



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



IL VINO IN BRIK VA ANCORA DI MODA?

FUSIONI

Caldaro insieme ad Erste&Neue: nasce la più grande cooperativa altoatesina

pag. 2

DEAL

Birra del Borgo acquistata dal colosso Ab InBev. Parte il boicottaggio degli artigiani

pag. 5

BORDEAUX

Storica presa di posizione: Anche il Civv a favore della riduzione dei pesticidi

pag. 9

BRIK

Il formato-cartone tiene ancora in Gdo. Le strategie dei principali player italiani

pag. 10

EMIRATI

Può un Paese musulmano rivelarsi un buon mercato per il vino? Il Gambero a Dubai

pag. 14



Caldaro ed Erste&Neue, ok alla fusione. Previsto un investimento da 10 milioni di euro

a cura di Gianluca Atzeni

Il dato è tratto. La cantina di Caldaro (Kellerei Kaltern) e la cantina Erste&Neue daranno vita a una super cooperativa da 500 ettari, 800 soci, con 3,5 milioni di bottiglie annue. Le rispettive assemblee dei soci hanno approvato all'unanimità il piano di fusione, per il quale manca solo la formalità delle firme dei rispettivi presidenti. Si mette così nero su bianco un'idea che da queste parti, lungo la Weinstrasse (la strada del vino), fu lanciata oltre 25 anni fa per poi essere ripetutamente affossata. Stavolta ha prevalso la volontà dei viticoltori di fare squadra. Del resto, **tenere separate due grandi e storiche cantine di tipo cooperativo nello stesso Comune non sembrava più la via migliore per guardare al futuro.** Un futuro in cui sono previsti investimenti importanti, pari a 10 milioni di euro, in parte finanziati con fondi Ue. Diversi gli step di questo piano di sviluppo: entro novembre sarà eletto il nuovo presidente; a dicembre 2016, la Erste&Neue sarà giuridicamente incorporata da Kaltern; e soprattutto, entro agosto 2017 e in tempo per la raccolta, dovranno essere terminati i lavori (parzialmente avviati) per la



costruzione di un nuovo e più grande impianto di vinificazione e stoccaggio (10 mila metri quadrati su due livelli), adiacente all'attuale Kellerei Kaltern.

“La fusione consentirà di fare quegli investimenti necessari a migliorare la qualità e sfruttare il buon potenziale dei vini delle due cantine”, spiega a Tre Bicchieri Tobias Zingerle, direttore di Kellerei Kaltern. “Vogliamo valorizzare al meglio la Doc Caldaro, basata sul nostro vitigno storico, la Schiava, che è in crescita sui mercati. Lo faremo anche riducendo il numero degli attuali cru, concentrandoci su Schiava, Pinot Bianco, Sauvignon, Cabernet e Moscato Giallo”. La nuova realtà cooperativa sarà in grado di lavorare su una gamma di prodotti in grado di coprire tutti i canali distributivi. Dal punto di vista enologico, Andrea Moser (Kalterner) e Gerhard Sanin (E+N), si divideranno i compiti: il primo in cantina, il secondo in vigneto. Dal 15 maggio, entrambi saranno protagonisti di un tour promozionale per 'liberare la Schiava': dieci giorni in cui i 'Pirati del Kalterersee' (il Lago di Caldaro) percorreranno mille km in tandem dall'Alto Adige fino a Capri.

Il percorso può essere seguito sulla [pagina facebook "Pirati del Kalterersee Piraten"](#)

Barolo, è Pecchenino il nuovo presidente

Dalla vice presidenza alla presidenza. Orlando Pecchenino (foto) prende il posto di Pietro Ratti alla guida del Consorzio del Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani. Viticoltore a Dogliani, 54 anni, **Pecchenino guiderà una realtà da più di 500 aziende, in un territorio di circa 9 mila ettari con una produzione che supera i 60 milioni di bottiglie.** “Tutela massima al Barolo e al Barbaresco



che, grazie alle capacità e professionalità dei produttori, hanno fatto grande questo territorio e grande attenzione allo sviluppo e alla crescita degli altri vini” che parla di volontà di proseguire il lavoro fatto da Ratti. Tra i suoi impegni la terza edizione di Grandi Langhe Docg (2-4 aprile 2017).

Orcia e Cortona riconfermano Cinelli e Giannoni

Sarà ancora **Donatella Cinelli Colombini** a guidare per il prossimo triennio il Consorzio dell'Orcia Doc. L'attuale presidente delle Donne del Vino sarà affiancata dai vice Roberto Terzuoli (SassodiSole) e Giulietta Zamperini (Poggio Grande). Per le 41 aziende aderenti che producono, con altre 30 non socie, circa 240 mila bottiglie, l'obiettivo è accrescere visibilità e iniziative sul territorio. Il 65% delle cantine ha una struttura ricettiva o un ristorante. Conferme anche in Valdichiana, dove la Doc Cortona sceglie ancora **Marco Giannoni**, con Chiara Vinciarelli vice. Il Consorzio, che nel 2015 ha venduto un milione di bottiglie (70% all'estero), lavorerà al progetto integrato di filiera cercando più unità tra i produttori.

Consorzio Vini Abruzzo, Di Campli (Citra Vini) verso la presidenza

Cambio della guardia ai vertici del Consorzio Vini Abruzzo. Sarà molto probabilmente Valentino Di Campli, 48 anni, attuale presidente di Citra vini, a prendere il posto di Tonino Verna, presidente di Cantina Tollo, rimasto alla guida del Consorzio dal 2011 per due mandati consecutivi. Verna non può fare tre mandati, ma non siederà nemmeno tra i 15 del consiglio di amministrazione. Il rinnovo delle cariche dell'ente è previsto per domani, 29 aprile.

La staffetta tra Verna e Di Campli rientra nella logica dell'alternanza tra le principali cantine cooperative del territorio. La Cantina Tollo (920 soci, oltre 3 mila ettari e 37,5 milioni di fatturato) e la Citra Vini (3mila soci, 6 mila ettari e 28 milioni di fatturato). Forte di un aumento dell'export del 7% per i vini dell'Abruzzo nel 2015, salito a 140 milioni di euro, il nuovo presidente sarà chiamato a lavorare sulla promozione estera e, sul fronte interno, a guidare il riordino delle denominazioni regionali, compresa la questione del nome Montepulciano d'Abruzzo. – G. A.

WINE MONITOR. BOLLICINE OK ANCHE SUI MERCATI NON TRADIZIONALI

Nel 2015 gli spumanti italiani sono stati esportati in 160 paesi, per poco meno di un miliardo di euro e volumi vicini ai 2,8 milioni di ettolitri (praticamente 370 mln di bottiglie). Di questi 160 mercati, i primi 3 (Uk, Usa e Germania) hanno assorbito quasi il 60% delle quantità, e il rimanente 40% si è distribuito in giro per il mondo. Considerando i primi 15 mercati (che concentrano l'86% del nostro export in valore) ed escludendo i top 3, si possono individuare alcuni paesi dove negli ultimi 5 anni l'export italiano è più che raddoppiato e, in alcuni casi, quintuplicato in valore: Canada, Svezia, Cina e Norvegia. Anche se congiuntamente nel 2015 questi 4 paesi hanno assorbito poco più di 71 mln di euro di sparkling italiano, è interessante la crescita in termini di quota di mercato nel quinquennio. Sebbene la Francia sia leader con quote vicine al 50% in tutti e quattro i paesi, l'Italia è il competitor che, al secondo posto, ha messo a segno la crescita più rilevante, sottraendo spazi ai francesi ma anche agli spagnoli che "giocano" la partita su livelli di prezzo più simili ai nostri. In un mercato difficile come quello cinese, dove Champagne è sinonimo di spumante, gli sparkling italiani sono passati da 9% a 28% di quota sull'import di categoria, in Norvegia dal 16% al 38%, in Svezia dall'11% al 21% mentre in Canada ci si è dovuti accontentare di un passaggio dal 18% al 26%.

Denis Pantini
denis.pantini
@winemonitor.it



QUOTA SPUMANTI ITALIANI E INCIDENZA SUL VALORE IMPORT

MERCATO DI IMPORT SPARKLING	FRANCIA	ITALIA	SPAGNA
CINA 2015	48%	28%	11%
CINA 2010	78%	9%	2%
CANADA 2015	49%	26%	8%
CANADA 2010	51%	18%	9%
SVEZIA 2015	58%	21%	12%
SVEZIA 2010	64%	11%	10%
NORVEGIA 2015	49%	38%	10%
NORVEGIA 2010	66%	16%	13%

Valdo celebra i 90 anni con ricavi a 55 mln.

Salgono a 55 milioni di euro i ricavi della Cantina Valdo nel 2015. L'aumento è del 7% a cui si accompagna una crescita dei volumi venduti del 4%. La cantina di Valdobbiadene, che **detiene una quota del 10% sulla produzione del Prosecco Docg**, sottolinea la buona performance delle esportazioni a volume, con gli Uk su tutti e un segno positivo anche in Germania (+9%). Il resto d'Europa fa registrare un +48%, con un'ulteriore crescita degli Usa (+33%). Bene l'Italia, che cresce di oltre dieci punti. Quanto ai fatturati, è la Germania a registrare la performance migliore: +11% sul 2014. Entro l'anno la cantina lancerà in tutto sette nuovi prodotti. *"Vogliamo muoverci su una strategia del valore piuttosto che sui soli volumi"* afferma il presidente Pierluigi Bolla *"politica quasi obbligata in un mercato che continua a crescere ma dove persiste una oggettiva difficoltà dei produttori e del mercato a reperire le quantità di uve necessarie, adeguando i prezzi di vendita in linea con l'aumento del costo della materia prima"*.

Anche il primo trimestre 2016 è partito bene *"influenzato in parte dalla positiva chiusura del 2015"*, sottolinea il direttore commerciale Massimo Poloni. L'unico mercato partito più lentamente è stato quello inglese, per le elevate quantità spedite a fine 2015. - G. A.



VITICOLTORI PONTE SRL
31047 PONTE DI PIAVE (TV)
TEL +39 0422 858211

Paesi Terzi: cresce la domanda di vino. Ma l'Italia non corre

Aumenta la domanda di vino nel mondo, ma l'Italia cresce con il freno a mano. È questo il quadro che viene fuori dall'Osservatorio Business Strategies Paesi Terzi che, in collaborazione con Nomisma/Wine Monitor, ha elaborato i dati delle dogane dei 10 principali Paesi buyer extra-Ue (Stati Uniti, Cina, Canada, Giappone, Svizzera, Australia, Russia, Norvegia, Corea del Sud e Brasile).

Nel primo bimestre 2016 la domanda dei Paesi extra-Ue, è aumentata in valore del 17,2%.

E l'Italia? Cresce sì, ma non va oltre un +7,6%. E questa è più o meno la situazione che si ritrova su tutti i mercati. In Usa il vino italiano segna un +12,2% in valore contro il +21,3% delle vendite provenienti da tutto il mondo. **In Cina siamo a +14,8% contro un**

globale +59%, anche se si restringe la forbice sul trimestre (+18% vs +49%).

Giù le quote italiane di mercato anche in Canada, Giappone, Russia, Brasile e in Corea del Sud, mentre si registra una performance italiana sopra la media in Svizzera, Australia e Norvegia.

“Nei Paesi terzi c'è ancora molto da fare” è il commento della ceo di

Business Strategies, Silvana Ballotta “i dati sulla top 10

della domanda mondiale, seppur parziali, ci dicono infatti che in questo avvio di 2016 i vini del resto del mondo viaggiano a velocità più che doppia rispetto ai nostri, e questa è la dimostrazione che la promozione non può abbassare la guardia sui mercati cosiddetti consolidati. Con il prossimo bando Ocm vino promozione ci sarà sicuramente da lavorare sui mercati emergenti, Cina in primis, ma anche e soprattutto su quelli considerati di sbocco”.



India, made in Italy a +7,6% nel 2015

Buone notizie dall'India per il vino e il cibo italiani. Nonostante i dazi doganali e le barriere non tariffarie, nel 2015 le importazioni sono cresciute del 7,6%. In un mercato agroalimentare, come sottolinea l'Ice di New Delhi, in piena espansione con un import a +16% nel quadriennio.

La quota di mercato del cibo e vino italiano è dello 0,5% (70 milioni di dollari nel 2015) in crescita del 27% negli ultimi quattro anni. Oltre alla pasta, dove domina con l'80%, l'Italia ha il 20% della quota di mercato dei formaggi e il 15% dei vini: terzo posto dopo Australia e Francia.

Troppo freddo in Abruzzo. Danni a oltre 400 ettari in Val Peligna e Tirino



I viticoltori delle Valli Peligna e Tirino hanno chiesto alla Regione Abruzzo di attivare le procedure per ottenere lo stato di calamità naturale, a seguito dei danni subiti dopo il crollo delle temperature tra 25 e 26 aprile (-5 gradi), soprattutto nei comuni di Pratola Peligna e Ofena, proprio durante il germogliamento. Negli oltre 400 ettari vitati interessati (soprattutto a uve bianche), stima la Coldiretti locale, è lecito attendersi un netto calo produttivo nella prossima vendemmia. I danni a lungo termine sulla pianta andranno valutati. Intanto, agricoltori e agronomi sono al lavoro per provare a recuperare parte della produzione e non compromettere del tutto la prossima annata.

Prosecco, Ribolla e Picolit. Ecco i vini dei Cavalieri di Malta

Anche i Cavalieri di Malta sono dentro al business enologico. E a Roma hanno appena presentato le loro tre aziende vinicole per un totale di 114 ettari: **Castello di Magione in Umbria, Rocca Bernarda in Friuli, e Villa Giustiniani in Veneto**. Dove si produce dai rossi umbri al Prosecco, fino alla Ribolla gialla e al Picolit. Ma non solo. Rientrano nelle proprietà anche altre 11 aziende agricole distribuite in varie regioni d'Italia, gestite dalla Società Agricola e Vitivinicola Italiana S.Agr.Vit. In particolare, ad occuparsi della parte vitivinicola è l'amministratore unico ed agronomo Giulio Senni, rientrato in Italia dopo diverse esperienze rurali per Agriconsulting nell'Africa francofona.

Sicilia, cinque stelle per l'annata 2015

“La vendemmia 2015 darà vita a un'ottima annata, a cinque stelle, con vini meno concentrati e strutturati, ma molto più freschi ed eleganti”. Così il presidente di Assovini Sicilia, Francesco Ferreri, al termine di *Sicilia en primeur*. La rassegna, che ha visto aumentare da 40 a 52 le cantine partecipanti, ha dato ulteriore respiro internazionale al vino isolano: la quota export delle imprese aderenti ad Assovini è oggi al 60%. E per promuovere i prodotti è nato un portale ad hoc (Wineinsicily.com) che fornisce informazioni su vino, enogastronomia e attrazioni turistiche.

Ab InBev si beve Birra del Borgo. Cosa cambierà nel birrificio di Borgorose? E intanto, da Roma a Bruxelles, inizia il boicottaggio dei piccoli artigiani

Piccoli artigiani crescono e vendono. Era successo qualche mese fa con la gelateria torinese Grom acquistata dalla multinazionale Unilever; e adesso è la volta di uno dei più celebri birrifici artigianali di casa nostra, Birra del Borgo. Fondata da Leonardo Di Vincenzo (foto) nel 2005, poco dopo 10 anni di attività, l'insegna reatina è stata acquistata da Ab InBev, il più grande gruppo birrario del mondo (dopo la recente fusione con Sab-Miller). Davide e Golia, insomma. Eppure il piccolo birrificio, che oggi produce appena 12 mila hl di birra all'anno, è risultato appetibile per un colosso di matrice industriale che distribuisce qualcosa come 60 miliardi di litri di birra all'anno. **La cifra della compravendita - stando ai primi rumors - dovrebbe oscillare attorno ai 20 milioni di euro.** Ma cosa succederà adesso a Borgorose? Di Vincenzo cerca di assicurare i suoi fedelissimi, puntualizzando che non solo non ci saranno cambiamenti sostanziali, ma che ne deriveranno notevoli vantaggi: dalla maggiore serenità economica ad una più sostenuta attività di ricerca e sperimentazione. Rientra tra questi anche l'annunciato arrivo del formato lattina entro l'estate?



Non la pensano allo stesso modo i suoi (ex) colleghi artigiani: da Manuele Colonna (il publican del Macchiesitevenutiafa, di Roma) a Jean Hummler del Moeder Lambic (storica realtà birraria della capitale belga) che hanno già tracciato un asse Roma-Bruxelles per dire no all'imminente corsa all'acquisizione da parte dei grandi gruppi. Che a quanto pare è destinata a ingoiare altri piccoli birrifici europei e, in particolare, italiani. Pare, infatti, che l'Italia stia dimostrando in fatto di birre un certo fermento che fa gola ai colossi industriali, le cui mire espansionistiche potrebbero essere, secondo le prime indiscrezioni, Toccalmatto di Fidenza e Birrificio del Ducato di Soragna, sempre in provincia di Parma. Ma in attesa di capire se i timori degli artigiani siano fondati o meno, è già iniziato il "boicottaggio" europeo, con l'esclusione di Birra del Borgo dal *Quintessence*, il festival di Bruxelles che quest'anno avrebbe dovuto ospitare proprio l'insegna di Borgorose. Come ha spiegato Jean Van Roy, titolare della Brasserie Cantillon che organizza la manifestazione: "*Leonardo di Vincenzo è un amico prima ancora di essere un grande birraio, ma noi non possiamo far entrare la volpe nel pollaio*".

NEVADA®
WWW.NEVADAEUROPE.COM

YouWine Shop
The best choice for your wine
WWW.YOUWINE.IT

VINUMdesign
WWW.VINUMDESIGN.IT



Cantinette per vino.
Semplicemente il meglio.
Lavorazione Made in Italy.

Tabella RAL



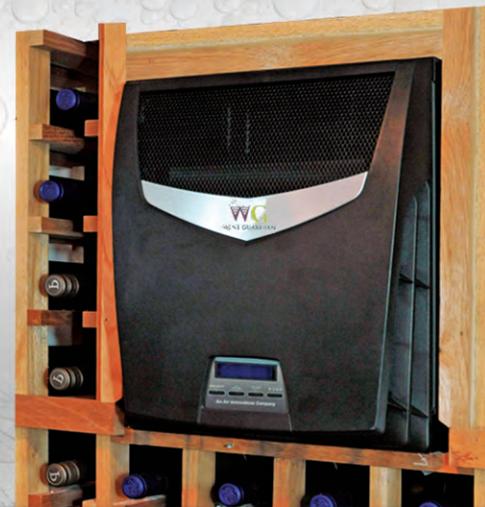
Legno

Pietra

Inox



Climatizzatori per vino.
Adatti ad ogni esigenza.
Da 15 m³ a 250 m³.



IL PUNTO DI RIFERIMENTO PER GLI AMANTI DEL VINO

800 177 552



Lun. - Ven. 9/13 - 14/18

Football's Kitchen, la nuova serie di Gambero Rosso Channel

Cosa hanno in comune il calcio e il cibo? Sono gli unici argomenti che in Italia vengono presi sul serio. Un nuovo programma del Gambero Rosso - Football's Kitchen - racconterà entrambi, in un nuovo format di 10 puntate dedicato alle star del pallone, alle loro compagne e ai loro gusti culinari. A far conoscere questo dietro le quinte del mondo dello sport, ci saranno il giornalista sportivo Massimo Ugolini (Sky) e lo chef Maurizio Rosazza Prin (finalista dell'edizione 2012/2013 di MasterChef Italia). Si parte il prossimo 3 maggio fino al 10 luglio, tutti i martedì alle 21.30 su Gambero Rosso Channel (Sky 412). In replica il venerdì alle 22.30, il sabato e la domenica alle 19. Disponibile anche su Video on Demand.

Vino su tela. Il documentario sull'artista che dipinge con il vino

Arriva *Vino su Tela*, il documentario-road movie sull'arte enoica di Arianna Greco, la pittrice che invece dei colori, per i suoi quadri, utilizza il vino. Si tratta di un viaggio dell'artista, insieme alla regista Agnese Correra, lungo la Puglia enologica.

Tra le guest star ci sono l'azienda Conti Zecca di Leverano, il Consorzio Produttori Vini di Manduria e l'azienda Grifo di Ruvo di Puglia.



supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Marco Sabellico, Denis Pantini

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

30 aprile

Degustazione con i Vignaioli Alto Adige

Relais Bellaria Hotel

Via Altura 11/bis

Bologna

dalle 13 alle 20

2 maggio

Incontri.

Fotografia, Cibo

e Comunicazione

Città del gusto di Roma

ore 18-20

7 maggio

Anteprima vini

della Costa Toscana

Real Collegio

Lucca

fino all'8 maggio

anteprima

vinidellacosta.com

7 maggio

Borgo di Vino

Nemi

fino all'8 maggio

8 maggio

Banco d'assaggio

e presentazione

catalogo dei vini

Vinix Grassroots Market

Città dell'Altra Economia,

Roma

dalle 12 alle 20

ingresso 10,00 euro

12 maggio

Vino in Villa Festival

Comuni del Prosecco Docg

fino al 15 maggio

vinoinvilla.it

14 e 15 maggio

Ciliegiolo d'Italia

Narni (Terni)

ciliegioloditalia.it

14 maggio

Gourmandia -

Le Terre Golose

del Gastronauta

Santa Lucia di Piave

(Treviso)

fino al 16 maggio

15 maggio

Di Cantina in Cantina

sulla Strada del vino

Bardolino (Verona)

bardolino-stradadelvino.it

15 maggio

Vini d'Autore -

Terre d'Italia

presso Una Hotel

Lido di Camaiore (Lucca)

fino al 16 maggio

21 e 22 maggio

Terroir Marche -

Vini e vignaioli bio

in fiera 2016

Palazzo dei Capitani

Ascoli Piceno

21 maggio 2016

Vulcani

Battaglia Terme (Padova)

fino al 22 maggio

22 maggio

Cena "Il Rum è servito"

Satricum

Latina

tel. 07731762252



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

13-15 Novembre 2016

LINGOTTO FIERE TORINO

www.gourmetforum.it

Segui Gourmet su [f](#) Gourmetforumtorino [t](#) @gourmet_forum #gourmet16

WORLDTOUR 2016



trebicchieri

TOP
Italian
Wines
road show

Vini d'Italia Tour 2016

GAMBERO ROSSO
EXPERIENCE

2016

APRILE

23-24	PALM SPRINGS	Gambero Rosso & Vino Veritas Special edition
-------	--------------	---

MAGGIO

16	SINGAPORE	Top Italian Wines Roadshow
18	BANGKOK	Top Italian Wines Roadshow
20	MANILA	Top Italian Wines Roadshow
25	HONG KONG	Gambero Rosso Top Italian Wines & Spirits Special Edition for VinExpo

GIUGNO

02-05	MOSCA	Top Italian Food & Beverage Experience
03	MOSCA	Vini d'Italia
06	TORONTO	trebicchieri
06-07	TORONTO	Top Italian Food & Beverage Experience
10	VANCOUVER	trebicchieri

SETTEMBRE

27	VARSAVIA	Vini d'Italia
	VARSAVIA	Top Italian Food & Beverage Experience

OTTOBRE

25	ZURIGO	Vini d'Italia
05-07	DUBAI	Top Italian Food & Beverage Experience
08	ABU DHABI	Top Italian Food & Beverage Experience

NOVEMBRE

02	TOKYO	trebicchieri
	TOKYO	Top Italian Food & Beverage Experience
04	PECHINO	trebicchieri
07	SHANGHAI	trebicchieri
09	HONG KONG	trebicchieri
18	MOSCA	trebicchieri

2017

GENNAIO

10	STOCCOLMA	trebicchieri
12	COPENHAGEN	trebicchieri
12-13	COPENHAGEN	Top Italian Food & Beverage Experience
30	MONACO	trebicchieri

FEBBRAIO

07	CHICAGO	trebicchieri
09	NEW YORK	trebicchieri
11-13	LOS ANGELES	Top Italian Food & Beverage Experience
13	LOS ANGELES	trebicchieri
15	SAN FRANCISCO	trebicchieri

MARZO

2	LONDRA	trebicchieri
2-3	LONDRA	Top Italian Food & Beverage Experience
18	DÜSSELDORF	trebicchieri

NON C'È ALCUNA FIRMA O protocollo ufficiale, ma quello che è successo a Bordeaux suona già come qualcosa di rivoluzionario: per la prima volta nella sua storia, il Civb - Comité interprofessionnel du Vin de Bordeaux - si è espresso contro i pesticidi e a favore della loro graduale riduzione. È successo lo scorso 25 aprile nel corso dell'assemblea dei soci e all'indomani dell'entrata in vigore del decreto che limita l'uso di pesticidi nelle vicinanze a luoghi pubblici, scuole comprese. Si ricorderà nelle settimane scorse una serie di iniziative e pressioni da parte di varie associazioni ambientaliste e dell'opinione pubblica, dopo che una trasmissione della Tv pubblica - Cash Investigations - aveva rivelato che è proprio Bordeaux la zona che utilizza più pesticidi. In Francia ogni anno ne verrebbero spruzzati 65 mila tonnellate (il più alto numero in Europa), di cui 3320 solo nella Gironda.

VITTORIA DEGLI AMBIENTALISTI? Non a breve termine, ma il presidente del



Civb, Bernard Ferges, ha spiegato che anche la catena produttiva *“ha le stesse aspettative delle associazioni ambientaliste e si propone il forte calo, se non l'abolizione, dell'uso dei pesticidi”*. Ma ha subito sottolineato come sia *“diverso il percorso per arrivarvi, nonostante il comune obiettivo”*. Tra le vie per raggiungerlo, la semplificazione per registrare i vitigni resistenti, come da tempo richiesto al Governo. La procedura francese, come spiega Ferges, non permette

di adottare le varietà già registrate in Italia e Germania, ma impone di ricominciare le sperimentazioni sul territorio nazionale. Poi c'è la questione, Epi (l'equipaggiamento di protezione individuale) che andrebbe rivista per non mettere a rischio la salute di chi lavora nei vigneti nei periodi dei trattamenti. Infine fa appello alla responsabilità di tutti, includendo in questo tutti anche al Ministero dell'Agricoltura. Che sia la volta buona? - **L. S.**

▲ IL MIO EXPORT. Pierangelo Tommasi - Tommasi Wine

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

La percentuale export è l'85% del totale fatturato. Siamo presenti in tutti e 5 i continenti in più di 70 paesi. Dal Canada, Usa, Europa all'Asia e Oceania.

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

Il vino italiano è cambiato e migliorato, è un prodotto che rappresenta l'eccellenza del Made in Italy. I consumatori sono sempre più preparati ed alla ricerca di vini che rispecchino le particolarità del territorio di provenienza.

3. COME PROMUOVETE I VOSTRI VINI ALL'ESTERO?

Viaggiamo molto, organizziamo seminari ed incontri con la stampa, partecipiamo a fiere e siamo aperti anche al pubblico dei “millennials” con una buona presenza sui social, una via privilegiata per essere più vicini ai consumatori di tutto il mondo. Ora stiamo lavorando ai nuovi siti internet, anche il web rappresenta una vetrina importante.

4. CI RACCONTI UN ANEDDOTO LEGATO ALLE SUE ESPERIENZE ALL'ESTERO...

Ricordo con tenerezza il primo viaggio negli Usa, poco più che ventenne, pieno di orgoglio e passione non vedevo l'ora di iniziare ad incontrare i clienti. Capì che non arrivò la valigia, per cui fui costretto a fare i primi appuntamenti in abiti molto casual. Ero un po' imbarazzato, ma mi ricordo che era così grande la gioia di incontrare un produttore di Amarone in carne ed ossa che aveva attraversato l'oceano per arrivare in Texas che nessuno si formalizzò per l'abito, ma anzi mi accolsero a braccia aperte. Questo mi diede veramente la carica e mi fece capire che la mia vocazione era proprio quella.



Le strategie dei principali player nella Gdo, tra ricerca di nuovi formati e politiche per la qualità dei vini daily. Il mercato 2015 scende a volume, ma la spesa dei consumatori è cresciuta dell'8% tra 2009 e 2015

Vino in brik. Uno zoccolo duro da oltre 150 milioni di litri

▲ a cura di Gianluca Atzeni

SUPERERA I 152 MILIONI DI LITRI IL VINO IN BRIK acquistato nel 2015 nella Gdo italiana. Un terzo di tutto il vino confezionato, per una spesa di 214 milioni di euro pari al 14% del totale. Il cosiddetto vino in cartone, il vino daily, è uno zoccolo duro nel panorama della distribuzione organizzata che, sebbene mostri segni di debolezza sulle quantità vendute, sembra essersi stabilizzato sul fronte dei ricavi. Da uno sguardo al periodo 2009-2015, quello che comprende gli anni di crisi economica, secondo i dati Iri per Tre Bicchieri, i volumi sono diminuiti del 14% a fronte di un recupero in termini di valore dell'8%. *“Per tracciare un bilancio generale possiamo dire che si è venduto meno brik, ma a un prezzo più alto”* sottolinea **Virgilio Romano**, client service director Iri *“e questo ha consentito alle imprese di migliorare i conti economici. Nel dettaglio, abbiamo assistito a un riposizionamento del prezzo medio al litro di questo segmento. Dopo un 2011 caratterizzato da una vendemmia scarsa, i prezzi sono saliti nel 2012 fino a dicembre 2013, passando da 1,10 euro/litro a 1,5 euro/litro, con una con-*

seguinte riduzione in volume. Negli ultimi due anni, il prezzo è stato corretto verso il basso in concomitanza con vendemmie più abbondanti”.

Sono pochi i player del brik attivi sul mercato, in mano principalmente ad aziende cooperative romagnole. Considerando il cosiddetto leader (Caviro, col 50% di quote), il follower (Cevico circa 10%) e l'insieme dei brik a marchio del distributore (private label, circa 30%) si raggiunge l'84% dei volumi complessivi e l'87% dei fatturati. Le Private label (PL) per le catene della grande distribuzione sono prodotte sia dagli stessi Caviro e Cevico, a seguito di accordi con le principali insegne (tra cui Coop e Conad) sia da un altro rilevante produttore in questo comparto come la Casa vinicola Caldirola, proprietaria del marchio La Vignetta. *“Rispetto a quattro anni fa”* rileva Romano *“le quote sono concentrate nei primi tre player di circa tre punti in più”*. Ciò favorisce un *“livello promozionale più basso nel brik, con il 27%, rispetto a una media del 50% del vino in bottiglia da 0,75 litri”*. In altre parole, la concorrenza non eccessiva fa sì che ci sia una limitata pressione nelle offerte al ribasso e che il prezzo sia più stabile rispetto al segmento in bottiglia. >>



L'OPINIONE. "NO AGLI AUTOCTONI NEL FORMATO BRIK"

Starei molto attento a scomodare i vitigni autoctoni inserendoli nel circuito dei vini in brik. Il rischio è quello di creare una distorsione all'interno del mercato. Le filiere cooperative che stanno alla base delle più grandi produzioni di questa tipologia in Italia hanno un riconosciuto ruolo sociale ed economico. Pertanto, non convince questa idea di declinare in brik gli autoctoni tra cui il Sangiovese di Romagna o il Pignoletto. Tutte varietà in costante ascesa, che possono creare una prospettiva ai rispettivi territori di appartenenza. La biodiversità italiana è un vanto e occorre mantenere una coerenza anche nella proposta al consumatore, proprio per evitare che resti disorientato e confuso. Quindi, sì al brik ma no ai vitigni a denominazione o autoctoni.

Lorenzo Tersi - wine advisor

» **IL GRUPPO CAVIRO, CON SEDE A FAENZA (12 MILA** viticoltori e un fatturato di circa 314 milioni di euro), è il leader del segmento brik: produce i brand Tavernello, Castellino, Poggese e diverse label per la Gdo. *“Negli ultimi anni, i consumi in grande distribuzione si stanno polarizzando su due segmenti”*, spiega Sergio Dagnino, ceo della cooperativa agricola *“ovvero il vetro e il brik, a discapito degli altri formati. Caviro, nel solo brik, dal 2011 al 2015 è cresciuta del 15%, cercando di evitare le gare sui prezzi, in quanto per la qualità che la nostra cooperativa mette nei nostri prodotti è giusto che questi non vengano svenduti”*. Negli ultimi 10 anni, le private label hanno conquistato ampie quote di mercato *“ma oggi c'è uno scaffale più pulito. Inoltre, con l'ingresso delle Pl, che propongono prodotti di primo prezzo, noi possiamo muoverci su una proposta di livello superiore”*. Per chi lo produce, il formato brik mantiene dei vantaggi di tipo economico ed ecologico: *“Il vero problema per chi lavora in questo comparto, tuttavia, non sta tanto nel materiale usato, che sia brik o vetro”* sottolinea Dagnino *“quanto nel fatto che i consumi di vino si stanno spostando verso l'occasionalità; e questo non è sintomo di maggiore qualità. Stiamo perdendo i vini della tradizione, ecco perché dobbiamo puntare ad accrescere l'aspetto*

qualitativo”. In che modo: sia per Tavernello sia per Castellino, il Gruppo Caviro ha lavorato a una nuova ricetta, modificando anche le regole di ritiro delle uve dai soci, utilizzando serbatoi termo-condizionati per il trasporto, rinnovando la squadra di enologi. *“Otto milioni di euro sono andati negli ultimi sei anni al miglioramento dei processi qualitativi”*. E c'è stato anche il passaggio al vetro: il lancio del Tavernello frizzante nel 2010, seguito dai varietali come Chardonnay e Syrah-Cabernet e del Tavernello Pignoletto (*“Ormai per noi Tavernello è diventato un superbrand”*), sottolinea Dagnino), dicono anche che Caviro proseguirà sulla strada della diversificazione.

ALTRO IMPORTANTE PLAYER È CEVICO, GRANDE COOPERATIVA con oltre 5 mila viticoltori e 137 milioni di euro di fatturato, per la quale il formato brik rappresenta una quota tra 20% e 25% dei ricavi. Per il gruppo con sede a Lugo di Romagna, il brand di punta in questo specifico segmento è il marchio San Crispino, distribuito in undici formati. *“Posto che non siamo prevalentemente un'azienda del brik, in questo comparto non siamo certo rimasti fermi”* spiega Paolo Galas- »

DIMENSIONI E TREND DEI FORMATI NELLA GDO ITALIANA

	Vendite in Volume (litri)	Var. % Vol.	Vendite in Valore (euro)	Var. % Val.	Prezzo Medio litro	Var. % Prezzo M. lit	% Vol. Promo	Var. Promo
Tot Vino Confezionato	511.252.672	0,4	1.540.268.160	1,4	3,01	1,0	40	0
Vino Fino A 0.75lt	249.988.000	2,8	1.120.441.600	4,0	4,48	1,2	52	0
Brik	152.159.984	-1,6	214.523.200	-5,7	1,41	-4,2	27	-1
Vino Da 0.76lt A 2lt	54.884.888	-7,4	127.310.728	-6,6	2,32	0,8	32	-0
Vino Altri Formati	25.669.066	6,2	37.911.596	1,2	1,48	-4,8	39	0
Bag In Box	10.920.950	10,8	17.513.912	6,5	1,60	-3,9	36	2
Plastica	17.629.824	-4,1	22.567.010	-7,8	1,28	-3,9	27	1

Fonte: Infoscan Census®: totale Italia Ipermercati+Supermercati+Libero Servizio Piccolo - Anno Terminante 3 gennaio 2016

» si, amministratore delegato di Due Tigli, società del gruppo Cevico “e abbiamo lavorato sia sui vitigni, proponendo le Igt Sangiovese-Merlot e Pinot-Chardonnay della linea Carattere antico, sia sui formati, posizionandoci su 0,75, 0,50 e 0,25, quest'ultima una monodose con tappo apri e chiudi. E proprio con questi formati alternativi stiamo registrando un trend di crescita rispetto ai tradizionali”. Il concetto di brik, per il Gruppo Cevico, non fa leva solo sul rapporto qualità-prezzo ma è legato alla filiera dei viticoltori che sta dietro il marchio San Crispino. L'ultimo spot televisivo (che vede tra i protagonisti proprio uno dei soci) punta a veicolare al pubblico questo legame col territorio: “Dentro il brik vogliamo ci sia la terra, la fatica, la qualità del nostro prodotto”, aggiunge Galassi, ricordando come dal punto di vista comunicativo sia complesso, e a volte difficile, spiegare al consumatore che dentro un formato di questo tipo c'è un prodotto che può confrontarsi tranquillamente sul fronte della qualità con vini in vetro che, in questo senso, costituiscono un benchmark per l'azienda: “Non si deve pensare a un brik che costa il 40% in più della media del suo comparto, ma a un buon brik che costa quasi il 50% in meno di una bottiglia da 0,75 litri”.

TRA MISSAGLIA, IN PROVINCIA DI LECCO, E COSTIGLIOLE D'ASTI, ogni anno si producono circa 50 milioni di litri in brik. Fanno capo alla società costituita dalle case vinicole **Caldirola** e **Morando** e sono suddivisi tra i marchi La Vignetta, Maestri Cantinieri, Pigiato, Buona vendemmia e altri. Per Caldirola, in particolare, il mercato brik vale circa 20% del fatturato totale. Come spiega il direttore commerciale Luigi Maggioni è in parte realizzato con La Vignetta (“l'alter ego di Tavernello e San Crispino”), in parte con le private label prodotte per le principali catene della distribuzione moderna, tra cui Carrefour, Auchan, Bennet, Despar, Gigante,

Agorà. Ad esclusione di Conad e Coop che sulle Pl lavorano con Caviro e Cevico. “Nel 2015 registriamo una crescita a volumi dell'8,3% e negli ultimi tre mesi notiamo una stabilizzazione dei prezzi, tornati a quote più normali dopo i forti rialzi dello scorso biennio. Il prodotto a marchio però sta soffrendo, perché l'attuale posizionamento tra leader, follower e Pl non è del tutto corretto: noi follower dovremmo stare a una decina di centesimi sotto il leader, ma con un gap più ampio rispetto al prodotto a marchio”. Sul fronte qualità, l'azienda di Missaglia, all'avanguardia sui processi produttivi con una gamma di formati ampia, punta a mantenere i livelli di fornitura da filiere nelle quali “è garantita una qualità costante delle uve e dei vini con chiarezza sugli accordi reciproci. Preferiamo spendere un po' di più, ma dare ai consumatori delle sicurezze. Del resto” dice Maggioni “se dovessimo commettere errori a subire danni sarebbe tutta l'Italia del brik. E noi non vogliamo commetterli”.

CHI INVECE, DA GRANDE PRODUTTORE DI BRIK, CI HA rinunciato in toto per approdare al vetro è la Cielo e Terra, azienda vicentina del gruppo Cantine Colli Berici e partner del consorzio Collis. Fino pochi anni fa la cantina produceva oltre 20 milioni di litri in brik, mentre oggi è leader del vino in bottiglia per volumi venduti in Gdo, col marchio Freschello che, incluso l'export, è prodotto in 10,3 milioni di bottiglie, pari al 35% della produzione aziendale. “Uscire dal brik è stata per noi una scelta strategica derivata dal fatto che i margini di profitto erano bassi. Dopo quella decisione, di fatto abbiamo riscontrato una crescita dei ricavi, considerando anche il risparmio nelle fasi produttive rispetto alla coesistenza tra brik e bottiglie”, spiega Mario Magnabosco, direttore vendite Italia. Cielo e Terra è stata tra i più importanti fornitori di Pl in Gdo: “Fino a quando non si è fatto un discorso di puro prezzo. E con 4 mila ettari di vigneto e una filiera da 2 mila viticoltori non potevamo coesistere con le continue richieste al ribasso”.

chiaretto.
CONSORZIO TUTELAVINO
BARDOLINO DOC

PIZZA & CHIARETTO

abbinamento perfetto



LE PIZZERIE PROTAGONISTE DEI PROSSIMI APPUNTAMENTI

27/04 | Apogeo Giovannini
via Pisanica, 136 - Pietrasanta (LU) - Tel. 0584793394

MASSIMO GIOVANNINI

02/05 | 50 Kalò
p.zza Sannazaro, 201 b - Napoli - Tel. 08119204667

CIRO SALVO

05/05 | Montegrigna by Tric Trac
via Grigna, 12 - Legnano (MI) - Tel. 0331546173

BRUNO DE ROSA

10/05 | inFucina
via G. Lunati, 25/31 - Roma - Tel. 065593368

EDOARDO PAPA

GAMBERO ROSSO®

**PRENOTA
LA TUA SERATA**

Può un Paese musulmano rivelarsi un buon mercato per il vino? Il Gambero Rosso è stato negli Emirati Arabi, dove l'Italia sta soffiando il secondo posto all'Australia. A fare da apripista alberghi e ristoranti. E adesso anche i primi eventi enologici...

A Dubai la prima manifestazione internazionale del vino è italiana

▲ a cura di Marco Sabellico

IL 16 APRILE A DUBAI SI È TENUTA LA PRIMA DELLE due tappe speciali del Top Italian Wines Roadshow, che quest'anno è arrivato alla nona edizione. Nella Grand Ballroom del Palazzo Versace, uno degli alberghi più belli dell'emirato, raccogliendo l'invito di uno straordinario collezionista e conoscitore di vini, Yogesh Metha, titolare della Petrochem, l'équipe del Gambero Rosso ha portato ben 30 aziende italiane con i loro vini, che hanno potuto così incontrare un folto pubblico internazionale appassionato di vino e gastronomia. "Dubai ha una popolazione residente di due milioni e mezzo di persone, di cui l'85% stranieri" ci dice **Giovanni Favilli**, il Console Generale d'Italia "la maggior parte dei quali di origine orientale, prevalentemente indiani; a questi si somma un flusso turistico imponente. Parliamo di oltre 14 milioni di visitatori l'anno, che ne fanno la quarta meta turistica mondiale dopo Londra, Parigi e Bangkok. È un mercato importantissimo per l'Italia, anche nel settore enogastronomico. E in crescita vivace e costante". "Volevo realizzare un grande evento enologico" ci ha det-

to **Yogesh Metha**, che vanta una delle più belle cantine private dei sette Emirati, con oltre 5500 bottiglie di grandi vini da tutto il mondo "Amo immensamente i vini italiani, e grazie al Gambero Rosso ho potuto realizzare questa grande festa del gusto italiano. Gli chef di Palazzo Versace - Marco Medaglia in testa - hanno realizzato un menù eccellente. E il recital dei cantanti lirici che hanno intonato arie d'opera italiane ha contribuito a creare un'atmosfera incredibile".

Ma il vero grande protagonista è stato il vino, come ci hanno confermato gli appassionati e gli operatori professionali, gli chef e i sommelier che sono intervenuti numerosissimi. "È stato un grande evento, il primo da anni qui a Dubai" conferma **Piero Giglio**, manager di uno dei più prestigiosi locali della città dei grattacieli, il Qbara "ed è incredibile vedere insieme nelle Masterclass e nella sala gli operatori delle due uniche aziende d'importazione dello stato, MMI e African & Eastern, che di solito si evitano accuratamente. Un grande successo del vino italiano!".

SE LA SCENA LOCALE È DOMINATA DAL VINO FRANCESE, l'Italia sta portando via il secondo posto agli au- >>



» straliani, che qui hanno sempre avuto un mercato importante. “Sono ormai 150 milioni di dollari, tra retail e ristorazione” racconta **Viktoryia Toma**, marketing manager della African Eastern, che abbiamo incontrato il giorno dopo in uno speciale evento che ha coinvolto alcuni produttori del Roadshow nel blasonato ristorante Roberto’s per un altro tasting pubblico. “Il vino italiano comincia ad essere una presenza importante, circa il 20% del nostro fatturato. Eventi come quello del Gambero Rosso sono importantissimi. E hanno dato una scossa anche a noi importatori, facendoci conoscere aziende nuove interessantissime”. Consumare alcol non è facile a Dubai, ma nemmeno difficile come in altri Paesi di fede islamica. “I non musulmani non hanno restrizioni al consumo, e in tutti i grandi alberghi e nei locali la vendita è libera” ci dice **Luca Gagliardi**, manager di RTrader, gettonatissimo jazz club e american bar stile speakeasy “ma per l’acquisto nei rivenditori autorizzati i non musulmani residenti devono munirsi di una speciale licenza che viene rilasciata solo a chi lavora. Dubai è una grande meta internazionale, in crescita vertiginosa di consumi: cibo e vino italiani sono gettonatissimi... Qui la burrata è il piatto nazionale, e si beve sempre più italiano”.

“È STATA UN’ALTRA TAPPA IMPORTANTE DEL CAMMINO internazionale del Gambero Rosso” ha detto il presidente **Paolo Cuccia** al termine del suo intervento “Siamo arrivati a festeggiare i nostri trent’anni con una serie incredibile di eventi nel mondo - oltre quaranta l’anno - anche con nuovi format come il Top Italian Food and Beverage Experience. Voglio dare atto di questi successi al nostro team internazionale, guidato da Tiina Eriksson”. Dopo il Food and Wine festival di Palm Springs di cui vi racconteremo presto, a maggio sarà la volta delle tappe del World Tour in Estremo Oriente. Seguiteci!

EMIRATI ARABI - DUBAI

L’export italiano di vino e mosti per gli Emirati nel 2015 è stato di **10,3 milioni di euro** contro i **9,5 milioni del 2014**.

Quindi un **miglioramento di circa 9%**.

Per quanto riguarda le quantità, siamo passati da **18 mila a 19,5 mila ettolitri** con un **incremento di oltre 8,3%**.