



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

ECCO I VINI PIÙ VENDUTI NELLA GDO

EXPORT

Torna il segno più sui volumi. Quadrimestre positivo per l'Italia, mentre gli altri faticano *pag. 2*

EXPO

Martina rispetta i patti. Lunedì a Roma la presentazione del Padiglione del vino italiano *pag. 3*

CINA

Dopo Bordeaux tocca alla Napa Valley. Prosegue la campagna acquisti del gigante asiatico *pag. 9*

PASSITI

Grande qualità ma poca promozione. Viaggio tra i vini dolci: difficoltà e prospettive *pag. 10*

GDO

Bilancio esclusivo delle vendite per il formato 0,75 litri. Superato il miliardo di euro *pag. 12*



EXPORT GENNAIO-APRILE, SI RIVEDE IL SEGNO PIU' SUI VOLUMI

a cura di Gianluca Atzeni

Dopo un lungo periodo, si rivede il segno più nei volumi di vino in uscita dall'Italia. Nei primi 4 mesi del 2014, sono stati esportati 6,41 miliardi di ettolitri, +0,6% sullo stesso quadrimestre dello scorso anno. Mentre rallenta, ma è pur sempre crescita, la progressione nei valori che raggiungono 1,55 miliardi di euro (+2,8%). Sfuso e confezionato, fa notare l'Ismea, viaggiano diversamente. Il primo segmento subisce l'effetto del calo dei prezzi alla produzione dei vini comuni (-23%), ma anche la forte concorrenza della Spagna, e lascia sul terreno un -4,4% in volumi (soprattutto verso la Germania, -11%) e -18% a valore; il secondo segmento, i confezionati al di sotto dei 2 litri, guadagna l'1,8% in quantità incassando un +4,4%. Da segnalare, in questo comparto, la Germania che con +9% in volume e +8% a valore supera il mercato Usa, in calo del 3% nei volumi, con una

spesa a +1%. Meno Dop sotto i due litri spedite all'estero (-1,2%) ma con un guadagno del 2%; bene le Igp con +2% e +7,4%. Ancora in crescita gli spumanti che (Prosecco a +37%; Asti a -20%) guadagnano +16% in quantità e +14% a valore. Tra i paesi destinatari delle bollicine, bene Usa (+18% e +16%) e Regno Unito (+48% e +39%), male la Germania (-24% e -15%). In calo l'import italiano, a 763mila ettolitri (-17%) con una spesa di 72,8 milioni (-20%). In forte calo sfusi e spumanti, salgono confezionati e mosti. Tra i Paesi: meno vino dalla Spagna, si sgonfia il Sudafrica mentre spiccano i 27mila hl di sfuso dall'Australia. Per l'Ismea un "fatto anomalo".

EXPORT ITALIANO GENNAIO-APRILE 2014

| | Ettolitri | | | .000 euro | | |
|---------------------------|------------------|------------------|-------------|------------------|------------------|--------------|
| | gen - apr 2013 | gen - apr 2014 | var. % | gen - apr 2013 | gen - apr 2014 | Var % |
| Conf > 2 litri | 2.015.219 | 1.927.514 | -4,4 | 168.509 | 138.028 | -18,1 |
| Comuni | 1.518.848 | 1.404.321 | -7,5 | 106.467 | 68.096 | -36,0 |
| Dop | 103.961 | 121.088 | 16,5 | 14.021 | 20.547 | 46,5 |
| Igp | 359.134 | 344.913 | -4,0 | 43.087 | 43.384 | 0,7 |
| Varietali | 29.606 | 46.093 | 55,7 | 3.763 | 3.662 | -2,7 |
| Altri Dop-Igp | 3.670 | 11.098 | 202,4 | 1.171 | 2.338 | 99,7 |
| Confezioni < 2l | 3.306.443 | 3.365.050 | 1,8 | 1.046.510 | 1.093.064 | 4,4 |
| Comuni | 290.289 | 328.583 | 13,2 | 50.383 | 52.615 | 4,4 |
| Dop | 1.402.244 | 1.385.472 | -1,2 | 573.701 | 585.107 | 2,0 |
| Igp | 1.430.815 | 1.458.500 | 1,9 | 377.926 | 405.704 | 7,4 |
| Varietali | 42.873 | 37.711 | -12,0 | 10.416 | 9.900 | -5,0 |
| Altri Dop-Igp | 140.222 | 154.784 | 10,4 | 34.085 | 39.738 | 16,6 |
| Frizzanti | 519.001 | 492.395 | -5,1 | 106.894 | 103.784 | -2,9 |
| Spumanti | 501.665 | 580.905 | 15,8 | 179.064 | 204.566 | 14,2 |
| Mosti | 39.387 | 51.942 | 31,9 | 8.954 | 12.203 | 36,3 |
| Totale | 6.381.714 | 6.417.805 | 0,6 | 1.509.931 | 1.551.645 | 2,8 |

Fonte Ismea su dati Istat

SCAMBI MONDIALI IN DIMINUZIONE NEL TRIMESTRE. MA L'ITALIA TIENE

Con un +3% di incassi nel primo trimestre dell'anno, l'Italia è l'unica, tra i maggiori esportatori di vino (con Francia a -5%, Spagna a -2,3%, Cile a -11% e Australia a -17%), a viaggiare in territorio positivo. Sul fronte dei volumi, a parte la Spagna che grazie a una produzione record e a listini scesi fino al 30% totalizza un +18% in volumi, si registra un calo generalizzato con una lieve flessione dell'Italia a -0,2% (poi risale ad aprile, vedi articolo sopra), Francia a -3,2%, Cile a -23% e Australia -0,5%. Forte diminuzione dell'export per uno dei protagonisti della passata stagione, il Sudafrica (-29% nei volumi e -18,7% nei valori). Bene la Nuova Zelanda, che aumenta del 30% con un conseguente +21% in valore. Secondo le analisi Ismea su dati Gta, i volumi scambiati nel mondo sono scesi dell'1,1% a 22,5

miliardi di ettolitri, con incassi passati da 5,5 miliardi di euro del periodo gennaio-marzo 2013 ai 5,34 miliardi (-3,1%) del primo trimestre 2014. Dinamica imputabile, rileva Ismea, allo sfuso che perde il 7% in volumi e il 15% in valore. Stabili i volumi di confezionato scambiati: nel

dettaglio, gli Usa hanno importato il 5% in meno, stabile il Regno Unito (con +13% dall'Italia, e +30% per il comparto spumanti made in Italy), Germania -10% (qui, invece, le bollicine italiane sono crollate a -25%), Cina -18% (-28% per i vini francesi).

EXPORT INTERNAZIONALE - Principali fornitori gen-mar '14

| | Ettolitri | | | .000 € | | |
|---------------|-------------------|-------------------|-------------|------------------|------------------|-------------|
| | gen-mar 2013 | gen-mar 2014 | Var. % | gen-mar 2013 | gen-mar 2014 | Var. % |
| Francia | 3.304.473 | 3.198.127 | -3,22 | 1.644.346 | 1.556.785 | -5,32 |
| Italia | 4.729.893 | 4.719.900 | -0,21 | 1.108.410 | 1.143.130 | 3,13 |
| Spagna | 4.249.704 | 5.017.632 | 18,07 | 569.424 | 555.887 | -2,38 |
| Cile | 2.278.079 | 1.742.776 | -23,50 | 331.628 | 294.181 | -11,29 |
| Australia | 1.696.235 | 1.686.782 | -0,56 | 329.397 | 270.714 | -17,82 |
| Stati Uniti | 997.788 | 984.356 | -1,35 | 255.411 | 247.431 | -3,12 |
| Germania | 925.109 | 899.308 | -2,79 | 225.549 | 217.779 | -3,44 |
| Nuova Zelanda | 337.968 | 438.071 | 29,62 | 154.347 | 186.862 | 21,07 |
| Portogallo | 715.942 | 636.687 | -11,07 | 151.087 | 152.004 | 0,61 |
| Argentina | 672.914 | 664.460 | -1,26 | 145.103 | 137.870 | -4,98 |
| Regno Unito | 189.657 | 189.726 | 0,04 | 120.740 | 120.544 | -0,16 |
| Sudafrica | 1.237.599 | 876.124 | -29,21 | 141.776 | 115.215 | -18,73 |
| Paesi Bassi | 55.818 | 63.793 | 14,29 | 40.079 | 39.420 | -1,65 |
| Austria | 100.626 | 114.177 | 13,47 | 45.044 | 30.807 | -31,61 |
| Lituania | 153.724 | 145.784 | -5,17 | 28.480 | 30.153 | 5,87 |
| Lettonia | 89.436 | 91.921 | 2,78 | 26.722 | 28.785 | 7,72 |
| Danimarca | 79.665 | 90.424 | 13,51 | 23.122 | 27.447 | 18,70 |
| Altri | 940.464 | 940.728 | 0,03 | 176.831 | 190.814 | 7,9 |
| Totale | 22.755.094 | 22.500.776 | -1,1 | 5.517.496 | 5.345.828 | -3,1 |

Fonte: Ismea su dati Gta

VINO&FISCO. ALCOLI: CORTE DI GIUSTIZIA EUROPEA ED ESENZIONI PER I PRODOTTI "DELLA TRADIZIONE"

La Corte di Giustizia europea, con una recentissima sentenza nella causa C-115/13/UE dell'11 aprile 2014, ha fornito interessanti chiavi di lettura riguardo alle agevolazioni e/o esenzioni per la produzione di alcoli da parte di piccole aziende e/o privati. La questione trae origine da un contenzioso tra la Commissione e lo Stato comunitario dell'Ungheria con riguardo all'interpretazione degli artt.19, 20 e 21 della Direttiva 92/83/CEE del Consiglio, del 19 ottobre 1992, relativa all'armonizzazione delle strutture delle accise sull'alcole e sulle bevande alcoliche. Lo Stato membro ha previsto nella legislazione fiscale nazionale una agevolazione per siffatte produzioni richiamandosi al concetto di prodotto "della tradizione". I giudici comunitari hanno rigettato tale impostazione ritenendola incompatibile con il diritto comunitario. In Italia, come noto, la tassazione degli alcoli è disciplinata dall'art.27 TUA, che prevede l'assoggettamento al tributo di birra, vino, bevande fermentate diverse dalle prime, prodotti alcolici intermedi e alcole etilico, prodotti in regime di deposito fiscale. L'art.27 prevede poi specifiche esenzioni per destinazione o per natura. Nello specifico, con riguardo alle produzioni da parte di privati, la norma prevede che: "La preparazione, da parte di un privato, di prodotti alcolici, destinati all'uso esclusivo dello stesso privato, dei suoi familiari e dei suoi ospiti, con impiego di alcole ad imposta assoluta, non è soggetta ad autorizzazione a condizione che i prodotti ottenuti non formino oggetto di alcuna attività di vendita". Con riferimento invece alla produzione del vino, l'art.36 TUA stabilisce che è "esente da accisa il vino prodotto da un privato e consumato dallo stesso produttore, dai suoi familiari e dai suoi ospiti, a condizione che non formi oggetto di alcuna attività di vendita".

a cura di Fabrizio Stella e Massimiliano Giua Esperti di fiscalità, settore wine&spirits

Martina: Tempi rispettati per Expo Lunedì il Padiglione vino si presenta

L'appuntamento è per lunedì 28 luglio a Roma al Palazzo delle Esposizioni (ore 12,30), quando il ministro per le Politiche agricole, Maurizio Martina, presenterà i dettagli del Padiglione del vino italiano per l'Expo di Milano 2015. Il titolare del dicastero di Via XX Settembre puntava a chiudere questa fase entro luglio e dovrebbe riuscire nell'intento. Expo, come ha spesso ripetuto Martina, **non sarà una fiera commerciale ma una grande vetrina in cui troveranno spazio storia, tradizione e territori di uno dei prodotti di punta dell'agroalimentare made in Italy.** Nei 2mila metri quadri sarà il racconto il filo conduttore dell'evento. A fianco a Martina, siederanno il critico d'arte Philippe Daverio, a cui è affidata la relazione su 'Il vino creatore della storia, dell'arte e del paesaggio', seguiranno gli interventi di presentazione del padiglione vino con l'architetto Italo Rota e il dg di Veronafiere, Giovanni Mantovani; saranno poi Riccardo Cotarella (presidente del comitato scientifico Mipaaf per il padiglione vino), Ettore Riello (presidente di Veronafiere) e Diana Bracco (commissario per il Padiglione Italia) a precedere l'intervento conclusivo del ministro Martina. - **G. A.**

PONTE
UOMINI E VIGNE DAL 1948

find us



www.viticoltoriponte.it

Consorzio Roero, I° semestre a +5,7%. Dal 2015 al via la promozione negli Usa

a cura di Gianluca Atzeni

A circa un anno e mezzo dalla costituzione, il Consorzio del Roero si prepara a sfidare i mercati. Dalla nuova sede di Alba, operativa dal primo luglio nei locali della Camera di Commercio, è arrivato il via libera al programma di promozione negli Usa, al via da gennaio

2015 (spesa prevista 200 mila euro). L'obiettivo è far salire oltre l'attuale 50% la quota export dell'Arneis, bianco Docg prodotto in più di 5 milioni di bottiglie, a cui si aggiungono 600 mila di rosso. Le vendite 2013 sono state soddisfacenti per i circa 280 soci: "Abbiamo chiuso l'anno con un +4,5%" dice il presidente Francesco Monchiero (azienda Monchiero Carbone) "e i primi sei mesi 2014 hanno registrato +5,7%". Dopo il riconoscimento Mipaaf e il contestuale ok all'erga omnes ad aprile (70% produzione e 55% viticoltori), il cda ha già messo mano al disciplinare: "Per l'annata 2014 avremo una diminuzione del 10% della resa di uva. Due i motivi: il primo qualitativo, il secondo economico e legato alla volontà di evitare giacenze e abbassamento dei

prezzi". Preoccupa, infatti, il livello raggiunto dal bianco sfuso lo scorso anno, a 1,5 euro/litro contro 1,80-2 euro/litro degli anni precedenti: "Le cause sono una raccolta abbondante e l'entrata in produzione di circa 70 ettari. Ma l'importante" aggiunge "è non andare sotto quota 1,30".

E sulle relazioni col Consorzio del Barolo e Barbaresco da cui c'è stata la separazione, Monchiero spiega: "I rapporti sono ottimi, abbiamo diverse Doc in comune e questo ci consentirà di creare sinergie, senza confondere i consumatori. Abbiamo un'identità precisa che deriva dai nostri vini bianchi". Tuttavia, al Roero mancano ancora alcuni tasselli: un sito internet e un marchio consortile. "Lo stiamo trovando tramite un bando pubblico che scade il



IL CONSORZIO IN CIFRE

700 di bianco
180 di rosso
circa 280 soci
oltre 5 milioni di bianco
600 mila di rosso
vendite 2013 +4,5%
vendite I semestre 2014 +5,7%

31 luglio. I nostri prodotti saranno riconoscibili". Capitolo Unesco: "È una base di partenza, speriamo che la politica segua la strada della tutela del territorio con più attenzione che in passato ai piani regolatori. La tutela Unesco è stata anche frutto del lavoro dei nostri viticoltori". Anche di quello del vicino comune di Castellinaldo che, per ora, di entrare nel consorzio non ne vogliono sapere: "Spero che ci ripensino".

Il Prosecco Doc fissa nuovamente il tetto a 20 mila ettari



Per altri tre anni, la Doc Prosecco si ferma a 20 mila ettari di glera. È il limite fisiologico che consentirà ai 7.800 viticoltori, 320 vinificatori e 296 imbottigliatori di 9 province di andare avanti fino al 2017. Il contingentamento deciso dalla Regione Veneto, d'intesa con il Friuli Venezia Giulia (3.500 ettari), incontra le del Consorzio presieduto da Stefano Zanette: "Occorre gestire la denominazione" dice "e governarne l'offerta". "Per evitare crisi di prezzo" rileva l'assessore veneto all'Agricoltura, Franco Manzato "è indispensabile limitare la coltivazione". Nel 2013, sono state prodotte 240 milioni di bottiglie e, per il 2015, le proiezioni parlano di 380 milioni.

Montepulciano&Montepulciano, 'duello' Abruzzo-Toscana a Montepagano

Nobile di Montepulciano Docg e Abruzzo Montepulciano Doc a confronto a Montepagano, borgo medioevale nel Teramano. I due rossi si incontrano e dialogano durante una degustazione "Montepulciano&Montepulciano", nell'ambito della Mostra dei Vini d'Abruzzo, "Borgo DiVino" (43esima edizione, dal 25 al 27 luglio), che ospiterà oltre 20 cantine. **Due rossi di grande importanza nel panorama delle Dop italiane, ma che ancora faticano ad applicare l'intesa raggiunta a marzo 2013** sull'uso del nome, per favorire una corretta identificabilità dei vini nei confronti del consumatore che, ancora troppo spesso, non distingue l'uno dall'altro.

Il Gallo Nero dice ancora "basta" ai cinghiali

Il rischio per i produttori non viene solo dal maltempo e dalla grandine, ma anche dagli ungulati. Il Consorzio del Chianti Classico, dopo l'ennesimo episodio che ha visto un gruppo di cinghiali spaventare alcuni sfortunati turisti seduti ai tavoli di un ristorante a Casina di Lilliano, lancia un nuovo appello a Regione e Province: "La situazione è intollerabile", afferma il presidente Sergio Zingarelli "con danni a vigneti e produzioni superano i dieci milioni di euro ogni anno. Da tempo, chiediamo che si adottino dei provvedimenti ed è ora di fermare il rimpallo di responsabilità". E' un vecchio problema. Nove aziende su dieci, secondo una rilevazione del Consorzio, lamenta danni da caprioli, daini e cinghiali, che, visti i rimborsi stanziati dalle Atc, non vengono nemmeno denunciati.

VINI&SCIENZA. SIMBOLI E COMUNICAZIONE DEL VINO I neuroni a specchio, oggetto delle ricerche di Giacomo Rizzolatti (Premio Masi 2013), sono una classe di neuroni attivati quando un essere umano compie un'azione e, contemporaneamente, questa si verifica nell'osservatore. L'educazione al sorriso dimostra che questo è trasferito attraverso l'azione di questi neuroni. Nelle manifestazioni sociali, si attivano e lo spettatore partecipa come fosse presente nelle scene. I fratelli Lumière trasformarono il cinema da fenomeno individuale in evento condiviso. E così il vino, da alimento, diventa fenomeno sociale, esperienza emozionale. La psicoanalisi del consumatore ha dimostrato l'importanza del pubblico come elemento immaginario nella mente del produttore di vino: un pubblico che si fa trasportare dagli stimoli sensoriali del vino che degusta.

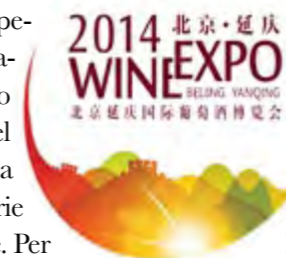
Quale è il contributo dei neuroni a specchio? Jung nella fenomenologia della Messa riconosce nel "mangiare il dio" il significato di "syn-ballein" (da cui "simbolo"), lo stare assieme, l'alchimia per trasformare la materia grezza del vino in nuova realtà psichica, la sottomissione della realtà biologica all'esigenza spirituale che rafforza il legame sociale. In passato, nelle società occidentali, il vino era al centro dei festeggiamenti per nascite, matrimoni, riti di passaggio, inumazione dei morti. Ora è in atto una desimbolizzazione, che testimonia l'allontanamento dalle suggestioni del mito. Quali le conseguenze sulla sociologia dei consumi? Nel simposio greco, come nell'odierno consumo in compagnia, è difficile che l'aura evocativa porti all'ubriachezza. E' il bere dei giovani che si vogliono ubriacare rapidamente, non tanto il bere a stomaco vuoto ma a cervello vuoto. Volenti o nolenti dobbiamo tornare al significato religioso del vino, nel senso d'appartenenza con cui si comprendono tutti i costumi e le cerimonie profane che legittimano la comunità umana e con cui le comunità sono legate a un territorio. Nel vino ritroviamo il profumo di un paesaggio, della terra madre. E chi rifiuta di bere vino manda un messaggio importante: non appartiene a questa terra.



Attilio Scienza Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

Filo diretto Italia-Cina. Fiera di Roma organizza a Pechino la prima edizione di Wine Expo

Primo grande evento internazionale per Fiera di Roma che dal 29 al 31 luglio inaugurerà al Badaling International Convention and Exhibition Center di Pechino, la prima edizione di "Beijing Yanqing International Wine Exposition 2014", in quanto organizzatore dell'evento. Tanto vino, ma non solo laziale. All'esposizione, infatti parteciperanno diversi Consorzi nazionali, quali ad esempio quello del Prosecco e del Barolo Barbaresco Alba Langhe e Roero, e varie aziende da tutto lo Stivale. Per citarne alcune, Berlucchi, Falesco, Masciarelli e De Castris. E non basta, alla due giorni pechinese si sono iscritti anche nomi di respiro internazionale: due colossi come Treasury Wine Estate dall'Australia e Concha y Toro dal Cile. Dall'organizzazione fanno sapere che Wine Expo 2014 non si presenterà con il format di una manifestazione europea replicata in Cina, ma



come un evento "nazionale" cinese dove le aziende italiane avranno a disposizione dei canali e degli strumenti privilegiati di marketing territoriale e di promozione, che passano per accordi con le grandi catene di supermercati (come Wal-mart, Carrefour, Vanguard, Bofeng Lotus, Hualian e Wumart) e incontri B2B con i rappresentanti di hotel e ristoranti. Senza trascurare gli appuntamenti gestiti da Bank of China, ICBC, China Merchants Bank, China Airline, Petro-China, Lenovo Group. Attesi oltre 300 mila visitatori.

L'iniziativa che rientra nel progetto di internazionalizzazione di Fiera di Roma, dimostra quanto fermento ci sia intorno alla Cina. Solo pochi giorni fa, infatti, si è conclusa la terza tappa cinese di Vinitaly International, approdata a Dalian nell'ambito del "China Dalian International Wine & Dine Festival", il più importante e conosciuto festival vinicolo nella Cina nordorientale. - L. S.

Premio Masi al produttore Andrea Bocelli

La passione per il vino è valsa ad Andrea Bocelli il premio internazionale Masi nella sezione "Civiltà del vino". Il cantante, simbolo della musica italiana nel mondo, con suo fratello Alberto è anche produttore: 120 gli ettari di famiglia, di cui 8 a vigneto, a Lajatico, in Val d'Era (Pisa). "Contribuisce a dare lustro al vino" si legge nella motivazione "diffondendo il messaggio che una bottiglia di vino è di fatto una bottiglia di felicità". La consegna è prevista per il prossimo 27 settembre, assieme alla giornalista bielorusa Svetlana Alexievich, allo sceneggiatore Umberto Contarello, allo storico Mario Isnenghi e ad Alberto Passi (Associazione ville venete).

Sotheby's ricomincia da Londra



In attesa dei grandi appuntamenti autunnali (Londra, Hong Kong e New York) e del lancio ufficiale sulla piattaforma eBay, Sotheby's ha testato il mercato londinese con l'incanto di 1071 lotti che hanno fruttato 1,3 milioni di sterline. Tripudio di etichette francesi: top lot 12 bottiglie di Château Pétrus 1990, battute a 28.200 sterline. Stessa cifra, stesso numero di bottiglie e stessa annata per Domaine de la Romanée-Conti. Tra gli italiani, la performance migliore sono quelle raggiunte dal Sassicaia di Tenuta San Guido e l'Ornellaia di Tenuta dell'Ornellaia, annate 1998 e 1999, battute per cifre sopra i mille euro. Nonostante 336 lotti rimasti invenduti, Sotheby's può così brindare alla ripresa della piazza londinese, con un giro d'affari tra gennaio e luglio di 7,5 milioni di sterline, cresciuto del 33% rispetto allo stesso periodo del 2013.

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Loredana Sottile,
Andrea Gabbrielli, Massimiliano Giua,
Attilio Scienza, Fabrizio Stella

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

da luglio a settembre

Cinemadivino

I grandi film

si gustano in cantina

oltre 100 appuntamenti
nelle aie e nei cortili
delle aziende
cinemadivino.net

26 luglio

Calici di vino

Rotonda
di Badoere (Treviso)
biglietto 13 euro

26 luglio

Spaventapasseri in vigna

12 artisti
12 spaventapasseri
vigneti Ca' Lunae
Castelnuovo Magra
(Spezia)
calunae.it

26 luglio

Festival del vino dell'Alsazia

Mittelbergheim
fino al 27 luglio
zotzenberg.com

28 luglio

Fano Jazz By The Sea

degustazioni musicali di
Bianchello del Metauro,
Colli Pesaresi e Pergola
fino al 30 luglio

29 luglio

International wine exposition

Pechino (Yanqing)
en.bjwinexpo.com
fino al 31 luglio

30 luglio

Moscato sotto

le stelle di Bergeggi

Bergeggi (Savona)
Resort Dominio Mare
località S. Sebastiano, 6
dalle 19 alle 23
costo 18 euro

31 luglio

Vino è musica

Città delle Ceramiche
Grottaglie (Taranto)
fino al 1 agosto
vinoemusica.it

5 agosto

Calici di stelle

(in tutta Italia)
fino al 10 agosto
movimento
turismodelvino.it

23 agosto

Oxford wine festival

Oxford (Inghilterra)
fino al 24 agosto
costo 19,50 sterline
oxfordwinefestival.org

29 agosto

Mandarossa

Vineyard tour

Menfi (Agrigento)
fino al 31 agosto
vineyardtour.it

31 agosto

Festa del vino di Madeira

Isola di Madeira -
Portogallo
fino al 7 settembre
festasdovinhomadeira.visitmadeira.pt

6 settembre

Soave Versus

Palazzo Gran Guardia
Verona
fino all'8 settembre

Un pasto senza vino
è come un giorno senza smartphone...
...e l'App Vini d'Italia del Gambero Rosso



Abbonati su www.gamberorosso.it/appvini

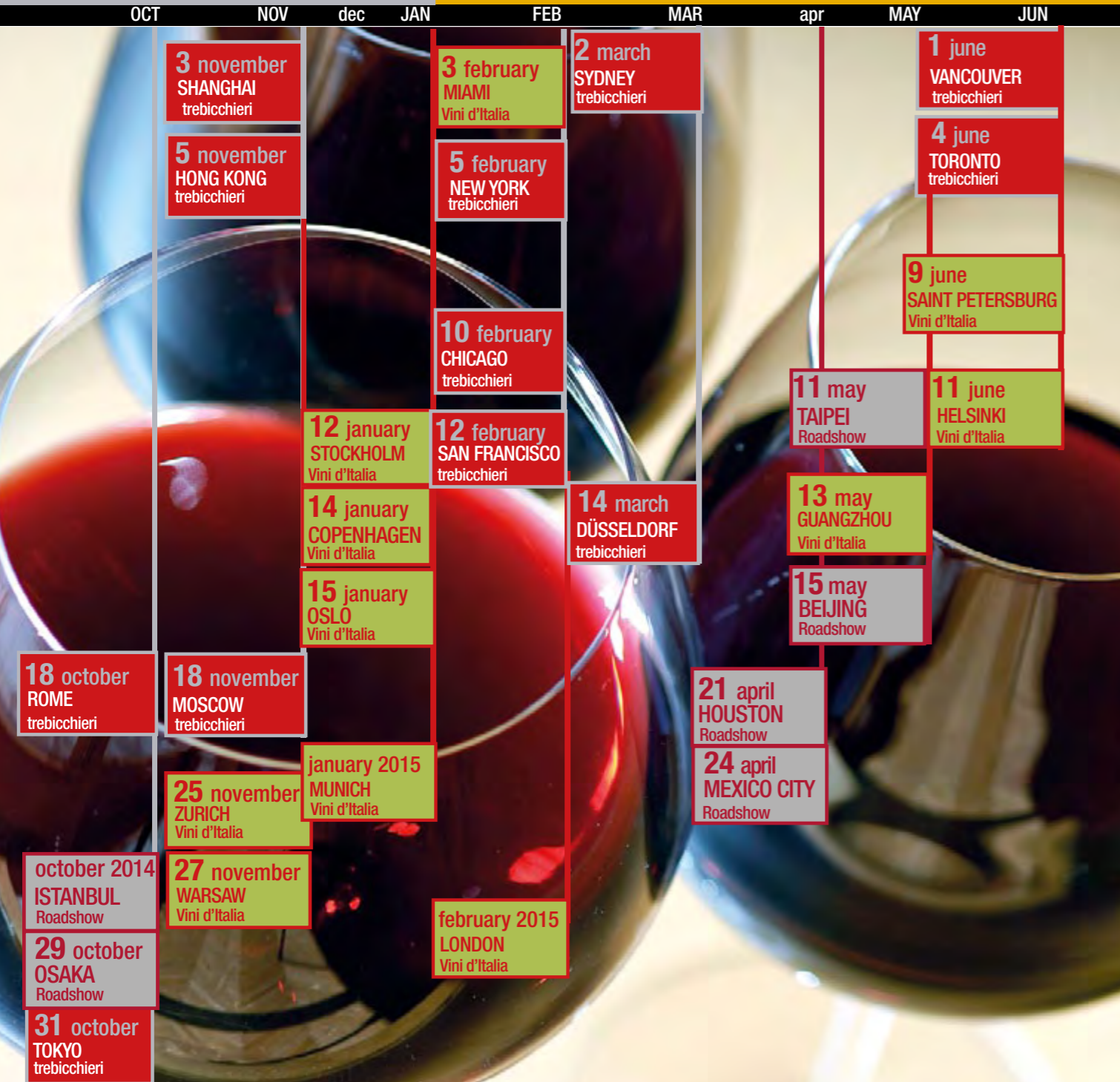




INTERNATIONAL EVENTS



CALENDAR 2014 OCT NOV dec JAN FEB MAR apr MAY JUN CALENDAR 2015



▲ a cura di Loredana Sottile

LO SGUARDO DEL DRAGONE SI sposta sulla Napa Valley. Concluso – almeno per il momento – lo shopping di vigneti a Bordeaux, inizia il periodo americano. Pare, infatti, che il gruppo di proprietà cinese Jinta Vineyards and Winery (dopo l'acquisto nel 2013 della Hannah Nicole Vineyards&Winery di Brentwood, nella Contra Costa County) abbia appena comprato per 29 milioni di dollari la Napa Quixote Winery: 29 ettari di vigneto per la produzione biologica di Petite Syrah e Cabernet Sauvignon. Ma il valore aggiunto della cantina è il suo progetto che risale agli anni '90, l'unico negli Usa firmato

dall'architetto austriaco Friedensreich Hundertwasser con pavimenti volutamente irregolari, piastrelle in ceramica colorate e una grande cupola dorata. L'ex proprietario è Carl Doumani che da anni era a caccia dell'occasione giusta per andare in pensione.

QUESTO È IL SECONDO ACQUISTO ASIATICO in Napa Valley nelle ultime sei settimane. Il primo è un impianto di Michael Mondavi in Carneros, venduto per un milione di dollari a Kieu Hoang, un uomo d'affari vietnamita-americano, che vende esclusivamente in Asia. In totale le presenze asiatiche nella Valle arriverebbero a una decina. Meno della metà rispetto a Bordeaux, ma potrebbe essere un inizio. D'altronde anche il vino americano

sta attecchendo sempre più in Cina, come ricorda Patsy McGaughy, direttore comunicazione dell'associazione Napa Valley Vintners: *“Forse queste persone che stanno facendo investimenti in Napa Valley guardano al futuro: di certo noi non faremo mai la quantità di vino che produce Bordeaux, ma se si guardano ai problemi attuali francesi - prezzi e condizioni meteorologiche - Napa potrebbe rivelarsi un ottimo investimento”*. L'Italia, dal canto suo, resiste alle avance del Dragone, alla ricerca di investimenti da fare nello Stivale: fino ad ora l'unica azienda ad essere finita in mano cinese è Casanova-La Ripintura di Greve in Chianti (8 ettari di cui 5 vitati), venduta nel 2013 a un imprenditore farmaceutico di Hong Kong per 1,8 milioni di euro.

▲ **IL MIO EXPORT.** Alessandro François – Castello di Querceto



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

Esportiamo circa il 92% della nostra produzione in circa 45 paesi comprendenti i cinque continenti. I mercati principali sono: Germania, Gran Bretagna, Russia, Usa, Messico, Brasile, Korea del Sud, Malesia, Taiwan, Australia. In questi Paesi registriamo uno sviluppo medio annuo pari a circa il 10-15%.

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

I mercati più dinamici sono attualmente Russia, Messico, Korea del Sud ed Australia.

3. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

La burocrazia italiana costituisce il più grosso intralcio allo sviluppo della nostra attività. Siamo assediati da necessità di autorizzazioni e da controlli assolutamente inutili e dannosi per il corretto funzionamento del nostro lavoro.

4. COME È CAMBIATO L'INTERESSE DEI CONSUMATORI NEI CONFRONTI DEL VINO ITALIANO?

L'interesse per il vino italiano è generalmente in aumento quasi ovunque, anche grazie alla continua crescita di popolarità della cucina italiana. Se non esistesse la ridicola “Garanzia di Stato” che fa sorridere tutto il mondo, la situazione sarebbe anche più positiva.

Vivono all'ombra delle altre denominazioni, sono considerati prodotti anacronistici, trascurati dai consorzi e poco promossi sui media. È il difficile quadro in cui si muovono i vini italiani da dessert. E se si cambiasse strategia?

Stagione amara per i Passiti. Ma qualcosa sta cambiando...

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

PARTIAMO DALL'INIZIO. L'ULTIMA INDAGINE di mercato sui vini passiti e dolci risale alla primavera/estate 2004. I risultati, pubblicati dall'Atlante dei vini passiti italiani (2006- Gribaudo Editore), registravano un lieve incremento negli acquisti, quantificati nel 3-5%, e previsioni per il futuro di stabilizzazione della domanda o di leggera crescita, seppur accompagnate da alcune ipotesi di incrementi ancor più consistenti. Dopo dieci anni il panorama, che tanto faceva sperare i produttori di passiti, è molto cambiato. Infatti, nella generale contrazione dei consumi, pagano lo scotto maggiore insieme a tutti quei vini considerati da fine pasto. A Montalcino, patria del Brunello e del più antico e celebrato Moscadello, la superficie vitata dedicata a questo vino è passata dai 51 ettari del 1997 ai 22 del 2013. Negli stessi anni la produzione da quasi 1400 ettolitri è scesa sino a 382 e, con molte probabilità, è possibile che si riduca ulteriormente. Il Moscadello, inoltre, può godere del traino rappresentato dal Brunello, forte del 65% del totale di vendite all'estero, nonostante ciò ha una quota di esportazione del 39% a fronte di un 60% sul mercato italiano fortemente localizzato (14,7% venduto in azienda; 12,2% venduto a Montalcino e 15,3% nel resto della To-

scana). **Giampiero Pazzaglia**, coordinatore del Consorzio del Vino Brunello, a proposito del Moscadello dice che *“i prodotti sono tutti di buon livello ma l'appeal è cambiato e le aziende subiscono il calo della domanda. D'altra parte però non si è nemmeno dedicato né tempo né investimenti in promozione per sostenerlo perché tutte le attenzioni sono per il Brunello”*.

IL RECIOTO DI SOAVE È UN ALTRO ECCELLENTE VINO DA dessert, costola del Soave, una delle eccellenze italiane. *“Con una media produttiva annua di 300 mila bottiglie da 0,5 l che muovono un giro d'affari di 3 milioni di euro, il Recioto di Soave costituisce una nicchia di mercato significativa per il comparto dei dolci passiti, ma comunque molto ristretta all'interno di un "sistema Soave" da 56 milioni di bottiglie all'anno, di cui 13 milioni di Soave Classico”*, spiega **Aldo Lorenzoni**, direttore del Consorzio del Soave. Ma anche in questo caso pur essendoci premesse importanti - il traino del Soave - il Recioto vive un'oggettiva situazione di difficoltà tanto che quelle 300 mila bottiglie, oggi sono diventate circa 230 mila. Secondo una ricerca effettuata da Lorenzo Simeoni, profondo conoscitore del Recioto di Soave, quest'ultimo *“non riesce a generare un sistema economico virtuoso su ampia scala, e questo non tanto per le difficoltà legate all'aumento dell'offerta, la quale infatti potrebbe potenzialmente allargarsi senza problemi, ma per la scarsità della domanda. Senza questo stimolo i produttori >>*



PASSITALY A PANTELLERIA

Passitaly è la manifestazione dedicata ai vini passiti che si svolgerà dal 31/8 al 4/9/2014 a Pantelleria. Promossa dall'Assessorato Regionale dell'Agricoltura, dal Comune di Pantelleria, Irvos, e Gal delle Isole Minori. Durante l'evento sono previsti assaggi, visite alle aziende e all'isola, dibattiti, incontri con i produttori. La degustazione tecnica dei passiti sarà affidata ad una giuria composta da 40 esperti tra giornalisti, buyer e operatori del settore.

non hanno incentivi ad investire sul Recioto di Soave, che dunque risulta un tesoro sottovalutato e non adeguatamente valorizzato”. A Pantelleria le tre denominazioni abbracciano Moscato, Passito e Pantelleria, declinate nelle varie tipologie. Dal 2007 al 2013 la produzione complessiva è oscillata tra un minimo di 8129 hl (2010) ad un massimo di 10.874 hl (2008). In questo ambito il Passito di Pantelleria tiene le posizioni seppur con difficoltà. *“Ultimamente ci siamo stabilizzati su circa 600 hl di Passito di Pantelleria”* racconta **Antonio Rallo** di Donnafugata, il maggior produttore della tipologia nell'isola *“ma oggi il vino soffre perché non c'è mai stata un'attività di promozione né del vino né del territorio: ognuno ha pensato solo al proprio brand. Passitaly - la manifestazione che si svolgerà sull'isola a fine agosto - può essere un'opportunità di promuovere il territorio in modo collettivo”*. Anche **Benedetto Renda**, amministratore delegato della Carlo Pellegrino, altra azienda isolana di riferimento che ogni anno immette nell'economia pantese quasi 2 mln di euro per l'acquisto di uve zibibbo, evidenzia la contrazione *“Negli ultimi 3-4 anni i consumi di Passito sono calati. Abbiamo notato che prendono quota - e non solo il nostro prodotto - quando facciamo pubblicità in Tv, ma i costi sono elevati. Tengono invece i liquorosi e anzi c'è stato un travaso verso questi ultimi a causa del prezzo più contenuto”*. Anche Renda reputa Passitaly, un'opportunità, ma a breve non prevede cambiamenti. *“Da cinque*

anni anche le presenze turistiche sono diminuite” osserva *“e ciò si riflette sui consumi”*. Secondo Aldo Lorenzoni, direttore del Consorzio di tutela del Soave, i motivi della generale contrazione della produzione dei vini dolci non sono attribuibili ai soli cambiamenti socio-economici e culturali degli ultimi anni: *“Questi prodotti rischiano di diventare anacronistici assieme ai rituali cui sono legati. Se l'abbinamento tradizionale alla pasticceria non ha quasi più senso e il concetto di 'vino da meditazione' non ha mai realmente attecchito, evidentemente bisogna cambiare rotta”*. La proposta è di prendere ad esempio l'abitudine francese e di consumarli come aperitivo (vedi Sauternes) o da tutto pasto (vedi Riesling della Mosella). Nel caso del Recioto di Soave *“come un vino per tutte le occasioni, dall'aperitivo al dopo cena, eleven to eleven, insomma adatto dalle 11 alle 23”*. Ne emerge la descrizione di un vino passito meno concentrato che mantiene la sua identità ma si muove nella direzione di una maggiore bevibilità e nell'accentuazione dei suoi aspetti più accattivanti e suadenti. Un po' quello che stanno facendo anche nelle Eolie i produttori di Malvasia delle Lipari che ora si stanno cimentando quasi tutti con il tipo secco, più versatile, nel rispetto del territorio e dell'uva, ma anche con un occhio attento al mercato e ai consumatori. Insomma il calo si può contrastare sostenendo i territori e con l'innovazione di processo e di prodotto.

Il formato 0,75 supera il miliardo di euro. Nella classifica delle Dop molto buone le performance per Prosecco, Traminer, Cannonau, Muller Thurgau, Pignoletto e Bardolino. Rallenta la Barbera. Prosegue l'ascesa degli spumanti, ora a 300 milioni

Chi sale e chi scende in Gdo Chianti e Lambrusco i più venduti. Exploit Vermentino

▲ a cura di Gianluca Atzeni

AVEVA FATTO SPERARE IN MOLTI IL DATO SUI VOLUMI di vino, in formato 0,75 litri, venduti nella distribuzione moderna italiana tra gennaio e febbraio 2014. Perché lo 0,3% in meno del bimestre, rispetto al pesante -3,4% con cui si era chiuso l'intero 2013, poteva apparire un incoraggiante segnale di inversione di tendenza, in un periodo di spending review dei consumi. Tuttavia, l'auspicata ripresa in questo senso non è arrivata, come testimoniano i dati del primo semestre 2014, che si è chiuso con una flessione del 2,1%, a 318 milioni di pezzi. Se, però, si guarda alla spesa, la lettura è diversa. È proprio il segmento da 0,75 litri a perdere meno rispetto a quanto fatto in sei mesi da tutto il vino confezionato, che registra -3,8% in quantità (a 539 milioni di pezzi). E, soprattutto, c'è una crescita dell'1,8% del valore della spesa per il vino in bottiglia, che supera il miliardo di euro, e contribuisce sensibilmente al +1,5% registrato dal vino confezionato nel complesso (quindi brick compreso), che va oltre il miliardo e mezzo di euro. In ascesa i prezzi medi per unità: 2,81 euro (+5,6%) per il vino nel complesso e 3,32 euro (+4%) per il formato 0,75. Tra le Dop, il Chianti, come emerge dalle elaborazioni di LT Wine and food advisory su dati

Symphony IRI (vedi grafico a pagina 14), si conferma il più venduto in valore, mentre il Lambrusco è il vino che primeggia per quantità. Gli spumanti continuano a crescere e raggiungono un valore di quasi 300 milioni di euro (+4,7%), con 61,9 milioni di pezzi venduti (+4,1%). In flessione, tra le prime dieci posizioni, la spesa per Lambrusco, Barbera e Nero d'Avola.

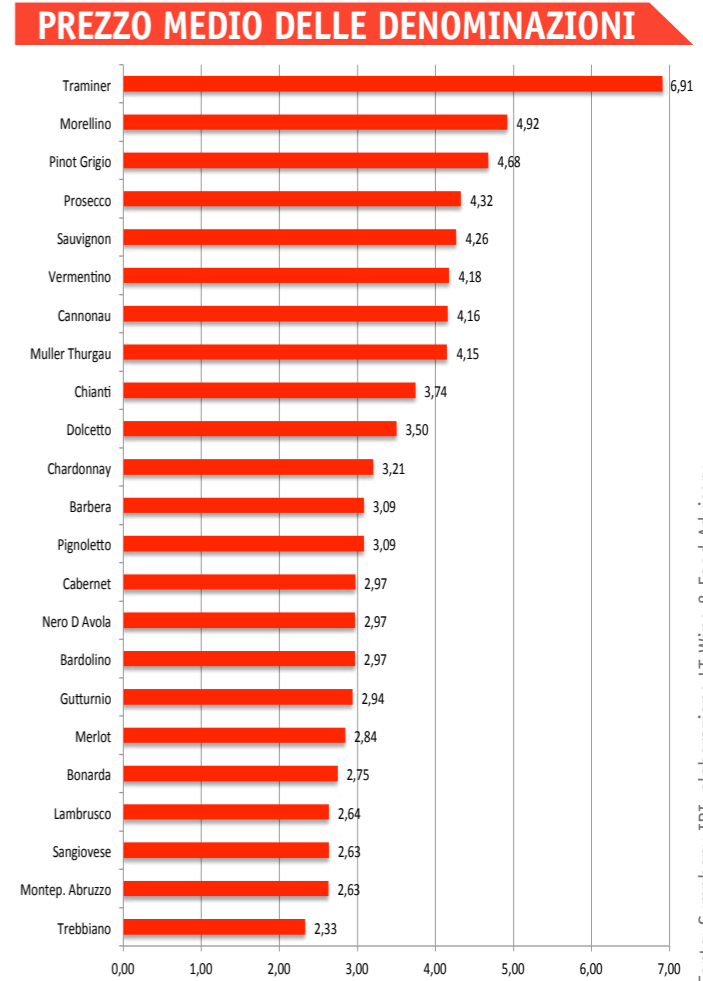
"IN GENERALE, NEL PERIODO CONSIDERATO, I PRODUTTORI sono riusciti a portare a casa una ampia tenuta del valore, a fronte di un calo dei consumi che sembra in qualche modo assorbito dal sistema", commenta il presidente di LT Wine and food advisory, **Lorenzo Tersì**. *"Tra le Dop, oltre alla crescita in doppia cifra del Prosecco, va sottolineata la performance costante del Vermentino, ormai diventato il bianco nazionale, venduto non solo in Sardegna, ma in Toscana, Liguria e Lombardia, in particolare nel mercato milanese. La flessione del Lambrusco, poi, va ricondotta al fatto che lo scorso anno si muoveva su livelli di prezzo più alti. Bene il Morellino, segnali positivi anche per il Nero d'Avola che sembra aver terminato la curva discendente da un paio di anni, consolidando le proprie posizioni, trovando il suo habitat".* Tra i rossi, sorprende il successo del Cannonau: *"Vino venduto soprattutto al centro nord che, se proseguirà con questo trend, darà una prospettiva importante a tutta la viticoltura sarda. Penso che da qui a cinque anni, tra i vini di questa top 20, sia >>*



quello con più possibilità di scalare posizioni. E la sua crescita si deve soprattutto al lavoro dei produttori, che sono riusciti anche a mantenere un prezzo unitario remunerativo". Molto bene anche il Pignoletto: *"Anche se i produttori"* avverte Tersì *"non devono vendere a sconto la denominazione".*

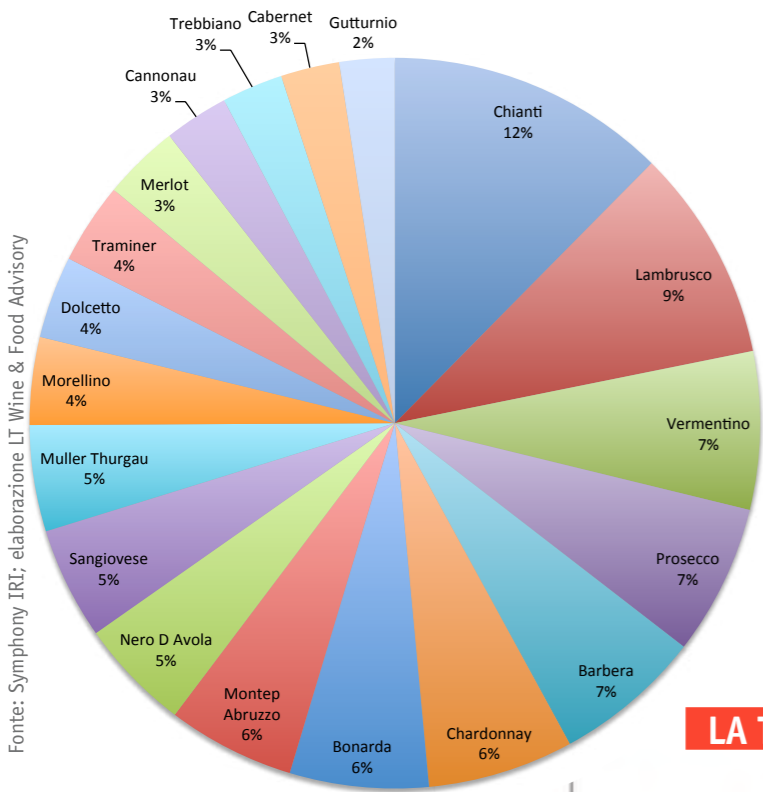
IL PRIMO SEMESTRE DELL'ANNO NON BRILLA PER IL Montepulciano d'Abruzzo, denominazione che, assieme a Bonarda, Merlot, Gutturino, paga anche un prezzo medio tra i più bassi (vedi grafico a lato) in una classifica che vede in testa il Traminer (6,91 euro), seguito da Morellino e Pinot Grigio. *"Le denominazioni più nobili"* rileva Tersì *"hanno consolidato la posizione in volumi, mentre sotto i tre euro possiamo disegnare una sorta di spartitraffico per quei vini alloctoni, che non possiedono una forte caratterizzazione territoriale".* Ma quali sono i grandi assenti in classifica? *"Puglia e anche Campania"* afferma *"che, in particolare, con Greco, Fiano e Falanghina, non riesce ancora a fare massa critica pur migliorando il prezzo medio di posizionamento. Ma il grande assente è il Verdicchio, vitigno di origini straordinarie che trova diffusione principalmente nella regione di appartenenza, le Marche".*

"IL VERDICCHIO NON RAGGIUNGE QUOTE INTERESSANTI IN rapporto a queste classifiche" rileva il direttore dell'Istituto marchigiano tutela vini, **Alberto Mazzoni** *"sia per >>*



QUOTE A VALORE I SEMESTRE 2014

Fonte: Symphony IRI, elaborazione IRI Wine & Food Advisory



» la riduzione rispetto al passato dell'apporto dei grandi imbottigliatori, sia per la frammentazione che caratterizza la filiera. È vero, manca un leader di mercato, ma va anche detto che molti produttori prediligono le esportazioni, evitando di affollare fasce di prezzo basse in Gdo. Sicuramente, in questo importante canale di vendita abbiamo spazi da recuperare. Ma questo stato di cose non sta pregiudicando il futuro dei produttori, che stanno operando bene all'estero e con l'horeca, in maniera redditizia". Per **Tonino Verna**, presidente del Consorzio vini Abruzzo, il calo in volumi del Montepulciano è "in linea con quanto accade ad altre Doc. A fronte di questo andamento, il valore sta tenendo e soprattutto" sottolinea "c'è una risalita pari al 7,5% del prezzo medio che dimostra come il Consorzio stia raggiungendo pian piano gli obiettivi di valorizzazione che si era posto tre anni fa". **Ermio Bagni**, direttore del Consorzio tutela vini Emilia, individua nella congiuntura economica i motivi del rallentamento del Lambru-

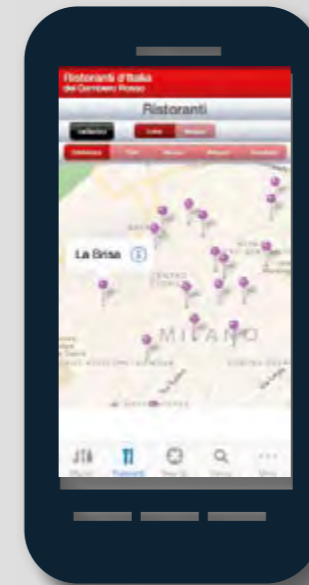
LA TOP 23 DEI PIU' VENDUTI

| | Vendite in Valore 2014 | Var. % Val. | Vendite in Unità 2014 | Var. % Btg | Prezzo M. unità 2014 | Var. % Pr. M. Unità | |
|---------------------------------|---------------------------------|-------------|-----------------------|------------|----------------------|---------------------|------|
| VINO CONFEZIONATO TOTALE | 1.513.366.864 | +1,5 | 539.212.144 | -3,8 | 2,81 | +5,61 | |
| Vino Fino A 0,75lt | 1.056.568.816 | +1,8 | 318.238.916 | -2,1 | 3,32 | +4,0 | |
| 1 | Chianti | 58.081.775 | +1,0 | 15.514.538 | -4,2 | 3,74 | +5,5 |
| 2 | Lambrusco | 44.168.164 | -0,3 | 16.760.784 | -5,5 | 2,64 | +5,6 |
| 3 | Vermentino | 32.746.348 | +9,7 | 7.843.232 | +9,3 | 4,18 | +0,4 |
| 4 | Prosecco | 31.209.242 | +9,6 | 7.217.214 | +11,4 | 4,32 | -1,6 |
| 5 | Barbera | 30.785.845 | -2,9 | 9.972.190 | -7,2 | 3,09 | +4,7 |
| 6 | Chardonnay | 30.242.212 | +5,4 | 9.435.453 | +1,7 | 3,21 | +3,6 |
| 7 | Bonarda | 26.754.616 | +2,1 | 10.475.339 | -1,3 | 2,75 | +3,5 |
| 8 | Montepulciano Abruzzo VI | 26.431.992 | +0,3 | 10.052.437 | -6,7 | 2,63 | +7,5 |
| 9 | Nero D'Avola | 23.248.323 | -0,7 | 7.824.620 | -0,4 | 2,97 | -0,3 |
| 10 | Sangiovese | 23.239.657 | +3,1 | 8.820.302 | +1,2 | 2,63 | +1,9 |
| 11 | Muller Thurgau | 22.018.632 | +7,2 | 5.310.108 | +5,1 | 4,15 | +2,0 |
| 12 | Morellino | 18.174.367 | +0,3 | 3.695.518 | -1,6 | 4,92 | +2,0 |
| 13 | Dolcetto | 17.041.202 | +2,9 | 4.865.744 | +1,2 | 3,50 | +1,7 |
| 14 | Traminer | 16.821.369 | +11,6 | 2.434.444 | +10,8 | 6,91 | +0,7 |
| 15 | Merlot | 15.846.620 | -0,7 | 5.571.495 | -6,9 | 2,84 | +6,6 |
| 16 | Cannonau | 13.321.970 | +14,9 | 3.205.407 | +17,6 | 4,16 | -2,4 |
| 17 | Trebbiano | 12.686.927 | +2,9 | 5.440.179 | -3,5 | 2,33 | +6,6 |
| 18 | Cabernet | 12.158.332 | +0,2 | 4.086.968 | -0,0 | 2,97 | +0,3 |
| 19 | Gutturmo | 11.434.077 | -0,9 | 3.892.317 | -5,5 | 2,94 | +4,9 |
| 20 | Pinot Grigio | 10.810.170 | +0,1 | 2.312.282 | -3,4 | 4,68 | +3,6 |
| 21 | Pignoletto | 10.640.573 | +18,3 | 3.449.022 | +17,6 | 3,09 | +0,6 |
| 22 | Sauvignon | 10.637.492 | +1,1 | 2.494.856 | -3,8 | 4,26 | +5,1 |
| 23 | Bardolino | 9.908.024 | +11,4 | 3.302.710 | +8,2 | 2,97 | +3,0 |
| | Tot Spumanti | 298.733.708 | +4,7 | 61.946.319 | +4,1 | 4,8 | +0,6 |

Fonte: Symphony IRI, elaborazione IRI Wine & Food Advisory

sco: "Per un motivo di prezzo ha tenuto più l'Igt della Doc, segno che il consumatore ha una minore disponibilità. Tuttavia, il rapporto qualità-prezzo premia ancora il Lambrusco, che resta il più seguito dagli italiani". A scalare diverse posizioni è il Bardolino che cresce del 11,4% in valore, dell'8,2% in volume, con un prezzo medio su del 3% a 2,97 euro: "Il consumatore sta andando verso vini quotidiani, più facili" dice il presidente del Consorzio, **Franco Cristoforetti** "e il Bardolino, che ha lavorato al recupero di questa identità, possiede queste caratteristiche di bevibilità e piacevolezza. Ci sorprende positivamente il rialzo del prezzo medio, soprattutto alla luce delle forti tendenze ribassiste del periodo". E in uno scaffale dove la scontistica è forte e influenza i comportamenti di acquisto, tra gli elementi che in futuro orienteranno i consumatori, conclude Tersì, sarà determinante il tipo di chiusura dei tappi (stelvin/screw cup): "Un valore aggiunto. E chi andrà a innovare su questo fronte farà scelte vincenti. Purtroppo, molte Dop in questo campo sono ancora alla finestra".

Ristoranti d'Italia del Gambero Rosso



I MIGLIORI

I ristoranti premiati dagli esperti di Gambero Rosso



RISTORANTI

Tutti i ristoranti selezionati per ogni regione



VICINI

I ristoranti più vicini a te



NOVITÀ

Ogni settimana le novità



SCHEDE DETTAGLIO

Leggi tutte le info e trova l'itinerario per raggiungerlo



PRENOTA

Prenota il ristorante online



NOTIZIE

Tutte le notizie in tempo reale dagli inviati del Gambero Rosso



ABBONATI!

ABBONATI SUL SITO O SULLO STORE PER ACCEDERE A TUTTI I CONTENUTI E GLI AGGIORNAMENTI

