anno 7 - n. 31 - 28 luglio 2016

trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

VINO E STARTUP LE NOVITÀ DIGITALI D'AUTUNNO

IMPORT
Mercato mondiale in crescita in 5 mesi. Bene Italia, ma Francia e Spagna fanno meglio *pag.* 2

OCM
Quali progetti saranno finanziati per il 2016-2017? Il Mipaaf pubblica la graduatoria *pag.* 2

VENDEMMIA
In Francia previsioni al ribasso: 44 mln/hl. Intanto l'Italia stacca a Menfi i primi grappoli *pag.* 7

STARTUP
Dal Wikipedia del vino al Tripadvisor delle cantine. Storie dell'Italia che produce *pag.* 10

QUOTE ROSA
In arrivo la legge sulla parità di genere nei consorzi: ma quanti sono in regola? *pag.* 14

Solo su sky Canale 412

Nei top ten market l'Italia fa +4%, ma Francia e Spagna corrono più veloci. Bene Russia e Cina, dove il libero scambio fa decollare gli australiani (+43%)

Cinque mesi di segno più per l'Italia, ma c'è chi fa meglio, ovvero Francia e Spagna, in un mercato dei vini mondiali che da gennaio a maggio 2016 registra una crescita delle importazioni complessiva del 3,8%, a oltre 7,3 miliardi di euro. Dieci grandi piazze che valgono il 70% dell'import mondiale di vino in valore. A crescere sono soprattutto Stati Uniti e Giappone, rileva Wine Monitor, per oltre il 4%; in calo ci sono Germania (-6,2%) e Uk (-5,6%), mentre la Russia riprende a salire (+9%) dopo due anni di calo. Bene anche la Cina, con +9% a valore a quota un miliardo di euro. Francia e Spagna però vanno a velocità doppia rispetto all'Italia, con percentuali superiori all'8% per entrambi. Per gli iberici, in particolare, si allargano le quote degli sfusi, soprattutto verso la Russia, ma anche verso Usa (+8%) e Cina (+42%).

Che succede all'Italia? "*L'import di vino italiano*" spiega il responsabile Wine Monitor, Denis Pantini, "*continua a essere trainato dagli spumanti, con oltre il 20%, mentre i fermi imbottigliati fanno appena +1%*". Questo segmento, tuttavia, se è vero che non brilla negli Usa (+2%) sta recuperando in Cina (+42%) e Russia (+16%). Sempre in terreno positivo gli spumanti italiani, con il Prosecco che cresce in Francia: "*In 5 mesi l'import in Francia di spumanti Dop italiani, escluso l'Asti, è praticamente raddoppiato sul 2015 passando da meno di 9 mila a quasi 19 mila ettolitri, per un valore corrispondente di 6,5 milioni di euro*".

Capitolo Cina: qui l'Australia sta invadendo il mercato. Merito di un accordo di libero scambio attivo da dicembre 2015 (azzeramento dazi all'import per il vino entro il 2019). Risultato? In 5 mesi l'Australia fa +43% "*portando la relativa quota dal 16% di due anni fa*" conclude Pantini "*al 25% di tutti i vini importati in Cina*".

IMPORT VINO NEI PRIMI DIECI MERCATI

Mercati di import	gen-maggio 2015 (Milioni €)	gen-maggio 2016 (Milioni €)	variaz 16/15 (%)
Stati Uniti	1.910,6	1.996,3	4,5%
Regno Unito	1.451,1	1.369,2	-5,6%
Germania	981,9	921,3	-6,2%
Cina	638,9	905,2	41,7%
Svezia*	178,9	190,5	6,5%
Canada	620,9	589,6	-5,0%
Giappone	475,8	495,5	4,1%
Svizzera	372,6	381,7	2,5%
Francia	250,9	286,7	14,3%
Russia	188,5	205,0	8,8%
TOP 10	**7.070,1**	**7.341,0**	**3,8%**

* gennaio-aprile

fonte Nomisma Wine Monitor

Bando Ocm per i Paesi Terzi: ecco a chi sono stati assegnati i finanziamenti 2016-2017

Pubblicata sul sito del Mipaaf la graduatoria dei bandi Ocm Vino-Misura Promozione sui mercati dei Paesi terzi per l'annualità 2016-2017, destinati ad aziende associate o consorziate. In tutto sono stati stanziati 26,6 milioni di euro per 18 progetti finanziati, che riceveranno un 25% della richiesta dal Ministero, l'altro 25% dalle Regioni di riferimento. C'è parecchio mercato statunitense nelle proposte accolte, ma anche quello asiatico e non manca l'attenzione a mercati meno probabili, quali Bolivia, Messico, e Cile, o a quelli considerati "persi" - almeno per il momento - come la Russia. Il massimo del contributo erogato è di 2,9 milioni di euro, assegnato a Congafri Promotion Scarl per il progetto "Top Italian Wines in Canada, Brasile, Cina, Hong Kong, Giappone, Corea del Sud, Svizzera, Norvegia (2017/2018). In termini di punteggio, invece, intasca il primo posto in graduatoria Veronafiere per il progetto presentato in partnership con la società fiorentina Business Strategies: "Italian Wine Channel" (75 punti) rivolto a Cina e Hong Kong: è la prima volta che l'ente fieristico veneto decide di utilizzare lo strumento Ue per la promozione del vino. Totale del finanziamento, 1,7 milioni di euro per un costo totale previsto di 3,5 milioni di euro.

Per la graduatoria completa clicca qui

GRADUATORIA OCM VINO (ordine di finanziamento)

SOGGETTO	PROGETTO	CONTRIBUTO	PUNTEGGIO	REGIONI COINVOLTE
1. Confagri Promotion Scarl	Top Italian Wines in Canada, Brasile, Cina e Hong Kong, Giappone, Corea del Sud, Svizzera, Norvegia 2017 e 2018	2.930.542,37	35	19
2. Istituto del Vino Italiano di Qualità Grandi Marchi	Italian Wine Tour 5	2.580.718,09	35	19
3. Istituto del Vino Italiano di Qualità Grandi Marchi	Italian Wine Tour 4	2.418.055,02	35	20
4. Confagri Promotion Scarl	Top Italian Wines in USA	2.370.688,65	35	15
5. Consorzio Italian Essence	Extraordinary Wines	1.983.327,00	75	11
6. Consorzio Experience Italy	Divine Wines	1.930.884,00	75	11
7. Cavit S.C.	Cavit the 1 Wine in America	1.791.000,00	40	non pervenuto
8. Confagri Promotion Scarl	Top Italian Wines in Russia e Ucraina 2017 e 2018	1.744.567,73	35	19
9. Costituenda Ati Vinitaly International	Italian Wine Channel	1.706.888,00	75	12
10. Enoné - Rete d'impresa	Promozione del vino sul mercato delle Americhe	1.444.931,04	75	4

fonte Mipaaf

STRATEGIE. SOLIDO TRENTINO FRA PRESENTE E FUTURO

Diecimila ettari di vigneto, 44 milioni di bottiglie, un distretto delle bollicine distintive da 8 milioni di bottiglie, quasi 2 milioni di turisti l'anno che fruiscono dei servizi d'hotel a 4-5 stelle, il museo Mart che registra da solo 250 mila ingressi annui. Tutto gioca a favore del Trentino e delle sue opportunità di sviluppo: un mondo coerente tra attività imprenditoriali e crescita sostenibile del territorio. Il comparto del vino è tra i volani per attrarre e sviluppare il brand di questa macro area, il cui prodotto interno lordo somiglia più a quello della Germania che non all'Italia. Per alcuni aspetti, qui sono rappresentate alcune tra le migliori realtà vitivinicole: Balter, Abate Nero, Letrari, Pojer & Sandri, Cavit, Mezzacorona, San Leonardo, Foradori, Ferrari, marchio icona del life style e del made in Italy. E anche un gigante ferito come la Cantina La Vis, conclusa la fase di commissariamento, è al lavoro con nuovo management. Dicevamo 44 milioni di bottiglie, produzione destinata a crescere sfruttando da un lato il "fenomeno" degli spumanti italiani, dall'altro la "Star internazionale" il Pinot grigio, che dovrebbe ottenere a breve la propria specifica Doc interregionale, nell'ambizioso progetto di cui il Trentino fa parte assieme a Veneto e Friuli. Il vigneto del Trentino è fatto per circa il 70% da vitigni a bacca bianca, per un 30% Pinot grigio, che conta anche rossi autoctoni di spessore come il Teroldego o Marzemino. La scommessa del Consorzio di tutela e di tutto il sistema vino locale è di rinunciare progressivamente, e strategicamente, al vino sfuso circolante per sfruttare quei quasi 10 milioni di bottiglie potenziali ancora non utilizzati. La domanda è: dove e come collocarli? Il sogno è farlo nei mercati internazionali. Sicuramente almeno un 50-60% dovrà essere costituito da spumanti. Del resto, il mondo sta chiedendo e chiederà bollicine. La recente iniziativa di una grande coop come Cavit (che proporrà uno charmat extra dry sotto la Igt Dolomiti) lo testimonia. E il Consorzio, che ha intrapreso un coraggioso percorso green e sostenibile, con l'obiettivo di raggiungere a breve la certificazione ministeriale delle uve da produzione integrata (anche se proprio Cavit, per il 2016, non applicherà la certificazione Sqnpi), dovrà insistere su questa strada.

Lorenzo Tersi wine advisor | segreteria@ltadvisory.it

Accordo Alibaba-Vino75 per selezionare le etichette italiane della giornata del vino del 9 settembre. Entro pochi mesi il flagship store della piattaforma fiorentina

Buone notizie per il vino italiano in Cina. L'enoteca online fiorentina, Vino75.com, è stata scelta da TMall Direct, piattaforma online del colosso cinese Alibaba, per portare il vino italiano in uno dei più grandi mercati mondiali in occasione della giornata del vino del prossimo 9/9, annunciata, allo scorso Vinitaly, dal presidente di Alibaba, Jack Ma insieme al premier Matteo Renzi. In pratica TMall ha acquistato da Vino75 un primo assortimento rappresentativo della produzione italiana.

"*Ci hanno chiesto di scegliere in base a dei criteri ben precisi, tra cui quello del prezzo non troppo alto*" spiega a Tre Bicchieri Andrea Nardi Dei, ceo del portale "*Così, abbiamo proposto circa 80 vini per rappresentare al meglio tutta l'Italia, cercando, in parte, di sdoganare la questione prezzi-bassi e di proporre denominazioni di una certa importanza, ma ancora poco conosciute in Cina. Penso ad esempio al Brunello di Montalcino. Infine, tra le nostre proposte, Alibaba, ha scelto nove etichette di altrettante denominazioni*". Quali? Ci saranno un Amarone della Valpolicella Docg, un Marche Igt, un Barbera d'Asti Docg, un Barolo Docg, un Umbria Igt, un Valpolicella Ripasso Superiore Docg, un Chianti Docg, un Toscana Igt e un Brunello di Montalcino Docg. Poco Sud, ma una selezione non scontata e sicuramente non giocata al ribasso.

"*Siamo molto contenti del lavoro fatto*" continua Nardi Dei "*e ci auguriamo, col tempo, di poter portare in Cina molte altre cantine e denominazione, anche al di là della giornata del vino*".

Vino75, infatti, sbarcherà su Alibaba anche con un proprio flagship store, che dovrebbe essere attivo dall'11/11 con un'offerta molto più ampia di etichette. Sarebbe la prima piattaforma italiana di e-commerce di vino a farlo, mentre nei mesi scorsi vi aveva già fatto capolino la cantina Mezzacorona. E oggi sarebbe pronta al lancio anche la cordata di sette imprenditori del vino, raccolti sotto l'insegna Italian signature wines academy: Allegrini, Arnaldo Caprai, Feudi di San Gregorio, Fontanafredda, Marchesi de' Frescobaldi, Planeta e Villa Sandi.

"*Ad oggi*" conclude il ceo della piattaforma "*il vino italiano rappresenta solo il 6% della totalità commercializzata online in Cina, una percentuale bassissima se confrontata con quella dei nostri cugini francesi, che rappresenta attualmente il 55%. Se vogliamo vedere il bicchiere mezzo pieno, ciò significa che il mercato potenziale è enorme e siamo confidenti nel riuscire a colmare in poco tempo questo gap*". – ***L. S.***

Cavit sospende la certificazione Sqnpi. Lutterotti: "Non è passo indietro, occorre più tempo"

Per il 2016 niente certificazione di produzione integrata con il marchio Sqnpi. La grande realtà cooperativa di Cavit (168 milioni di fatturato nel 2015) ha deciso, dopo un confronto con le dieci cantine associate (4.500 i viticoltori), di sospendere e rinviare la data di certificazione. Il Consorzio vini del Trentino di tutela ha preso atto della decisione, che allunga i tempi di raggiungimento degli obiettivi di greening. Due i motivi che hanno spinto verso questa strada il cda della cantina, che rappresenta il 60% della produzione di vino di tutto il Trentino. Li spiega a Tre Bicchieri il presidente Bruno Lutterotti: "*La certificazione Sqnpi è un processo molto serio che va comunicato nel dettaglio a ogni singolo associato delle nostre dieci cantine. Considerando, quindi, che a livello ministeriale il protocollo è stato chiuso appena qualche settimana fa, tra l'altro con ripetuti aggiornamenti, correzioni e revisioni, abbiamo ritenuto opportuno non affrettare le cose e dare agli associati più tempo. La fretta può generare confusioni e imperfezioni e noi vogliamo fare le cose bene, raggiungendo tutte assieme l'obiettivo*". L'altra ragione è legata al meteo: "*Le piogge frequenti hanno messo in difficoltà i viticoltori di alcune aree di pianura nella conduzione del vigneto, in relazione ai protocolli di difesa dalle fitopatie*". Tuttavia, per Cavit, impegnata anche col progetto Pica sulla viticoltura sostenibile, il cammino verso la certificazione integrata "*non si ferma*", garantisce Lutterotti: "*Non siamo contro questo obiettivo. Anzi, lo riteniamo fondamentale. Ma il 2016 per noi sarà un anno di stress test. Andremo avanti come se dovessimo applicare gli schemi dell'Sqnpi, confrontandoci coi viticoltori e dando loro tempo per chiedere chiarimenti. In modo da essere pronti nel 2017*". – ***G. A.***

Poderi Luigi Einaudi, dopo Cannubi e Costa Grimaldi anche 4 ettari di Barolo Bussia

Ancora movimenti in zona Barolo. La Poderi Luigi Einaudi, società fondata dal primo presidente della Repubblica italiana nel 1897, si è assicurata 9 ettari di vigneti, di cui 5 a Barbera e 4 a Nebbiolo da Barolo nella sottozona Dardi di Bussia, cru di Monforte d'Alba. Non è stata resa nota la cifra investita. A vendere è la famiglia Dardo che da diversi anni aveva affittato ai cugini Alessandro e Gian Natale Fantino. **La tenuta si aggiunge ai 54 ettari di vigne di proprietà, che consentono all'azienda da 150 ettari complessivi** e guidata da Matteo Sardagna Einaudi (quarta generazione) di produrre anche i cru Cannubi (acquisito dai Gancia nel 1998) e Costa Grimaldi, oltre al Dolcetto di Dogliani. Saranno 25 mila le bottiglie che si aggiungeranno alle 320 mila della cantina, che tra Doc e Docg conta 13 etichette. "*Siamo orgogliosi di poter lavorare a un altro grande vigneto, a mio parere l'unico modo per fare grandi vini. All'estero, nei mercati più attenti e sensibili*" sottolinea Sardagna Einaudi "*si sta sempre più differenziando il carattere dei vini Barolo in base alla sottozona. Ormai ci sono ristoranti prestigiosi in cui le carte dei vini sono divise per comune di produzione*".

La Versa, si tenta il salvataggio con l'affitto d'azienda

Due colpi ai fianchi, come l'arresto dell'ad Abele Lanzanova e la dichiarazione di fallimento arrivata qualche giorno dopo, non hanno steso definitivamente la Cantina La Versa, marchio dell'Oltrepò Pavese con 111 anni di storia. Il momento è delicatissimo: dopo il pronunciamento del Tribunale di Pavia, la Cantina è in mano al curatore Luigi Spagnolo (Foro di Milano). Per la prossima vendemmia che parte a fine agosto, gli ex soci viticoltori (oltre 320) conferiranno con buona probabilità le uve ad altre cantine del territorio. "*A meno che*" come spiega Cesare Dezza, ultimo presidente in ordine di tempo "*non arrivino al curatore manifestazioni di interesse per l'affitto dell'azienda. I tempi sono stretti. Questo consentirebbe quantomeno di lavorare le uve del 2016, mantenere l'operatività delle strutture e non far perdere valore*". In gioco ci sono, oltre all'immagine, i posti di lavoro e l'economia di decine di famiglie, compresi di debiti nei confronti di soci e fornitori. "*È chiaro*" aggiunge "*che si dovranno valutare in seguito anche proposte d'acquisto, se queste, come spero, ci saranno*". Di sicuro, se qualcuno arriverà dovrà prendere l'azienda in toto: "*Non va spezzettata e dovrà valorizzare le produzioni locali*". Compito del curatore, che è al lavoro su uno specifico bando di gara, sarà valutare la proposta migliore ed evitare così la chiusura definitiva di un pezzo di storia dell'Oltrepò. – ***G. A.***

Lugana, ripiantare gli alberi estirpati per "colpa" delle vigne

Mai più alberi sacrificati per far spazio ai vigneti. È questo in sintesi il senso del progetto del Consorzio Lugana "Lugana per l'Ambiente e l'Ambiente per il Lugana". Nella pratica, ogni esemplare estirpato per creare nuovi filari verrà reimpiantato a spese delle aziende vinicole su un terreno proprio o pubblico, in collaborazione con le amministrazioni locali. Il tutto a prezzi agevolati grazie all'accordo con le Associazioni Florvivaisti Venete e Lombarde, partner del progetto. Quello dell'estirpazione degli alberi è, infatti, un problema reale, dato che nel solo 2015 sono stati piantati 139 nuovi ettari di Lugana. "*Quello che proponiamo è un modello virtuoso che ci auguriamo possa essere replicato*" afferma il presidente del consorzio, Luca Formentini "*Vogliamo essere promotori di una viticoltura sostenibile, che sappia bilanciare gli aspetti produttivi con la salvaguardia del territorio. Un vino di qualità nasce da un territorio di qualità e contribuisce alla sua valorizzazione. E il Lugana è un distretto che esprime questo concetto in pieno*". A settembre la prima consegna di 150 piante al Comune di Desenzano del Garda.

Falsi vini costano all'Europa 1,3 miliardi. L'Italia perde 162 milioni

Ogni anno la contraffazione fa perdere all'Europa il 4,4% delle vendite legittime di bevande alcoliche e il 2,3% dei vini, per un costo di 1,3 miliardi di euro. L'ultimo studio di Euipo, l'ufficio europeo per la proprietà intellettuale (sono sette gli studi precedenti, il primo sulle bevande), stima che queste mancate vendite si traducono in una perdita diretta di 4.800 posti di lavoro nei relativi settori: i produttori in regola, infatti, assumono meno personale di quanto avrebbero fatto in assenza di contraffazione. A questi, secondo Euipo, si devono aggiungere 18.500 posti di lavoro persi per l'economia dell'Ue: 8.600 in agricoltura e 1.300 nell'alimentare. Considerando i singoli Paesi, l'Italia, nei settori vino e alcolici, perde ogni anno 162 milioni, il 2,7% del mercato complessivo, a cui vanno aggiunti 18 milioni l'anno di mancate accise. In Francia, il costo della contraffazione è di 136 milioni più 100 di accise; in Spagna, 263 milioni più 90 di accise; in Germania 140 milioni più 65 di accise; nel Regno Unito si stimano 87 milioni l'anno (25 di alcolici e 62 di vini) con mancate accise per 197 mln.

Appello di Avito alla Regione: "Ancora danni da ungulati, applicare la Legge obiettivo"

Se l'uva va ai cinghiali e ai caprioli invece che finire in cantina il problema è molto grave. Questo hanno ribadito i Consorzi toscani del vino all'assessore regionale all'Agricoltura, Marco Remaschi. Avito lo ha incontrato per riaffermare che la recente "Legge obiettivo" approvata dal Consiglio Regionale è una buona legge "*ma va concretizzata*" perché "*continuano come prima tutte le problematiche relative ai danni alle colture e ai vigneti*". Cosa non va, secondo i viticoltori? "*Occorre definire rapidamente la suddivisione tra aree vocate e non vocate* (dove applicare o meno una gestione conservativa della fauna; ndr), *così come vanno decisi i campi di azione dei soggetti coinvolti e, infine, semplificare i passaggi burocratici*". Secondo il presidente del Consorzio Chianti, Giovanni Busi, i danni da ungulati rappresentano il 5-7%. Avito chiede risposte urgenti, che passano però dalla disponibilità di associazioni venatorie, ambientaliste e associazioni professionali agricole a fare un passo indietro "*rinunciando ciascuno*" rileva Avito "*a un po' delle cose a cui è interessato per dar corpo ad accordi che consentano di fare un decisivo passo in avanti*". La Toscana è la regione europea col maggior numero di ungulati con una concentrazione quattro volte superiore alla media italiana: oltre 400 mila (200 mila cinghiali e altrettanti caprioli), più 8 mila daini e 4 mila cervi. La Legge obiettivo punta a abbatterne 150 mila in 3 anni.

Addio al professor Dubourdieu, uno dei massimi esperti di vini al mondo

Vino in lutto per la scomparsa del professore Denis Dubourdieu, uno dei massimi esperti del settore al mondo. Classe 1949, "le professeur" si è laureato all'Università di Agronomia di Montpellier, per poi svolgere la sua attività di docente all'Univesité de Bordeaux dove ha fondato e dirigeva l'Institut des Sciences de la Vigne et du Vin. Era conosciuto anche come "le pape du blanc", per il grande contributo dato al miglioramento dei vini bianchi di Bordeaux. Ricordiamo a tal proposito lo studio sulle molecole responsabili degli aromi nelle uve Sauvignon Blanc. Troppo lunga la lista di consulenze nei vigneti di tutto il mondo. In Francia ha lavorato, tra gli altri, con Château d'Yquem, Cheval Blanc e Margaux, ma conosceva bene anche l'Italia, dove ha fornito le sue preziose consulenze per cantine come Zonin e Lungarotti. Proprietario a sua volta di diversi Châteaux, per lui, il 2016, si era aperto con il riconoscimento "Man of Year 2016" della prestigiosa rivista Decanter.

ENO MEMORANDUM

fino al 1 agosto
Mostra del vino
Vallonto di Fontanelle
(Treviso)

fino al 20 agosto
Montecarlo jazz&wine festival
Montecarlo (Lucca)
comune.montecarlo.lu.it

fino al 25 agosto
Marsala DOC film
Marsala (Trapani)

fino al 30 agosto
CinemaDivino
rassegna itinerante
nelle cantine italiane
cinemadivino.net

29 luglio
Vino è Musica 2016
Grottaglie
fino al 30 luglio
vinoemusica.it

4 agosto 2016
Spatium Pinot Blanc
San Michele Appiano
(Bolzano)
eppan.com

5 agosto
33° edizione di Bancarel'vino
Mulazzo (Massa Carrara)
fino al 7 agosto

6 agosto
Calici di Stelle 2016
In tutta Italia
nelle cantine associate
al Movimento Turismo Vino
fino al 14 agosto
movimentoturismovino.it

27 agosto
Vineyard Tour 2016
Menfi (Agrigento)
fino al 28 agosto
vineyardtour.it

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Lorenzo Tersi
progetto grafico
Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago
foto
Vino à Porter
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

TRE BICCHIERI VI AUGURA BUONE VACANZE E VI DÀ APPUNTAMENTO AL PRIMO DI SETTEMBRE.

Tuttavia, nel mese di agosto continueremo a farvi compagnia con tre numeri monografici da collezionare. Si inizia il 4 agosto con uno Speciale dedicato alla Brexit e alle conseguenze sulla wine economy e sugli scambi tra l'Italia e l'Inghilterra. L'11 agosto sarà la volta dello Speciale Il Mio Export, con le migliori risposte che i produttori hanno dato, negli ultimi 12 mesi, sulle loro esperienze all'estero. Infine, il 25 agosto toccherà allo Speciale Sostenibilità per capire a che punto è l'Italia e fare il punto su progetti e risultati con i maggiori esperti del settore. Da settembre, invece, dopo il successo dello scorso anno, ritorna la raccolta foto "Vendemmiamo strano". Inviateci le vostre foto a settimanale@gamberorosso.it

Buona vendemmia!

Francia, stime produttive in ribasso a 44 milioni. E lo Champagne perde il 32%

Non sarà la Francia, molto probabilmente, il primo produttore mondiale del 2016. Le prime stime ufficiali sulla produzione di vino diffuse dal ministero dell'Agricoltura parlano di 44 milioni di ettolitri, che equivale a un -8% sul 2015 e a un -4% rispetto alla media degli ultimi cinque anni. In sostanza, è una delle peggiori annate. La fase fenologica è quella della chiusura dei grappoli e i dati potranno variare nei prossimi mesi. Le cause, secondo il monitoraggio affidato ai tecnici della rete regionale di France Agrimer, sono legate alle lunghe gelate di primavera, alla grandine e alle malattie della vite, su tutte la peronospora. **Vita dura in particolare per i produttori di Champagne, dove sono stati colpiti 4.600 ettari e dove la produzione è stimata in forte calo del 32%**, per gli attacchi combinati di peronospora e muffa grigia. Borgogna e Beaujolais non se la passano meglio, con gelo, grandine e fitopatie che faranno scendere la produzione del 23%, soprattutto nella côte de Beaune, nella côte châlonnaise e nella regione di Yonne. Complicata la realtà della Val de Loire, dove le gelate e la peronospora ridurranno il raccolto di un terzo. Pressoché stabile la produzione in Languedoc-Roussillon, così come nel Bordelais. In crescita del 4% la produzione in Alsazia, mentre nel Sud Est la produzione dovrebbe aumentare dell'1 per cento. – ***G. A.***

STIME DI PRODUZIONE 2016 AL 18/07 (in migliaia di hl)

	media 2011-15	2015	2016	var % 15-16	var % 2016 sulla media
Champagne	2665	2500	1691	-32	-37
Borgogna - Beaujolais	2255	2284	1767	-23	-22
Alsazia	1080	1008	1053	4	-2
Savoia	111	111	110	-1	-2
Jura	81	80	76	-6	-7
Val de Loire	2640	2779	1878	-32	-29
Charentes	8585	9499	8117	-15	-5
Sud Ovest	3404	3527	3503	-1	3
Bordelais	5415	5672	5644	0	4
Languedoc - Roussillon	13320	13650	13500	-1	1
Corsica	331	353	350	-1	6
Sud Est	5416	5594	5656	1	4

Fonte: Ministero Agricoltura francese

Vendemmia 2016 al via. In Sicilia si raccoglie il Pinot grigio

Parte la vendemmia in Sicilia. A muoversi per primi in questo 2016 sono i viticoltori della Settesoli, cooperativa di Menfi da dove provengono queste prime foto della raccolta. **Il vigneto è un Pinot grigio in Contrada Feudotto (Menfi) a 223 metri sul livello del mare.** La raccolta durerà due settimane ed è tutta manuale. Sono solo 266 su 2.000 i soci che coltivano questa varietà. La cantina diretta da Salvatore Li Petri e presieduta da Vito Varvaro stima una resa media per ettaro di 80 quintali. La qualità delle uve, fa sapere la cooperativa, risulta "*eccellente*". – ***G. A.***

Ritorna 'Senza glutine, con Gusto'. Dal 27 agosto su Gambero Rosso Channel

Al via la terza stagione del fortunato programma dedicato a chi vuole mangiare sano e con gusto, ma senza glutine. Circa seicentomila persone hanno dovuto rinunciare al glutine e, quindi, eliminare un numero notevole di ingredienti e prodotti dalla loro dieta. "Senza glutine, con Gusto" è il primo programma tv a proporre ricette "gluten free" che non mortifichino il gusto. **A condurlo ci sarà Marcello Ferrarini, anch'egli celiaco, diventato chef professionista**, imponendosi la missione di offrire nuove opportunità a tutti coloro che a causa della celiachia hanno dovuto bandire molti ingredienti dalla dieta. L'appuntamento è dal 27 agosto, ogni sabato e domenica alle 14, su Gambero Rosso Channel.

Senza glutine con Gusto

DA SABATO 27 AGOSTO IN ONDA LA TERZA SERIE

Marcello Ferrarini torna con tante ricette sfiziose per tutti.
Perchè essere celiaci non vuol dire rinunciare alla buona tavola

SOLO SU GAMBERO ROSSO CHANNEL, IL SABATO E LA DOMENICA ALLE 19:00

IN COLLABORAZIONE CON

Foxy Cartapaglia MASTER · La Veronese Bontà senza glutine · OR SELL Controlla gli alimenti GlutenTox Home · LT Africa Teff · Sarchio · Farabella Benessere in famiglia · Dallatorre Val di Non · Dr. Green Risolì · KENWOOD

Il risveglio della Germania

ph. Messe Düsseldorf Constanze Tillmann

Il mercato tedesco, negli ultimi anni, si è rivelato un po' fiacco, soprattutto per il vino italiano. Ma un recente studio di Wine Intelligence apre buone prospettive per il futuro e fa dire agli analisti inglesi che il Paese ha svoltato l'angolo. Questo mercato, che è al quarto posto nel mondo per consumi, è notoriamente considerato maturo e aperto alle novità. E, rispetto allo scorso anno, sta mostrando segnali di vitalità: innanzitutto, vede crescere (dal 30% al 35%) il numero dei bevitori regolari, che dichiarano grande interesse per il prodotto vino, così come vede aumentare (dal 33% al 39%) la quota di chi considera il vino un elemento importante nel proprio stile di vita. Resta assodato che per i tedeschi il rapporto qualità-prezzo sia sempre un fattore decisivo nella scelta, ma l'interesse per la massima qualità possibile in relazione alla capacità di spesa è cresciuto dal 45% del 2015 al 54% del 2016. A evolversi positivamente è anche la modalità di scelta e l'attenzione del consumatore tedesco prima dell'acquisto, con un occhio più attento rispetto al passato a vitigni, regioni di origine, brand di aziende familiari. "*Quelli della Germania sono cambiamenti certamente non repentini di quanto avviene in altri Paesi meno sviluppati*" spiega il coordinatore di Wine Intelligence, Richard Halstead "*ma non per questo meno degni di considerazione. Il segnale più positivo per l'industria internazionale del vino è l'aumento di interesse e di coinvolgimento dei consumatori, che va di pari passo con la crescita a livello regionale, che è un buon auspicio per i produttori locali*". Nella più importante regione vitivinicola, il Rheinhessen, si registrano i più alti livelli di vendite, con un 23% della popolazione di bevitori regolari che ha acquistato un vino locale. Cosa sta accadendo agli spumanti? I tedeschi stanno diversificando la scelta. E Champagne, Cava e Prosecco sono più richiesti rispetto agli altri anni. Un mercato che si muove. Lentamente. Ma si muove.

IL MIO EXPORT. Francesco Illy – Podere Le Ripi

1. Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?
Possiamo considerare che l'80% del nostro vino viene consumato all'estero, principalmente Nord Europa e Stati Uniti, veramente poco del nostro prodotto viene consumato in Italia.

2. Dove si vende meglio e dove peggio, e perché?
Meglio nei Paesi occidentali, per via della maggiore cultura e apertura mentale, peggio nei Paesi con rigide politiche protezioniste, dove le tasse rendono i nostri prodotti follemente cari.

3. Come sono cambiati l'atteggiamento e l'interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano?
Il mito sta crescendo, noi produttori italiani abbiamo vini fantastici e prezzi onesti, inoltre facciamo un grande lavoro di educazione nei confronti dei turisti che i consumatori di domani. Questo punto è, e sarà sempre, fondamentale per superare i nostri competitor mondiali, che non possono vantare un turismo simile al nostro.

4. Salutiamoci in amarezza: come va con la burocrazia?
Abbastanza male, investiamo tante energie nella burocrazia che potremmo sfruttare per migliorare la qualità o vendere di più, tutte energie che si trasformano in costi.

Le Ripi | Montalcino | Siena | www.podereleripi.it

NEL NUMERO SPECIALE "IL MIO EXPORT" DELL'11 AGOSTO POTRAI LEGGERE LE MIGLIORI RISPOSTE DI QUESTI 12 MESI

Dal Tripadvisor delle cantine al Wikipedia vitivinicolo, fino all'algoritmo del gusto e alla carta dei vini personalizzabile. Sono solo le ultime novità sul mercato. Tutte italiane e tutte molto ambiziose. Cosa ci aspetta per la nuova stagione?

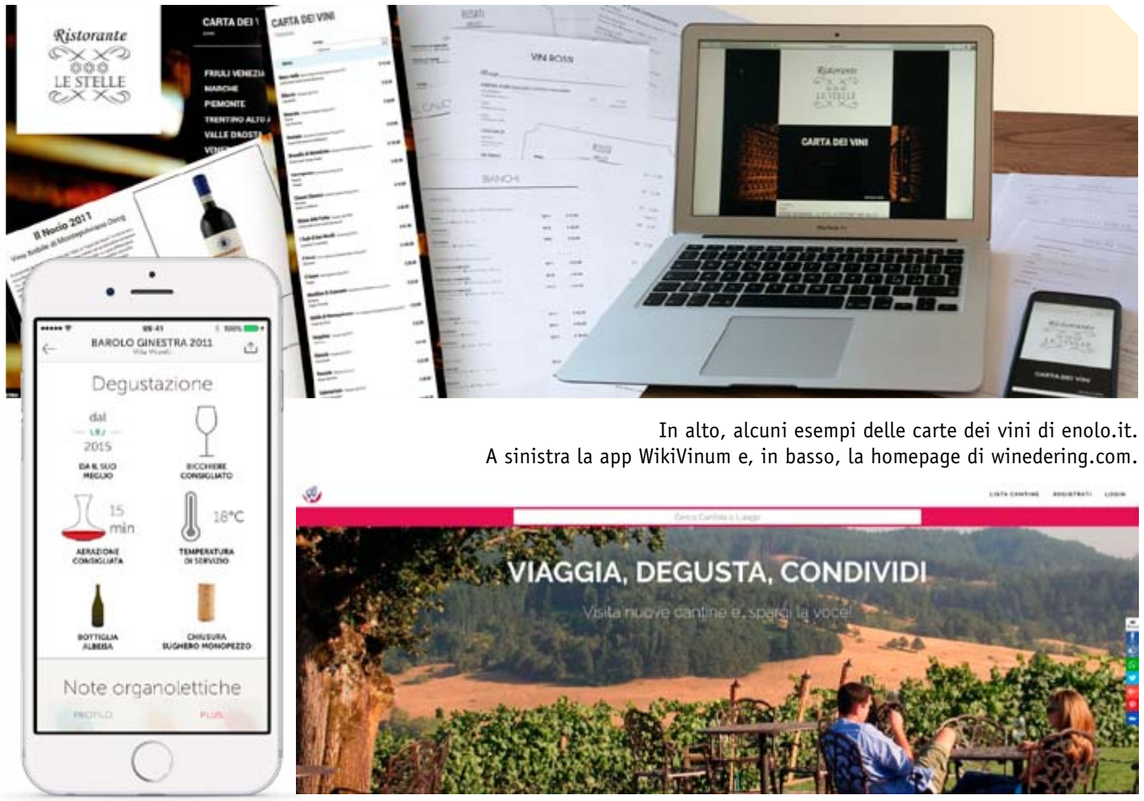
Vino, startup e app. Il punto sulle novità italiane d'autunno

a cura di Loredana Sottile

Di cosa parliamo quando parliamo di vino? Produzione, degustazione, vendita, certamente. Ma anche app, aggregatori, algoritmi, e-commerce di ultima generazione, enciclopedie 3.0. Perché ormai, parliamoci chiaro, al di là dell'offerta classica, c'è tutto un mondo che ruota intorno a bottiglie, cantine, consumatori ed enoteche. Un mondo che viaggia alla velocità della luce: basti dare un'occhiata a tutte le novità che solo nell'ultimo mese hanno fatto la loro comparsa sul web. Quali sono le startup più innovative? In che modo possono fare la differenza? Ne abbiamo selezionato quattro, appena arrivate sul mercato o pronte per il lancio autunnale. Ognuno ha un proprio target e una propria mission ben differenziati, ma tutti sono accomunati dal pensare in grande e credere nel binomio vino-innovazione. E soprattutto dall'essere assolutamente made in Italy.

Winedering: il TripAdvisor del vino

Un anno di gestazione, un mese di vita online e grandi obiettivi per il prossimo futuro. Selezionato e presentato lo scorso giugno in occasione di Digithon (la prima edizione della maratone delle idee digitali, organizzata dal 23 al 26 giugno in Puglia), si autodefinisce il *TripAdvisor del vino*. Si chiama Winedering ed è stato costruito da due ragazzi marchigiani: Stefano Tulli, proprietario di un tour operator e Denis Seghetti che, invece, si occupa di web marketing. "*Tutto è nato da un'esperienza personale*" racconta Stefano "*eravamo in vacanza in Napa Valley alla ricerca da cantina da visitare, ma in questo lungo vialone, fatto di vigneti e di oltre 200 cantine, ci siamo sentiti persi: da dove iniziare? Come selezionare le migliori winery e valutarne l'offerta? Abbiamo provato a cercare informazioni su TripAdvisor, ma non abbiamo trovato nessuna notizia che facesse al caso nostro. Così, ci siamo resi conti che in tutto il mondo non c'è un sito web che parli di visite in cantine, appunto il TripAdvisor, o l'Hertz o il Booking di riferimento per i winelover. Eppure gli enoturisti a caccia di notizie sono 60 milioni, mentre dall'altra parte ci sono 45 mila cantine che non riescono a farsi trovare*". Ecco così spiegati gli obiettivi di Winedering: far incontrare domanda ed offerta, aggregare cantine, eventi, wine tour e degustazioni. E anche recensioni, secondo il criterio democratico tipico di TripAdvisor. Dal lato utente, il funzionamento è molto intuitivo: ci si registra gratuitamente alla piattaforma per recensire una cantina in cui si è stati, valutandola in calici di vino. Inoltre, è possibile fare delle ricerche o per localizzazione geografica o per recensioni. Dal lato cantina, oltre a ricevere le recensioni degli utenti, ci si può "autoproclamare" con una re- »



In alto, alcuni esempi delle carte dei vini di enolo.it.
A sinistra la app WikiVinum e, in basso, la homepage di winedering.com.

» gistrazione gratuita e la possibilità di fornire orari di apertura per visite e degustazioni, informazioni su eventuali posti letto, ristoranti o attività in vigna. "*Ad oggi sono 1400 le cantine registrate, di cui 300 straniere, e 150 gli utenti online*" dice l'ideatore "*ma l'obiettivo è riuscire a coprire in tre, quattro anni, tutte le cantine al mondo e attirare quella fascia di enoturisti legati al web: parliamo di circa 5 milioni di persone*". Se fin qui l'investimento è stato molto ridotto, praticamente meno di un migliaio di euro, presto sarà il momento di trovare investimenti per mettere il tutto a regime. Il modello di business a cui si pensa è quello pay per click, senza tuttavia ignorare gli introiti che possono derivare da consulenze o percentuali su pacchetti enoturistici venduti. Intanto, tra i primi risultati ottenuti in questo mese di rodaggio, la partnership con il Consorzio Colli Orientali e il Movimento Turismo del Vino Umbria. Ed è arrivata anche la prima cantina - l'Umbero Cesari - ad aver stampato il logo/bollino di Winenderig da apporre all'entrata. Chissà non diventi un marchio di fabbrica riconosciuto e utilizzato in tutto il mondo? ***www.winedering.com***

Wikivinum, il Wikipedia del vino

C'è, poi, chi guarda al mondo vitivinicolo come ad enorme database da divulgare. È il caso di WikiVinum, un'applicazione enciclopedica del vino in dirittura d'arrivo, che si pone l'obiettivo di raccogliere tutte le informazioni possibili su vini e produttori (al momento) italiani, secondo criteri chiari e gestiti sinergicamente sia dalle cantine, sia dagli utenti. "*Abbiamo iniziato a lavorarci nel 2013*" ci racconta uno dei soci e il responsabile della comunicazione, Giuliano Morelli "*oggi siamo in dieci, tutti under 40 dislocati tra Aosta, Milano e Torino. Ognuno proveniente da ambiti e esperienze differenti, compresi un enologo e un sommelier*". Tra i criteri di ricerca impostati, ci sono i dati della cantina, il nome del vino, del vitigno, la geolocalizzazione con tanto di mappa, il prezzo, l'abbinamento, ma anche notizie più tecniche, come ad esempio il tipo di affinamento. In cosa si distingue WikiVinum rispetto ai competitor? "*L'oggettività dei dati, prima di tutto*" continua "*le informazioni, infatti derivano direttamente dalle cantine che hanno accesso diretto alla piattaforma. Poi, la sinergia tra queste ultime e i consumatori, che possono avere, a loro volta, una pagina profilo: vini che bevono, wishlist, condivisione sul altri social. Al momento, però, non possono scrivere recensione proprio perché il criterio principale è l'oggettività. In futuro vedremo. Tra gli altri servizi forniti a chi scarica l'app ci sarà la scansione dell'etichetta per avere informazioni sul vino, ma anche la possibilità di essere avvisati, tramite notifica sullo smartphone, quando ci si trova nei pressi di una cantina, grazie a dei ripetitori di segnale bluetooth*".Per poter scaricare l'app, bisognerà aspettare il lancio ufficiale previsto per l'autunno: il tutto gratuita- »

» mente. Il modello di business di WikiVinum è, infatti, l'affiliation delle cantine, sebbene al momento l'iscrizione sia assolutamente free. E se, per iniziare, si punta a ricoprire tutto il territorio, le cantine e i vini italiani - in questa fase sono 500 le cantine in database - non si esclude per il futuro di esportare il modello anche in altri Paesi. A cominciare dalla Francia. Mentre dal lato utente ci si aspetta un riscontro soprattutto estero: "*Immaginiamo*" ci spiega Morelli "*che per circa il 70% i download saranno di stranieri interessati a conoscere meglio il nostro Paese. E, anche in prospettiva, abbiamo già parlato col Mipaaf per capire come poter trovare delle convergenze*". ***aziende.wikivinum.com***

Enolò: una carta dei vini 3.0

Quattro soci da diversi ambiti, tra cui anche uno chef famoso (Marcello Spadone del ristorante La Bandiera di Civitella Casanova, Pescara). Due anni di programmazione per un progetto ampio che va dalla porta della cantina al tavolo da ristorante. Sul piatto investimenti a cinque zeri e un finanziamento dal Ministero dello Sviluppo Economico. È, in breve la scheda della startup Enolò, la piattaforma tecnologica vuole mettere in relazione produttori e operatori del settore ristorazione nell'ottica b2b, un modo per accorciare la filiera vitivinicola e valorizzare il brand aziendale attraverso servizi integrati di web marketing e logistica. Il primo esempio concreto, lanciato da poco più di un mese e che anticipa il lancio degli altri servizi, è la carta dei vini per ristoranti, wine bar, enoteche e così via. "*Troppo spesso le carte dei vini risultano non aggiornate o piene di errori*" spiega uno dei soci, Stefano Baldi "*Enolò dà la possibilità di compilarla in maniera semplice tramite web, personalizzarla e anche stamparla*". Non c'è un'app, ma un portale: "*cartadeivini.wine/nome del ristorante*" con accesso gratuito. Nella versione digitale è possibile inserire parecchie informazioni sul vino, il vitigno e così via, in quella stampata andranno solo alcuni di queste indicazioni, ma con la possibilità per il cliente, tramite codice Qr, di visualizzare la versione digitale completa anche in piena autonomia sul proprio smarthpone.

Ma, come dicevamo, la carta dei vini, è solo il primo dei servizi lanciati. Tra le altre cose, infatti, Enolò si pone come marketplace per l'e-commerce rivolto agli esercizi di ristorazione: in pratica, la cantina decide di destinare a questo tipo di vendita una parte del proprio vino, il ristorante di acquistarlo anche in piccole quantità, Enolò pensa alla logistica, garantendo la consegna entro le 24 ore. "*Una delle novità più interessanti*" spiega Baldi "*è la possibilità per il ristoratore di fare ordini anche e solo relativamente ad una serata, magari su suggerimento di un cliente o per una degustazione particolare. L'acquisto porta anche in modo automatico all'aggiornamento in tempo reale della carta dei vini di cui sopra*". Oggi in database ci sono 2600 etichette, ma gli obiettivi sono quelli di coprire almeno il 70% del territorio nazionale. Il modello di business di Enolò si basa sul prezzo transazione, con l'idea di gestire l'ampia economia di scala.Ed è di qualche settimana anche l'accordo con le Città del Vino, con diversi servizi di logistica forniti ai vini premiati dalla Selezione del Sindaco, compreso logo virtuale e visibilità nelle vetrina di Enolò. ***www.enolo.it***

Vino à Porter: l'algoritmo del gusto

Può un algoritmo svelare le proprie preferenze in fatto di vino? È la scommessa di tre ragazzi trentenni che, in pochi mesi, hanno messo su un sito di e-commerce basato sui gusti degli utenti. Si chiama Vino à Porter (mentre la società si chiama Taste): a maggio è uscita la versione beta, ma quella aggiornata arriverà entro fine agosto. "*Ci siamo accorti che molti nostri coetanei sono attratti dal mondo del vino, ma, allo stesso tempo, lo conoscono poco*" ci spiega uno dei fondatori, Matteo Parisi "*così ci siamo chiesti quale sia il criterio seguito quando ci si trova davanti ad uno scaffale. Di solito esperienza precedente, passaparola o consiglio della persona che hai davanti. Da qui l'idea di creare un sistema di e-commerce personalizzato. Per farlo abbiamo studiato questo algoritmo che, con cinque semplici domande, in meno di un minuto è in grado di fare una prima scrematura sui gusti dei consumatori, proponendo solo i vini consoni alla singola persona*". E per chi volesse, c'è la possibilità di abbonarsi e ricevere, mensilmente un winebox composto in base ai gusti svelati dall'algoritmo. Ma non basta. Altro criterio su cui si basa la piattaforma, oltre a quello del gusto, sarà quello dell'abbinamento. "*Mettiamo che il cliente abbia una cena e voglia portare un vino*" spiega Parisi "*Il nostro portale gli dà la possibilità di fare un semplice test che non si basi solo su abbinamenti classici - cioè carne chiama rosso e pesce chiama bianco – ma su una serie di parametri che mettono insieme gusto personale e abbinamento oggettivo*".

Punti di forza rispetto ai competitor? "*Il nostro target è fatto di consumatori che non sanno cosa scegliere, quindi ci basiamo sul concetto di discovery, puntando a diventare un punto di riferimento per chi si avvicina al vino in modo curioso. Dal lato cantine, cerchiamo di selezionare anche quelle meno conosciute che magari avrebbero difficoltà ad arrivare al grande pubblico*". Al momento sono circa 150 in tutta Italia. Altra novità, attiva da settembre, sarà la consegna in 30 minuti a Milano, in 48 ore in tutto il resto d'Italia. "*Solo in questo modo possiamo essere competitivi rispetto ad una enoteca fisica*" continua il nostro interlocutore "*vedi il caso della cena di cui parlavamo prima. Chiaramente il servizio 30 minuti sarà attivo solo su Milano, dove abbiamo i nostri magazzini. Ma speriamo di poter esportare il modello anche in altre città d'Italia, o anche all'estero, in base a dove avremo maggiore riscontro*". ***vinoaporter.com***

Sarà un autunno caldo sulla parità di genere. La gran parte degli enti sotto il 20%. Federdoc e Aicig preparano il dossier da sottoporre al Mipaaf: "Ecco perché la legge non è applicabile". Colomba Mongiello: "Vigilerò sul rispetto della norma"

Quote rosa nei Consorzi. I conti non tornano

a cura di Gianluca Atzeni

Mancano pochi giorni alla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del "Collegato agricoltura" approvato al Senato nei primi giorni di luglio. Il testo, all'articolo 2 (vedi box), prevede l'introduzione nello statuto dei Consorzi di tutela del settore agroalimentare, pertanto anche in quelli del vino, di criteri che assicurino un equilibrio tra i generi nell'attribuzione degli incarichi all'interno dei consigli di amministrazione. La norma concede sei mesi di tempo per l'adeguamento, a partire dalla data di pubblicazione in Gazzetta. Sei mesi in cui chi non è in regola dovrà mettere mano allo statuto e fare spazio a componenti di sesso femminile per una quota minima che inizialmente è prevista al 20% (un quinto), con l'obiettivo di raggiungere un terzo. Sei mesi che scadranno presumibilmente il prossimo gennaio. Secondo la promotrice del disegno di legge e componente della Commissione agricoltura alla Camera, **Colomba Mongiello** (foto), l'introduzione nel Collegato agricolo della norma sulla parità di genere è sia un modo per valorizzare il ruolo femminile, sia il rispecchiamento della realtà imprenditoriale del comparto agroalimentare italiano: "*Le imprenditrici*" sottolinea la deputata del Partito democratico "*guidano oggi il 30% delle aziende. Ecco perché, come già accade per gli organi direttivi delle società controllate dalle pubbliche amministrazioni, è giusto adeguare gli statuti prevedendo un equilibrio tra i sessi*".

Ma quanti sono i consorzi del vino che riusciranno a rispettare le nuove norme? Com'è l'attuale situazione nei consigli di amministrazione? Da un rapido sondaggio tra i principali enti del comparto emerge che nessuno è in regola con la quota minima del 20%. Vale a dire: tutti dovranno mettere mano allo statuto e, soprattutto, tutti saranno chiamati a rivedere la composizione dei consigli. Molti consorzi hanno appena rieletto i cda e sembra non abbiano tenuto conto dell'imminente entrata in vigore della legge. Ad oggi, quelli interpellati da Tre Bicchieri che risultano quantomeno vicini alla quota del 20% sono cinque: Vino Orcia, Vernaccia di San Gimignano, Prosecco Docg, Soave, Brunello di Montalcino. Il Consorzio del vino Nobile di Montepulciano è addirittura passato da un encomiabile 25% di qualche mese fa all'8,3% con l'ultima tornata di nomine. E ci sono Consorzi, anche importanti, a quota zero (vedi tabella a pagina 16). Cosa succederà a chi non è in regola? "*Si applicheranno le sanzioni già previste per i cda delle controllate*", spiega Mongiello, ovvero la diffida e, in caso di mancata ottemperanza, la decadenza degli organi direttivi. "*Pensiamo di avere dato un tempo sufficiente, la norma prevede, del resto, adeguamenti graduali. Capisco che possano anche esserci dei distinguo ma voglio fare una domanda: è possibile che su dieci persone componenti il cda di un consorzio di tutela non si trovino due donne?*".

La domanda l'abbiamo girata al più importante organismo di rappresentanza dei consorzi delle Doc e delle Docg italiane, la Federdoc. Il presidente, **Riccardo Ricci Curbastro**, fresco di terzo mandato, in una recente intervista a Tre Bicchieri aveva già risposto che la realtà consortile agroalimentare e vitivinicola italiana rende "*inapplicabile*" il nuovo obbligo introdotto dal Collegato agricolo per via della sua "*inidoneità con le caratteristiche del settore*". Niente a che vedere con questioni di principio, precisa il numero uno di Federdoc, ma ciò che non va è il metodo. A spiegare dove sta il punto debole è **Giuseppe Liberatore**, attualmente presidente di Aigic e coordinatore tecnico operativo in Federdoc con l'incarico di curare i rapporti istituzionali della federazione: "*Premetto che i nostri monitoraggi confermano che il comparto vino, rispetto alla quota minima del 20%, è sotto il 17%-18% e che, per quanto riguarda i consorzi* »

COLLEGATO AGRICOLTURA, ART.2 (PARITÀ TRA I SESSI NEI CONSORZI DI TUTELA)

1. All'articolo 53 della legge 24 aprile 1998, n. 128, e successive modificazioni, dopo il comma 17 è inserito il seguente: «17-bis. Lo statuto dei consorzi di tutela prevede che il riparto degli amministratori da eleggere sia effettuato in base a un criterio che assicuri l'equilibrio tra i sessi, ai sensi del regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 30 novembre 2012, n. 251».
2. All'articolo 17 del decreto legislativo 8 aprile 2010, n. 61, dopo il comma 1 è inserito il seguente:
«1-bis. Lo statuto dei consorzi costituiti ai sensi del comma 1 deve prevedere che il riparto degli amministratori da eleggere sia effettuato in base a un criterio che assicuri l'equilibrio tra i sessi, ai sensi del regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 30 novembre 2012, n. 251».
3. I consorzi di tutela provvedono ad adeguare i propri statuti entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, assicurando il rispetto delle disposizioni di cui ai commi 1 e 2. I consorzi di tutela assicurano il rispetto della composizione degli organi sociali in attuazione delle disposizioni di cui ai commi 1 e 2, anche in caso di sostituzione, per tre mandati consecutivi a partire dal primo rinnovo successivo alla data di entrata in vigore della presente legge. Per il primo mandato successivo alla data di entrata in vigore della presente legge, la quota riservata al sesso meno rappresentato è pari ad almeno un quinto del numero dei componenti dell'organo.

» *delle Dop e Igp agroalimentari, la percentuale scende al 10%. Ma il punto più importante è un altro e riguarda la natura stessa dei consorzi di tutela. Questi sono, infatti, regolati dal codice civile e sono in sostanza degli organismi privati con funzioni pubbliche delegate. Il voto al loro interno – e qui veniamo al punto – è regolato in funzione del valore ponderale rapportato alla quantità di prodotto ottenuto per ogni segmento della produzione. Il che significa che in un consorzio la rappresentanza è in funzione delle quantità prodotte, imbottigliate, confezionate e così via. E questo equilibrio va mantenuto e garantito. Se applicassimo questa norma si potrebbero creare situazioni non conformi a quanto stabilito dal Consiglio di Stato in uno specifico parere inviato al Mipaaf nel 1997*". In altri termini, se un consorzio è composto per metà da imprenditrici donne, che però rappresentano appena il 10% della produzione, non è possibile applicare la norma. "*Andremmo incontro a un problema di natura giuridica*", sottolinea Liberatore, ed è su questo punto che Federdoc e Aicig stanno già lavorando. "*Il testo del Collegato agricolo*" ricorda "*contiene un impegno del governo a verificare l'applicabilità della norma. E dimostreremo nei prossimi mesi sia nei numeri complessivi sia dal punto di vista giuridico che si tratta di una legge non applicabile*".

Alcuni tra i consorzi di tutela "virtuosi" vicini alla quota del 20%, pur volendosi adeguare, incontrerebbero difficoltà a inserire nel cda un componente di sesso femminile. Il caso è quello del Consorzio del Lambrusco di Modena che conta 9 donne su 37 soci. Teoricamente la quota del 20% sarebbe raggiungibile, ma essendo in gran parte di imprese a conduzione familiare, si tratta delle mogli dei titolari che si occupano meno dell'impresa e, tantomeno, hanno interesse a sedere in un cda. Altro caso è quello della Vernaccia di San Gimignano. Qui sono due le donne nel consiglio di amministrazione, tra cui la presidente **Letizia Cesani**: "*Abbiamo provato a contare quanta superficie vitata degli associati al consorzio sia gestita da donne. E il risultato è che nel nostro caso la rappresentatività non è congrua con la percentuale del 20% chiesta dalla legge. Temo, pertanto, che non riusciremo in questi tempi ad adeguarci. Mi auguro che si intervenga a modificarla. Potrebbe essere concessa una proroga legando l'adeguamento al 20% al prossimo rinnovo del consiglio di amministrazione. Nel frattempo, più che cooptare delle donne si potrebbe lavorare a incentivare le colleghe imprenditrici a candidarsi*". Con corsi di formazione, ad esempio. Tema presente nell'agenda dell'associazione delle Donne del vino, che già si era espressa in fase di discussione del ddl in Parlamento sulla necessità di modificare il testo. "*La legge è importante per creare i presupposti di riequilibrio tra generi nelle posizioni di comando*" osserva la presidente **Donatella Cinelli Colombini** "*ma occorre quantomeno più tempo e gradualità nell'applicazione. È vero che accade a volte che le donne non ritengano utile far parte dei cda perché pensano sia tempo perso. Noi crediamo che si debba lavorare alla loro formazione, con corsi e moduli ad hoc che vogliamo organizzare dal prossimo anno e che affrontino varie tematiche: dalle norme nazionali ed europee sul vino al funzionamento dei consorzi, dalle leggi in vigore alla gestione delle Doc, dal sistema dei controlli alle tendenze nei consumi*".

Un po' dispiaciuta per il fatto che qualche grande consorzio dell'agroalimentare abbia fatto dei distinguo, Colomba Mongiello, e con lei i parlamentari che hanno condiviso la legge, aspetta di vedere cosa accadrà da qui a sei mesi: "*Il disegno di legge che abbiamo proposto teneva conto dei dati del mondo camerale, abbiamo ammorbidito il testo come richiesto da più parti. Ora che la legge c'è va rispettata. Alle Donne del vino dico di aiutarci a formare le nuove figure e all'Aicig e a Federdoc chiedo di fare uno sforzo per adeguare il tutto. Nel frattempo, io*" conclude "*sarò vigile sull'applicazione di questa norma dello Stato italiano*".

I CDA DEI CONSORZI AL 26 LUGLIO 2016

	membri	n° donne	quota rosa
Vino Orcia	11 membri	2 donne	18,1%
Vernaccia S. Gimignano	13 membri	2 donne	15,4%
Prosecco Docg	15 membri	2 donne	13,3%
Soave	15 membri	2 donne	13,3%
Brunello Montalcino	15 membri	2 donne	13,3%
Nobile Montepulciano	12 membri	1 donna	8,3%
Vini Abruzzo	15 membri	1 donna	6,6%
Valpolicella	15 membri	1 donna	6,6%
Barolo, Barbaresco...	20 membri	1 donna	5,0%
Prosecco Doc	21 membri	1 donna	4,8%
Chianti Classico	21 membri	1 donna	4,8%
Vino Chianti	27 membri	1 donna	3,7%
Vini Asti Monferrato	31 membri	1 donna	3,2%
Asti Docg	32 membri	0 donne	0%
Lambrusco di Modena	13 membri	0 donne	0%
Vini del Trentino	12 membri	0 donne	0%
Vini Alto Adige	10 membri	0 donne	0%
Primitivo di Manduria	9 membri	0 donne	0%
Sicilia Doc	9 membri	0 donne	0%