



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

VINITALY, CAMBIO DI PASSO VERSO IL B2B

CONSORZI

Bolgheri consolida il mercato. Mentre a Montalcino tira aria di shopping pag. 2

SIENA

Il nuovo corso dell'Enoteca Italiana. L'amministratore Benvenuti: "Così ripartiamo" pag. 3

PROWEIN

Aspettando la fiera, lo studio sulle vendite al dettaglio. Si afferma il modello convenienza pag. 5

VINITALY

Presentata a Roma la 49ma edizione. Tutte le novità e le conferme del 2015 pag. 10

FOCUS

La Doc Sicilia a tre anni dalla sua nascita. Gli obiettivi e le strategie del Consorzio pag. 14



QUANTO VALE OGGI UN VIGNETO MONTALCINO? DOPO BENVENUTO BRUNELLO, I NUMERI E I PREZZI DELLA DENOMINAZIONE. E C'È CHI PENSA DI VENDERE...

a cura di **Andrea Gabbrielli**

Finita l'edizione 2015 di Benvenuto Brunello, i produttori di Montalcino si fregano le mani per la soddisfazione: l'annata 2010 continuerà a far volare l'export che ormai ha raggiunto il 67,5% della produzione. Da soli gli Usa assorbono il 30%, seguiti dall'Europa con in testa Uk, Germania e Svizzera mentre Hong Kong prima di tutto e poi Cina, Giappone, realizzano il 15%. Anche il Canada consolida le sue posizioni con il 12% e così pure Centro e Sud America con l'8%. Il restante 15% è spalmato su tanti altri mercati, dove sino a qualche anno fa, il Brunello nemmeno arrivava. Non va bene solo l'export ma anche la produzione torna a crescere. Nel 2014, le bottiglie di Brunello immesse al consumo sono state 13.19 milioni (+3,60 rispetto al 2013)



Bolgheri Doc consolida le sue posizioni: 5,6 milioni di bottiglie nel 2014. Attesa per la prima a Vinexpo

a cura di **Gianluca Atzeni**

La Doc Bolgheri chiude il 2014 con 5,6 milioni di bottiglie (4,2 milioni di litri), lievemente al di sopra dei 5,5 milioni registrati l'anno precedente, che segnò un aumento del 22%, come effetto dell'entrata in produzione degli ultimi nuovi impianti, ammessi prima della chiusura nel 2011 della Doc (oggi a 1.250 ettari). Con un 75% del fatturato realizzato all'estero, il Consorzio presieduto da Federico Zileri dal Verme rileva un positivo andamento delle vendite anche in Italia: "È stato un anno di consolidamento e siamo soddisfatti anche per il segno più sul mercato interno" dice Zileri che, all'indomani dell'Anteprima di Firenze (il 15 febbraio), sottolinea l'interesse crescente per la denominazione. "Abbiamo la fortuna di contare tra le nostre fila aziende di primissimo livello che ci aiutano a far conoscere meglio le caratteristiche straordinarie del territorio. È un dato di fatto che

Bolgheri si stia facendo conoscere nel mondo anche grazie a queste individualità". Effetto che si vede anche in loco: "Per dodici mesi l'anno" spiega Zileri "clienti, importatori, distributori, giornalisti visitano le nostre cantine". Forse anche per questo motivo il Consorzio ha deciso di non partecipare a Expo 2015: "Auspichiamo piuttosto che i turisti vengano da noi a vivere il nostro territorio", sottolinea il presidente Zileri, che riflette così sulle modalità di utilizzo dei fondi comunitari e statali per la promozione all'estero: "I finanziamenti ci sono, sono importanti, anche se si dovrebbe poterli utilizzare per ospitare le persone in Toscana, favorendo così un turismo di livello nelle strutture locali, dagli alberghi ai ristoranti, agli agriturismo. Non dimentichiamo

così suddivise: 8,4 milioni di Brunello (+4%), 4,5 milioni di Rosso (+5%), 260 mila di Sant'Antimo e 33 mila di Moscadello. Il fatturato complessivo, nel frattempo, ha toccato i 168,25 milioni di euro segnando +2% rispetto al 2013. Il successo del Brunello nel mondo ha portato a Montalcino oltre un milione di enoturisti (+17,5% di pernottamenti e +16,5% di presenze) con un giro di affari che ha superato i 30 milioni di euro. Benvenuto Brunello prossimamente sarà esportato in Canada e poi a Prowein a Düsseldorf e naturalmente a Vinitaly a Verona. Con il progetto Top of the Dop, Brunello e Franciacorta a maggio saranno in Germania e a luglio in Uk. Poi sarà la volta di Vinexpo e poi ancora Benvenuto Brunello in Giappone, all'International Wine&Spirits Fair a Hong Kong e Prowein China a Shanghai. Cresce la fama del Brunello e crescono anche le richieste di acquisto delle aziende vinicole sia da parte di imprenditori italiani sia di stranieri. In questi giorni, stanno continuando le trattative per la cessione dell'azienda Cerbaiona di Nora e Diego Molinari, uno dei più noti marchi della zona, ad opera di un gruppo romagnolo già operante nel settore vinicolo. Ma sono numerose le offerte esistenti presso le immobiliari sia locali, sia nazionali. Per un'azienda di 12,7 ettari, comprensiva di casale del 1600, cantina e vigneti di Brunello (3,2 ha), Rosso di Montalcino (2,4 ha) e Sant'Antimo (2 ha), la richiesta è di 11,4 milioni di euro.



moci che l'Italia è il Paese più bello al mondo". Il Consorzio di certo non rinuncia agli eventi esteri: sarà presto a Prowein, per la prima volta in autonomia rispetto a Toscana Promozione (con uno stand di 60 mq) ed esordirà a Vinexpo Bordeaux, con uno spazio di 40 mq, sul modello del 'salotto' allestito al Vinitaly. Nel frattempo, la base associativa si è allargata: l'ingresso delle aziende Eucaliptus e Villanoviana ha portato i soci a quota 40, con una rappresentatività a circa 94 per cento, anche se l'erga omnes non è ancora applicato.

Enoteca Italiana di Siena: a che punto siamo? Parla l'amministratore Benvenuti a otto mesi dal suo insediamento e all'indomani del protocollo d'intesa con l'Ice

a cura di **Loredana Sottile**

Due enti dati per spacciati fino a qualche anno fa, che invece stanno reagendo alla crisi e hanno appena firmato tra loro un protocollo d'intesa. Ice ed Enoteca Italiana di Siena. Il primo col nuovo nome di Ita - Italian Trade Agency, la seconda con il suo nuovo statuto e il nuovo amministratore unico (è entrato in carica lo scorso 9 giugno), **Paolo Benvenuti** (foto), già direttore di Città del Vino. E proprio con quest'ultimo abbiamo fatto il punto sulla situazione dell'Enoteca e sui nuovi progetti in corso d'opera. "Al momento del mio insediamento la situazione era molto critica" ha detto "Attenzione, ciò non significa che la crisi oggi sia da considerarsi alle spalle, ma stiamo lavorando per riportare l'Enoteca ad un ruolo centrale nella viticoltura italiana. Quello su cui bisogna riflettere è che abbiamo in mano un'entoteca pubblica con un patrimonio di oltre mille vini e 500 aziende associate. Vogliamo davvero rinunciarvi così? Io credo che ci sia ancora bisogno, soprattutto per quanto riguarda le aziende medio-piccole, di punti di riferimento come lo è sempre stata l'Enoteca Italiana nel mondo del vino". Ma cos'è successo in quest'anno? Dopo un bilancio 2013 chiuso con un fatturato del -25% (nel 2012 si partiva da 2 milioni di euro), nel 2014 si sono contenute le perdite che si aggirano sugli 80 mila euro. Frutto di alcune difficili decisioni: finito il tempo della cassa integrazione, il personale è stato portato a sei persone. Sette i licenziati. "Scelta obbligata" continua l'amministratore

re "per un ente pubblico non era possibile prolungare la cassa integrazione e la cura dimagrante è stata necessaria. Al contempo è stato istituito un Comitato Scientifico, che annovera nomi importanti della viticoltura italiana e che, in collaborazione con l'Università di Siena, sta lavorando ad un programma per rilanciare il nostro

Ente. Rientra in questi lavori l'ampliamento del sito di e-commerce e l'istituzione di un'Accademia di formazione rivolta soprattutto agli operatori esteri". Si ricordi che l'Enoteca nel 2008 ha aperto una società a Shanghai, la Yishang Wine Business Consulting.

In questo contesto si inserisce anche l'accordo con l'Ice le cui parole chiave sono formazione e internazionalizzazione. "Con l'Ice c'è sempre stato un rapporto di collaborazione" dice Benvenuti "adesso abbiamo ufficializzato la cosa, dandoci una missione su tutte: formare gli operatori e i consumatori e creare dei momenti di scambio, come già avvenuto qualche mese fa con



l'incoming di 17 operatori da Taiwan". Progetti a medio lungo termine, quindi, da cui sono, invece, esclusi eventi imminenti come Vinitaly ed Expo: "Il bilancio ci impone di mantenere un profilo basso" conclude "sappiamo che sono due appuntamenti importanti, ma i costi al momento per noi non sarebbero sostenibili. Al 30 ottobre, comunque, lasciato alle spalle Expo, spero di essere in grado di tirare le somme di questi mesi di sacrificio".

La marcia in più dei distretti agroalimentari. Moda e cibo per ripartire, secondo Intesa San Paolo

Da dove ripartirà l'economia del Belpaese? La risposta potrebbe essere nei distretti del wine&food, almeno secondo il "Rapporto Annuale sull'Economia e Finanza dei distretti industriali 2014" di Intesa San Paolo. In totale la ricerca ha individuato 15 distretti al top. Quelli insomma che potrebbero accendere il motore della ripresa italiana. Tra questi, sei appartengono al campo della moda e ben cinque a quello agroalimentare. Quali? In ordine troviamo quelli di: vini del Chianti (posizione n. 2), caffè, confetterie e cioccolato torinese (n. 3), Prosecco di Conegliano-Valdobbiadene (n. 9), vini del veronese (n. 10) dolci di Alba e Cuneo (n. 11). Infine c'è anche quello della "food machinery" di Parma (n. 14). Secondo il rapporto, questi distretti sono stati premiati dalla loro maggiore capacità di esportare ed effettuare investimenti all'estero, registrare brevetti e marchi, innovare, nonché di fare branding. Nel biennio 2015-2016, per loro è previsto un aumento medio di fatturato annuo pari al 3,2%. L'anno in corso, quindi, dovrebbe essere quello in cui si recupereranno i livelli di fatturato pre-crisi. - **L. S.**



L'eBook con tutti i TreBicchieri 2015

IN REGALO PER TE!

SCOPRI DI PIÙ

Ricerca. Individuata l'impronta analitica del Sagrantino di Montefalco

Tannino e Sagrantino, al di là delle rime, sono un binomio inscindibile e tracciabile. Lo dice una ricerca condotta dalla Fondazione Mach per il Consorzio di Montefalco (che conferma altri studi precedenti), secondo cui è possibile rintracciare attraverso le catechine e le proantocianidine l'impronta identificativa del celebre vino di Montefalco, fresco di debutto con l'Anteprema dell'annata 2011 (21 cantine aderenti). **Lo studio ha messo a confronto i tannini del Sagrantino con noti vitigni internazionali** (Cabernet Sauvignon, Nebbiolo, Pinot Nero, Sangiovese, i vini Tannat dell'Uruguay, considerati tra i prototipi dei vini ricchi in tannino). "Siamo giunti alla conclusione che dal punto di vista del contenuto in polifenoli, e in particolare in tannini, il Sagrantino inizia dove gli altri vini finiscono" dice Fulvio Mattivi (Fondazione Edmund Mach), sottolineando come il rosso umbro risulti distinguibile "sia per la quantità e quindi per la composizione del proprio tannino, a livello internazionale. Un aspetto singolare è reso possibile dal peculiare tannino varietale e dal disciplinare di produzione che rendono questo vino unico dal punto di vista compositivo (maggiore ricchezza; ndr) e riconoscibile tra tutti dal



punto di vista analitico". In particolare, 34 dei 36 campioni analizzati (2004-2006) presentavano polifenoli totali oltre i 3 grammi-litro (contro il 20% delle altre varietà), mentre oltre metà superavano i 4 g/litro (rispetto a nessuna varietà). "È un vino unico e riconoscibile, non ripetibile altrove e in questa la sua forza", ha detto Riccardo Cotarella, presidente del Comitato scientifico del Padiglione vino di Expo. "Il nostro prossimo obiettivo sarà potenziare l'aspetto qualitativo dell'intera filiera, partendo da un nuovo disciplinare" ha sottolineato il presidente del Consorzio, Amilcare Pambuffetti, soddisfatto del traguardo raggiunto dei 5 milioni di bottiglie vendute:

"Il valore più alto in assoluto per la nostra denominazione che vuole continuare a puntare sulla formazione tecnica". E lo farà tramite il programma Grapeassistance 2015 che applicherà un nuovo modello di assistenza alle aziende (stazioni meteo, bollettini fitosanitari) per ridurre i fitofarmaci in vigna. Dal 2000 a oggi, la superficie a Docg è passata da 122 a 650 ettari, con 30 nuove cantine, una produzione di Sagrantino Docg triplicata, da 660mila a oltre 1,5 milioni di bottiglie, per un giro d'affari stimato in cento milioni di euro. - G. A.

In Germania nasce Italian Sounding

Nasce "Italian Sounding", l'associazione che si occuperà di difendere il made in Italy alimentare in Germania. Fondata dalla Camera di Commercio Italo Tedesca, dalla Camera di Commercio italiana per la Germania, insieme a Confagricoltura, e ad altre associazioni che operano nel food&wine, **ha l'obiettivo di intervenire contro i prodotti falsi, fatti passare per italiani o che semplicemente ne evocano colori e nomi.** In Germania questo costituisce un illecito civile: un raggirio per il consumatore tedesco e una concorrenza sleale per il produttore italiano, ma i singoli cittadini non possono denunciare il fatto. Il diritto tedesco concede questa possibilità solo alle associazioni di categoria. Da qui l'idea di "Italian Sounding". "Un'iniziativa concreta per combattere un fenomeno dilagante" ha detto Giandomenico Consalvo (già vicepresidente di Confagricoltura Italia), eletto presidente dell'Associazione insieme a Baviera Barbara Rizzato, già vicepresidente della CCIE di Monaco.



VINI&SCIENZA. L'UVA DA TAVOLA: DALLA PRODUZIONE IN SERRA A QUELLA AL SOLE DEL MEDITERRANEO

Solo dopo la seconda metà dell'800 le uve da tavola divengono oggetto di una coltivazione industriale, in sostituzione di una viticoltura di suburbio realizzata soprattutto per l'autoconsumo. Per i contenuti simbolici l'uva da mensa ha in ogni tempo richiamato l'interesse dei ricchi commercianti e degli aristocratici delle città del nord Europa. Si era così sviluppata attorno alle grandi città una viticoltura da uva da mensa in serra a causa dell'inadeguatezza dei carri merci dei treni dell'Europa mediterranea e per la mancanza di freni ad aria compressa che non permettevano di viaggiare su percorsi veloci. Le serre erano di due tipi, fisse e mobili ed impiegavano diversi cicli di riscaldamento in modo da avere durante l'anno fino a quattro epoche di maturazione. Anche le varietà impiegate (Alphonse Lavallée, Black Hamburg, Frankenthal, etc) spesso ottenute per incrocio, rappresentavano con la loro diversa precocità, una modalità efficace per offrire uva fresca durante tutto l'anno. Dopo la prima guerra mondiale la convenienza a produrre uva da tavola in serra viene meno per il costo elevato del riscaldamento e per il miglioramento della rete ferroviaria. Le prime regioni che iniziano a produrre uva da tavola in modo specializzato furono Almería in Spagna e Puglia in Italia. Il primo esportatore fu Francesco Cirio di Nizza Monferrato (che in seguito legò il suo nome ai pelati in scatola), nel 1876 verso la Francia con la Verdea piacentina e la Colombana pisana e in Germania in coincidenza con l'apertura della linea ferroviaria del Brennero inaugurata nel 1887. Nel 1924 la produzione di uva da tavola era invece concentrata in Emilia con il 30% del totale ed in particolare in provincia di Piacenza. I vitigni più coltivati erano il Besgano e la Verdea bianca che andava sui mercati tedeschi e svizzeri con il nome di Dorée d'Italie. Negli anni successivi la seconda guerra mondiale prendono l'avvio le esportazioni dai Paesi dell'altro emisfero (Cile, Sud Africa, Australia) che portano sui mercati europei l'uva fresca in contro-stagione, dall'inverno fin all'inizio della primavera.



Attilio Scienza Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

Aspettando ProWein. Le ultime novità dal mondo sulla vendita al dettaglio di vino: si afferma il modello convenienza

Poco più di quindici giorni a ProWein, la fiera del vino di Düsseldorf dove quest'anno la presenza italiana (padiglioni 15 e 16) sarà ancora in crescita, nonostante la data, sempre più ravvicinata a quella di Vinitaly (22-25 marzo). Merito dell'apertura riservata esclusivamente al trade e del richiamo internazionale di questo evento che, per l'edizione 2015, prevede 300 degustazioni, 5.800 espositori e 50 Paesi rappresentati. Come di consueto non mancheranno i focus sui singoli territori e le conferenze sulle ultime tendenze in fatto di commercio estero. E proprio in quest'ambito si parlerà di come sono cambiate le dinamiche nella vendita al dettaglio del vino (16 marzo, ore 10.15 al ProWein Forum, Hall 13). Intanto qualche anticipazione. Gli otto mercati analizzati da Wine Intelligence per ProWein sono Italia, Francia, Spagna, Germania, Gran Bretagna, Usa, Giappone e Australia, che insieme rappresentano oltre 12 miliardi di litri

di vino consumato solamente nel 2013, ovvero circa il 50% dei circa 24 miliardi di litri di vino a livello mondiale. Lo studio mostra una chiara tendenza dei consumatori ad acquistare più spesso, ma in quantità minore, facendo, così, crescere il canale convenienza. Questo modello di "austera urbanizzazione" lo si riscontra soprattutto in Spagna, mentre in Germania si sta affermando la crescita degli hard discount che, occupando gli spazi premium di mercato, stanno riuscendo a mettere sotto pressione i negozi specializzati di vino. Altra storia negli Usa, dove nuovi canali e nuove catene di fornitura dei consumatori (princi-

palmente le catene dei minimarket) stanno cercando di aumentare la propria quota di mercato a scapito dei negozi di liquori e supermarket tradizionali. Insomma dappertutto le dinamiche stanno cambiando, ma le costanti rimangono risparmio per i consumatori e capacità di adattamento per i rivenditori. - L. S.

E in Italia? Il discount batte i piccoli rivenditori

Gli italiani preferiscono i discount. Nel 2014 è la spesa alimentare low cost a far segnare la migliore performance con un aumento del 2,4 per cento mentre al contrario il crollo maggiore si registra per le piccole botteghe alimentari (-2,6 per cento). È quanto emerge da una proiezione della Coldiretti sulla base dei dati Istat che evidenziano un ulteriore calo dell'1,2 per cento nel commercio al dettaglio nel 2014. Per il 2015 è prevista un'inversione di tendenza con un aumento degli acquisti alimentari per la prima volta dall'inizio della crisi.

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

Le uniche Cantinette rivestite in Vero Legno. Lavorazione artigianale tutta made in Italy.



Leonardo Lo Cascio lascia Winebow Group, dopo 35 anni dalla fondazione

Fine di un'epoca? Dopo 35 anni Leonardo Lo Cascio, fondatore di Winebow Group, si ritira dalla scena: l'addio è fissato per il prossimo 30 giugno. Era il 1980 quando, rinunciando ad una promettente carriera nel mondo della finanza, creò quello che negli anni è diventato il più grande gruppo statunitense di importazione e distribuzione dei fine wine. Diventato ancora più grande nel 2014, in seguito alla fusione con il Gruppo Vintner: un colosso da 1.200 dipendenti e 600 milioni di dollari di fatturato. Negli anni, inoltre, il fortissimo legame di Lo Cascio con il suo Paese d'origine, l'Italia, lo ha spinto a creare anche la Leonardo LoCascio Selections (Lls), per portare negli Usa vini da tutto lo Stivale e soprattutto dalle regioni meno conosciute all'estero. Nella nota stampa, diffusa dal gruppo, scrive: "È per me un grande orgoglio sapere che il Gruppo Winebow continuerà a dedicarsi alla cultura del vino di qualità, investendo in talenti specializzati e competenti sia in Italia sia nelle altre regioni del vino di tutto il mondo, per continuare a soddisfare le esigenze dei nostri clienti e dei nostri fornitori".

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,
Attilio Scienza
foto
Foto Ennevi-Veronafiere
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

27 febbraio
Vini, Ville e Sapori
Villa Pignatelli
Napoli
fino al 28 febbraio

1 marzo
Terre di Toscana
Una Hotel Versilia
Lido di Camaiore (Lucca)
fino al 2 marzo

dal 3 marzo
Anteprima Fiere Vino seminari e degustazioni guidati dagli esperti del Gambero Rosso
Città del gusto di Torino, Roma e Napoli e enoteche d'Italia
fino al 14 marzo
www.gamberorosso.it/anteprima-fiere-vino

4 marzo
Mostra vini di Bolzano
Castel Mareccio
fino al 7 marzo

6 marzo
Boroli Wine Forum 2015
Locanda del Pione -
Alba (Cuneo)
ore 15

6 marzo
Romagna Wine Festival
Cesena
fino all'8 marzo

8 marzo
Anteprima Bardolino e Chiaretto
Lazise (Verona)

15 marzo
Prowein
Dusseldorf - Germania
fino al 17 marzo
www.prowein.com

18 marzo
Grandi Langhe Piemonte
fino al 20 marzo
www.grandilanghe.com

20 marzo
Vini Veri
Cerea (Verona)
fino al 22 marzo

21 marzo
Vinnatur Villa Favorita 2015
Monticello di Fara - Sarego
Vicenza
fino al 23 marzo

22 marzo
Vinitaly
Veronafiere
fino al 25 marzo
www.vinitaly.com

14 maggio 2015
Vino in Villa Festival, Arte e Cultura in Conegliano Valdobbiadene
fino al 17 maggio

16-17 maggio
Terroir Marche
Ascoli Piceno

30-31 luglio
Vino è musica
Grottagnie

I prossimi appuntamenti firmati Gambero Rosso. Save the date

Mangiare, degustare e leggere con il Gambero Rosso: per tutti gli appassionati di wine&food si profila una stagione imperdibile. Si inizia con il ritorno di **Anteprima Fiere** (terza edizione): un tour di degustazioni, dal 3 al 14 marzo, nelle enoteche di tutta Italia, con i migliori vini selezionati dalla guida Vini d'Italia 2015. Aspettando, come suggerisce il nome stesso, le grandi fiere internazionali: ProWein e Vinitaly. La partecipazione è gratuita e coinvolgerà le principali città da Nord a Sud, da Torino a Cagliari, da Milano a Palermo, a Roma, Firenze, Napoli e tante altre. Alle degustazioni si aggiungeranno tre seminari (al costo di 20 euro) dedicati ad appassionati e curiosi nelle sedi delle Città del gusto di Torino, Roma e Napoli, condotti rispettivamente da Eleonora Guerini, Paolo Zaccaria e Marco Sabellico. [Sul sito del Gambero Rosso il calendario completo.](#)

Ma non è finita, torna anche **Tre Gamberi Tour**, edizione 2015: tre cene firmate dai grandi chef italiani, premiati dalla Guida del Gambero Rosso (con i Tre Gamberi). L'appuntamento con la cucina tradizionale - il cui fil rouge è "Come in famiglia" - è in Franciacorta, nella splendida cornice messa a disposizione dall'azienda vinicola Contadi Castaldi di Adro, dove gli chef saranno divisi in tre squadre: una a sera. Prima data il 9 marzo con gli chef dell'Osteria della Villetta dal 1900, Angiolina, Antica Osteria del Mirasole, Pretzhof, Armando al Pantheon, Un Posto a Milano. Per la seconda cena, il 23 marzo, scenderanno in campo La Locandiera, Vecchia Marina, Sora Maria e Arcangelo, Al Convento, Osteria del Treno e Tischi Toschi, mentre il terzo e ultimo appuntamento (il 13 aprile) vedrà protagonisti La Madia, La Locanda delle Grazie, Ai Cacciatori, Consorzio, Antichi Sapori e Caffè La Crepa. Le cene avranno un costo di 55 euro compresi i vini in abbinamento e l'aperitivo di benvenuto, con prenotazione obbligatoria direttamente all'azienda Contadi Castaldi (now@contadicastaldi.it).

[I menu completi sul sito del Gambero Rosso.](#)

Last but not least, l'arrivo in libreria di "**Ciao, sono Hiro**" con le ricette a cottura zero dello "chef a mani nude" che ha conquistato l'Italia dallo schermo di Gambero Rosso Channel. Hiro aspetta i suoi fan il 5 marzo alla Spazio Sky in Galleria Alberto Sordi a Roma dalle 17.30 per autografare le copie del libro. [L'evento su www.gamberorosso.it/ciaosonohiro.](http://www.gamberorosso.it/ciaosonohiro)



Prowein 2015
Düsseldorf
15-17 marzo

Padiglione 15
Stand F21

Vinitaly 2015
Verona
22-25 marzo

Padiglione 5
Stand A5

Presenteremo il primo Valdobbiadene Docg della nuova linea di spumanti Colesele. Vi aspettiamo.

Colesele Cartizze Brut Docg. In questo momento 20 milioni di bollicine aspettano di essere liberate.

Nascono in autoclavi, dove l'uomo unisce dosi di vini di cru diversi. Zuccheri e lieviti attivano l'effervescenza. Il vino diventa spumante, e le bollicine messaggere della vocazione di una terra: il Cartizze. Trasmettono sentori di mela e di pera. Diffondono note di rosa e di mandorla. Accompagnano la freschezza e la struttura del Cartizze Brut nell'abbinamento a primi con verdure, piatti di pesce o carni bianche. Colesele Cartizze Brut Docg. La vocazione di una terra in 20 milioni di bollicine.

Colesele Spumanti srl - Valdobbiadene
T +39 0423 901055 - info@colesel.it www.colesel.com



A Worldwide Passion



VINITALY 49ª EDIZIONE | VERONA 22-25 MARZO

organized by

together with



ENOLITECH



SEGUICI SU



VINITALY.COM

PER INFORMAZIONI info.vinitaly@veronafiere.it

Export in Russia, storico sorpasso dell'Italia sulla Francia

▲ a cura di Loredana Sottile

L'ITALIA CONQUISTA TERRENO in Russia e per la prima volta supera l'export di vino francese. Fin ora solo il comparto bollicine era andato meglio delle performance d'oltralpe. In altri periodi la notizia sarebbe stata accolta con tutt'altra esultanza e con titoli a tutta pagina. Ma non oggi. E i motivi sono più d'uno. Prima di tutto il dato riguarda il 2014 e, come più volte abbiamo scritto su Tre Bicchieri Settimanale, l'anno russo si è chiuso con il crollo del rublo (al momento si viaggia sugli 80 rubli per un euro), cosa che si sta ripercuotendo proprio



sulle importazioni di vino dall'Italia e dal mondo. La seconda considerazione riguarda direttamente i dati: la prima posizione conquistata è più "merito del demerito" francese, che non del ritmo di crescita italiano. Il nostro Paese ha raggiunto quota 200 milioni di dollari (+1% sull'anno precedente), mentre in volume non ha né guadagnato né perso nulla. La Francia, invece, ha fatto molto di peggio: -15% in valore e asticella sotto i 200 milioni di dollari. Si gioca al ribasso, insomma. Capitolo a parte meritano le bollicine. Anche qui l'Italia guida la lista, ma lo faceva già da anni e con risultati notevolmente migliori in passato: nel 2014 ha perso

il 10% in valore, guadagnando, però, in volume (+5,6%). Segno meno per la Francia su tutta la linea: -5,9% in volume e -11,7% in valore, meglio la Spagna con un tondo +18% in volume e un +2,4% in valore. Ma questi sono i dati 2014, appunto. Il 2015 è tutta un'altra storia, fatta di un rublo deprezzato, di distributori costretti a chiudere per la crisi e di ordinativi rispediti al mittente. Aggiungiamoci anche l'embargo ai prodotti alimentari - che sì, è un po' fuori tema, ma neanche troppo - ed il quadro è completo. Insomma, se vogliamo consoliamoci con il sorpasso sulla Francia, ma con la consapevolezza che entro l'anno il conto da pagare arriverà.

▲ IL MIO EXPORT. Ferghezzina - Laura Gatti

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

La percentuale di export della nostra azienda è del 12-13%. In linea con la media della nostra zona. I nostri mercati principali sono Giappone, Stati Uniti, Regno Unito e Svizzera.

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

La Franciacorta è, in generale, una tipologia di vino ancora poco conosciuta all'estero, ci sono zone dove come azienda non vendiamo quasi nulla, come la Germania e altre come i mercati che ho citato prima che hanno un buono sviluppo.

3. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

Nei mercati che attualmente copriamo, non abbiamo grossi problemi in termini di "impicci" burocratici. Senz'altro una uniformità di regole semplificherebbe il lavoro!

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

A parere mio i consumatori stranieri vedono da sempre nella produzione enologica italiana un modello di alta qualità. Per quanto riguarda la zona Franciacorta, ho riscontrato una crescita di interesse e di conoscenza del prodotto davvero molto alta. Stiamo finalmente diventando anche nei mercati esteri la "bollicina" italiana di riferimento nell'inevitabile confronto con lo Champagne.



Ferghezzina | Adro | Brescia | ww.ferghezzina.it

NEL PROSSIMO NUMERO
BRAIDA

Presentata a Roma la 49ma edizione. Il sistema sente l'effetto crisi internazionali mentre il mercato interno segna una lieve ripresa. Per l'Osservatorio Veronafiore la maggioranza delle aziende vede un 2015 positivo

Vinitaly con vista su Expo. Ecco cosa aspettarsi quest'anno

▲ a cura di Gianluca Atzeni

PER IL VINO ITALIANO, VINITALY SARÀ UNA SORTA DI apripista verso Expo. Non confondiamo, però. Vinitaly è una fiera, mentre l'esposizione universale di Milano non lo è, o non dovrebbe esserlo. Di fatto, relativamente al vino, le cose appaiono interconnesse. La firma di Veronafiore c'è in entrambi (visto l'incarico di curare il Padiglione vino 'A taste of Italy') e stiamo sicuri che nei padiglioni veronesi si degusterà come di consueto buon vino da tutta Italia, ma si parlerà molto di ciò che ci attende a partire dal primo maggio. "C'è un filo che lega l'esperienza di questi due eventi e avremo l'occasione di fare il punto sui dodici mesi di lavoro che abbiamo alle spalle", ha detto il ministro per le Politiche agricole, **Maurizio Martina**, ricordando l'obiettivo del Testo unico sul vino e la semplificazione del settore, in parte avviati e in parte in fase di definizione: "Anche se non abbiamo fatto tutto, iniziamo a concretizzare gli impegni presi, con l'obiettivo di dare una mano ai produttori a non diventare matti. E Vinitaly sarà l'occasione per fare un check delle cose fatte ma anche per lanciare nuovi obiettivi, oltre il periodo di Expo". Intanto, la Fiera internazionale della premiata ditta Riello-Mantovani-Bruno, che lo scorso anno ha raggiunto quota 155 mila visitatori (+6%, di cui 56 mila stranieri), festeggia

il 49mo compleanno. "A un passo dal mezzo secolo di esperienza", ha sottolineato il presidente di Veronafiore, **Ettore Riello**, all'auditorium romano di Via Veneto per la presentazione di un'edizione 2015 con 4 mila aziende, che beneficerà del rinnovato interesse del governo italiano per le fiere. Tradotto: è anche grazie ai 48 milioni di euro previsti per il potenziamento del comparto fieristico nazionale (piano straordinario per il Made in Italy) annunciato dal ministero dello Sviluppo economico, che Vinitaly ha potuto aumentare gli investimenti del 34% rispetto al 2014, in modo da strutturare un piano di incoming che farà interagire Mise, Mipaaf, l'ex Ice (ora Ita - Italian trade agency) e progetti europei.

IN UN ANNO IN CUI LE DIFFICOLTÀ DI MERCATO SI SONO palesate, a causa di crisi internazionali e andamenti monetari incerti (vedi deprezzamento del rublo in Russia), c'è però da essere "ottimisti", ha dichiarato il dg di Veronafiore, **Giovanni Mantovani**, parlando di inversione del trend di crisi: "Da un nostro sondaggio tra le 30 realtà enologiche più importanti, pari a un volume d'affari di 2 miliardi di euro, il sentiment è risultato positivo. Il fatturato 2014 è aumentato del 5% sul 2013, e il 55% esprime fiducia per il 2015, con un 35% che nei primi due mesi del 2015 ha avuto riscontri positivi e un 5% che prevede un 2015 molto positivo". Non >>



solo: più di una cantina su due interpellate indica una crescita di vendite all'estero (media del +8%), ma anche una "ripresa del mercato interno, con +5,5% sul 2013 e un 65% di imprese che ci hanno investito". C'è anche un 15% che ha sofferto ed è anche per questo motivo che le strategie di sviluppo estero "devono accompagnarsi" secondo Mantovani "a precise strategie di crescita anche in Italia che resta un mercato di riferimento per i buyer stranieri". Per non perdere le occasioni di business, "occorre lavorare" rileva Mantovani "sugli accordi bilaterali nelle aree potenzialmente interessanti, ma che sono bloccate da politiche di dazi protezio-

nistici che non fanno decollare i mercati". Allo stesso tempo, non si può prescindere da un lavoro di promozione del vino italiano nei mercati in cui l'Italia non è seconda a nessuno: Germania, Regno Unito, Stati Uniti su tutti. Le esportazioni italiane del settore agroalimentare, nel 2014, hanno registrato un +2,7%, con il nuovo record di 34,3 miliardi di euro, dopo i 33,6 miliardi del 2013. Il vino, in particolare, rappresenta la prima voce dell'export agroalimentare, il 7,2% del fatturato agricolo, l'8% del fatturato agroalimentare e, con 2 milioni di

ettolitri, l'Italia è tra i primi esportatori mondiali (20% circa del mercato, dietro la Spagna che, per l'Oemv, ha superato i 2,1 milioni di hl) mentre è seconda in valore con quasi 5,1 miliardi di euro stimati nel 2014 (dopo la Francia che totalizza circa 7,6 mld). Il superamento (anche se di poco) del precedente primato di 5,04 miliardi nel 2013 sembra garantito, ma l'obiettivo del +50% di export entro il 2020 di >>

NON SOLO VINO A VINITALY

Veronafiore non è soltanto vino da bere. Con Enolitech 2015 ci sarà spazio alle tecnologie e gli accessori per la produzione nelle cantine e nei frantoi del futuro. Duecento le aziende presenti. Si punta a battere quota 41 mila visitatori. Con Sol&Agrifood (63 mila visitatori nel 2014) si parlerà soprattutto del valore dei controlli delle produzioni agroalimentari e offrirà un panorama sul meglio dell'olio e dell'agroalimentare made in Italy. Tra le novità un'area dedicata ai formaggi (cheese experience) e una dedicata al caffè (a taste of coffee). Previste degustazioni, show cooking e convegni b2b. Tra i protagonisti anche l'olio di oliva. Gambero Rosso in particolare presenterà la sua guida in collaborazione con Unaprol (domenica 22 dalle 16 alle 18).

» cui parlò un anno fa, proprio a Vinitaly, il presidente del Consiglio, Matteo Renzi, appare lontano e molto ambizioso. Tuttavia, secondo Riello, i numeri odierni del comparto "ci dicono già chiaramente che si tratta di un settore che merita la massima attenzione e che può arrivare al traguardo ipotizzato".

ECCO PERCHÉ VINITALY 2015 SARÀ PIÙ CHE MAI UN'EDIZIONE dedicata al business estero. A Verona si vedranno i risultati dell'attività di internazionalizzazione (60 i delegati di Veronafiere) attuata con una serie di progetti dedicati allo sviluppo del vino italiano in mercati obiettivo tra cui Cina e Hong Kong, Usa e Germania, a cui hanno collaborato l'ex Ice, Mipaaf, Uiv e Federvini. E le potenzialità della grande distribuzione delle piazze storiche e delle emer-

sta suscitando non poche preoccupazioni, visto che interessa uno dei più importanti partner commerciali come gli Stati Uniti.

TRA LE NOVITÀ DELL'EDIZIONE 2015, IL CAMBIO DEL nome per Taste Italy, l'area di degustazione riservata ai buyer, che diventa Vinitaly Tasting. Lungo l'elenco delle degustazioni previste. Oltre alla riconferma di Operawine, i 103 vini selezionati da Wine Spectator, con venti nuove etichette, nel primo giorno di manifestazione si terrà la degustazione dei vini della guida Tre Bicchieri del Gambero Rosso. Mentre al Padiglione Vininternational si potrà conoscere il Pisco peruviano, assieme ai vini spagnoli delle regioni di Castilla y Leon, dello Champagne Jeeper, dell'Armagnac, di Nuova Zelanda, Slovenia, Australia e Sud Africa. Prevista anche una degustazione "Solo pinot nero e Riesling no limits". Nuova formula per Vinitaly and the City, il fuori salone serale: nelle piazze di Verona, dalle 18 alle 23 sono in programma degustazioni (10 euro per tre assaggi) con un'offerta di vini frizzanti e cibo tradizionale. Ed è rosa il Ristorante d'autore di Vinitaly, con 4 cuoche dell'associazione IE cucinE italianE. Confermato per il 2015 (2-3 dicembre) l'evento Wine2Wine, piattaforma di incontro e di aggiornamento professionale dedicato ad aziende e operatori. Previsto anche un corso di specializzazione sul vino italiano, curato da Vinitaly international academy. È una novità anche il maggiore filtro

all'ingresso, ovvero maglie più strette per la selezione dei visitatori con l'intento di favorire un aumento degli operatori specializzati, evitando, come diverse aziende hanno lamentato, che gli stand si trasformino in luoghi dell'aperitivo a costo zero.

INFINE, I DUE CONSUETI CONCORSI: IL 19 MARZO SI TERrà quello dedicato al packaging, che per la prima volta apre alle categorie dei distillati diversi dall'uva (quindi rum, whisky e gin), ai liquori e all'olio extravergine di oliva. Mentre, appositamente per sfruttare la grande vetrina di Expo, l'attesissimo Concorso enologico internazionale (22ma edizione) si svolgerà dopo Vinitaly, dal 12 al 16 aprile. Perché attesissimo? "I vincitori delle Gran medaglie d'oro e delle Medaglie d'oro" ha annunciato Bruno "saranno protagonisti nelle degustazioni speciali organizzate durante Expo, all'interno del Padiglione Italia".

IL VINO ITALIANO IN SINTESI

- ▲ Aziende vitivinicole italiane: circa **380.000**, **23%** sul totale imprese agricole
- ▲ Produzione 2014 (stima Assoenologi): **40 milioni** hl di vino (-17% sul 2013)
- ▲ Ettari vitati: **665.000** (5% della Superficie agricola utilizzata), di cui **48% docg e doc e 27% igt**
- ▲ In Italia: **73 docg e 332 doc e 118 igt**
- ▲ Valore all'origine: **3,9 miliardi** euro (1,9 docg e doc; 0,8 igt; 1,2 vini da tavola)
- ▲ Fatturato del vino: **7,2%** del fatturato agricolo e **8%** di quello dell'agroalimentare

genti saranno illustrate con appositi focus. L'attività di incoming porterà a Verona operatori da Germania, Austria, Svizzera, Hong Kong, Cina e Usa, dove Vinitaly ha svolto attività di promozione. Sono in arrivo delegazioni da circa 45 Paesi in rappresentanza di tutti i continenti. Confermata per gli stranieri la presenza della International buyers lounge, così come il salone specializzato Vininternational, dedicato alle cantine estere (13 i Paesi produttori tra cui Cile, Nuova Zelanda, Georgia, Sudafrica, Francia). Anche quest'anno, come ha spiegato il brand manager di Vinitaly, **Gianni Bruno**, ci sarà il Padiglione Vinitalybio, con la consueta enoteca e gli incontri b2b. Quarto anno per Vivit, salone dei vini artigianali. Si parlerà anche dei negoziati in corso sul Ttip, in un convegno ad hoc: un tema che nei produttori



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



A quasi tre anni dalla nascita della denominazione dell'Isola, il punto su produzione e obiettivi: nel 2014 oltre 21 milioni di bottiglie e un potenziale di 200 milioni. Prossime tappe? Sicilia en Primeur ed Expo 2015

Doc Sicilia, un sistema in movimento

▲ a cura di Andrea Gabbriellini

L VIGNETO SICILIANO, NONOSTANTE LA CURA dimagrante cui è stato sottoposto nell'ultimo decennio, oggi si estende per più di 104 mila ettari a fronte dei 130 mila del passato. Una superficie che pone direttamente la Sicilia e il suo sistema vinicolo, in competizione con i sistemi di altri Paesi che, per dimensioni e capacità produttive sono confrontabili: l'Australia (133 mila ettari), il Cile (132 mila ha), il Sudafrica (100 mila ha), la Nuova Zelanda (35 mila ha). Se il paragone tra le superfici vitate presenta delle omogeneità, per quanto riguarda la produttività, le medie per ettaro sono assai differenti tra loro: si va dai 94 ettolitri/ettaro del Sud Africa ai 90 del Cile, dagli 81 dell'Australia ai 71 della Nuova Zelanda, rispetto ai 52 della Sicilia. Ciò vuol dire che la regione ha una produttività molto contenuta, comparabile alle aree produttive più blasonate, dove le rese sono inferiori. Nella Gironda, 130 mila ettari di vigneto, le rese delle Dop bordolesi si aggirano sui 49-50 hl/ha. Anche dal punto di vista della biodiversità, a fronte di una sostanziale omogeneità degli

altri Paesi, la Sicilia offre un panorama assai ricco che si basa essenzialmente sugli autoctoni e solo in misura minore sugli internazionali. Infatti nei Paesi di confronto, Syrah, Cabernet, Merlot, Chardonnay e Sauvignon blanc rappresentano la parte preponderante, mentre in Sicilia da soli Catarratto, Nero d'Avola, Grillo e Insolia sono quasi il 60% della varietà presenti nei vigneti alle quali vanno aggiunte almeno una quindicina di altre uve (Zibibbo, Frappato, Perricone, Nerello Mascalese, Nocera, ecc.) con superfici vitate più ridotte. Chardonnay e Syrah, le due varietà alloctone più diffuse in Sicilia, pur essendo una presenza importante, a malapena raggiungono il 10% del totale della regione.

MA L'ELEMENTO STRUTTURALE CHE DISTINGUE IL SISTEMA viticolo siciliano è che nei fatti è un vero e proprio continente dove la variabilità pedoclimatica è incredibilmente vasta, con tutto quello che ne consegue dal punto di vista della qualità. Le uve, ad esempio, sono coltivate anche a quote basse, nelle aree costiere, dove il clima, spesso torrido, è mitigato dalle brezze marine che preservano gli aromi mentre in alti- >>



tudine, nelle zone etnee, gli importanti sbalzi termici favoriscono la finezza e l'eleganza. I suoli possono essere di origine vulcanica, ma anche rossi come in Coonawarra in South Australia oppure calcarei o ancora argillosi. La Sicilia non solo è posta nel centro del Mediterraneo, ma è anche nel centro della "fascia del sole" (tra il 30° e il 50° grado di latitudine nord ed il 30° e 40° grado di latitudine sud) dove le condizioni di luminosità e di temperatura sono ideali per la vite e il vino di qualità. Non a caso le viticolture più importanti sono situate nel nord della fascia del sole, vigneti americani ed europei mentre in quella sud si trovano i vigneti sud-americani, sud-africani ed australiani. Questo panorama viene completato ed ulteriormente arricchito da tante piccole isole (Eolie, Pantelleria, Egadi, Pelagie, Ustica) che contornano la regione e che da sole rappresentano una realtà a se stante all'interno del continente Sicilia dove la viticoltura è ormai presente quasi dappertutto. Per questo la Sicilia è un sistema vinicolo complesso e diversificato dove la vendemmia si svolge in un arco temporale di 90 giorni, dalla raccolta dello Chardonnay in agosto a quella del Nerello Mascalese in ottobre.

LA DOC SICILIA È NATA IN QUESTO CONTESTO E RISPETTO ad altre denominazioni regionali, non è un "cappello" o un "ombrello" con livelli qualitativi differenziati, ma cambiando l'ordine geografico di produzione dà l'opportunità alle Doc già esistenti, come ad esempio, Riesi, Menfi, Contea di Sclafani, Contessa Entellina, ecc., di incerta collocazione geografica in Italia e ancor di più all'estero, di accostare al proprio nome, la denominazione geografica aggiuntiva Sicilia in etichetta. Dice **Antonio Rallo**, presidente del Consorzio tutela vini Doc Sicilia: "La Doc Sicilia è uno strumento condiviso, messo a disposizione dell'intero sistema produttivo. Gli impegni che abbiamo assunto, come la partecipazione ad Expo 2015 e l'avvio del progetto di comunicazione negli Stati Uniti, sono volti alla brand-awareness (conoscenza del marchio) internazionale e promuovono la Sicilia come sistema che genera valore".

D'ALTRA PARTE GLI OBIETTIVI DICHIARATI DEI PROMOTORI della Doc, erano e rimangono, di incrementare in modo sostanziale la percentuale di vino siciliano imbottigliato - ancora ridotta rispetto alle potenzialità - e di portare un aumento del valore >>

Torre del Falasco

AMARONE
della
VALPOLICELLA
DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA
E GARANTITA
CANTINA
Valpantena

la nostra terra, la nostra storia

Dal 1958... Cantina Valpantena

CANTINA
Valpantena

CANTINA VALPANTENA VERONA S.C.A.
Via Colonia Orfani di Guerra n° 5/B - 37142 Quinto (Verona)
Tel. 045 550032 - Fax 045 550883

www.cantinavalpantena.it - info@cantinavalpantena.it

SICILIA EN PRIMEUR

La XII edizione dell'anteprima mondiale dell'annata 2014 per la prima volta si svolgerà a Taormina dal 17 al 18 aprile. E c'è un'altra novità: Assovini Sicilia ha deciso di aprire le porte ai winelovers di tutto il mondo, con la degustazione, il 18 aprile (ore 16-22), di vini prodotti da 40 cantine diverse. Dove? Al Grand Hotel Atlantis Bay di Taormina.



» aggiunto a tutta la filiera di produzione siciliana. Oltre a questi obiettivi c'è innalzare in modo significativo il ricorso alle denominazioni di origine che in Sicilia - in controtendenza rispetto alle altre regioni italiane - per oltre trent'anni non ha mai superato il 2-3 % del totale prodotto. Un percorso iniziato nel 2013 quando sono state certificate come Doc Sicilia quasi 16 milioni di bottiglie che nel 2014 hanno superato i 21 milioni. Tutto ciò a fronte di un potenziale di circa 200 milioni di bottiglie e quindi con dei margini per migliorare molto ampi visto che l'imbottigliato attuale è solo il 10%. In questo ambito il prezzo medio rilevato per bottiglia - 3,50 euro - viene considerato positivamente. Aggiunge **Francesco Ferreri**, presidente di Assovini Sicilia: "La Sicilia, unica regione italiana partner diretta di Expo attraverso il Bio-Cluster Mediterraneo, per cultura e posizione geografica è un interlocutore ideale per i temi della biodiversità e della sostenibilità, gli stessi che saranno al centro di Sicilia en Primeur (Taormina 17-18 Aprile). La Doc Sicilia è una strategia di ampio e lungo respiro basata sul controllo della qualità presente e futura del nostro vino rappresentato come unico ma nella diversità dei territori". Insomma, parliamo di un brand territoriale che può diventare realmente il riferimento dell'intero comparto sia per gli investimenti (il piano di promozione negli Usa prevede un impegno finanziario complessivo pari a 1,49 milioni di euro), sia per elaborare strategie comuni, sia per gestire un Consorzio di tutela - destinato a diventare uno dei più importanti d'Italia - con la responsabilità di un patrimonio vitivinicolo - 104 mila ettari - che non ha eguali nelle altre denominazioni.

GAMBERO ROSSO

vinitaly
Another love story in Verona
Verona, 22-25 Marzo 2015

trebicchieri 
della guida Vini d'Italia 2015

Domenica 22 Marzo 2015
dalle ore 11.30 alle ore 16.30

Sala Argento, PALAEXPO
Ingresso A2, Piano -1
Vinitaly - Fiera di Verona

I VINI **Tre Bicchieri** dalla guida del **Gambero Rosso Vini d'Italia 2015** protagonisti di un eccezionale percorso degustazione a Verona a **Vinitaly 2015**, 49° edizione del Salone internazionale dei vini e dei distillati di qualità.

L'EVENTO **Tre Bicchieri**® della guida **Vini d'Italia 2015**, guida che valuta assaggia e recensisce ogni anno la migliore produzione vinicola italiana, rappresenta in tutto il mondo l'appuntamento più atteso da professionisti ed appassionati del settore vitivinicolo (italiano e non).

I **Tre Bicchieri 2015** sono stati protagonisti a Roma, Tokyo, Shanghai, Hong Kong, Mosca, New York, Chicago, San Francisco, Melbourne e Sydney, Düsseldorf. E il **Tre Bicchieri Tour** proseguirà il suo percorso con le due tappe di Vancouver e Toronto.

PER INFO E MODALITÀ DI PRENOTAZIONE:
Tel: 06/551121 e-mail: sponsorizzazioni@gamberorosso.it

RISERVATO A OPERATORI DEL SETTORE: TRADE, RISTORANTI, ENOTECH E PRODUTTORI