



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

A LEZIONE DI MARKETING IN CALIFORNIA

PROSECCO DOCG

Cresce l'interesse russo: Contarini a Igristie Vina. Il Consorzio: "Lavorino per la qualità" *pag. 2*

ROSATI

Francia primo produttore, all'Italia il primato dell'export. E a maggio torna il Concorso *pag. 4*

BORDEAUX

Al ribasso le vendite in primeur: prezzi a -10%. Ma per i négociant non è abbastanza *pag. 9*

IBRIDI

L'enologia scommette su nuove varietà resistenti. E in Italia come ci si sta muovendo? *pag. 10*

CALIFORNIA

Dagli Usa una lezione di marketing. In viaggio tra le cantine che hanno lanciato Napa *pag. 12*



Solo su

sky

Canale

411

PROSECCO-RUSSIA, NON SOLO EXPORT. CON 8,5 MLN DI EURO L'IMPRENDITORE PIETROBURGHENSE DRAGAN ACQUISISCE CONTARINI

Si completerà il 7 maggio l'acquisto della "Contarini vini e spumanti" da parte della casa spumantistica Igristie Vina, guidata dall'imprenditore Vasily Dragan, leader del mercato russo con ricavi per 105 milioni di euro nel 2012. L'azienda trevigiana, grazie al concordato preventivo del luglio 2013 disposto dal Tribunale di Treviso, ha evitato il fallimento. Il capitale della nuova società sarà per il 70% in mano all'azienda di San Pietroburgo, per il 20% in quelle dell'imprenditore spagnolo Antonio Cala Moreno (che sarà il presidente) e per il 10% della Cantina sociale di Ormelle. Ammonta a 8,5 milioni di euro la cifra pagata per l'operazione, su un debito aziendale stimato in 20 milioni di euro. La Contarini (che aveva 43 dipendenti, di cui 38 già riassunti) è una delle maggiori aziende del Prosecco superiore e del Prosecco Doc (24 milioni di bottiglie nel 2012) e sul mercato russo ha esportato 500 mila bottiglie. *"Commette un errore chi pensa che noi abbiamo acquistato per rivendere a un prezzo più alto"*, dice a Tre Bicchieri il vicepresidente Artiom Petkov: *"Non vogliamo dirottare alcun ramo produttivo. Il nostro è un progetto a lungo termine, approvato dall'assemblea dei creditori, che vogliamo sviluppare. Le potenzialità ci sono e consolideremo sul mercato la Contarini prima di tutto come azienda italiana. La scelta della cantina di Ormelle ne è la prova"*.

Per il Consorzio del Prosecco Docg, l'ingresso dei russi in Contarini non è negativo: *"Nessun problema"* rileva il direttore Giancarlo Vettorello *"nel momento in cui qualcuno si dimostra interessato e viene qui per lavorare nel segno della qualità e dello sviluppo della denominazione. Inoltre, quello russo è attualmente uno dei mercati obiettivo e chi lo conosce bene parte in vantaggio"*. Sui volumi complessivi di Docg esportati, la Russia occupa il 2,9% (dato 2012) e negli ultimi anni gli incrementi sono stati rilevanti: da 400 mila a 800 mila bottiglie vendute per 3,3 milioni di euro (+104%) con 21 aziende operanti su questa piazza. *"I valori crescono più dei volumi"* aggiunge Vettorello *"ma conosciamo anche l'estrema variabilità di questo mercato, che per ora definiamo profittevole, e suoi relativi ostacoli burocratici"*. Nel 2013, l'Italia ha esportato in Russia 146 mila ettolitri di spumanti (+28,7%) per 90,7 milioni di euro (+53,1%). Allo stesso tempo, l'interesse delle grandi compagnie russe per le imprese europee è cresciuto proprio negli anni della crisi economica. Ladoga, azienda di San Pietroburgo, ha in portafoglio la francese Favraud, le distillerie spagnole Bodegas el Cidacos e Bodegas camino real Spain e, in Repubblica Ceca, la Fruko-Schulz che produce liquori. La Russian standard possiede in Italia il 95% del capitale di Gancia. La Arbau Druso è proprietaria in Francia di Chateau d'Avize, produttore di champagne. — G. A.

PONTE
UOMINI E VIGNE DAL 1948

find us



PONTE
UOMINI E VIGNE DAL 1948
PROSECCO
Denominazione di Origine Controllata
TREVISO
EXTRA DRY

Arriva il distributore automatico di Prosecco

Altro che Napa Valley. Nella collina di Cartizze fa la sua comparsa il distributore di Prosecco. L'idea di marketing è del produttore Cesare De Stefani (Vigna Sancòl) *"Credo che la crisi si possa superare solo con le idee, non con l'ostruzionismo"* spiega a Tre Bicchieri *"al momento la legge mi impedisce di estendere la vendita ad altre cantine, ma il sogno è creare una cooperativa e poter così diffondere l'idea del Winemat24"*. Il sistema è semplice: si inseriscono i soldi, si digita il codice e si ottiene la bottiglia da 0,75 cl con la possibilità di comprare anche il calice di vetro. Prezzo? 13 euro per il Cartizze, da 7 a 10 euro per il Prosecco. Ma attenzione, il distributore funziona solo con tessera sanitaria e non eroga bottiglie dalle 24 alle 7. — L. S.



Doc Valcalepio, se il territorio è forte l'export è trascurabile

a cura di Gianluca Atzeni

Quando si parla di Valcalepio Doc non è possibile nascondere che si tratti di piccola realtà: 1.350 ettari, poco più di 50 aziende, una produzione di 1,35 milioni di bottiglie e un export di appena il 6%; vini rossi (per l'80% dei volumi) e bianchi, frutto di blend internazionali come Cabernet, Merlot, Pinot e Chardonnay. Una realtà produttiva che, tuttavia, come spiega il presidente del Consorzio, Enrico Rota (foto), trae forza proprio dal legame col territorio. Per fare un esempio, la ristorazione locale assorbe il 65% del mercato. A pochi giorni dall'Assemblea dei soci (29 aprile a Bergamo) e dal rinnovo dei vertici, Rota, presidente dal 2011, si dice "pronto a impegnarsi nuovamente" e traccia con Tre Bicchieri un bilancio: "In questi tre anni, con un lavoro di gruppo, abbiamo ottenuto l'erga omnes e le funzioni di tutela e promozione; abbiamo riposizionato l'immagine della Doc, dandogli visibilità, grazie anche alla realizzazione della guida enoturistica. Abbiamo notato un buon riscontro commerciale; e, con la creazione della Doc Terre del Colleoni, siamo andati incontro alle esigenze dei produttori sui monovarietali. I cambiamenti sono stati importanti, soprattutto se si pensa a cosa eravamo 20 anni fa".

Dopo un Vinitaly dedicato alla comunicazione sui social network, lo sguardo del Consorzio è, ovviamente, all'Expo. Due i binari: la sinergia con la Camera di commercio di Bergamo e il Concorso enologico 'Emozioni dal mondo' che, dopo l'ok del commissario unico Giuseppe Sala, sarà ospitato nel Padiglione



Italia: "È l'unico concorso lombardo ed è uno tra i cinque internazionali che l'Italia può annoverare. Bergamo" dice Rota "rappresenterà la produzione di Merlot e Cabernet a livello internazionale". Ma non manca l'attenzione agli autoctoni: dopo due anni di ricerche con l'Università di Bergamo, sono in corso le vinificazioni del 'Merera'. "Forse l'unico vero autoctono della provincia. Se così sarà" conclude Rota "lo potremo valorizzare al meglio".



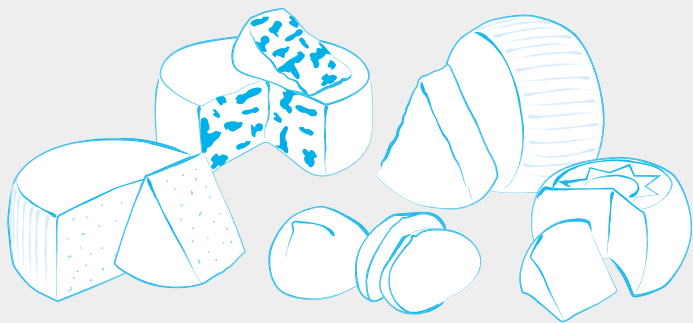
FRANTOI
REDORO[®]
DAL 1895

*L'extravergine d'oliva
più alto d'Italia.*

Redoro s.r.l. Frantoi
via G. Marconi, 30 • 37023 Grezzana (VR) • Italy
tel. ++39 045 907622 • fax ++39 045 908048

www.redoro.it - info@redoro.it

L'ECCELLENZA DEI GRANDI FORMAGGI DOP PRESENTA:



NON C'È INNOVAZIONE senza tradizione

CULTURA. CAMBIAMENTO. RISTORAZIONE.

Cooking Show a base di formaggio per ristoratori e appassionati
con gli chef Cracco e Cedroni

MILANO

Carlo Cracco
martedì 10 giugno
ore 15.00

Carlo e Camilla in segheria
via Giuseppe Meda 24
20136 Milano

ROMA

Moreno Cedroni
martedì 17 giugno
ore 15.30

Teatro Centrale Carlsberg
via Celsa 6
00186 Roma

Le iscrizioni sono gratuite ma a numero limitato.

Iscriviti su www.grandiformaggidop.com
oppure chiama il Numero Verde 800 093 110

Segui **Grandi Formaggi DOP** anche su



tradizione vs innovazione contest

**TORNA IL CONCORSO DI CUCINA
TUTTO A BASE DI FORMAGGIO!**

Sei un affezionato della grande tradizione culinaria?
Ti piace sorprendere con ricette innovative?

Mettiti alla prova: inviaci la tua ricetta e cucina con lo chef!
Regolamento e iscrizioni su www.grandiformaggidop.com



Rosati, aumentano consumi e produzione in Francia. Italia leader delle esportazioni

a cura di Loredana Sottile

Se in Francia aumentano le "quote rosa" del vino, in Italia a vedere rosa è l'export. È vero, infatti, che **la maggiore produzione di rosati si concentra Oltralpe, ma ad esportarne di più è il nostro Paese con una quota di mercato del 43%**. Seguono Spagna (21%) e Francia (13%), secondo i dati del Consiglio interprofessionale dei vini di Provenza. La produzione si concentra in pochi Paesi, in particolare Francia (6,33 mln di hl nel 2012) per il 28% della quota mondiale, Italia (20%), Usa (15%) e Spagna (10%). Per il totale del 9% dell'intera torta. Così come del 9% è la percentuale dei consumi mondiali, rimasti praticamente invariati dal 2010, con la Francia primo consumatore: oggi nove francesi su dieci dichiarano di bere rosé. Seguono Usa, Germania, Italia. E sono proprio i consumi a trainare la produzione: nel 2013 la Francia ha vinificato in rosa 7 mln di hl (+ 4,5% rispetto al 2012). Praticamente quasi un terzo del suo vino. E tuttavia le richieste sono ancora superiori alla disponibilità nazionale: 8 mln di hl bevuti contro 7 mln imbottigliati. Interessante notare che la produzione non riguarda più soltanto la Provenza, regione enologicamente e storicamente rosa, ma si sta spostando anche verso altre aree. Languedoc-Roussillon è stata la prima ad aver iniziato la conversione, ma anche Bordeaux comincia a cambiare colore, tanto che le vendite di rosati stanno crescendo più velocemente rispetto a quelle dei rossi e hanno già superato quelle dei bianchi. Per l'Italia si attendono sorprese interessanti dal concorso "Vini Rosati d'Italia", che il 31 maggio ad Otranto premierà i migliori del Belpaese.



Salvato dall'abbandono il 'Vigneto Collezione' della Lunigiana

Saranno adottati dagli imprenditori vitivinicoli della provincia di Massa Carrara i circa 60 vitigni autoctoni del vigneto collezione della Lunigiana, a Campo Teglia, nei pressi di Pontremoli, che rischiava di restare abbandonato per scarsità di fondi. L'intervento della Provincia consentirà agli agricoltori locali di prendere parte a un progetto di vigneto diffuso, coordinato dall'Università di Pisa, che eviterà di rendere vano il lungo lavoro del team del professor Giancarlo Scalabrelli, avviato nel 1994, con cui fu catalogato il corredo genetico locale (188 vitigni classificati). L'iniziativa, di cui si parlerà in un convegno il 25 aprile a Spino Fiorito durante la rassegna enologica, farà in modo che si possano condurre le attese microvinificazioni che stabiliranno se questi vitigni autoctoni siano o meno adatti a essere coltivati. - G. A.

Vini di Romagna, una tavola rotonda per capire dove ci porterà la globalizzazione

a cura di Lorenzo Ruggeri

Dieci anni fa era diffuso il pensiero che l'internazionalizzazione del vino avrebbe portato a una progressiva omologazione del gusto, delle tecniche produttive, mettendo in pericolo la biodiversità del nostro patrimonio vitivinicolo. Oggi il quadro è ben diverso: le differenze dei nostri territori, non sono mai state valorizzate e messe a fuoco in modo così dettagliato, diventando il valore aggiunto nella promozione sui mercati internazionali. Paradossalmente la globalizzazione del vino ha portato un netto rafforzamento delle identità dei nostri distretti vitivinicoli, ripescando varietà autoctone messe da parte per lungo tempo. Ed è proprio la sfida estera il tema centrale della tavola rotonda promossa dal Gruppo Cevico in programma lunedì 28 aprile a Faenza, "Vino della Romagna tra tradizione e globalizzazione". Tra i relatori, oltre a chi scrive, la presidente di Cevico, Ruenza Santandrea, il presidente della Commissione agricoltura del Parlamento Ue, Paolo De Castro, l'assessore regionale all'Agricoltura, Tiberio Rabboni, il responsabile commerciale Italia "Tenute del Cerro", Sergio Soavi, il presidente nazionale Assoenologi, Riccardo Cotarella. Modera l'incontro Giorgio Melandri, curatore di Enologica. Proprio l'Emilia Romagna è una delle regioni che si è mossa con più efficacia all'estero, con una crescita del valore dell'export dal 2008 al 2013 pari al 59,3% secondo le elaborazioni Wine Monitor su dati Istat, ben oltre la media nazionale che è cresciuta del 37,2 nello stesso periodo. Tanti gli spunti all'ordine del giorno, dall'Expo 2015 al ruolo delle aziende cooperative, senza tralasciare la tutela a livello internazionale. Nulla come il vino riesce a condensare all'estero una serie di messaggi culturali diventando un incentivo per il turismo e rafforzando l'intera economia del territorio d'origine. Questo messaggio è ben chiaro a chi ci rappresenta politicamente?

Firenze batte Bordeaux: presenze record al prossimo Simposio dei Masters of Wine

Countdown per l'ottava edizione del Simposio mondiale dell'Institute of Masters of Wine, la prima che si svolgerà in Italia: a Firenze dal 15 al 18 maggio. Ed è già record: con 413 partecipanti da 32 Paesi, di cui 118 Masters of Wine, il capoluogo toscano batte Bordeaux dove si era svolta l'ultima edizione nel 2010 (311 iscritti). "Identità, innovazione e immaginazione" sono le parole chiave del Simposio quadriennale che debutta in Italia grazie alla collaborazione con l'Istituto Grandi Marchi (19 aziende icona dell'enologia made in Italy che insieme raggiungono i 500 mln di euro). "L'edizione da record del 8° Simposio mondiale" ha detto il presidente dell'Istituto Piero Antinori "dimostra l'interesse a conoscere meglio e approfondire le nostre produzioni da parte dei Masters of Wine, che sono i maggiori esperti internazionali del settore, in grado di influenzare i canali di sbocco di tutta la filiera".

PROSECCO DOC ITALIAN GENIO



discoverproseccowine.it
info@consorzio.prosecco.it



Lambrusco, la rivincita. Due serate pop by Gambero Rosso



È tra i vini più conosciuti, venduti e imitati. E si conferma il più acquistato in Gdo anche nel 2013. Il Lambrusco - tra Doc e Igt oltre 165 milioni di bottiglie - già da anni ha iniziato un percorso di posizionamento qualitativo e d'immagine. Una vera rivincita legata anche alla volontà dei produttori di riqualificare la versione tradizionale - quella secca - rispetto a una tendenza che in passato ha visto prevalere la versione amabile. **Con questo obiettivo il Lambrusco sarà protagonista a maggio di due eventi Gambero Rosso, in collaborazione con il Consorzio vini reggiani e il Consorzio del marchio storico dei lambruschi modenesi:** "Il Lambrusco un vino Pop in una serata Pop". Il primo l'8 maggio alla Città del gusto di Roma (in abbinamento ad un menu a cura dello chef Luca Ogliotti), il secondo il 13 maggio a Milano nel salone eventi dell'Osteria del Treno (con i migliori piatti proposti dalla stessa osteria). E non è finita. Special guest dei due eventi sarà un altro emiliano, il Pignoletto. I dettagli e le prenotazioni su www.gamberorosso.it.

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Loredana Sottile,

Andrea Gabbrielli, Chiara Giorleo,

Lorenzo Ruggeri, Attilio Scienza

foto

Lorenzo Ruggeri, Chiara Giorleo,

Andrea De Stefani

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

25 aprile

I grandi terroir del Barolo

Serralunga d'Alba e Castiglione Falletto

(Cuneo)

fino al 27 aprile

www.gowinet.it

25 aprile

Fiera Nazionale VINUM

Alba (Cuneo)

fino al 4 maggio

25 aprile

Orcia wine festival

San Quirico d'Orcia

(Siena)

presso Palazzo Chigi

fino a domenica 27 aprile

4 maggio

Passeggiando con Bacco

Tour enogastronomico

delle Cantine

di Gambellara

Montebello (Vicenza)

iscrizioni fino al 30 aprile

tel. 0444- 444183

8 maggio

Lambrusco, un vino pop

in una serata pop

Città del gusto di Roma

ore 19-23

Prenotazione su

www.gamberorosso.it

10 maggio

Anteprima vini della

Costa Toscana

Percorsi d'arte tra

viticoltori, chef, sapori

e immagini

Lucca

fino all'11 maggio

11 al 16 maggio

Nebbiolo prima 2014

l'evento dedicato a

barolo, barbaresco e roero lancia il progetto della foresta di Albeisa Alba (Cuneo)

13 maggio

Lambrusco, un vino pop in una serata pop

Osteria del Treno

di Milano

ore 19-23

Prenotazione su

www.gamberorosso.it

15 maggio

Simposio Masters of Wine

Firenze

fino al 18 maggio

16 maggio

Porto Cervo

Wine Festival

dalle 15 alle 19

fino al 18 maggio

www.portocervowinefestival.com

16 maggio

La Festa del Vino

Cremona

fino al 18 maggio

18 maggio

Vino in Villa

Festival Internazionale

del Conegliano

Valdobbiadene Prosecco

Superiore

Castello di San Salvatore

di Susegana (Treviso)

dalle 10 alle 22

18 e 19 maggio

Pietrasanta Vini

d'Autore: Terre d'Italia

Chiostrino Sant'Agostino,

Pietrasanta - Versilia

(Lucca)

VINI&SCIENZA. L'EUROPA, L'ITALIA, I CONFINI CULTURALI ED IL VINO

Scrive Erri De Luca che la forma a stivale dell'Italia non è servita in passato per dare un calcio ai popoli che in tutti i tempi si sono avvicinati a lei, ma in virtù della sua posizione in mezzo al Mediterraneo, per accoglierli e dare loro la possibilità di interagire con le popolazioni originarie. Questo incontro tra uomini ha creato nel nostro Paese infiniti limes, intesi come confini culturali dove sono nate le infinite espressioni del caleidoscopio agro-alimentare che tutto il mondo ci invidia. I confini sono luoghi di tensioni etniche, ma anche di scambio e di innovazione. Gli antropologi chiamano queste espressioni culturali edge effect, effetto bordo. In viticoltura si ricordano i confini segnati dalle entità terminologiche e dalla diffusione delle varie tipologie di strumenti per la coltivazione della vite e la vinificazione (come il castello e la nave per il trasporto dell'uva e del vino, le tipologie di torchio e di roncola per la potatura). Ancora oggi l'occhio attento dell'osservatore erudito coglie nelle tipologie dei muri dei terrazzamenti o nelle cantine il segno delle antiche origini, soprattutto nei luoghi dove le due culture sono venute a contatto. L'Italia è ricca di questi limes: basti pensare ai confini nascosti che separano la viticoltura latina da quella greca nell'isola d'Ischia o quella dell'enclave etrusca di Capua riconoscibile dall'Asprinio, vitigno dalle origini comuni ai lambruschi e dalla forma d'allevamento ad alberata o la viticoltura di ispirazione longobarda ad ovest di Bologna da quella bizantina fino al mare. Di norma la cultura più forte ha un'azione intrusiva che preme sulle società limitrofe e quindi nel caso della vite esporta il modello romano verso altri Paesi. Può sembrare contraddittorio, ma la frontiera è uno spazio capace di produrre continuità storico-culturale e favorire la conservazione delle espressioni più arcaiche della viticoltura, a guisa di una sorta di riproduzione delle società originarie, ma può essere anche il luogo dove nasce una nuova viticoltura. Questo è quanto successo circa 2 mila anni fa in Italia nell'incontro tra i popoli dell'Occidente e quelli dell'Oriente.



Attilio Scienza
Ordinario di Viticoltura
Università degli Studi di Milano

TORRE ROSAZZA





IN ALTO I CALICI!



EDIZIONE 2014

*Cerchiamo Rosati
con la stoffa del campione.*

Torna l'appuntamento con il Concorso Enologico Nazionale Vini Rosati d'Italia. La competizione - che celebra la migliore produzione italiana del settore - ha l'obiettivo di favorire la conoscenza e la diffusione di una tipologia enoica sempre più apprezzata nel nostro Paese e di incentivare le aziende a investire sulla qualità, la presentazione e la commercializzazione.

Il Concorso è aperto a vini italiani prodotti e imbottigliati da viticoltori, vinificatori in proprio, cantine sociali, aziende commerciali e aziende industriali. Per partecipare, inviare **ENTRO IL 24 APRILE 2014** quanto richiesto dal Regolamento, scaricabile dal sito www.concorsorosatiditalia.it

Invio documentazione e informazioni

Segreteria del Concorso c/o Edit Srl, via Peucetia 80, 70126 Bari - tel./fax 080 553 88 60 - mail: info@concorsorosatiditalia.it

Seguici su 

www.concorsorosatiditalia.it

AUTORIZZATO DA



PROMOSSO DA



IN PARTENARIATO CON



Bordeaux en primeur: la rivincita dei piccoli

▲ a cura di Loredana Sottile

CAMPAGNA BREVE E CON IL SEGNO meno quella di Bordeaux 2013. Nell'ultima settimana sono oltre 150 i vini di cui sono stati resi noti i prezzi. Come a dire che bisogna andare incontro al mercato e farlo il più in fretta possibile. Sul fronte prezzi si sta assistendo ad un taglio in media del 10%, come ci si aspettava. Anche se c'è chi sperava in qualche sforzo maggiore. Ma vediamo nel dettaglio come si sono orientati i Castelli più blasonati con i loro diversi vini. Lafite Rothschild e Mouton-Rothschild sono usciti sul mercato, rispettivamente a 288 e 216 euro ex-Bordeaux, con un ribasso quindi del 14% e del 10%, senza però entusiasmare trop-

po i compratori. Chateau Margaux ha fissato il prezzo a 215 eurp franco Bordeaux (-10 %) , Pavillon Rouge a 72 euro e Pavillon Blanc a 96 euro. *“I tempi veloci di uscita del mercato sono una cosa positiva perché i nostri clienti hanno avuto la possibilità di assaggiare i vini di recente e sono più incoraggiati ad acquistare”* dice il négociant Jean-Christophe Mau *“ma se il prezzo è ancora quello sbagliato i tempi non fanno alcuna differenza”*. Il riferimento è a tutti quei vini che sono rimasti sotto un -10%, come ad esempio Palmer, uscito a 207,47 dollari (-6% sul 2012) o Cos-d'Estournel, a 112,72 dollari (-8,4%). O anche a chi, lasciando tutti stupefatti, ha deciso di mantenere il prezzo del 2012, come Château Montrose, che ha presentato il suo vino a 57,60

euro. *“Ci si aspettava una campagna dei prezzi tanto convenienti da entusiasmare i consumatori e portarli a comprare in prima persona con tagli tra il 15 e il 20%”* gli fa eco Edith Tirlemont-Imbert, di Vignobles Internationaux *“ma così non è stato. Chi invece ha avuto il coraggio di fare questo sforzo ha visto i risultati, come Lynch Bages, che è stato letteralmente preso d'assalto”*. Il suo taglio sul 2012 è stato, infatti del 17%, portando il prezzo a 50 euro franco-Bordeaux e incassando le lodi di molti négociant che lo considerano il miglior investimento dell'annata 2013. Oltre a Lynch Bages fino ad ora il mercato ha premiato chi ha portato i prezzi sotto i 30 euro, decretando la rivincita dei quatrième e cinquième cru sui premier cru. Ma non è ancora finita.

▲ IL MIO EXPORT. Francesco Liantonio - Torrevento

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

Siamo attorno al 68-70 % del totale.

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

Ci concentriamo molto in Europa, soprattutto Germania, Regno Unito, Svizzera e Paesi Scandinavi. Ma anche verso Cina, Giappone, Australia, Brasile, Canada e Usa. I nostri progetti per il 2014/2015 sono orientati verso la Russia e altri Paesi attualmente in fase di sviluppo economico.

3. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

Dovrebbe servire a far applicare le normative nel modo giusto, ma spesso l'eccesso di procedure rallenta il lavoro. La stessa disciplina di etichettatura è complessa, continuamente modificata e il più delle volte con dettagli ingiustificati. Anche le procedure di esportazione spesso incontrano molti ostacoli che creano disservizi e ritardi per i consumatori finali.

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

Sono sempre più richiesti vini tipici e col giusto equilibrio qualità/prezzo, legati a un territorio, cultura, cucina e storia. Questo spiega il grande successo dei vini autoctoni di Castel del Monte (Nero di Troia, Bombino Bianco e Nero, Moscato di Trani) e di altre aree (Negroamaro e Primitivo). Il consumatore è divenuto sempre più conoscitore attento ai dettagli.



Utilizzare gli incroci di viti per resistere alle malattie: il professor Lucio Brancadoro dell'Università di Udine spiega come. Ma quali di questi vitigni si possono utilizzare in Italia?

Ibridi e resistenti. Le nuove frontiere della viticoltura sostenibile

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

SOSTENIBILITÀ SIGNIFICA RIDURRE SOSTANZIALMENTE l'uso di pesticidi nel vigneto non solo per evitare di inquinare l'ambiente, ma anche per difendere la salute dei consumatori. La vitivinicoltura europea pur occupando il 3% della superficie agricola utilizza il 65% dei fungicidi impiegati in agricoltura, un massa pari a 62 mila tonnellate (Fonte Eurostat). Il dato, più di tante parole, spiega l'interesse crescente nei confronti delle nuove varietà di viti - gli ibridi produttori diretti ovvero i vitigni resistenti - che hanno naturalmente sviluppato delle difese contro le malattie e pertanto non hanno particolari necessità di essere trattate con gli anticrittogamici. Ne abbiamo parlato con il prof. Lucio Brancadoro, ricercatore ed esperto della materia della facoltà di Agraria dell'Università di Milano.

Cosa sono gli ibridi e quali caratteristiche hanno?

Gli ibridi sono il frutto dell'incrocio tra specie di viti diverse, per esempio *Vitis vinifera* e *Vitis labrusca* ma anche *riparia*, *aestivalis*, ecc... In natura può anche avvenire spontaneamente, come nel caso di alcuni degli ibridi più famosi come l'Isabella (o Uva Fragola), il Clinton, il Noah. Oppure l'incrocio può essere guidato dall'uo-

mo. I vitigni, che si ottengono attraverso questa tecnica si distinguono per avere, come tutti i figli, caratteristiche intermedie tra i due genitori ed in particolare, grazie alle specie americane che si sono evolute con le principali malattie della vite, quali l'oidio e la peronospora, sono resistenti a questi patogeni. Oltre a questo aspetto positivo, i vitigni ibridi però possono avere delle caratteristiche negative, come il gusto di "foxy" cioè un marcato sapore di uva fragola, di selvatico. Il problema è stato affrontato ripetendo più volte l'incrocio tra l'ibrido e la vinifera sino all'eliminazione delle caratteristiche negative, ma mantenendo la resistenza alle malattie della vite. Oggi i più recenti risultati in questo campo presentano varietà con più del 90% di "sangue" di vinifera e sono ben lontani dall'Uva fragola - di prima generazione - che tutti noi conosciamo. Infatti per questi motivi non dovrebbero essere più chiamati ibridi ma vitigni resistenti.

Quale ruolo potrebbero svolgere in una viticoltura moderna e sostenibile?

Il potenziale è enorme. Basti pensare che i trattamenti si ridurrebbero ad uno solo per anno contro i 7-8 che di norma vengono realizzati permettendo di praticare una vitivinicoltura sempre più sostenibile. Oggi il problema è più culturale che di legislazione. Infatti il regolamen- >>



L'UVA ISABELLA OVVERO L'UVA FRAGOLA

Di fatto è la più antica vite americana arrivata in Europa. È il risultato di un incrocio naturale tra la *Vitis Labrusca* e la *Vitis vinifera* e la sua area di origine è stata individuata nella zona dell'Ontario Lake in Canada. In Italia i primi impianti risalgono al 1825 quindi prima dell'interesse verso gli "ibridi produttori diretti" sviluppati alla fine dell'Ottocento per contrastare Fillossera, Oidio e Peronospora che stavano distruggendo i vigneti europei. Dall'uva si ottiene un vino dolce e dal sapore molto marcato di fragola e di selvatico (foxy)

to comunitario per l'uva da vino ammette che possano rientrare tra i vitigni raccomandati, oltre a quelli appartenenti alla *Vitis vinifera*, quelle derivanti da incroci la cui attitudine alla coltura sia stata riconosciuta soddisfacente sulla base di prove di coltivazione.

Qual è la situazione in Europa?

Attualmente la coltivazione e la vinificazione di vitigni ibridi è ammessa in Germania e in Francia, giusto per citare due Paesi a noi vicini. In Francia, sino a poco più

di 50 anni fa gli ettari coltivati ad ibridi erano oltre 400 mila, oggi sono alcune centinaia di ettari (Baco blanc, Villard blanc e noir, Chambourcin).

E nel nostro Paese?

In Italia nel 2009 il vitigno resistente Regent è stato iscritto al Registro Nazionale dei vitigni da uve da vino ed è possibile coltivarlo nelle provincie di Bolzano e di Trento. A Bolzano può entrare a far parte della IGT Mitterberg. Poi nel luglio 2013 sono stati inseriti degli altri vitigni resistenti (Bronner, Johaniter, ecc...; ndr) e ammessi nelle due provincie di Bolzano e Trento. In questi ultimi mesi l'interesse verso queste nuove varietà è molto aumentato anche grazie all'Università di Udine che ha costituito una serie di vitigni resistenti con caratteristiche qualitative di sicuro interesse per i nostri ambienti vitivinicoli.

Per quale tipologia di vini sono adatti?

Non credo che qualcuno voglia realizzare i grandi vini italiani a Do con questi nuovi vitigni. Invece potrebbero dare un grande apporto qualitativo agli Igt, che il nostro Paese produce con grande successo. Però è necessario continuare le ricerche e costituire vitigni resistenti adattabili alle tante realtà, climatiche e pedologiche, che costituiscono il vigneto italiano.

IL REGENT

Creato nel 1967 dal prof. Gerhardt Alleweldt dell'Istituto Federale di Genetica della Vite di Geilweilerhof (Palatinato) è il risultato di un incrocio tra l'uva Chambourcin e l'uva Diana. Essendo i genitori molto resistenti alle malattie, il Regent non necessita di nessun tipo di trattamento ed è particolarmente adatto alla coltivazione biologica. Dal 1996, le autorità tedesche l'hanno classificato pari alle varietà *Vitis vinifera* tradizionali e, da allora è ufficialmente riconosciuto per produrre vini di qualità e a denominazione di origine controllata. Attualmente è impiantato in circa il 2% dei vigneti tedeschi.

Viaggio in Napa Valley: i grandi vini di una delle regioni vitivinicole più piccole al mondo. Una storia iniziata più di 50 anni fa che fa ancora parlare di sé. Quali differenze con il sistema vitivinicolo europeo?

Modello California: i segreti di un wine marketing di successo

▲ a cura di Chiara Giorleo*

PERCORRENDO LE STRADE DELLA CALIFORNIA, OLTRE a dei buoni vini si possono anche incontrare delle buone storie che parlano di marketing, promozione e turismo. Storie che hanno fatto la storia del vino negli States e storie che continuano a raccontarsi. Ci sono voluti due mesi di viaggio per carpire solo alcuni dei segreti che hanno portato queste realtà a diventare dei modelli industriali conosciuti in tutto il mondo. Iniziamo dai numeri. La California produce il 90% della produzione totale di vino degli Stati Uniti ed è il quarto produttore di vino nel mondo dopo Francia, Italia e Spagna. Sono 207.700 le casse di vino californiano vendute negli Usa, con una crescita percentuale del 23% in dodici anni. Oggi l'industria vitivinicola californiana produce 330 mila posti di lavoro in California, e 820 mila posti a livello nazionale con un impatto economico sull'intero Paese di 61,5 miliardi dollari in California e di 121,8 miliardi dollari a livello nazionale. L'uva più importante è il Cabernet Sauvignon, ma non è l'unica. Per i vini bianchi anche Chardonnay, Sauvignon blanc, Pinot grigio, Riesling, Gewurztraminer. Per i rossi Merlot, Pinot Noir, Zinfandel (parente del nostro Primitivo) e poi ancora una produzione minore di Barbera, Petit Shiraz, Cabernet Franc, Barbera e Sangiovese (quest'ulti-

mo spesso usato per i blend con il Cabernet). La zona-focus in cui si concentra la maggiore produzione californiana è, com'è noto, Napa. Stando ai dati del Wine Institute, si tratta di una delle regioni vitivinicole tra le più piccole del mondo (circa 1/8 dell'area francese di Bordeaux) che offre, però, una sorprendente varietà di microclimi e terreni formalmente raggruppati in 16 riconosciute sottozone.

NEL 2012 GLI STATI UNITI HANNO AUMENTATO LE VENDITE di vino del 2%, raggiungendo 360,1 milioni di casse con un valore al dettaglio stimato di 34,6 miliardi di dollari. Un risultato importante, frutto di un lavoro di comunicazione notevole, soprattutto se si considera che il vino non ha la popolarità di cui gode in Europa e che la birra ha sempre avuto la meglio. Ad incidere anche il valore dell'export degli Usa - che dalla California ottengono il 90% del vino - con un risultato record di 1,43 miliardi dollari di ricavi nel 2012, in crescita del 2,6%. In termini di volume, le esportazioni hanno raggiunto 424,6 milioni di litri (47,2 milioni di casse), con l'Ue a 27 tra i migliori clienti. *“Si è lavorato per creare maggiori opportunità di esportazione ai nostri vini, sostenendo il nostro governo nell'apertura dei mercati con accordi di libero scambio”*, spiega Robert P. (Bobby) Koch, presidente e ceo del Wine Institute. Una buona notizia anche per noi in Europa, se si considerano le difficoltà >>



CALIFORNIA, COSA PREFERISCONO I CONSUMATORI?

Stando ai dati Nielsen, lo Chardonnay è rimasto il vitigno più diffuso tra i consumatori, con una quota di vendita sul totale del 21%, seguito da Cabernet Sauvignon (12%), poi Merlot (9%) e Pinot Grigio (8%). Sono però notevoli gli incrementi di alcune uve minori (in termini di preferenze): ad esempio Muscat / Moscato, che registra un incremento del 33% in volume, raggiungendo così una quota di mercato del 6%, così come il Malbec, in aumento del 21%, con una quota dell'1%.

legate alla penetrazione del mercato statunitense; in scala molto ridotta basti pensare che è molto difficoltoso perfino da privato spedire negli Usa una bottiglia di vino in regalo.

MA VENIAMO AL NOCCIOLO DELLA QUESTIONE. COS'È CHE differenzia il modello californiano da quello europeo? La prima risposta che mette tutti d'accordo è la capacità americana di fare sistema. Si pensi che già negli anni '60, quando terminato il proibizionismo, Napa iniziò a puntare sul wine business, si costituì una prima associazione di sette importanti produttori proprio per intraprendere insieme questo percorso di crescita. Oggi l'associazione esiste ancora e si chiama Napa Valley Vintners (NVV), anche se la differenza nei numeri è notevole: 480 membri (su circa 700 viticoltori in Napa per 430 cantine e 815 marche diverse di vino). Si parla in ogni caso di piccole realtà: il 78% dei soci produce meno di 10 mila casse di vino all'anno, il 67% meno di 5 mila casse ogni anno e il 95% delle cantine di Napa Valley è a conduzione familiare. D'altronde, è stato questo lo spirito del fautore del successo di Napa, Robert Mondavi, quando decise di lasciare la storica cantina di famiglia Charles Krug Winery e fondare la sua - che ancora oggi porta il suo nome - a Oakville. A poco a poco fece promozione in tutto il mondo, fino alla faticosa competizione di Parigi del '76 dove i vini californiani »

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

Scopri tutte le promo

SCOPRI LE OFFERTE



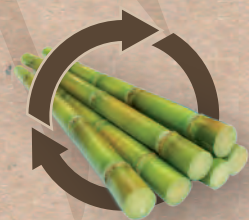
NOMACORC®

Select bio™

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



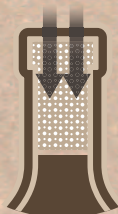
La prima chiusura al mondo senza impronta di carbonio



Polimeri rinnovabili
di origine vegetale



100 %
riciclabili



Gestione ottimale
dell'ossigeno

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

» riuscirono a battere i francesi in una degustazione alla cieca. Nessuno dei Mondavi prese parte all'evento, anche perché nella filosofia di famiglia l'importante era far conoscere nel mondo, non il proprio nome, ma quello della California in quanto regione vitivinicola di fama internazionale. Obiettivo centrato. Soprattutto in questi ultimi dieci anni. Sebbene bisogna tener presente che il successo del vino californiano non è solo questione di qualità, ma soprattutto di business, promozione e turismo. Complice l'effetto Sideway?

PAUL WAGNER, DOCENTE DI MARKETING E VENDITE DEL Napa College spiega così la differenza rispetto al Vecchio Continente: *“La storia di cui gode l'Europa, che manca alla California, diventa il suo stesso limite: chiusi nelle tradizioni, i produttori europei non fanno abbastanza attenzione al consumatore”*. E probabilmente in questo senso investono poco nelle risorse umane. Si considerino i seguenti dati pubblicati di recente sul popolare quotidiano Napa Valley Register: *“Napa tourist spending hit \$1.4 billion in 2012”*. Ovvero 1,4 mld di dollari. Si parla di circa 2.94 milioni di visitatori nel 2012, di questi il 66% sono visitatori giornalieri, mentre i turisti che soggiornano per almeno una notte sono il 29,6%.

ANDANDO AL DI LÀ DEI MERI DATI, ECCO UN ESEMPIO pratico: il percorso educativo della cantina Del Dotto (famiglia di origini italiane) sull'Atlas Peak Road - Napa naturalmente - che offre un originale tour completo di degustazione direttamente dalle botte. Esperienza rischiosa per un consumatore non esperto che non riuscirebbe facilmente a capire le potenzialità di un vino prelevato dalla botte e quindi, per sua natura, non pronto. Consapevoli di ciò, i Del Dotto adattano lo stile dei vini al fine di ottenere dei campioni di botte piacevoli e catturare i visitatori: insomma marketing allo stato puro che porta introiti direttamente in cantina. Una filosofia, questa, che si discosta un po' dal classico modello californiano (che punta alla grande distribuzione), ma che ci permette di analizzare il fenomeno del wine business californiano all'interno di una microrealtà, immediatamente quantificabile. Del Dotto vende circa l'80% del vino prodotto al dettaglio e in particolare, direttamente in cantina. Di questo introito, circa il 15% è il guadagno che deriva direttamente dai tour in cantina e relativi *fee*, a questo si aggiunge l'85% che deriva dalla vendita del vino, ovviamente facilitata dai numerosi turisti che ogni anno prendono parte alle degustazioni. Quanti in Italia potrebbero presentare bilanci simili?

* www.chiarasfoodandwineguide.com

GAMBERO ROSSO® worldtour 2014/2015



EVENTI INTERNAZIONALI

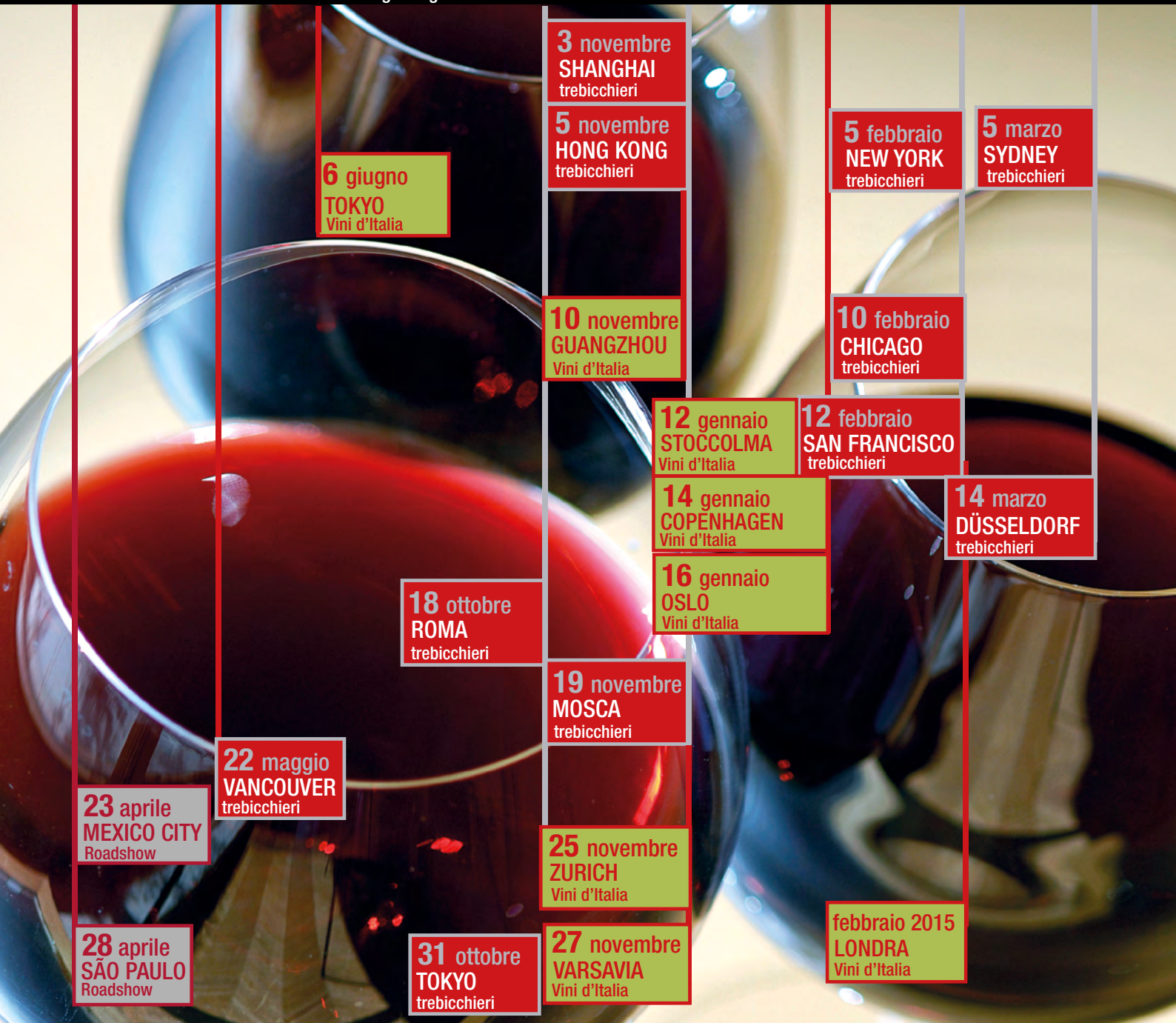


CALENDARIO 2014

APR MAG GIU lug ago set OTT NOV dic

CALENDARIO 2015

GEN FEB MAR



INFO: worldtour@gamberorosso.it

tel. 06 55112234

www.gamberorosso.it

TRE BICCHIERI

ROADSHOW

VINI D'ITALIA



PARTNER LOGISTICO UFFICIALE

