia nel 2015 vale 16,6 mld di euro, 2,2 mld in più sul 2014. Turismo (+14%), informatica ed elettronica (+21%) e abbigliamento (+19%) restano i principali, ma fanno capolino editoria (+31%) e settori emergenti come food & grocery (377 milioni di euro), arredamento, beauty. Gli acquirenti abituali (almeno un acquisto al mese) sono 11,1 milioni per una spesa media di 89 euro. L'Osservatorio e-commerce B2c del Politecnico di Milano sottolinea come oggi, in Italia, il 4% dei consumi retail viaggia su internet, un dato che testimonia quanto il nostro Paese sia ancora lontano da Paesi come Francia, Germania, Uk e Usa, dove i livelli di diffusione sono fino a quattro volte più elevati. Gli acquirenti italiani comprano online anche alimenti o oggetti d'arredo, che fino a qualche tempo erano quasi assenti. Cibi e bevande, vino compreso, rappresentano oggi il 3% circa delle vendite da siti italiani e dimostrano di essere uno settore più dinamici. E anche le imprese tradizionali, sia commerciali sia produttrici, stanno adottando sempre più una strategia multicanale. Del resto, l'ultima analisi Rabobank, su stime eMarketer, sottolinea che è destinata ad aumentare la quota di vino acquistato online nel mondo, tenuto conto che l'e-commerce crescerà del 12% annuo nei prossimi 4 anni.

VINI & MARTELLI. GIAPPONE: MERCATO DA COSTRUIRE PIÙ CHE DA CONQUISTARE

In Giappone non si fa grande differenza tra i vini d'uva e quelli di frutta che, tra l'altro sono assai diffusi. Quindi quando si parla di vini, se non specificato, non si intendono solo i prodotti ottenuti dalla fermentazione alcolica dell'uva. Il Giappone è il nostro sesto mercato dopo Usa, Germania, Regno Unito, Svizzera e Canada. Nel 2014 le vendite non sono andate molto bene; abbiamo chiuso con -1% in valore, rispetto al 2013 e +1,4% in volume. I primi sei mesi del 2015 registrano invece una netta ripresa: +6,3% in valore e +7,1% in volume, con un incremento del valore medio unitario che ha raggiunto i 3,6 euro/litro. Oltre il 50% del vino consumato nel Paese del Sol levante è rosso, il 37% bianco ed il 9% rosato. Dalle valutazioni di diversi importanti buyer incontrati in un mio recente viaggio a Tokyo, ho dedotto che è previsto un ulteriore incremento dei rossi e dei rosati. Il concorrente numero uno del vino in generale ed in particolar modo di quello d'uva è la birra che rappresenta il 34,1% di tutti gli alcolici consumati in Giappone. Nel 2014 le importazioni di vini fermi in bottiglia (da uva) sono cresciute dell' 8,8% (112 mld di yen) in valore e dello 0,4% in volume (181.738 mln di litri). La Francia ha il 45,5% del mercato in valore, seguita dall'Italia (16,5%) e dal Cile (12,8%). Anche per gli spumanti la Francia domina con una quota di ben il 75,7% (valore) seguita dalla Spagna (8,9%) e dall'Italia (8,8%). Il prezzo al dettaglio del vino in Giappone può variare dalle 3 alle 5 volte quello Ex-works (EXW) del fornitore italiano, a seconda del tipo di vino e della lunghezza del canale distributivo. Situazione che per le nostre bottiglie si aggraverà se entrerà in essere il Trans Pacific Partnership (TPP) che, da voci di corridoio, prevede per il vino l'abolizione graduale dei dazi dei prodotti provenienti da Australia, Cile, Nuova Zelanda e Usa. Le accise in Giappone variano a seconda del prezzo di vendita. Semplificando molto il discorso si può dire che su una bottiglia da 10 euro possono rasantare il 20%. Personalmente ritengo che il Giappone per il vino italiano potrebbe essere un mercato decisamente più fiorente che però, più che da conquistare, è da costruire.



Giuseppe Martelli direttore generale Assoenologi

Numero Verde Gratuito
800 177 552
Lun. - Ven. 9/13 - 14/18



SCOPRI LA NUOVA COLLEZIONE NEVADA

LEADER NELLA PRODUZIONE E VENDITA DI CANTINE PROFESSIONALI PER VINO.



NEVADA[®]
WWW.NEVADAEUROPE.COM

YouWine Shop
The best choice for your wine
www.YouWineShop.com

VINUMdesign
WWW.VINUMDESIGN.IT



Il nuovo corso delle Città del Vino: a novembre il debutto in Europa



Nuovo presidente, nuova sede e nuovo statuto. Così Città del Vino si rinnova e si prepara al debutto ufficiale in Europa. Il nuovo statuto dell'associazione prevede, tra le altre cose, che ogni comune (450 da tutta Italia) entri in Recevin,

la rete comunitaria dei territori a vocazione vinicola. La prima uscita pubblica sarà a Bruxelles il prossimo novembre, con l'elezione della Città del Vino Europea 2016, che quest'anno sarà proprio un Comune italiano.

Il presidente della svolta è il neoeletto Floriano Zambon (foto), sindaco di Conegliano Veneto. La sua elezione è avvenuta proprio nella nuova "casa" delle Città del Vino, a Palazzo Sforza Cesarini di Genzano (Roma) con vista sul lago di Nemi. Zambon è già stato presidente dell'Associazione tra il 2004 e il 2006, ma adesso i tempi sono cambiati: "Ci attendono sfide nuove" commenta "Da una parte dobbiamo rafforzare il turismo enogastronomico, dall'altra puntare a una riqualificazione generale, attraverso il nuovo strumento dei piani regolatori delle Città del Vino, andando a incidere sulla qualità dell'ambiente, dei servizi, delle economie locali". E obiettivo principale per la nuova stagione è proprio una pianificazione urbanistica che si chiama Food Urban Policy.

La prossima convention di primavera delle Città del Vino si svolgerà nella Costiera Amalfitana, un atto di solidarietà – come ci dicono dall'associazione – nei confronti dei vignaioli del Sannio colpiti dall'alluvione della scorsa settimana. – **L. S.**

È nata la Consulta Nazionale del Vino Italiano: 19 sigle del comparto e un progetto pilota

Unire le forze per elaborare progetti che promuovano il patrimonio vitivinicolo italiano, coinvolgendo prima di tutto le giovani generazioni. È con questo obiettivo che nasce la Consulta Nazionale del Vino Italiano (Co.N.Vi.), presentata nei giorni scorsi ad Expo 2015. "La Consulta vuole dare una risposta al crescente calo dei consumi di vino in Italia", spiega il coordinatore CoN.Vi. e presidente Onav Vito Intini. Consumi scesi negli ultimi 50 anni da 100 a 46 litri procapite. Ma la vera novità sta nell'aver messo insieme rappresentanti delle diverse fasi della filiera, uniti in un progetto comune e senza interessi di categoria. Al momento le associazioni coinvolte sono: Agivi; Ais; Aspi; Associazione Nazionale Le Donne Del Vino; Conaf; Fisar; Fivi; Movimento Del Turismo Del Vino; Slow Food Italia; Sive; Onav; Vinarius. Ed è già partito un progetto pilota in collaborazione con le scuole della provincia di Brescia: una cinquantina quelle interessate. Invece, il prossimo passo a livello organizzativo, sarà la realizzazione di un marchio comune della Consulta, che debutterà ufficialmente al prossimo Vinitaly.

Torino si riappropria della paternità del Vermouth: in primavera nascerà il museo dedicato



Torino potrebbe presto avere il suo primo Museo del Vermouth. In questi giorni (fino al 23 ottobre) gli storici magazzini Docks Dora, alle porte di Torino, sono aperti al pubblico per presentare il progetto che dovrebbe concretizzarsi, proprio al loro interno, in primavera. Si tratta del recupero di un complesso dismesso – ma centro propulsore della produzione di vermouth fino agli anni '80 - ripensato per valorizzare un'eccellenza piemontese che affonda le radici nel passato borghese di Torino. Era il 1786 quando fu inventato questo vino liquoroso aromatizzato che avrebbe trovato fama nel rituale dell'aperitivo e nell'arte della miscelazione. Il museo, in fase di progettazione, è sostenuto dall'alleanza tra l'Associazione Saperebere e la neonata Associazione per la tutela e valorizzazione del vermouth di Torino. Il primo del genere al mondo è nato un anno fa in Catalogna, a Reus. Probabilmente, sotto questa spinta, Torino ha sentito la necessità di rivendicare la paternità di uno dei prodotti più caratteristici della tradizione enogastronomica locale. Il percorso museale ripercorrerà la storia del vino liquoroso, esponendo oggetti, pubblicità d'epoca e foto di macchinari per la produzione. Ci saranno, poi, una biblioteca e un giardino con le piante utilizzate per la produzione. Infine, un laboratorio e corsi dedicati ad appassionati e professionisti.

Sostenibilità: nasce Equalitas, col supporto di Gambero Rosso. E a Vinitaly arriva il marchio collettivo

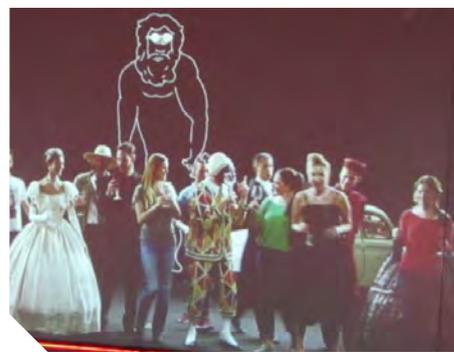
Il coordinamento di Federdoc e Uiv, il supporto di Gambero Rosso, i partner tecnici come Valoritalia e Csqa. Ecco la squadra che forma Equalitas srl, società costituita ufficialmente a Roma, che elaborerà un sistema di regole e di gestione della sostenibilità nel settore vitivinicolo, certificabili da un ente terzo. Normativa che consentirà alle aziende avere un quadro normativo definito e, quindi, di migliorare i processi e i prodotti sotto il profilo ambientale, sociale ed economico, col costante supporto del mondo accademico e della ricerca. Rispettati, dunque, i tempi previsti dal Forum per la sostenibilità del vino, che nel Rapporto 2014 scattò una fotografia del movimento in corso auspicando un'aggregazione entro la fine dell'Expo di Milano. Le idee sono state nel frattempo elaborate ed ecco formarsi il contenitore, la società Equalitas, una srl che gestirà questa sintesi tra i modelli di gestione della sostenibilità esistenti a livello nazionale e internazionale. "Si tratta di un passaggio semplice quanto ambizioso" afferma il neo presidente di Equalitas, Riccardo Ricci Curbastro "essere il primo Paese esportatore di vino ed affermarsi al contempo quale leader nella proposta di un modello unico e trasparente di gestione e comunicazione della sostenibilità del vino, moderno nei contenuti e pronto a far crescere la cultura della sostenibilità sia tra i produttori sia tra i consumatori". Il lavoro dei vari enti ha consentito di accogliere tutte le istanze in materia di sostenibilità ambientale, economica e sociale. E ora, ai coltivatori come agli imbottigliatori organizzati in filiera, si potrà offrire uno strumento di gestione che dalla produzione dell'uva fino alla bottiglia possa definire i contorni della sostenibilità in maniera chiara e trasparente. Come riconoscerla? Vinitaly 2016 sarà il trampolino di lancio di un marchio collettivo che dovrebbe rappresentare un passo avanti per le aziende e, allo stesso tempo, per i consumatori di tutto il mondo.

Più tutele per il Consorzio del Prosecco Doc, che entra nella rete di Origin

Origin, il network internazionale dei consorzi di tutela delle Igs, accoglie il Prosecco Doc (oltre 300 mln di bottiglie nel 2014, e il recente sblocco della riserva vendemmiale 2015), che potrà contare d'ora in avanti su una maggiore attività a difesa del marchio sui mercati internazionali. **Origin opera dal 2003, ha sede a Ginevra e conta 400 organizzazioni di produttori provenienti da 40 Paesi;** annovera, tra gli italiani,

i consorzi dell'Aceto balsamico di Modena, Asiago, Assodistil, Grana Padano, Isit, Mozzarella di bufala campana, Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma e Pecorino Romano. Nel settore vino, fanno parte di Origin anche Napa valley

vintners e il Comité Champagne. La collaborazione col Prosecco Doc, presieduto da Stefano Zanette (foto), si concentrerà sulla tutela contro i marchi imitativi, usurpativi e lesivi della Dop, sull'intensificazione della protezione negli accordi bilaterali. "Di fronte alle sfide legate alla tutela delle Igs, dal riconoscimento delle denominazioni nei trattati bilaterali alla protezione su internet" ha detto il presidente di Origin, Ramón González Figueroa "la cooperazione tra Consorzi di Paesi e settori diversi gioca un ruolo fondamentale".



Niente Festa del vino a Expo: "Motivi di sicurezza"

Non si farà la grande festa del vino a Expo Milano 2015. Inizialmente prevista per il mese di settembre e poi rimandata al 24 ottobre, l'iniziativa non si terrà per "motivi di sicurezza", spiega Riccardo Cotarella, presidente del Comitato scientifico del Padiglione vino A taste of Italy. Visto l'altissimo numero di visitatori dell'esposizione in quest'ultimo mese, caratterizzato da gente in coda e calche continue, i responsabili per la sicurezza di Expo hanno suggerito agli organizzatori di rinunciare all'evento. - G. A.

Per un'Organizzazione di categoria settore vitivinicolo, con sede a Milano, riferimento primario nel settore dell'Enologia nazionale e internazionale si ricerca la figura del

DIRETTORE GENERALE

La persona sarà chiamata a **gestire** l'Organizzazione potenziandone lo sviluppo e l'immagine, gestendo e ampliando la rete net-work **attraverso frequenti e strutturati momenti di contatto con l'ambiente di riferimento**. Sarà chiamata a interfacciarsi con tutti gli interlocutori istituzionali per l'attivazione di canali di collaborazione, sponsorizzazione e promozione che diffondano capillarmente l'azione dell'organizzazione, dei suoi associati e dei suoi progetti.

La risorsa ricercata dovrà possedere un background manageriale di comprovata esperienza con **competenze specifiche e successi riconosciuti** nel settore del Marketing, **in quelle realtà dove lo studio della comunicazione è un volano per catalizzare risultati, dovrà possedere quelle competenze comunicative e quegli strumenti tipici di chi con la comunicazione deve fare funzionare il business.**

Dovrà inoltre possedere una forte passione per il settore vitivinicolo e **la necessaria conoscenza della legislazione e le norme del settore, per dirigere l'Organizzazione nel rispetto dei criteri dell'efficienza e dell'efficacia.**

La risorsa desiderata è una persona che, con le sue doti relazionali, le sue competenze professionali di settore e la sua capacità di sfruttare strumenti social e contatti, sarà promotrice **con slancio e spinta proattiva**, di eventi e iniziative volte a rendere sempre di più l'Organizzazione punto di riferimento per l'Italia e per l'estero di servizi qualitativi, in campo editoriale, istituzionale, professionale e formativo forniti ai soci. Operando l'Organizzazione in contesti internazionali, si richiede un'ottima conoscenza della lingua inglese funzionale a condurre fluentemente scambi e confronti.

Per questa sfida professionale si ricerca una persona con spiccate abilità relazionali e diplomatiche intese come il saper captare sfumature dell'interlocutore per gestire in maniera assertiva richieste e influenzare opinioni, unitamente a forti capacità decisionali. Riteniamo che questo ruolo sia la **stella polare** per chi ha **passione per l'universo del vino.**

Sede di lavoro: Milano

Le persone interessate, di entrambi i sessi (Legge 903/77 e successive integrazioni), possono inviarmi il proprio CV, al seguente indirizzo e-mail: "profexajob3@profexa.it" o al Fax 051/4210957 specificando il rif. "DGMI".

Ai sensi del D. Lgs 196/2003, i dati comunicati ovvero inseriti nei curricula, verranno utilizzati esclusivamente per finalità connesse all'attività della nostra società. Sono riconosciuti all'interessato i diritti di cui all'art. 7 della Legge. Il titolare del trattamento è Profexa Consulting Srl, Autorizzazione Ministeriale n. 1418 del 22 gennaio 2007.

È possibile ricevere ulteriori informazioni e leggere l'informativa sulla privacy visitando il sito www.profexa.it Rivolto ad entrambi i sessi (Comma 3, art. 4 della Legge 125/91).

Aut. Min. Lavoro e Politiche Sociali prot.n. 1418 del 22/01/2007



TRE BICCHIERI 2016

Ultimo appuntamento con i Tre Bicchieri della guida Vini d'Italia 2016.

Per rileggere i premiati delle altre regioni www.gamberorosso.it

PIEMONTE

- Alta Langa Brut Zero Cantina Maestra '09 | *Enrico Serafino*
- Barbaresco Albesani S. Stefano '12 | *Castello di Neive*
- Barbaresco Asili '12 | *Ca' del Baio*
- Barbaresco Asili '12 | *Bruno Giacosa*
- Barbaresco Boito Ris. '10 | *Rizzi*
- Barbaresco Crichët Pajé '06 | *I Paglieri - Roagna*
- Barbaresco Gallina '11 | *Piero Busso*
- Barbaresco Marcorino '12 | *Cantina del Glicine*
- Barbaresco Ris. '10 | *Sottimano*
- Barbaresco Serraboella '11 | *F.lli Cigliuti*
- Barbera d'Asti Pomorosso '12 | *Coppo*
- Barbera d'Asti Sup. Genio '12 | *Gianni Doglia*
- Barbera d'Asti Sup. La Mandorla '13 | *Luigi Spertino*
- Barbera d'Asti Sup. Nizza '12 | *Tenuta Olim Bauda*
- Barbera d'Asti Sup. Nizza A Luigi Veronelli '12 | *Brema*
- Barbera d'Asti Sup. Nizza La Court '12 | *Michele Chiarlo*
- Barbera del M.to Sup. Bricco Battista '12 | *Giulio Acconero e Figli*
- Barbera del M.to Sup. Le Cave '13 | *Castello di Uviglie*
- Barolo '11 | *Bartolo Mascarello*
- Barolo Acclivi '11 | *G. B. Burlotto*
- Barolo Bric del Fiasc '11 | *Paolo Scavino*
- Barolo Bricco Rocche '11 | *Ceretto*
- Barolo Broglio '11 | *Schiavenza*
- Barolo Brunate '11 | *Mario Marengo*
- Barolo Brunate '11 | *Giuseppe Rinaldi*
- Barolo Bussia '11 | *Giacomo Fenocchio*
- Barolo Cannubi '11 | *Poderi Luigi Einaudi*
- Barolo Cannubi '11 | *Marchesi di Barolo*
- Barolo Cannubi '11 | *E. Pira & Figli - Chiara Boschis*
- Barolo Cannubi Boschis '11 | *Luciano Sandrone*
- Barolo Cerviano '10 | *Abbona*
- Barolo Gallinotto '11 | *Mauro Molino*
- Barolo Gattera '11 | *Gianfranco Bovio*
- Barolo Giachini '11 | *Giovanni Corino*
- Barolo Gramolere '11 | *F.lli Alessandria*
- Barolo Liste '10 | *Giacomo Borgogno & Figli*
- Barolo Marenca '11 | *Luigi Pira*
- Barolo Monfortino Ris. '08 | *Giacomo Conterno*
- Barolo Monprivato '10 | *Giuseppe Mascarello e Figlio*
- Barolo Ornato '11 | *Pio Cesare*
- Barolo Parafada '11 | *Massolino*
- Barolo Prapò '11 | *Ettore Germano*
- Barolo Rapet '11 | *Ca' Rome'*
- Barolo Ravera '11 | *Elvio Cogno*
- Barolo Resa 56 '11 | *Brandini*
- Barolo Rocche dell'Annunziata '11 | *Renato Corino*
- Barolo Rocche di Castiglione '11 | *Vietti*
- Barolo S. Rocco '11 | *Azelia*
- Barolo Sarmassa '11 | *Giacomo Brezza & Figli*
- Barolo Sottocastello di Novello '10 | *Ca' Viola*
- Barolo V. Lazzairasco '11 | *Guido Porro*
- Barolo V. Rionda Ester Canale Rosso '11 | *Giovanni Rosso*
- Barolo Villero '11 | *Brovina*
- Carema Et. Bianca Ris. '11 | *Cantina dei Produttori*
- Nebbiolo di Carema Carema Et. Nera '11 | *Ferrando*
- Colli Tortonesi Timorasso Filari di Timorasso '12 | *Luigi Boveri*
- Colli Tortonesi Timorasso Il Montino '13 | *La Colombera*
- Colli Tortonesi Timorasso Pitasso '13 | *Claudio Mariotto*
- Dogliani Sup. San Bernardo '12 | *Anna Maria Abbona*
- Dolcetto di Ovada Sup. Du Riva '12 | *Tacchino*
- Gattinara Osso S. Grato '11 | *Antoniolo*
- Gavi del Comune di Gavi Minaia '14 | *Nicola Bergaglio*
- Gavi Minaia '14 | *Franco M. Martinetti*
- Ghemme dei Mazzoni '12 | *Tiziano Mazzoni*
- Ghemme V. Pellizzano '10 | *Torraccia del Piantavigna*
- Langhe Larigi '13 | *Elio Altare*
- Langhe Nebbiolo Sperss '11 | *Gaja*
- Ovada Convivio '13 | *Gaggino*
- Roero Gepin '11 | *Stefanino Costa*
- Roero Mombeltramo Ris. '11 | *Malvirà*
- Roero Mompissano Ris. '12 | *Cascina Ca' Rossa*
- Roero Printi Ris. '11 | *Monchiero Carbone*
- Roero Sudisfà Ris. '12 | *Negro Angelo e Figli*
- Roero Valmaggiora Ris. '12 | *Cascina Chicco*
- Sterpi '13 | *Vigneti Massa*

Ecco le foto delle vostre vendemmie più curiose o divertenti da tutta Italia.

La “raccolta” continua: inviateci i vostri scatti a settimanale@gamberorosso.it



▼ La danza del vino

Alle cantine Olivella sotto il Monte Somma (Napoli) la vendemmia è una festa. Alle pendici del vulcano è di scena la 'danza dell'uva' tra i filari di catalanesca, l'uva importata dalla Catalogna nel XV secolo da Alfonso I d'Aragona.



▲ Il riposo dell'uva

A Serrapetrona, in provincia di Macerata, la vendemmia della Vernaccia Nera finisce sui graticci. Procedimento da cui si ottiene la Vernaccia di Serrapetrona docg (l'unico vino rosso spumante docg in Italia). A questo vitigno autoctono nelle prossime settimane (8 e 15 novembre), sarà dedicato l'evento Appassimenti Aperti.



▲ Una vendemmia “patrimonio dell'Umanità”

Il paesaggio Unesco delle colline di Langhe Roero e Monferrato fa da cornice alla vendemmia nelle tenute di Poderi Colla. Da questi vitigni nascerà il Dolcetto della cantina.



◀ La vigna, il castello e la montagna

A Saint Pierre si vendemmia in un'atmosfera fiabesca. Siamo nell'azienda la Source della famiglia Celi-Cuc, nei pressi del Castello che sovrasta la pianura scavata dalla Dora Baltea. Il vitigno è il Petit Arvine, uno dei bianchi più importanti della Val d'Aosta.

Torna l'appuntamento con Il Rum è servito: all'insegna del piacere della lentezza

Non sembra esaurirsi il successo dell'iniziativa Il Rum è Servito. Dopo due edizioni in tour tra i ristoranti d'Italia, la collaborazione tra Gambero Rosso e Ron Zacapa si rinnova e scommette sui distillati del celebre brand guatemalteco per introdurre il concetto di "The art of Slow" (l'arte della lentezza), per tutti coloro che amano indulgiare nel piacere della buona tavola, degustando un buon bicchiere di rum. Ancora una volta a tutto pasto. La terza edizione della rassegna itinerante coinvolgerà otto insegne, e si articolerà in due diversi periodi dell'anno: la prima tranche di cene (autunno/inverno) si aprirà alla fine di ottobre per inoltrarsi fino a dicembre. Poi, dal mese di aprile, avrà inizio la tranche primavera/estate. Primo appuntamento il 29 ottobre nella nuova Trattoria Trippa di Milano. Si proseguirà poi il 5 novembre al Local di Venezia, il 10 novembre toccherà al Solito Posto di Bogliasco, il 12 novembre a Bollicine di Trieste. E poi ancora, il 20 novembre al ristorante Le Giare di Montiano, il 25 novembre al Borsari 36 di Verona, il 26 novembre al Pomireu di Seregno. Mentre l'ultima tappa dell'autunno sarà a Le tamerici di Roma.

Per il programma completo www.gamberorosso.it



supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Giuseppe Martelli

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it | 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammico | 06.55112356

dammico@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi | 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

fino al 31 ottobre
Divin Ottobre
Trentino (varie località)
stradavinotrentino.com

23 ottobre
Mondomerlot
Aldeno (Bolzano)
fino al 25 ottobre
mondomerlot.it

23 ottobre
Natural Critical Wine
la fiera dei vignaioli
artigiani naturali
Città dell'Altra Economia,
Roma
fino al 25 ottobre

26 ottobre
**International
wine traders**
Peschiera del Garda (Bs)
fino al 27 ottobre
[international
winetraders.com](http://international
winetraders.com)

29 ottobre
Tre Bicchieri Expo
degustazione
dei vini di Valle d'Aosta,
Alto Adige, Liguria,
Lazio e Basilicata
Sala Convivium
Expo di Milano
ore 17.30-19.00

29 ottobre
Il Rum è servito
cena con abbinamento
di Ron Zacapa
Trattoria Trippa, Milano
trippamilano.it

30 ottobre
**Any Taste of Tuscany,
la Toscana a Milano**
Milano - Chiostri
Umanitaria
fino al 1 novembre

31 ottobre
Wine&Food Style
Villa Erba
Cernobbio (Como)
fino al 1 novembre
winefoodstyle.com

3 novembre
Simei
Milano
fino al 6 novembre

5 novembre
Merano wine festival
fino al 10 novembre

8 e 15 novembre
**decima edizione di
Appassimenti Aperti**
kermesse dedicata
al vitigno vernaccia nera
degustazioni, visite
in cantina ed eventi
in piazza
Serrapetrona (Macerata)

20 novembre
Top of Vini Alto Adige
Park Hotel Laurin
Bolzano
ore 14 - 21

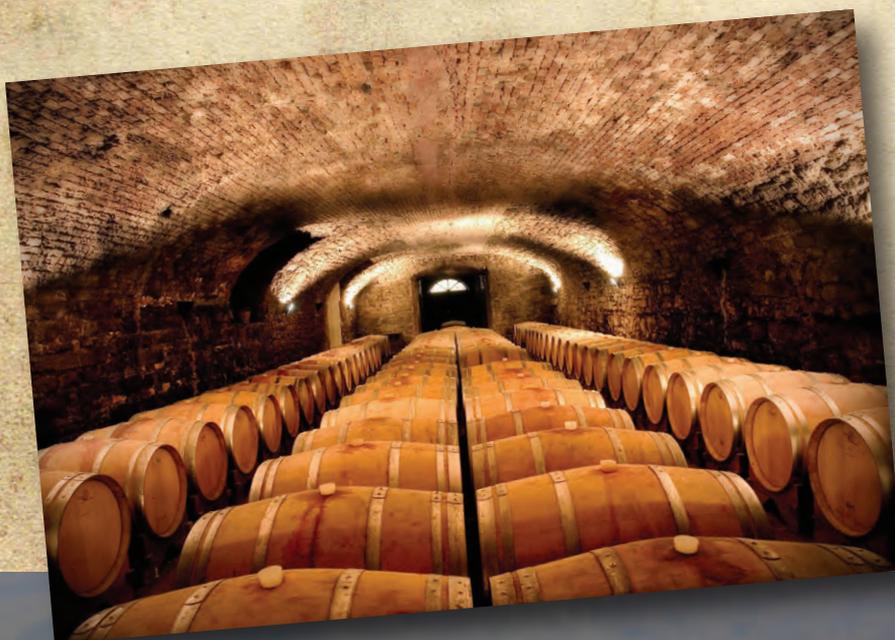
22 novembre
**Presentazione della
guida Berebene 2016**
Gourmet
Lingotto Torino

28 novembre
**Mercato vini dei
Vignaioli indipendenti**
Piacenza Expo
fino al 29 novembre

www.castellodispessa.it/vini



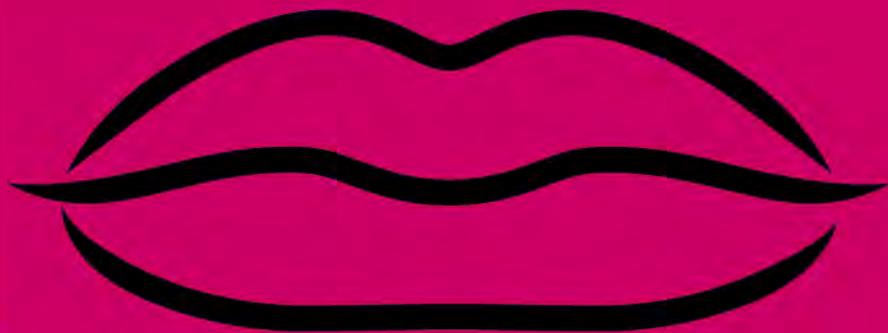
Nel cuore del Collio, tra i vigneti del Castello



Castello di Spessa - Capriva del Friuli (Gorizia - Italia)
www.castellodispessa.it/vini - infovini@castellodispessa.it
tel. + 39 0481 60445 - fax +39 0481 630161

Gourmet

EXPOFORUM | HORECA FOOD & BEVERAGE



PROFESSIONISTI, IN OGNI SENSO.

PASSIONE per:

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

22-24 Novembre 2015

LINGOTTO FIERE TORINO

www.gourmetforum.it



Il Nuovo mondo vinicolo cresce più di Francia, Spagna e Italia



I VINI DI NUOVA ZELANDA, CILE E Australia fanno meglio in volumi dei tre top exporter europei: Italia, Francia e Spagna. Una nuova carica dei Paesi dell'emisfero sud, che nei primi 8 mesi 2015 spuntano tassi di crescita mediamente superiori ai produttori storici. Da gennaio ad agosto, secondo Winemontor Nomisma, i volumi di vino esportati dalla Nuova Zelanda crescono del 13%, quelli dal Cile dell'8%, dall'Argentina del 4% e dall'Australia del 2%, a fronte di un -3% dell'Italia e di un -2% della Francia; fa eccezione la Spagna, con +14%, grazie a un incremento del 18% nei quantitativi di sfuso. *“Sembra un punto di svolta dopo la battuta d'arresto del 2014, quando i principali sei esportatori del*

nuovo mondo (Australia, Cile, Nuova Zelanda, Sudafrica, a cui si aggiungono Argentina e Usa) avevano perso un complessivo 6%”, sottolinea il responsabile di Winemontor, Denis Pantini. Ma se si guarda alle medie del quinquennio le cose cambiano: l'emisfero sud fa +1,2%, rispetto al +4% dei vini europei, ad eccezione della Nuova Zelanda, cresciuta tra 2009 e 2014 di quasi il 9%. Quali i motivi della ritrovata competitività? Per Winemontor, il deprezzamento del dollaro neozelandese di quasi il 19% sul dollaro Usa, e di quello australiano del 13%, così come del peso cileno e del rand sudafricano. *“A questo”* rileva Pantini *“va aggiunto l'attivismo dei governi verso accordi di libero scambio”* (Tpp, Chافتa tra Australia e Cina)

e delle imprese sul fronte promozionale. Il Chافتa, in particolare, prevede la progressiva riduzione dei dazi all'import da quest'anno sul vino esportato in Cina fino alla loro completa eliminazione nel 2019. *“Lo stesso trattamento di favore di cui oggi beneficia il Cile, quando all'opposto i nostri vini pagano un'imposta del 14% se imbottigliati e del 20% se sfusi”.* Un'agevolazione non da poco, secondo Winemontor, considerato che il prezzo è la principale variabile-guida negli acquisti cinesi, in particolare per tutto ciò che non è francese. *“E di questo vantaggio ne sono consapevoli gli importatori locali”* conclude Pantini *“che negli 8 mesi hanno immagazzinato prodotti più convenienti, aumentando gli acquisti di vino australiano imbottigliato del 116%”.*

IL MIO EXPORT. Le Cimate – Paolo Bartoloni

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

Per ora vendiamo il 35% all'estero, ma il nostro export è in crescita del + 150% rispetto al 2014.

2. DOVE SI VENDE MEGLIO E DOVE PEGGIO?

Meglio: Usa, Canada e Nord Europa, da sempre leader nell'import nei confronti dell'Italia. Peggio nei Paesi asiatici dove non capiscono ancora il nostro vino, ma si basano sui brand e status symbol.

3. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

Dove meglio dove peggio, ma pur di vendere si fa.

4. COME PROMUOVETE I VOSTRI VINI ALL'ESTERO?

Fiere su fiere. È l'unico mezzo per far conoscere il proprio prodotto. Ma mai lasciare il vino da solo: sono soldi buttati!

5. CI RACCONTI UN ANEDDOTO LEGATO ALLA SUA ESPERIENZA ALL'ESTERO...

Prima volta a NYC. Città caotica e sempre viva. Città del business e di Wall Street. Arrivi e pensi di poter spaccare il mondo, ma quando vedi che ci sono già tutti i produttori, arriva immediatamente un po' di sconforto, un senso di piccolezza e rammarico per non esserci venuto prima. Ma poi... è bastato far assaggiare il vino a qualche importatore e subito si è aperto un piccolo spiraglio. Ora siamo in 5 Stati.



A pochi giorni dalla chiusura, è tempo di capire se c'è stato un ritorno anche fuori da Rho: premiate le iniziative dei consorzi, soddisfatte le associazioni. Ma al di là dei numeri, l'Esposizione sembra aver stimolato la promozione e le idee: adesso l'Italia ci crede

Expo fuori Expo. Il bilancio dei territori del vino

▲ a cura di Loredana Sottile

FORSE L'IMMAGINE DI UNA CURVA ASCENDENTE potrebbe essere quella giusta per descrivere l'Expo di Milano che si avvia alla sua conclusione: dal fallimento annunciato al successo inaspettato. Se fino a cinque mesi fa si discuteva di Padiglioni ancora da finire, visitatori stranieri non pervenuti, scontento generale per come (non) stavano andando gli affari, oggi, a poco più di una settimana dalla sua fine, si discute di file troppe lunghe, ipotesi (sembrerebbe scartata) di prolungare il semestre, e nuovi record di presenze da fissare, dopo aver incassato la settimana scorsa quello prefissato dei 20 milioni di visitatori. Ma cosa è successo nel frattempo fuori da Expo? Com'è andato il turismo, quello del vino in particolare, nei territori italiani limitrofi e in quelli legati a doppio filo con l'Esposizione di Milano? Il barometro dell'ottimismo sembra prelevare sull'intera penisola, e gli effetti potrebbero anche essere più duraturi di quanto si pensi. Semplice effetto placebo che ha restituito all'Italia un po' di fiducia nei propri mezzi, o c'è di più?

I NUMERI DELLE STRUTTURE ALBERGHIERE

Partiamo proprio da Milano city. Secondo la ricerca

'Expo e Turismo' diffusa dall'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza (realizzata su oltre 700 strutture alberghiere di tutta Italia), l'indotto di settembre, per la sola città, ammonterebbe a circa 49,6 milioni di euro con l'82,7% delle strutture che ha dichiarato l'aumento medio del 37,2% di presenze per Expo. In crescita gli stranieri che, nei primi mesi dell'esposizione, erano stati i grandi assenti dell'evento. Adesso la quota di turisti non italiani è del 53,3%. Buone notizie anche dalla Brianza dove, grazie alla sua vicinanza all'Esposizione, sempre nel mese di settembre, 7 strutture su 10 hanno dichiarato di aver registrato un aumento di presenze derivato da Expo rispetto allo scorso anno, del 30,8%. Spostandoci ancora di mese e di luogo, la situazione sembra omogenea: ad ottobre sono aumentate le presenze anche negli altri capoluoghi lombardi e della zona dei laghi: +8,7% per la zona laghi (generando un indotto legato ad Expo di 1,2 milioni euro) e +16,4% per gli altri capoluoghi della regione (658 mila euro l'indotto).

E cosa succede fuori Regione? A Venezia, il 13,7% degli albergatori dichiara un aumento delle presenze motivato dall'evento del 5,6%, rispetto al medesimo mese dello scorso anno, con un indotto per il territorio di circa 948 mila euro. A Firenze il 10,3% delle strutture dice di >>



» aver beneficiato dell'effetto Expo, registrando un aumento di presenze del +11,7%, pari a 1,2 milioni di euro di indotto.

L'IMPATTO DI EXPO SECONDO LE ASSOCIAZIONI DEL VINO

Se questa è la situazione generale, vediamo cosa succede in ambito strettamente vitivinicolo. Di certo un Expo dedicato al tema “Nutrire il pianeta” con un Padiglione – per la prima volta nella storia – totalmente sul vino, non poteva non mettere in moto la sempre più ampia cerchia degli enoturisti. Da una ricognizione interna al **Movimento Turismo Vino**, si stima per il trimestre settembre, ottobre e novembre 2015 - anche grazie all'appuntamento settembrino di Cantine Aperte in Vendemmia e a quello autunnale di Cantine Aperte a San Martino - un +25% di presenze sullo stesso periodo del 2014, con oltre 240 mila visitatori in cantina. Solo in Lombardia, regione dell'esposizione, si prevede un +35% rispetto a settembre, ottobre e novembre 2014. Expo è, quindi, stato un acceleratore per l'enoturismo italiano o si poteva fare di più? “Non possiamo certificare che l'incremento sia del tutto legato all'Esposizione” dice a Tre Bicchieri il presidente Mtv Carlo Giovanni Pietrasanta “ma

di sicuro questo semestre ha smosso qualcosa, dando una risposta a quell'Italia che continua a piangersi addosso. Tutto il mondo ha parlato positivamente del nostro Paese e le richieste, anche da parte degli stranieri, per visitare città e cantine, sono aumentate. Adesso, sull'onda lunga dell'Esposizione, dobbiamo sapercela giocare bene senza personalismi”. Rimpianti, occasioni perse o propositi per i prossimi mesi? “Probabilmente si poteva anche fare di più” prosegue Pietrasanta “ma si sa che i tempi di azione sono lunghi e il mondo del vino avrebbe dovuto prepararsi anni prima. Penso ad esempio a dei pacchetti enoturistici all inclusive. Ma il vero problema è siamo un po' il gatto che si morde la coda: per spingere sul turismo del vino, bisognerebbe prima avere i mezzi per farlo, come ad esempio una legge che permetta di fatturare le visite in cantina. Adesso comunque l'importante è rimboccarsi le maniche: come Movimento Turismo del Vino abbiamo già delle richieste da inserire nel libro bianco che presenteremo al Governo. Tra queste la legge di accoglienza in cantina e la possibilità di gestire, per la parte vino, il portale Italia, oggi molto carente in materia”.

Bilancio positivo anche per le **Città del vino**, l'associazione che raggruppa 450 comuni vitivinicoli su tutto il territorio nazionale. “L'attenzione che Expo ha posto sul made in Italy, sul cibo e sul vino ha fatto sicuramente bene a tutto il Paese” dice Paolo Corbini, vicedirettore dell'associazione »

» “Come Città del Vino non abbiamo svolto attività direttamente legate all'Esposizione, ma i singoli Comuni hanno colto l'occasione, utilizzando il brand Expo per iniziative sul territorio. E i nostri sindaci sembrano soddisfatti di come siano andati questi mesi. Un'occasione in più per proporre iniziative e prodotti territoriali”.

Non la pensa allo stesso modo l'**Istituto Italiano per lo Sviluppo Rurale e l'Agriturismo** (Isvra), che pone l'accento sui dati pubblicati da Banca d'Italia sul turismo in Italia. Attenzione, però: il riferimento è al periodo luglio-maggio, quindi ai mesi meno positivi per gli arrivi all'Esposizione. “Il bilancio complessivo” fanno sapere “si ferma ad un modesto +2,4%, probabilmente sproporzionato rispetto al grande sforzo economico ed organizzativo richiesto da Expo. Gli imprenditori agricoli e turistici rurali che aspettavano tanti nuovi ospiti sono evidentemente delusi”. Secondo i dati in questione, le regioni che hanno registrato gli andamenti migliori da gennaio a luglio 2015 sarebbero Sicilia (+16,5%), Calabria (+16,3%) e Lombardia (+13,6%). Segno meno, invece, per Basilicata (-73,3%), Umbria (-30,7%) ed Emilia Romagna (-19,9%). Ma per avere un quadro completo e poter fare un riferimento diretto ad Expo, bisognerebbe aspettare gli stessi rilevamenti sul periodo luglio-ottobre. Anche se, continua l'Isvra “dai primi segnali ricevuti dai nostri associati non sembrerebbero esserci grandi novità”.

LE INIZIATIVE DEI CONSORZI



LA CASA DEL CHIANTI CLASSICO

Andiamo, infine, alla partita giocata dai consorzi del vino. Alzi la mano quello che nel corso del 2015 non ha mai usato la dicitura Expo - propriamente o meno - per uno dei propri eventi sul territorio, che siano state degustazioni, tour, serate a tema. O anche lanci di iniziativa già esistenti, ma fino a prima di Expo, poco visibili. Il fenomeno, al di là di tutto, ci dice come tutti abbiano in qualche modo capito le potenzialità dell'evento e si siano, più o meno bene, messi alla prova. Partiamo dal Consorzio del Chianti Classico che - anche se non vicinissimo geograficamente - ha instaurato con Expo una sorta di gemellaggio, grazie al progetto scelto e finanziato per 117 mila euro dal Mipaaf nell'ambito dell'Esposizione (ricordiamo

che in ambito vitivinicolo è stato l'unico consorzio selezionato). Sforzi ripagati dai circa 3 mila visitatori alla **Casa del Chianti Classico** (nel Convento di Santa Maria al Prato a Radda in Chianti) nella stagione estiva, di cui 70% stranieri, con prevalenza di americani, tedeschi e nord-europei. “Siamo molto soddisfatti di come sia andata” dice a Tre Bicchieri il presidente Sergio Zingarelli “il convento, in realtà, era un'acquisizione del Consorzio degli anni '90 ma, grazie alla leva Expo e al contributo ministeriale, lo abbiamo ristrutturato e allestito come spazio Expo fuori da Expo, cercando di rispettarne il tema. La risposta del pubblico è stata significativa, soprattutto per quanto riguarda gli stranieri. Molti di loro sono venuti in Italia proprio per visitare l'Expo e, visto la preminenza del tema vino, ne hanno approfittato per girare anche i territori. Ho rilevato una presenza importante anche di francesi e, devo ammettere, questo mi fa molto piacere”. Ma vediamo com'è stato allestito lo spazio museale. La visita inizia già fuori con il Biopark, una versione chiantigiana dell'area tematica di Expo Milano 2015, per proporre la visitatore una collezione di vitigni che sono spina dorsale del Chianti Classico. Dentro c'è l'esposizione sensoriale, completa di degustazione, teche di terreno, pannelli con scala cromatica del vino, fotografie e giochi interattivi. “Questo periodo è stato un modo per testare cosa può funzionare e cosa meno” continua Zingarelli “diciamo che abbiamo gettato le basi per l'anno che verrà. Un anno altrettanto importante per il Consorzio, visto che è il 300esimo anno dall'editto di Cosimo III de' Medici con cui furono delimitati i confini del territorio di produzione del Chianti Classico. Insomma Expo è stata un'ulteriore spinta per le nostre tante attività e un modo per farle conoscere al mondo. Credo che abbiamo colto appieno l'occasione e adesso continueremo su questa strada”.



LA DOMUS ENOGASTRONOMICA DI BERGAMO

Passiamo alla Lombardia dove, a Bergamo, quindi a 50 km da Milano, proprio in occasione di Expo, è stata inaugurata la kermesse Bergamo Wine 2015. Centro nevralgico dell'evento è stato per tutto il semestre la **Domus Enogastronomica**, un palazzo di vetro creato ad hoc per l'Esposizione. Fiore all'occhiello dell'iniziativa sono stati i 100 vitigni autoctoni rappresentativi della biodiversità italiana, con i relativi vini in degustazione permanente. Non sono mancati gli eventi a tema, sotto il coordinamento del Con-

sorzio Valcalepio. Tra gli appuntamenti fissi che hanno riscontrato maggiore interesse, il format *I Famosi del Vino* e *Drink Pink*, in collaborazione con l'associazione Donne del Vino. “Non abbiamo ancora dei dati attendibili sulle presenze” ci dice Raoul Tiraboschi dell'associazione culturale Signum (promotore dell'iniziativa, con la gestione del gruppo Alta Qualità) “ma vi sono stati periodi con picchi significativi di alcune migliaia di persone a settimana legati a eventi importanti per la città che avevano base in Domus”. Semestre soddisfacente, quindi, tanto da voler trovare una continuità alla struttura anche per il dopo Expo. Si parlava di un possibile spostamento, non ancora dato per certo. Di sicuro non cambierà il ruolo di perno della promozione turistica ed enogastronomica del bergamasco. “L'amministrazione comunale” prosegue Tiraboschi “non ha ancora deciso in merito alla collocazione della Domus, ma vi è un progetto di continuità legato all'eccellenza enogastronomica e alla promozione turistica che vede Domus Bergamo in Piazza Dante come perno centrale. Credo che per la fine del mese di novembre la destinazione finale verrà definita”.



IL BAROLO EXPRESS

C'è poi chi si è attrezzato per creare un collegamento diretto e fisico tra il territorio ed Expo. Com'è il caso delle Langhe. Qui, dall'unione tra diversi enti è nata l'iniziativa **Barolo Express**, che ha fatto da spola tra Alba e Milano. Lo slogan che ha accompagnato l'iniziativa è *Come on holiday in Langhe Monferrato Roero hills, we will take you to Expo2015*. In pratica si tratta di tre limousine-bus di diverse dimensioni che hanno accompagnato - e continueranno a farlo - complessivamente circa 3.000 persone, tra locali e turisti, con oltre 160 tour a Milano e sul territorio. Ma non chiamatelo semplicemente bus. “Si tratta di un pacchetto completo a cinque stelle” ci dice il presidente del Consorzio turistico Langhe Monferrato Roero, Ferruccio Ribezzo “accanto al servizio di trasporto, e al biglietto Expo, abbiamo previsto anche dei piccoli assaggi dei prodotti del territorio e calici di vino. Infine offriamo il racconto del territorio, affidato a delle hostess che accompagnano gli ospiti a destinazione. La prima grande scommessa vinta è stata mettere d'accordo tutti i consorzi: ognuno nella propria individualità ha sposato l'iniziativa. Poi essere riusciti a far salire sul pullman

IDENTIKIT DEL TURISTA DI EXPO A MILANO

Trascorre in città da 2 a 3 giorni, e spende in media 250-300 euro, albergo escluso (gli stranieri anche di più). Per cosa? Ristorante (35,5%), cultura (21,8%) e shopping (13,6%). Il 55% proviene da fuori Regione, il 13% dall'estero (Europa, Cina, Giappone, Nord e Sud America). Un turista su due è a Milano appositamente per l'esposizione. Tra gli stranieri il 25% visita solo Milano, mentre il 10% combina la sua esperienza in Expo alla scoperta del territorio italiano: in primis laghi, mare, Venezia o Roma. Un visitatore su due trova la città più attrattiva grazie a Expo: voto 8.

(Indagine della Camera di commercio di Milano e Comune di Milano su circa mille turisti in Expo a settembre 2015)

anche i piemontesi: non ci credevamo neanche noi, ma alla fine hanno rinunciato alla macchina e noi abbiamo dovuto incrementare le corse previste”. E gli stranieri? “C'erano anche loro. Più difficile portare gente da Milano alle Langhe, tramite questo servizio: avremmo dovuto tappezzare la città. Ma, anche indipendentemente dal mezzo, di sicuro il binomio Expo-Unesco ha funzionato: siamo circa a +3-4% di incremento turistico l'anno. Diciamo anche che l'Esposizione è coincisa con un periodo particolarmente fortunato per le presenze sul nostro territorio”. Scommessa vinta, quindi. Ma cosa succederà adesso quando i riflettori su Expo saranno spenti? “La nostra è una macchina (ma sarebbe il caso di dire, un pullman; ndr) che non si ferma: finito Expo, toglieremo la scritta 2015 e rimarrà la scritta Barolo Express. Questo semestre è stato un banco di prova andato bene. Per fortuna il riconoscimento Unesco ha un appeal a lungo termine e quindi, se adesso abbiamo portato gli ospiti a Milano, nei prossimi mesi li porteremo in giro per le Langhe. Cosa che già in parte facevamo, ma adesso possiamo dire di esserci perfezionati, grazie anche alla collaborazione delle cantine e dei consorzi”. Consorzi del vino (quello del Barolo Barbaresco Alba Langhe Dogliani e il Consorzio Piemonte Land) che hanno finanziato l'iniziativa per 60 mila euro, a cui si è aggiunta la fornitura in bottiglie del Consorzio dell'Asti per i viaggi verso e da Milano. “Ci siamo presi il rischio tutti insieme e i numeri ci hanno dato ragione” è il commento del direttore del Consorzio del Barolo, Andrea Ferrero “sia l'Unesco sia l'Expo hanno riposizionato il turismo sul nostro territorio. Turismo che di solito era concentrato nei mesi autunnali e invernali e che, invece, quest'anno ha coperto anche la stagione estiva”. E il Barolo Express, oltre al giro delle Langhe, potrebbe essere pronto anche per oltrepassare le Alpi. Work in progress...

Fiumi e torrenti in piena travolgono e distruggono i vigneti. Ecco foto e racconto delle aziende danneggiate. Intanto riparte la cooperativa di Solopaca e il Consorzio di tutela è pronto a chiedere più fondi nel prossimo bando Ocm

Fine vendemmia sotto il fango. Parte la campagna #SaveSannio

▲ a cura di Gianluca Atzeni

“UNA COSA DEL GENERE DALLE NOSTRE PARTI non si era mai vista”. Mentre parla con noi di Tre Bicchieri, Carmine Coletta, presidente della **Cantina di Solopaca**, si guarda intorno, coi piedi ancora sporchi di fango, per capire come stanno procedendo i lavori di ripristino di una delle più importanti realtà vitivinicole dell'intera Campania, che il prossimo anno festeggia 50 anni di attività. È passata una settimana da quando l'alluvione si è abbattuta nei territori del Sannio. Da quando, in sole otto ore, da Dugenta ad Ariano Irpino, sono caduti i quantitativi di pioggia di un intero mese: 137 millimetri di pioggia pari a 60 milioni di metri cubi, secondo i rilevamenti delle stazioni meteo locali. Gli argini dei fiumi Calore, Sabato, Tammaro, Ufita, Miscano e Serretelle non hanno retto trascinando nella loro corsa a valle fango e detriti, che hanno lasciato una profonda ferita al territorio. E il tutto è accaduto proprio durante le delicate fasi vendemmiali. In queste zone, vocate alla viticoltura, dove Aglianico del Taburno Docg, Falanghina, Sannio e Solopaca sono le Dop di

riferimento, diversi vigneti sono stati travolti dalla forza delle acque, che ha trascinato con sé tronchi d'albero, dilavato i filari, rovesciato i sostegni, lasciando in alcuni casi uno spesso strato di pietre a ricoprire il terreno (Foto: Cartella 2° invio: “Pietre paupisi”, foto Francesco Moliterno). Le foto che pubblichiamo in questo articolo ci sono state inviate dagli stessi produttori. La cantina cooperativa di Solopaca è sicuramente la più grande realtà coinvolta: 600 soci provenienti da 16 Comuni limitrofi, per un totale di 1.300 ettari e una produzione di 3,3 milioni di bottiglie, in costante crescita. “I danni maggiori sono alle strutture” dice Coletta ricordando i momenti dell'alluvione: “Qui, a causa dello straripamento del torrente Saucolo, in poche ore si è allagato tutto, sotto acqua e fango sono finiti montacarichi, muletti, uffici, computer, apparecchiature elettroniche, strumenti di cantina, pedane. La nostra bottaia carica di vino, nuova di due anni, è stata sommersa dal fango che, fortunatamente, è arrivato a pochissimi centimetri dal colmatore. Il vino e tutta la produzione si sono salvati”. Una buona notizia, assieme a quella per cui la linea di imbottigliamento, che inizialmente pareva irrecuperabile, potrà tornare a funzionare, anche se lentamente da venerdì. “Abbiamo perso commesse per circa 300 »



Bottaia della cantina Solopaca



L'esondazione del fiume Calore



Cantina Solopaca



Cantina Solopaca

» *mila pezzi, ovvero 300 mila euro*” spiega ancora Coletta *“ma ci stiamo riprendendo e pensiamo di tornare a regime nel giro di un mese. C'è stato un grande sacrificio dei nostri soci, che hanno lavorato per spalare il fango, a mano e con le idrovore. E, coi salti mortali, faremo anche il novello”*.

MOLTI VITICOLTORI ANCORA OGGI NON SONO RIUSCITI A raggiungere fisicamente le zone colpite. In quei terreni dove spalliere e ceppi sono venuti giù come birilli trascinati dall'acqua e l'esondazione di fiumi e affluenti ha praticamente ridisegnato il territorio. In diverse zone, attorno ai torrenti è difficile passare e, pertanto, è complicato fare sopralluoghi accurati da comunicare a Comuni e Prefettura. Una cosa è certa: molti impianti andranno rifatti da zero. Il costo per il ripristino di un vigneto si aggira intorno ai 18 mila euro per ettaro, secondo le cifre stabilite dal prezzario per le opere di miglioramento fondiario della Regione Campania. Una cifra riferita a un impianto con 2.500 ceppi per ettaro, che per le piccole aziende, come spiega Luca Baldino, proprietario dell'azienda **Santiquaranta**, è sottostimata in quanto si lavora a circa 6,6 mila piante per ettaro, per garantire una competizione radicale

ottimale. Quindi, una stima bassa. Ma questo è un problema relativo se confrontato con l'importanza di un'azione concreta a tutela del territorio: *“Dobbiamo uscire da questo stato di costante incuria con interventi strutturali, per regimentare le acque, che ci salverebbero da future alluvioni come questa”*. Perché qui a Torrecuso, sede della cantina, dove il fiume Calore è esondato in modo violento, le acque hanno trascinato con sé centinaia di metri cubi di fango e pietre: *“Siamo riusciti a salvare la produzione, abbiamo perso circa 20 ettolitri di vino, la terra ha invaso scarichi e fosse biologiche, e non possiamo andare avanti con la vendemmia”*, racconta Baldino, che ogni anno produce 50 mila bottiglie tra Falanghina, Aglianico e Moscato di Baselice, un vitigno autoctono recuperato dal rischio estinzione e coltivato in un ettaro nei pressi del fiume Fortore: *“Purtroppo il vigneto è saltato, il fiume lo ha portato via”* racconta il proprietario di Santiquaranta, che ha subito danni su metà dei 6 ettari coltivati. In particolare, su un ettaro di Aglianico (pari a una produzione di circa 15 mila bottiglie) la vendemmia non era ancora iniziata, e per quest'anno il vino non si farà negli impianti di Torrecuso, ma altrove. *“Siamo feriti nell'animo ma ci riprenderemo anche con le unghie”*, dice Baldino. »



Azienda Santiquaranta



Fango e pietre a Paupisi



Torre del Pagus



Vigneti di Piediroso a Casalduni

» Tra i produttori, il sentimento di rivalsa è molto forte. Nelle ore successive all'alluvione Giusy Rapuano ha avuto la forza di pubblicare delle foto drammatiche di ciò che è accaduto a Paupisi alla sua cantina, **Torre del Pagus**, interessata da una spaventosa frana ai piedi del monte Taburno che avrebbe potuto radere al suolo l'intera cantina: “*Non avendo subito irreparabili danni strutturali anche la nostra azienda tornerà presto a lavorare*”, scrive la giovane imprenditrice che produce 30 mila bottiglie e che ha aderito da subito alla campagna social di solidarietà #SaveSannio e #IoStoConIPiccoliAgricoltori, che sta avendo un certo seguito, anche grazie al rimbalzo mediatico generato dal coinvolgimento del pastificio Rummo (produzione ferma e stabilimento allagato). Ed è scattata anche la solidarietà tra produttori vicini: la cantina Paternoster (Barile, Potenza) ha messo a disposizione i propri laboratori di analisi in un momento cruciale come quello della raccolta. Non solo: è appena partita la corsa all'acquisto solidale delle oltre 70 mila bottiglie (tra bianco e rosso Dop, Aglianico Igp e Moscato) che la Cantina di Solopaca non potrà consegnare alla gdo, e che ha deciso di vendere al pubblico così come sono, ricoperte di fango, lanciando l'hashtag #SporcheMaBuone. Ingegno campano.

TRA LE AZIENDE VITIVINICOLE COLPITE C'È ANCHE L'AZIENDA Nifo Sarrapochiello, 18 ettari e 70 mila bottiglie prodotte a Ponte. A Lorenzo Nifo, tradito stavolta dal torrente Alenta, che è il nome di un suo vino ottenuto da uve Falanghina, l'alluvione ha provocato l'allagamento della bottaia, uno stop dell'attività di alcuni giorni in

piena vendemmia, danni a circa tre ettari di vigneto di uve bianche, la perdita di una parte dell'Aglianico: “*Siamo intervenuti da subito lavorando con pompe sommerse, abbiamo tirato acqua per dodici ore, non registriamo danni strutturali e la nostra produzione, che quest'anno è molto buona*” spiega a Tre bicchieri “*non è compromessa*”. Sulle concause del disastro, Nifo ha le idee chiare: “*Dove c'è abusivismo si sono visti i maggiori danni, mentre dove c'era un minimo di manutenzione sono stati minori. È piovuto tanto, ma una gestione corretta del suolo contribuirebbe a un migliore deflusso delle acque*”.

È ancora difficile, fa sapere il **Consorzio di tutela Sannio Dop** (400 iscritti, per circa 2.500 viticoltori), avere una stima dei danni. A essere interessati, si precisa, sono soprattutto i vigneti in pianura, l'Aglianico che sta a quote più alte si è salvato. Il presidente Libero Rillo da subito si è appellato alle istituzioni per chiedere un aiuto concreto per far ripartire le imprese. È molto probabile che il distretto sannita chiederà alla Regione che nel prossimo bando Ocm vino (misura ristrutturazione vigneti) ci siano più fondi a disposizione e una priorità nell'assegnazione dei contributi a quelle aziende che hanno subito un danno certificato. Nel frattempo, la boccata d'ossigeno: i termini per comunicare le stime alla Prefettura tramite i vari Comuni sono stati prorogati di alcuni giorni. E, circostanza non da poco, non si prevedono allerta per piogge sulla Campania. Sui vigneti del Sannio dovrebbe quindi splendere il sole. Un'occasione per tirare un po' il fiato e recuperare il tempo perduto. I viticoltori devono ultimare la vendemmia dell'Aglianico del Taburno, che quest'anno, ci dicono, si annuncia di ottima qualità. #SaveSannio.

GAMBERO ROSSO®

trebicchieri
2015 

SPECIAL EDITION MILANO EXPO 2015

10 appuntamenti all'interno di Milano EXPO
presso il Padiglione del Vino Italiano curato da Fiera Verona Vinitaly

> Gli incontri, dedicati esclusivamente ai vini **Tre Bicchieri** premiati all'interno della guida **Vini d'Italia 2015**, si svolgeranno nella sala di degustazione del padiglione: 10 degustazioni guidate, in doppia lingua (italiano e inglese) a cura degli esperti della redazione vino del Gambero Rosso.



ULTIMO APPUNTAMENTO:

GIOVEDÌ 29 OTTOBRE 2015

17:30-19.00 *esperto: Giuseppe Carrus* aula: Convivium



VINO A TASTE OF ITALY

www.gamberorosso.it

