



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

## IL VINO DEL NUOVO MONDO. COME CAMBIANO GLI EQUILIBRI

### LAZIO

La Doc Roma avrà il suo Consorzio, riapre l'enoteca regionale e nasce la rete Vigna. Le novità **pag. 2**

### INVESTIMENTI

Storico sorpasso dei fine wine sulle auto d'epoca. L'andamento secondo l'indice Knight Frank **pag. 8**

### CONSUMI

Si assottiglia il gender gap: la scelta di vino è ormai unisex. La ricerca Maxfone-Pasqua **pag. 8**

### EXPORT

Avanzano Australia, Cile e Nuova Zelanda. Cosa hanno da temere i produttori europei? **pag. 16**

### MONTALCINO

Alla Fondazione Banfi la prima summer school dedicata al Sangiovese. Il racconto **pag. 20**





## DOC ROMA. Entro l'anno si costituirà il Consorzio. Obiettivo, 500mila bottiglie nel 2018. Il presidente: "Ultima possibilità per uscire dal terzo mondo enologico della Regione"



### a cura di Loredana Sottile

"La Doc Roma è forse l'ultima possibilità per poter rilanciare il nostro vino e il nostro territorio in modo credibile, uscendo dal terzo mondo enologico in cui versa la nostra Regione". Non ci gira attorno Tullio Galassini, presidente dell'associazione della denominazione laziale nata nel 2011. "Entro l'anno" annuncia a Tre Bicchieri "dovremmo riuscire a costituire il Consorzio, cosa che ci consentirà, poi, di esercitare l'erga omnes. Ma questa non è la nostra principale preoccupazione: quello che ci interessa è continuare a crescere con la stessa qualità".

In questa direzione vanno anche le ultime modifiche al disciplinare che hanno introdotto l'imbottigliamento in zona e una versione della Doc più amabile molto apprezzata sui mercati esteri. Oggi, tra produttori e imbottiglieri, sono 17 le realtà vitivinicole della provincia di Roma che hanno aderito alla denominazione, e gli ettari rivendicati sono passati dai 35 del 2011, ai 125 del 2016, ma ci si aspetta di raddoppiare in quest'ultimo anno. Per il 2018 l'obiettivo è di arrivare a 500 mila bottiglie, anche perché come dice Galassini "il prodotto è ancora poco in confronto alla richiesta di mercato".

Com'è facile immaginare, una denominazione che porta

il nome di una città così famosa, quale Roma, gode di riscontri positivi soprattutto all'estero. "La Doc Roma non è un prodotto da mercato nazionale" ci conferma il presidente "l'80% di vendite lo facciamo fuori dall'Italia. Tra i mercati più forti, ci sono i Paesi Scandinavi, il Canada, gli Usa e il Giappone. Al momento, non essendo ancora un consorzio, non abbiamo un bilancio e di conseguenza non possiamo partecipare ai bandi Ocm, ma cerchiamo comunque di essere presenti agli eventi internazionali".

Buoni i rapporti con le altre Doc laziali ("al momento utilizziamo la stessa sede del Consorzio della Doc Frascati"), sebbene la prerogativa per il presidente dell'associazione è "non fare la fine dei Castelli Romani. Dobbiamo essere bravi a non banalizzare il nostro prodotto, come purtroppo è già successo qui nel Lazio. Da enologo, posso dire che la qualità regionale è alta, ma in molte aziende – non quelle della Dop – non c'è stato un rinnovo delle piattaforme ampelografiche, per cui c'è un gap notevole rispetto ad altre regioni".

Non solo, Galassini punta il dito anche contro un sistema vitivinicolo italiano nordcentrico: "Oramai anche il Lazio sta subendo la migrazione dei diritti di impianto verso Nord e qui sempre più terreni restano incolti o si decide, sotto l'input della Regione, di coltivare altro. La sensazione è che anche il Ministero sia completamente appiattito sul Nord Italia e sul Prosecco: d'altronde il mondo vitivinicolo ha interesse a globalizzare e punta su quelle Doc che si allargano inopportuno. Noi no: abbiamo escluso delle aziende e non abbiamo allargato ad altre province proprio perché non rientrerebbe nei nostri standard qualitativi. Speriamo, però, che l'importanza della Doc Roma venga capita e si possa, in questo modo, rilanciare tutta la viticoltura regionale".

Sull'annata 2017 Galassini mostra un certo ottimismo: "I nostri principali vitigni Montepulciano e Malvasia sono tardivi, per cui non dovrebbero esserci gli stessi problemi che hanno avuto le altre denominazioni. Le uve appaiono sane e prevediamo di iniziare a vendemmiare intorno al 15 ottobre con un clima da ottobre romana".

## AGRICOLTURA. Un bando della giunta Zingaretti assegna 5mila terreni. Circa 90 i vigneti

Cinquemila terreni agricoli (per 8 mila ettari), o a vocazione agricola, nelle disponibilità della Regione Lazio (e non utilizzati per altre finalità istituzionali) potranno essere valorizzati con lo strumento della Banca delle terre agricole, istituita a livello regionale nel 2016. La giunta laziale ha approvato l'elenco dei beni, secondo quanto previsto dal Regolamento 11/2017 e a seguito delle disposizioni del Collegato agricolo. Una novantina i vigneti censiti nel lungo elenco di terreni, dislocati in diversi comuni laziali, da Viterbo a Sezze, da Fiumicino a Castiglione in Teverina. Grazie alla convenzione con Ismea,

fa sapere la Regione, sarà possibile incrementare l'efficienza funzionale ed economica delle imprese agricole e favorire l'attivazione della multifunzionalità delle imprese stesse. L'obiettivo è valorizzare e promuovere il territorio rurale e creare nuove opportunità imprenditoriali, soprattutto giovanili. L'assessore regionale al Bilancio, demanio e patrimonio, Alessandra Sartore, ha parlato di "opportunità per chi cerca terreni da poter coltivare di accedere facilmente al database e di avanzare una proposta d'acquisto o di affitto a seguito dell'avviso pubblicato dalla Regione". Per i conduttori dei fondi rustici ci sarà la

possibilità di prorogare i propri contratti. "Per i giovani di presentare una domanda per l'avvio di un'impresa agricola. E questa" sottolinea Sartore "è una grande novità". In particolare, il 55% dei terreni non oggetto di rinnovo dei contratti andrà in affitto a favore dei futuri imprenditori tra 18 e 40 anni, con la possibilità di agevolazioni tramite Ismea. È possibile consultare caratteristiche dei terreni, posizione, tipo di coltivazioni e valori catastali sul sito della Regione Lazio a questo indirizzo: [http://www.regione.lazio.it/binary/rl\\_personale\\_demanio/tbl\\_news/Banca\\_della\\_terra.pdf](http://www.regione.lazio.it/binary/rl_personale_demanio/tbl_news/Banca_della_terra.pdf)

## IMPRESE. Nasce Vigne di Roma: 14 aziende vinicole per una rete aperta a tutti

### a cura di Andrea Gabbrielli

È stata presentata Vigne di Roma la rete di imprese che riunisce 14 aziende vinicole del Lazio. Si tratta di un nuovo tentativo per mettere insieme le più importanti realtà produttive con l'obiettivo di rilanciare la vitivinicoltura della Regione.

"Abbiamo necessità di aggregarci e di condividere progetti e programmi, costituendo una nostra lista di priorità" ha dichiarato a Tre Bicchieri Antonio Santarelli "L'accesso ai fondi Psr ci permetterà di avviare delle azioni per

rilanciare i nostri prodotti che ormai rappresentano meno del 5% delle carte dei vini dei ristoranti di Roma. Per farlo, abbiamo bisogno, non solo di promozione ma anche di ricerca sui nostri vitigni autoctoni".

"Rappresentiamo già tutte le province del Lazio" ha aggiunto Paolo Perinelli (Casale della Ioria) "ma Vigne di Roma è una rete aperta a tutti". Per Marta Cotarella (Falesco) non ci sono

dubbi: "Dobbiamo investire perché la qualità dei vini Lazio è poco nota". Marco Carpineti ha messo l'accento sull'importanza di "portare la nostra cultura del vino tra i ristoratori di Roma".

Durante la conferenza stampa di presentazione, svolta nell'ambito di Taste of Roma, Antonio Rosati, amministratore unico di Arsiat, ha dichiarato che "Vigne di Roma è un'avanguardia che dovrà dare una svolta ai vini della Regione". Anche sotto la spinta della riapertura dell'Enoteca Regionale del Lazio (20 ottobre l'inaugurazione), la cui gestione è stata affidata alla società Retail Food di Niccolò Marzotto.

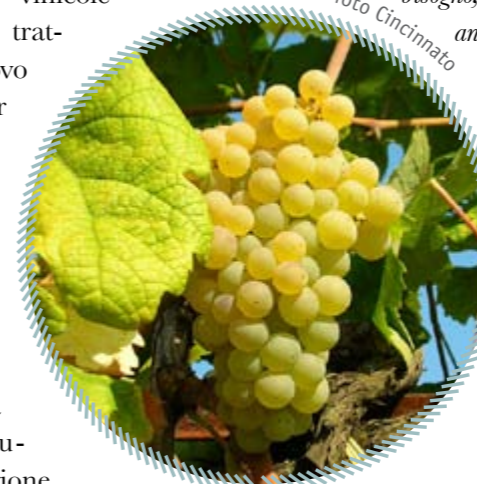


foto Cincinnato

### LE CANTINE DI VIGNE DI ROMA

Marco Carpineti, Casale del Giglio, Casale della Ioria, Castello di Torre in Pietra, Cincinnato, Consoli, Famiglia Cotarella, Federici, Donato Giangirolami, Papalino, Poggio Le Volpi, Principe Pallavicini, Tenuta Sant'Isidoro e Terre di Marfisa.

## NEW OPENING. Torna l'Enoteca Regionale del Lazio, sotto una gestione veneta

Che nel sistema vino del Lazio qualcosa si stia finalmente muovendo, lo dimostra anche la riapertura dell'Enoteca Regionale di via Frattina. Chiuso il capitolo della vecchia gestione, che nelle parole dell'amministratore unico di Arsiat, Antonio Rosati: "perdeva 600 mila euro l'anno, senza pagare l'affitto", si riparte – dopo i lavori di restyling – con la società Retail Food di Niccolò Marzotto, Vyta (Santa Margherita). La scelta di affidare la gestione a un privato, dovrebbe, secondo lo stesso Rosati "portare ad introiti annui di 400 mila euro". Il gruppo veneto, inizialmente identificabile – oltre per i vini Santa Margherita – per la catena di boulangerie delle principali stazioni ferroviarie italiane, aveva già messo piede nel salotto buono della Capitale con il punto ristorazione della Casa del Cinema di Villa Borghese.

Poi, nel 2016, la conquista del nuovo avamposto a due passi da Piazza di Spagna, in concessione tramite bando regionale. Adesso il restyling ha ridisegnato gli spazi: al piano terra un grande bancone in rame rosa, al primo piano un'atmosfera più calda, dove si intersecano legno, metallo, cristallo nero e velluti. Per la cucina, invece, si è scelta la strada della continuità con l'executive chef Dino De Bellis (già in forze prima della chiusura per i lavori di ristrutturazione) e, alle sue direttive, Gianluca Passi, che gestisce un menu declinabile in tutti i momenti della giornata, dal pranzo veloce in stile american bar (ma l'impronta è sempre quella regionale) alla cena che valo-



rizza i prodotti del territorio. **Da bere, chiaramente, vini del Lazio, con diverse referenze biologiche.**

L'inaugurazione ufficiale è prevista per il 20 e 21 ottobre, quando il menu sarà concertato dai fratelli Serva, in arrivo dalla Trota di Rivodutri, alla presenza di tutti i principali attori vinicoli della regione. Ma l'Enoteca di VyTa, di fatto, è già operativa in soft opening: 48 i coperti in sala, 30 nell'area riservata all'enoteca; il bar apre dalle 11, l'aperitivo è servito dalle 17 alle 20, per la cena si va avanti fino alle 22.30.



## CONTESE. "Pian delle Vigne troppo simile a Piè delle Vigne". Antinori diffida Cataldi

a cura di Gianluca Atzeni

Il mese di settembre per Luigi Cataldi Madonna, produttore abruzzese a Ofena (L'Aquila), porta con sé una buona notizia e una meno buona. Quella buona è che il suo Cerasuolo d'Abruzzo Piè delle Vigne 2015 ha ottenuto per la prima volta il premio Tre bicchieri nella guida Vini d'Italia del Gambero Rosso 2018. Quella meno buona è che la Marchesi Antinori ha inoltrato per vie legali a Cataldi Madonna una diffida, invitandolo a non utilizzare il marchio Piè delle Vigne, perché troppo somigliante a Pian delle Vigne, etichetta che caratterizza il noto e pluripremiato Brunello di Montalcino della casa toscana.

L'etichetta di Cataldi Madonna Piè

delle Vigne è riferita a un toponimo di vigna, il nome non è un marchio registrato ma è presente nel catasto dei terreni del Comune di Ofena (9.100 metri quadrati) e nello schedario viticolo regionale, il vino è prodotto dalla cantina dal 1996 in 3.200 bottiglie annue. L'etichetta di Antinori Pian delle Vigne è un marchio di proprietà industriale registrato dal 1996, prodotto in circa 100/120 mila bottiglie annue. Il nome è riferibile a una località di Montalcino. La diffida è partita a seguito della segnalazione fatta agli Antinori da un consumatore nei mesi scorsi e relativa a un possibile rischio di confusione tra le etichette. A quel punto, come spiega la casa toscana, per un'impresa il cui marchio è registrato, è automatico

e obbligatorio far scattare la procedura di difesa e tutela, per non generare confusione. Il rischio per il Cerasuolo d'Abruzzo di Cataldi Madonna è che anche gli importatori dei vini di Antinori nei vari Paesi stranieri facciano partire procedure analoghe di difesa. L'azienda toscana precisa che non c'è alcuna volontà persecutoria e si augura una soluzione condivisa. Cataldi Madonna, dal canto suo, definisce non fondate le richieste di Antinori e si dice tranquillo in merito alle motivazioni che fanno esistere da oltre 20 anni il suo Cerasuolo. Probabilmente, spetterà a un giudice stabilire se si tratti o meno di un caso di concorrenza sleale e se il valore evocativo dei due nomi risulti ingannevole per il consumatore.

## CONTRAFFAZIONE. Falso Brunello, processo al via il 3 ottobre



Si terrà il 3 ottobre prossimo, presso il Tribunale di Siena, l'udienza preliminare relativa alla truffa sui vini Brunello e Rosso di Montalcino. La vicenda risale al 2014, quando la Guardia di finanza di Siena diede il via alle indagini, su segnalazione del Consorzio del vino Brunello di Montalcino, che portarono al sequestro di oltre 150 mila litri di vino e di circa 2.300 contrassegni di Stato.

Le accuse vanno dalla frode in commercio alla contraffazione di prodotti Igp e Dop e sono a carico di un enologo consulente di diverse aziende ilcinesi, proprietario di un'azienda vitivinicola di Magliano in Toscana. Secondo il pubblico ministero, falsificando la documentazione, all'insaputa delle aziende per le quali collaborava, riusciva a far passare come Brunello e come Rosso di Montalcino del semplice vino comune ottenuto da uve Sangiovese.

## FURTI. Aumentano i casi in campagna. Gli agricoltori rispondono con le ronde

In anni di scarso raccolto i furti aumentano. Accade soprattutto in Puglia, dove uve da tavola, mandorle e olive sono costantemente oggetto dei ladri, in una campagna difficilmente controllabile. Mesi di siccità, preceduti da un inverno con neve abbondante e temperature ampiamente al di sotto dello zero per diversi giorni hanno condizionato i raccolti, che risultano in calo rispetto agli anni precedenti. **Ne stanno facendo le spese gli agricoltori**, che hanno risposto organizzandosi autonomamente con ronde notturne, e diurne, per proteggere in qualche modo le produzioni.

"Il fenomeno in sé non è nuovo" spiega Gianni Cantele, produttore di vino e presidente di Coldiretti Puglia "ma la situazione è peggiorata e sta interessando soprattutto quelle colture che per motivi congiunturali risultano a più alto reddito, come mandorle, olive e uva". Per i vigneti, prevalentemente da tavola, le aree più colpite si trovano nelle province di Foggia, Bari e Taranto. L'organizzazione agricola ha chiesto alle prefetture locali di aumentare i controlli sul territorio, consapevole che non è facile tenere sotto controllo tutte le aree coltivate. "Non ci sono soltanto furti di prodotto" aggiunge Cantele "ma anche di macchinari e attrezzature. Pensate, ad esempio, a cosa succede a un produttore quando vengono rubati i cavi in rame delle centraline e, di conseguenza, la corrente elettrica viene interrotta per alcuni giorni. Purtroppo, c'è una situazione di generale impunità, unita al forte disagio economico di alcune zone che determina l'aumento dei furti". Molti imprenditori si sono rivolti a istituti di vigilanza privati, anche perché queste squadre organizzate nel giro di mezz'ora sono capaci di far sparire dagli alberi quasi un quintale di olive. — G. A.

## MARTELLI PENSIERO. QUALITÀ IMMAGINE PREZZO

Un trinomio imprescindibile. Sulle strategie del prezzo e sulla complessa psicologia del consumatore si è discusso e si continua a discutere. Da qualche anno però del problema si sta interessando anche la scienza medica. È recente la pubblicazione di un lavoro dell'Università di Bonn che, in pratica, sancisce che la gratificazione del consumatore, anche in un settore fortemente tradizionale come quello vitivinicolo, è influenzata dal valore del prodotto.

Al medesimo risultato era già giunto, quattro anni fa, lo studio neurologico condotto dalla California Institute of Technology che, ad un panel di normali consumatori propose, alla cieca, due vini uguali dicendo che uno costava più dell'altro. I saggi non dovevano dare un giudizio di gradimento o di qualità ma solo berli; la macchina avrebbe elaborato le loro sensazioni e "sputato" il responso. Ebbene, quello che era stato indicato come il vino più caro stimolò maggiormente i centri nervosi influenzando il giudizio, o meglio la percezione del piacere. In pratica, la parola "più costoso", a livello cerebrale, indusse maggiore sensibilità.

Alla medesima conclusione, attraverso un percorso simile ma non uguale, è giunta la ricerca dell'Università di Bonn, che ha analizzato le reazioni cerebrali, sempre attraverso risonanza magnetica, di 30 consumatori di vino. A loro è stato chiesto di assaggiare diversi campioni riconducibili a tre vini rossi dal costo, falsamente dichiarato, di 3, 6 e 18 euro e di esprimere un parere. Risultato: gli interessati hanno percepito come migliori i campioni indicati con il prezzo dichiarato maggiore e meno interessanti quelli con il prezzo più basso, anche se in realtà si trattava sempre, a loro insaputa, del medesimo vino le cui bottiglie erano state acquistate in un punto vendita al costo di 12 euro ciascuna. Da ciò si è desunto che il sistema di valutazione cerebrale è stato sensibilmente influenzato dalla falsa informazione dei prezzi, elaborando preferenza per il "falso" prezzo maggiore. Quale conclusione si può trarre da questa, se vogliamo semplice ma efficace, ricerca scientifica? Che per il consumatore comune il prezzo fa immagine e, forse, anche qualità.



Giuseppe Martelli - Presidente del Comitato Nazionale Vini Dop e Igp

## COLLIO. Nasce "Zegla Cru". Etichetta e disciplinare comune

Zegla è una piccola frazione del Comune di Cormons, in provincia di Gorizia. Un piccolo centro in cui colline e vigne sono considerate una delle zone più vocate per la produzione dei vini del Collio. E per realizzare vini che rispettino tradizioni e caratteristiche peculiari di quest'area del Friuli Venezia Giulia, tre produttori hanno messo assieme le forze dando vita al Progetto Zegla cru, iniziativa che vuole creare vini di qualità sulla base di regole precise e condivise.

A pochi metri dal confine con la Slovenia, Renato Keber, Michele Blazic e Kristian Keber hanno elaborato un disciplinare di produzione specifico per lavorare le uve Tocai Friulano, che qui amano chiamare ancora così nonostante la nota sentenza della Corte Ue. Il resto è fatto da macerazioni con lieviti autoctoni, affinamenti in legno per due o tre anni e bottiglie mese a riposo per cinque anni. Un cru made in Collio che **sarà prodotto solo negli anni migliori e commercializzato con un'etichetta comune**. I nomi delle cantine compariranno, infatti, soltanto nelle retroetichette.

## CONSORZI. Doc Orcia, la sfortunata vendemmia tra siccità e ungluati. Autoctoni più resistenti

Supera la media regionale il calo produttivo per la vendemmia 2017 in Val d'Orcia dove, fa sapere il Consorzio di tutela, è andato perso oltre metà del raccolto. I motivi sono noti: siccità (per il 60%) e ungluati (40%). Nei 12 Comuni di quest'area della provincia di Siena, sono Sarteano, Trequanda e Buonconvento che hanno sofferto di più.

"In questa particolare annata" commenta la presidente Donatella Cinelli Colombini "l'assenza di piogge e i terreni sabbiosi, presenti in alcune aree della Doc, hanno trasformato il bellissimo paesaggio in una zona arida con boschi di querce seccati dal sole. Inoltre, in Toscana la selvaggina di grandi dimensioni è 4 volte superiore alla media nazionale ed è concentrata nel Senese dove, per anni, il contenimento degli ungluati è stato particolarmente carente". I danni hanno toccato punte fino all'80%. **Cinghiali e caprioli, da fine maggio, hanno mangiato uva acerba in cerca di cibo**. Il risultato è che la Val d'Orcia perde più della media regionale (dati Uiv-Ismea) a -32,5%. La buona notizia è che il Sangiovese si è dimostrato migliore rispetto ad altri vitigni ad affrontare i cambiamenti climatici. Qualità delle uve buona, grappoli sani, gradazione più elevata rispetto al quinquennio. "Ottima la concentrazione di estratti negli acini dal calibro inferiore alla norma". Buona la performance del Foglia tonda sul fronte della resistenza al caldo.





## BASILICATA. L'Enoteca regionale chiama a raccolta il settore. Presto una sede a Matera

a cura di Gianluca Atzeni

Oltre 6,7 milioni di bottiglie vendute, 400 etichette, cento cantine che imbottigliano i propri vini, quattromila aziende che lavorano 5.200 ettari vitati di cui 1,300 a denominazione. I numeri della Basilicata vitivinicola all'interno del comparto italiano sono esigui, ma in questa regione si concentrano alcune Dop di grande qualità. Per valorizzarle al meglio, la Regione punta a un cambio di passo chiamando a raccolta l'intero settore, nel segno dell'unità sui temi della promozione e della comunicazione. Lo fa tramite Luca Braia, assessore alle Politiche agricole e forestali, che a Venosa ha illustrato i piani promozionali annunciando **la convocazione a breve del tavolo della viticoltura lucana**: "È tempo di promuovere e valorizzare un comparto maturo, punta



di eccellenza della Basilicata. Produttori, consorzi di tutela, Enoteca regionale, Apt devono fare sistema per promuovere i vini di eccellenza che sono i primi ambasciatori del nostro territorio". Nonostante il calo nei volumi 2017, i livelli produttivi sono superiori di circa il 14% rispetto alle medie quinquennali. Anche per questo motivo, la Regione vuole accelerare. Braia ha parlato della necessità di "parlare la stessa lingua". Nell'ottica di un lavoro congiunto,

sono in corso contatti tra Regione, Provincia e Apt di Matera per trovare un locale di prestigio per poter inaugurare la sede materana dell'Enoteca regionale. E in tema di promozione, la Basilicata (oltre alla misura 3.2 del Psr 2014-2020) potrà beneficiare di una sponda cinematografica. Si chiama, infatti, "Wine to love" il film (in lavorazione) dell'attore e regista lucano Domenico Fortunato, prodotto da Cesare Fragnelli e da Rai Cinema.

## PIEMONTE. Vendemmia 2017 "eccellente". E prezzi delle uve in rialzo nell'Astigiano

Prezzi delle uve in rialzo nella zona dell'Astigiano. Secondo le rilevazioni della commissione prezzi della Camera di commercio di Asti gli aumenti più importanti si registrano per la Barbera (+20%). In rialzo anche Pinot nero e Pinot bianco, Chardonnay, Ruchè, Dolcetto, Malvasia e Nebbiolo. Qualità elevata e limitata disponibilità del prodotto hanno influito sul rialzo dei prezzi. In ogni modo, la vendemmia 2017 è valutata molto positivamente: "Un'annata eccellente con produzione più ridotta rispetto allo scorso anno" informa la Camera di commercio "in particolare per le uve precoci e aromatiche".



## VALPOLICELLA. Annata positiva, ma per le Famiglie dell'Amarone d'Arte "il consorzio sbaglia a ridurre la cernita delle uve in modo indifferenziato"

Era il 2009 quando da Palazzo Altieri di Roma le Famiglie dell'Amarone d'Arte annunciavano la loro costituzione. A otto anni di distanza e con altre tre cantine entrate nell'associazione (erano 10 nel 2009) in quello stesso Palazzo ci sono tornate per dare il via al loro tour promozionale, che dopo la Capitale, toccherà il Piemonte, per incontrare un altro vino simbolo italiano, il Barolo, grazie alla collaborazione con l'Accademia del rosso piemontese. Per, poi, proseguire a Venezia e virare, infine, su Usa e Canada.

Intanto, l'incontro capitolino è stato l'occasione per fare il punto sulla vendemmia in corso. Una vendemmia di buona qualità, paragonabile a quella del 2015, secondo la presidente Maria Sabrina Tedeschi: "La Valpolicella non ha subito le gelate primaverili e le piante hanno avuto uno sviluppo vegetativo nella norma. Infatti, la collina, dove le Famiglie dell'Amarone hanno sempre investito, si adegua meglio alle situazioni estreme come quelle dell'annata 2017". Ma la presidente non perde occasione per mostrare il suo **disappunto per le scelte del Consorzio Tutela Vini Valpolicella** (con cui, ricordiamo i rapporti sono sempre stati tesi, fino alla diffida da per l'uso del nome "Amarone" da parte del Consorzio e alla fuoriuscita dallo stesso di tutte le 13 Famiglie): "Per il nono anno consecutivo" dice Tedeschi "il Consorzio ha deciso di ridurre la percentuale di cernita delle uve da mettere a riposo, promuovendo ancora una volta il taglio orizzontale indifferenziato. Queste scelte penalizzano il lavoro di tutti quei produttori che investono in ricerca e promozione, a cui viene praticamente a mancare una parte rilevante di prodotto che potrebbe essere, invece, collocato nei mercati consolidati ed in espansione a vantaggio di tutta la filiera". Oggi le Famiglie dell'Amarone immettono sul mercato 2,2 milioni di bottiglie, e quasi tutte e 13 le realtà hanno una percentuale export tra 80% e 90%.



**Gourmet**  
EXPOFORUM | HORECA FOOD & BEVERAGE



**LA TUA FETTA TI ASPETTA**  
PARTECIPA E AVVIA NUOVI CONTATTI PER IL TUO BUSINESS

Gourmet 2018 ospita  
a Torino le finali  
europee dei concorsi:

PIEMONTE  
TORINO



10-12 giugno 2018  
LINGOTTO FIERE TORINO  
www.gourmetforum.it



Segreteria organizzativa: Tel. +39 011 6644 204 - info@gourmetforum.it



## INVESTIMENTI. Fine wine meglio delle auto d'epoca. Secondo l'indice Knight Frank Luxury Investment sono i vini a crescere di più. Anche quelli italiani

Le auto d'epoca hanno fatto il loro tempo: meglio investire in fine wine. È, infatti, il vino il pezzo da collezione che registra le migliori performance del 2016. Per la prima volta la crescita del valore delle etichette rare avrebbe superato quello delle auto d'epoca nel Knight Frank Luxury Investment Index, l'indice inglese che traccia la crescita dei prezzi delle maggiori categorie di oggetti da collezione. In particolare, nel 2016 la categoria wine sarebbe cresciuta del 26%, rispetto al solo 9% delle auto.

In cima alla classifica, c'è ovviamente il vino di Bordeaux, con acquirenti da tutte le parti del mondo. Tuttavia, la crescita bordolese non è stata sempre costante: dal 2012 al 2014, dopo la bolla speculativa del 2011 per mano dei collezionisti cinesi, si è registrato un periodo di declino, lasciato alle spalle solo nel 2015. Oggi il salto della categoria wine (e la ripresa del Bordeaux), arriva nel momento in cui il mercato cinese sembra essersi assestato, dopo anni in cui i collezionisti "compravano i vini, non perché li conoscessero o apprezzassero, ma perché erano quelli giusti da avere"

come sottolinea Andrew Shirley, editor del rapporto Knight Frank "Ora, dopo lo scoppio della bolla, anche i nuovi collezionisti cinesi sono diventati degli intenditori". A ciò, si è aggiunto, lo scorso anno l'annuncio della Brexit e la conseguente svalutazione della sterlina, che ha

fatto risalire la blue chip Bordeaux.

Tuttavia, non è solo quest'area vitivinicola (e i suoi vini) a crescere. Lo fanno anche i cult wine della California (+34% , grazie ai collezionisti che comprano a prezzi alti al di là del prezzo di rilascio, convinti che il loro valore lieviterà in poco tempo), i fine wine della Borgogna (+31%) e le grandi etichette del Nord Italia, Piemonte in testa, grazie all'alta qualità e all'alta considerazione estera raggiunta dal Barolo. Il suo valore, infatti, è cresciuto del 28% (quarto posto, dopo vini della California, Bordeaux e Borgogna, precedendo anche lo Champagne) e si prevedono performance simili anche per il prossimo anno.

### INDICE KNIGHT FRANK 2016

automobili	+9%
vino	+24%
numismatica	+6%
gioielli	+3%
arte	-14%
filatelia	+1%
diamanti	+0,4%
orologi	+4%
ceramiche cinesi	-14%
arredamento	-5%

Fonti: artmarketresearch.com (arte, ceramiche cinesi, orologi, gioielli); HAGI (auto d'epoca); Stanley Gibbons (filatelia, numismatica); Fancy Color Research Foundation (pietre preziose).

## CONSUMI. L'acquisto di vino? Ormai è una questione unisex. L'analisi Maxfone-Cantine Pasqua sui Millennial

Digitali e sempre connessi, globali e mobili, sensibili ai temi di sostenibilità. Sono i tanto "corteggiati" e studiati Millennial, che stanno ormai determinando la progressiva erosione del gender gap nello stile di consumo. Infatti, il vino, nel suo processo di acquisto, è ormai diventato una questione unisex, dove le differenze di scelta tra uomini e donne sembrano ormai essersi assottigliate. È quanto emerge dall'analisi condotta da Maxfone, per conto di Pasqua Vigneti e Cantine, attraverso la piattaforma SocialMeter Analysis, un modello di monitoraggio dei big data in tempo reale, che effettua analisi strategica, comportamentale e predittiva.

"Capire quali siano le loro aspettative e i loro stili di consumo attraverso un'analisi predittiva" è il commento dell'amministratore delegato di Pasqua Riccardo Pasqua "ci consente di instaurare con loro una relazione paritetica. Sappiamo che i Millennial sono una generazione in continua evoluzione

che ama abbattere i cliché e che ha stili di vita sempre mutevoli. Questa è un'opportunità e una minaccia perché è sempre più difficile individuare quali trend di consumo si consolideranno, quali invece svaniranno prima di prendere forza". Stabilire una relazione duratura con i Millennial, infatti, è sfidante perché sono sempre alla ricerca di una tipologia di vino che incontri le loro individuali esigenze e si aspettano una on demand economy. Quel che è certo, come sottolinea l'analisi Maxfone, è che i Millennial have the power e che stanno modellando il wine market, rappresentando ormai praticamente un quarto della popolazione. In Usa, addirittura il 42% dei consumatori di vino appartiene a questa categoria, quella che acquista etichette più costose dei genitori. Non solo. I 2/3 dei Millennial, sotto i 30 anni che beve vino, è donna, ma questo non va ad influenzare in modo categorico la scelta del vino per tipologia, brand e prezzi. Alla tavola rotonda di presentazione



della ricerca, che si è tenuta il 27 settembre all'Auditorium Confindustria di Verona, sono stati chiamati in causa anche due esponenti del mondo dell'e-commerce: Marco Magnocavallo, founder e ad dell'enoteca digitale Tannico, e Manfredi Minutelli, senior business development manager food&wine Alibaba. Per entrambi l'acquisto online è ormai il modo migliore per intercettare le esigenze dei nuovi consumatori. "Comune denominatore nelle modalità di acquisto" evidenzia Minutelli "è il costante utilizzo delle nuove tecnologie, ed è in questo senso che Alibaba, in particolare nel mercato cinese, è in grado di rispondere sia alle esigenze dei Millennial, sia a quelle delle aziende che decidono di vendere i loro prodotti attraverso i nostri marketplace". - L.S.

## LAVORO. Export manager del vino a rapporto a Verona. Il progetto Wine People

Sono circa 6 mila - con donne in aumento - gli export manager di vino italiano squinzagliati in tutto il mondo, con profili professionali sempre più diversificati: dai dipendenti di azienda (soprattutto le grandi realtà produttive), ai consulenti specializzati su determinati Paesi, a plurimandatari i più utilizzati dalle medio-piccole imprese ad esperti di internazionalizzazione che hanno costituito società di consulenza per l'export nei più importanti mercati internazionali, dal Nord America all'Asia.

È quanto è emerso dal primo Wine Export Manager Day, organizzato dal network Wine People in collaborazione con Wine Meridian (il 18 settembre a Verona), a cui hanno partecipato 110 di queste figure provenienti da tutta Italia. "Si stanno evolvendo anche molto le competenze degli export manager del vino" spiega il direttore della testata Wine Meridian Fabio Piccoli "che oggi sono chiamati non solo ad essere esperti di mercati, di dinamiche commerciali, di come costruire partnership adeguate con gli importatori e i distributori, ma devono essere anche ottimi wine ambassador con notevoli capacità comunicative e relazionali. Per questo la sfida lanciata da Wine Meridian è quella di promuovere un grande programma formativo per gli export manager". Da qui nasce Wine Peole, un progetto dedicato sia ai manager che agli imprenditori del vino al fine di vedere aumentare i profili manageriali anche nelle piccole e medie imprese (sotto i 2 milioni di euro di fatturato), che ricorda Piccoli: "mediamente realizzano solo il 27% del loro fatturato sui mercati internazionali, rispetto a quasi l'80% delle imprese sopra i 40 milioni di euro di fatturato". - L.S.

## NOMINE. Francesco Postorino nuovo dg di Confagricoltura

Cambio ai vertici di Confagricoltura, che rinnova la carica di direttore generale, lasciata vacante da maggio scorso dopo l'uscita di Luigi Mastrobuono. La giunta esecutiva, riunita a Roma sotto la presidenza di Massimiliano Giansanti, ha nominato Francesco Postorino. Sessantacinque anni, nato a Rosarno (Reggio Calabria), dal 1978 è in Confagricoltura e vanta una lunga esperienza professionale che lo ha portato a ricoprire diversi ruoli dirigenziali, a partire da quello dell'Unione agricoltori Grosseto fino all'ultimo in ordine di tempo come responsabile della Direzione economica e organizzativa di Confagricoltura. Da maggio 2005, Postorino è anche consigliere delegato del Centro di assistenza agricola (Caa) di Confagricoltura.



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

## LA MASSIMA ESPRESSIONE DEL PINOT GRIGIO



DOC VENEZIA  
IL Pinot Grigio

www.veneto.eu  
Iniziativa finanziata dal Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2014/2020  
Organismo responsabile dell'informazione: Consorzio Vini Venezia  
Autorità di gestione: Regione del Veneto - Direzione AdG Feasr Parchi e Foreste

## EVENTI. Dopo il sisma, a Serrapetrona torna "Appassimenti Aperti"



L'hanno chiamata l'edizione della rinascita, perché un anno fa il forte terremoto che colpì il centro Italia costrinse gli organizzatori a sospendere la manifestazione. "Appassimenti Aperti" torna così a Serrapetrona. Lo farà il 12 e 19 novembre col consueto doppio evento che celebra il vitigno Vernaccia nera nella sua versione Docg e il Serrapetrona Doc. Per quest'area della provincia di Macerata, l'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt) ha voluto fortemente far ripartire l'appuntamento, che è giunto alla undicesima edizione e che chiama a raccolta sette produttori locali e tutti gli appassionati dei vini di queste colline e di questo borgo appenninico. [www.appassimentiaperti.it](http://www.appassimentiaperti.it)

### supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

### coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

### hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,

Giuseppe Martelli

### 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

**fino al 2 ottobre**  
**Festa dell'uva e del vino Bardolino**  
Bardolino (Verona)  
Lungolago

**1 ottobre**  
**Grapperie aperte**  
in 16 distillerie in Italia

**7 ottobre**  
**G7 Agricoltura**  
Bergamo  
fino al 15 ottobre  
[agriculturabg.it](http://agriculturabg.it)

**8 ottobre**  
**Modena Champagne Experience**  
Forum Monzani  
Modena  
fino al 9 ottobre  
[champagneexperience.it](http://champagneexperience.it)

**8 ottobre**  
**Val Polis Cellae**  
itinerari tra le cantine in  
Valpolicella (Verona)  
dalle 10 alle 18  
[stradadelvinovalpolicella.it](http://stradadelvinovalpolicella.it)

**8 ottobre**  
**Bottiglie Aperte**  
Palazzo delle Stelline  
Corso Magenta 61  
Milano  
fino al 9 ottobre

**16 ottobre**  
**Autochtona**  
Fiera Bolzano  
Bolzano  
fino al 17 ottobre

**22 ottobre**  
**presentazione guida Vini d'Italia 2018**  
Roma  
Auditorium Massimo  
via Massimiliano  
Massimo, 1

**29 ottobre**  
**Life of Wine**  
Roma  
Hotel Radisson Blu  
via Filippo Turati 171  
dalle 14.30 alle 21  
[lifeofwine.it](http://lifeofwine.it)

**3 novembre**  
**Trent'anni trentini**  
Trento, Rovereto,  
Mezzocorona e Lasino  
fino al 5 novembre

**10 novembre**  
**Merano Winefestival**  
Merano (Bolzano)  
fino al 14 novembre

**12 e 19 novembre**  
**Appassimenti Aperti**  
Serrapetrona (Macerata)

**17 novembre**  
**Durello&Friends**  
Verona  
fino al 19 novembre  
#DurelloWine

**23 novembre**  
**Collio Day**  
[enjoycollio.it](http://enjoycollio.it)



## TRE BICCHIERI 2018

Aspettando la presentazione della guida **Vini d'Italia 2018**, prevista per il 22 ottobre, ecco le prime anticipazioni dei Tre Bicchieri.

Le altre regioni saranno svelate nei prossimi giorni su [www.gamberorosso.it](http://www.gamberorosso.it)

### SARDEGNA

- Alghero Torbato Terre Bianche Cuvée 161 '16 | *Tenute Sella & Mosca*
- Cannonau di Sardegna Barosu Franzisca Ris. '14 | *Giovanni Montisci*
- Cannonau di Sardegna Mamuthone '15 | *Giuseppe Sedilesu*
- Cannonau di Sardegna Senes Ris. '13 | *Argiolas*
- Cannonau di Sardegna Sincaru Ris. '14 | *Vigne Surrau*
- Carignano del Sulcis 6Mura '12 | *Cantina Giba*
- Latinia '11 | *Cantina di Santadi*
- Vermentino di Gallura Sup. Costarenas '16 | *Masone Mannu*
- Vermentino di Gallura Sup. Maia' 15 | *Siddùra*
- Vermentino di Sardegna Stellato '16 | *Pala*
- Vermentino di Sardegna Tuvaes '16 | *Giovanni Maria Cherchi*
- Vernaccia di Oristano Sup. Jughissa '08 | *Cantina Sociale della Vernaccia*

### LAZIO

- Baccarossa 2015 | *Poggio Le Volpi*
- Biancolella Faro della Guardia 2016 | *Casale del Giglio*
- Fiorano Rosso 2012 | *Tenuta di Fiorano*

· Frascati Sup. Eremo Tuscolano 2016 | *Valle Vermiglia*

· Habemus 2015 | *San Giovenale*

· Montiano 2015 Falesco | *Famiglia Cotarella*

· Poggio della Costa 2016 | *Sergio Mottura*

### TRENTINO

· Ritratto Rosso '13 | *La Vis | Valle di Cembra*

· San Leonardo '13 | *Tenuta San Leonardo*

· Teroldego Rotaliano '15 | *De Vescovi Ulzbach*

· Teroldego Rotaliano Pini '13 | *Roberto Zeni*

· Trento Brut Rotari Flavio Ris. '09 | *Mezzacorona*

· Trento Brut Altemasi Graal Ris. '10 | *Cavit*

· Trento Brut Conte Federico Ris. '12 | *Bossi Fedrigotti*

· Trento Brut Giulio Ferrari Riserva del Fondatore '06 | *Ferrari*

· Trento Brut Rosé +4 '09 | *Letrari*

· Trento Dosaggio Zero Ris. '12 | *Maso Martis*

· Trento Opera Nature '11 | *Opera*

· Trento Pas Dosé Balter Ris. '11 | *Nicola Balter*



## #vendemmiamostrano2017

Dopo il successo dello scorso anno, Tre Bicchieri rilancia l'iniziativa "Vendemmiamo strano". Mandate le foto delle vostre vendemmie più particolari, con qualche riga di accompagnamento che indichi il nome dell'azienda, del comune, del vitigno e del sistema di allevamento a [settimanale@gamberorosso.it](mailto:settimanale@gamberorosso.it) o pubblicatele con l'hashtag #vendemmiamostrano2017. Noi le inseriremo nei prossimi numeri di Tre Bicchieri...



### ▼ Dalla Borsa di New York alla vendemmia di Senigallia

In questi giorni, in jeans e maglietta, è alle prese con la vendemmia degli autoctoni marchigiani, da cui nasceranno Lacrima di Morro, d'Alba Doc e di Esino, e Rosso Piceno. Ma solo fino a qualche anno fa, il bergamasco Manuel Giobbi era in giacca e cravatta dietro ad una scrivania di Wall Street a "raccolgere" i trend di mercato e chiudere operazioni finanziarie. Per questo si è ufficialmente guadagnato il nome di agricoltore trader. L'obiettivo del neo imprenditore per la sua Cantina Mazzola (Senigallia) è, ovviamente, quello di sfondare sui mercati esteri.



### ▲ In Franciacorta si raccoglie un nuovo antico vitigno

Da Berlucchi, prima vendemmia in corso per l'uva autoctona Erbammat. Si tratta di una varietà molto delicata e tardiva rispetto a Chardonnay e Pinot Nero, che arriva a maturazione da metà settembre ad ottobre. Per questo potrebbe essere la risposta franciacortina al cambiamento climatico. Per testare le sue potenzialità, l'ad ed enologo Arturo Ziliani ha deciso di impiantarla nel vigneto Castello, un ettaro di vigna biologica sulle balze del maniero medievale di Borgonato.



### ◀ Vendemmia sotto 'a muntagna

Terra nera e paesaggio inconfondibile, quello raffigurato in questa foto, che viene dalla Tenuta Vajasindi alle pendici dell'Etna ('a muntagna), dove è già iniziata la vendemmia di Nerello Mascalese. Un vitigno che incarna proprio questa parte della Sicilia, dove il terreno è caratterizzato da uno scheletro di pomice di piccole dimensioni, detto localmente *ripiddu*.



SOLO SU GAMBERO ROSSO CHANNEL IN ONDA LA QUARTA SERIE DI



Marcello Ferrarini torna con tante ricette sfiziose per tutti. Tante ricette gluten free per condividere la tavola in libertà, perché essere celiaci non significa rinunciare al gusto.



OGNI SABATO E DOMENICA ALLE 18

IN COLLABORAZIONE CON





# Vini d'Italia Worldtour 2017/2018

2017

**OTTOBRE**

25	SEOUL - Corea	Top Italian Wines Roadshow
27	OSAKA - Giappone	Top Italian Wines Roadshow
28	VARSAVIA - Polonia	Vini d'Italia Experience
31	TOKYO - Giappone	trebicchieri

**NOVEMBRE**

03	TAIPEI - Taiwan	Top Italian Wines Roadshow
06	PECHINO - Cina	trebicchieri
08	HONG KONG - Cina	trebicchieri - HKTDC Special
13	SHANGHAI - Cina	Vini d'Italia Experience
23	MOSCA - Russia	trebicchieri

2018

**GENNAIO**

16	STOCCOLMA - Svezia	trebicchieri
18	COPENHAGEN - Danimarca	Vini d'Italia Experience
22	BERLINO - Germania	Vini d'Italia Experience
25	MONACO - Germania	trebicchieri

**APRILE**

05	SAN PAOLO - Brasile	Top Italian Wines Roadshow
09	HOUSTON - Usa	Top Italian Wines Roadshow
25	DUBAI - EAU	Notte Italiana Vini d'Italia Experience

**FEBBRAIO**

01	MIAMI - Stati Uniti	Vini d'Italia Experience
06	CHICAGO - Stati Uniti	trebicchieri
08	NEW YORK - Stati Uniti	trebicchieri
13	SAN FRANCISCO - Stati Uniti	trebicchieri
15	LOS ANGELES - Stati Uniti	trebicchieri

**MAGGIO**

07	ZURIGO - Svizzera	Vini d'Italia Experience
22	SINGAPORE - Singapore	Top Italian Wines Roadshow
24	BANGKOK - Thailandia	Top Italian Wines Roadshow

**MARZO**

01	LONDRA - Regno Unito	trebicchieri
17	DÜSSELDORF - Germania	trebicchieri PROWEIN Special

**GIUGNO**

04	SEATTLE - Usa	Top Italian Wines Roadshow
06	VANCOUVER - Canada	trebicchieri
08	TORONTO - Canada	trebicchieri



## GIAPPONE. I giovani e il vino. Rischio o opportunità?

**S**UL MERCATO GIAPPONESE SI stanno verificando alcuni cambiamenti nelle modalità di consumo delle bevande alcoliche che rappresentano sia delle opportunità sia dei rischi per i produttori. Una grossa fascia di nuovi consumatori, giovani ma poco informati sul vino, si sta affermando, portando con sé caratteristiche ben diverse dai consumatori storici. Pertanto, il vino sta diventando una bevanda acquistata sempre più spesso dagli under 35 in occasioni informali come i negozi di alimentari o gli izakaya bar (gastro-

pub molto di moda in Giappone) a prezzi relativamente bassi. Fenomeno, questo, che sta mettendo in discussione il processo di rinascita che questo mercato sta vivendo da almeno cinque anni.

Gli analisti di Wine Intelligence lo hanno definito "casualisation of wine", per indicare come i giovani consumatori giapponesi amino **bere meno di frequente e prevalentemente nei momenti di socializzazione, preferendo scegliere tra una gamma più ampia di bevande**, tra cui sidro, birra arti-

gianale e cocktail. Rispetto alle fasce più adulte (più acculturate in materia e fatte di bevitori più frequenti), questi consumatori sono meno informati sui Paesi produttori, sulle denominazioni, sui diversi brand. Il loro approccio al vino avviene spesso con prodotti dei Paesi del Nuovo mondo, a prezzi relativamente bassi, con vini entry-level. Tuttavia, se è vero che tali fasce giovani consumano poco tra le mura domestiche, sono proprio queste a mostrarsi più disposte ad acquistare su tutto l'on trade, inclusi i momenti dell'aperitivo o della cena in un ristorante. Nel loro caso, il vino è qualcosa che non si acquista per necessità o in maniera pianificata, che si può trovare in ogni momento come, ad esempio, nei convenience store aperti h24 come "7-Eleven". Allora, quali sono i mezzi per intercettare questa fascia di consumatori? Per Wine Intelligence, i brand devono (e alcuni lo stanno facendo) migliorare la comunicazione sui social media, mentre produttori e distributori devono favorire momenti di consumo come degustazioni, cene e incontri per incrementare la brand awareness del vino sui canali social.

### IL MIO EXPORT. Roberta Ceretto - Ceretto



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

Per i rossi, facciamo 55% estero e 45% Italia. Per i bianchi invece 25% estero, 75% Italia.

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

L'equilibrio si è spostato dal Nord America al Sud Est Asiatico. Hong Kong è la nuova capitale delle grandi aste, sede dei negociants più importanti e della vendita dei luxury wines. In Giappone il vino è trainato dall'amore per la ristorazione italiana. Va male, in Sud America, per il basso potere d'acquisto e nell'Est Europa per l'instabilità politica.

**3. COME VA CON LA BUROCRAZIA?**

Male. C'è un conflitto in atto tra il Governo/burocrazia italiana e la Comunità Europea. Frustrante. Noi, poi, avendo convertito la nostra agricoltura in conduzione biologica e biodinamica non ci siamo di certo facilitati la vita.

**4. CI RACCONTI UN ANEDDOTO LEGATO ALLA VOSTRA ESPERIENZA ALL'ESTERO**

A una cena di lavoro ad Hannover, si avvicina un ragazzo giovanissimo e tira fuori dal suo zainetto una bottiglia di Barolo 64, firmata Riccardo Ceretto (mio nonno). Non avevo mai avuto la possibilità di degustarla, perché in cantina ne abbiamo pochissimi esemplari. Lo ha voluto condividere con me in memoria del nonno da poco scomparso. Un gesto molto affettuoso, che dimostra come il vino sia veicolo di emozioni e ricordi.



*Nel primo semestre Cile, Australia e Nuova Zelanda premono sull'acceleratore delle esportazioni. A giocare a loro favore, accordi commerciali a dazio zero, dimensioni aziendali notevoli e produzione basata su vitigni internazionali. In che modo l'Europa può riuscire a non perdere terreno?*

# Vini e mercati. Vecchio e Nuovo Mondo a confronto

▲ a cura di Loredana Sottile

**D**A UNA PARTE FRANCIA, ITALIA E SPAGNA.

Dall'altra Cile, Australia e Nuova Zelanda. Due schieramenti per due modi differenti di interpretare la partita. Per i primi, una gara di esperienza, fatta di grandi nomi e mercati storici di riferimento, per gli altri tutta l'irruenza della giovane età, che sfida i concorrenti sullo stesso piano della qualità, puntando su vitigni internazionali e mercati emergenti.

Se c'è un dato che emerge dalle dinamiche generali del mercato del vino della prima metà del 2017 - oltre alla ripresa generale delle importazioni - è proprio questo: sul circuito dei maggiori esportatori mondiali si fa sempre più avvincente la sfida tra la vecchia Europa e il cosiddetto Nuovo Mondo vitivinicolo.

Come mostrano le rielaborazioni Wine Monitor Nomisma sui dati Dogane e Istat, la "squadra" Francia-Italia-Spagna chiude i sei mesi con crescita a valore rispettivamente del 13,3%, 7,1% e 5,2%, mentre i giovani e rombanti Cile-Australia-Nuova Zelanda premono un

po' di più sull'acceleratore con incrementi del 9,3%, 13,7% e 16,4%.

Ovviamente, se si considerano i valori assoluti, l'Europa è di gran lunga avanti, grazie ad una consolidata storia di produzione e esportazione. La Francia, infatti, nel semestre ha inviato nel mondo 712,6 milioni di litri di vino per un valore di 4,1 miliardi di euro; l'Italia 1 miliardo di litri per 2,78 miliardi di euro; la Spagna 1,1 miliardi di litri per 1,3 miliardi di euro. Rimangono, quindi, a distanza Cile (451 milioni di litri per 838 milioni di euro), Australia (363 milioni di litri per 758,5 milioni di euro) e Nuova Zelanda (117,5 milioni di litri per 501 milioni di euro).

## DOMANDA EMERGENTE E NUOVO MONDO

Ma è sufficiente una consolidata presenza sui mercati a far dormire sonni tranquilli ai produttori europei, e in particolare italiani? Abbiamo rigirato la domanda a **Silvana Ballotta** ceo di Business Strategies: "Se guardiamo al valore dell'export di Cile, Australia e Nuova Zelanda messi assieme notiamo come non riescano nemmeno ad avvicinare la quota export prodotta dell'Italia. Con uno sguardo superficiale allora si può pensare che >>

## EXPORT TOTALE VINO 2017/2016 (gennaio-giugno)

Paese dichiarante	2016		2017		variazione 17/16	
	EUR	litri	EUR	litri	valori	volumi
Francia	3.693.513.604,00	674.154.812,00	4.184.442.181,00	712.642.672,00	13,3%	5,7%
Italia	2.600.192.643,00	970.648.146,00	2.785.268.857,00	1.030.521.612,00	7,1%	6,2%
Spagna	1.242.164.269,00	1.120.093.830,00	1.306.315.727,00	1.107.973.774,00	5,2%	-1,1%
Cile	766.491.730,00	447.576.087,00	837.984.533,00	451.049.995,00	9,3%	0,8%
Australia	667.065.710,00	339.859.901,00	758.573.900,00	363.143.710,00	13,7%	6,9%
Nuova Zelanda	430.498.697,00	95.673.409,00	500.994.508,00	117.510.321,00	16,4%	22,8%



>> quello della concorrenza dei Paesi dell'emisfero Sud sia un falso problema: non è così. Non solo questi tre Paesi nei primi sei mesi di quest'anno stanno crescendo ben più di noi: ancora più allarmante è il quadro se lo si osserva sul fronte della domanda emergente". Infatti, secondo un'indagine dello stesso Osservatorio di Business Strategies, sui 19 Paesi più interessanti della domanda cosiddetta 'emergente' - provenienti da Sud-Est asiatico, Medio Oriente, ex Urss, America Latina e Africa -, l'Italia si piazza solo al quarto posto tra i 'top exporter' mondiali del 2016. "A superarla" continua Ballotta "sono, non a caso, proprio Australia e Cile, oltre ovviamente la Francia, che arriva sempre prima di noi a pianificare il futuro. Si pensi che se l'Italia ha registrato in valore un +373% nei Paesi della domanda emergente negli ultimi 10 anni, Australia e Nuova Zelanda segnano incrementi quasi tripli, a cavallo del 900%. I motivi di questo salto di qualità sono molteplici, dalle maggiori dimensioni della aziende, più organizzate delle nostre nel marketing e nella promozione del prodotto vino, al maggiore impegno sugli accordi di libero scambio".

## ACCORDI COMMERCIALI

Quello delle intese commerciali è, infatti, uno dei motivi

principali che in questi anni sta favorendo i produttori del Nuovo Mondo. In particolare, il Cile è il Paese esportatore con maggior numeri di accordi di libero scambio: con Usa, Cina, Canada, Giappone e Ue. Il commercio del vino australiano è regolato da dazio zero verso gli Usa, e ridotto verso il Giappone e la Cina (con cui diventerà a dazio zero entro il 2019). La Nuova Zelanda può contare su dazio zero verso la Cina e su dazio ridotto verso il Canada. È chiaro che il confronto con l'Europa non possa reggere, visto che al momento per il Vecchio Continente l'unico accordo di libero scambio con dazio zero per il vino è rappresentato dal Ceta, entrato in vigore con il Canada solo la scorsa settimana.

## DOVE IL NUOVO MONDO CRESCE DI PIÙ?

Lungo le rotte degli accordi di libero scambio si muovono, quindi i commerci vitivinicoli dei tre fuoriclasse del Nuovo Mondo, approfittando in alcune aree anche della vicinanza geografica rispetto alla lontana Europa. Nello specifico, Australia e Nuova Zelanda hanno l'Asia come zona di riferimento, il Cile ha il Sudamerica. Infatti, >>



## NUOVA ZELANDA. EXPORT TOTALE VINO 2017/2016 (gennaio-luglio)

Paese partner	2016		2017		Var. %	
	Valore (mln EUR)	Quantità (litri)	Valore (mln EUR)	Quantità (litri)	Valore	Quantità
<b>Mondo</b>	<b>511,5</b>	<b>114.367.063</b>	<b>585,3</b>	<b>136.868.675</b>	<b>14,4%</b>	<b>19,7%</b>
Stati Uniti	158,4	33.584.806	188,2	40.029.888	18,9%	19,2%
Regno Unito	118,9	31.407.429	137,7	41.436.563	15,7%	31,9%
Australia	106,9	26.087.501	113,5	27.988.037	6,2%	7,3%
Canada	39,0	6.369.476	42,6	6.914.187	9,3%	8,6%
Paesi Bassi	14,5	3.661.561	17,0	5.113.860	17,2%	39,7%
Cina	7,6	1.076.622	12,2	1.384.157	59,0%	28,6%
Belgio	4,0	1.126.932	8,8	3.144.360	117,4%	179,0%
Irlanda	8,1	1.770.840	8,4	1.741.641	4,5%	-1,6%
Hong Kong	5,4	702.754	7,6	791.704	41,3%	12,7%
Singapore	6,2	788.060	6,3	722.048	2,5%	-8,4%

Fonte: WineMonitor su dati dogane

» a guardare i primi sette mesi 2017 (Wine Monitor sui dati dogane), tra i Paesi di riferimento per il Cile ci sono Brasile e Argentina, con quest'ultima che addirittura registra un +457.282% a volume, passando dagli appena 12 mila litri dello scorso anno ai 54,6 milioni del 2017. "Com'è facile immaginare" è il commento di Denis Pantini responsabile di Wine Monitor Nomisma "si tratta soprattutto di vino sfuso, legato probabilmente ad un'annata difficile per l'Argentina. Diversa la situazione in Brasile, dove, invece, il Cile quest'anno ha inviato soprattutto imbottigliato. Si consideri, anche, che i dazi brasiliani all'entrata sono parecchio alti, motivo per cui l'Italia in questo mercato non ha mai spuntato performance particolarmente brillanti".

Tra i mercati di riferimento per i neoproduttori, una costante sembra essere, poi, rappresentata dalla Cina, verso cui viaggiano spediti, soprattutto, i vini australiani e cileni, con quantità rispettivamente di 67,7 e 68,9 milioni di litri. A valore l'Australia cresce del 54,9%, portandosi a quota 240 milioni di euro, mentre il Cile cresce del 22,4%, a quota 150 milioni di euro.

Se guardiamo agli Stati Uniti (primo mercato per l'Italia, ma anche primo punto interrogativo, dopo la brusca frenata delle importazioni tricolori nei sette mesi 2017), cresce soprattutto l'Australia, +22,2% a valore, arrivando a 240 milioni di euro.

### NUOVA ZELANDA, LA FRANCIA DEL NUOVO MONDO

Discorso a parte merita la Nuova Zelanda, che al pari dell'Australia è il Paese che sta crescendo di più: già lo scorso anno entrambi i due Paesi dell'Esmisero Sud avevano chiuso bene, sopra il 5% a valore, e nei primi sette mesi del 2017 hanno ulteriormente incrementato valori e volumi. Eppure, parliamo di due approcci molto diversi tra di loro, come spiega Pantini: "La crescita australiana è molto legata all'annata specifica: ora va meglio l'imbottigliato, ora lo sfuso, con strategie meno chiare rispetto alla Nuova Zelanda che, invece, ha ormai puntato sulle fasce alte. Da almeno cinque anni, infatti, ha incrementato la sua quota export, con gli Usa primo mercato di sbocco a valore, grazie ai vini premium bianchi. Se dovessimo fare un paragone con l'Europa, potremmo dire che la Nuova Zelanda è la Francia del Nuovo Mondo". Si tenga, però, presente che parliamo di una produzione molto ridotta - nel 2016 appena 3 milioni di ettolitri, quando l'Italia fa 50 milioni di ettolitri - con oltre la metà del prodotto (2 milioni di ettolitri) che va fuori dai confini nazionali. "Altro dato interessante" fa notare Pantini "è che l'export neozelandese è decisamente concentrato su pochi Paesi. Per l'Italia, infatti, i primi tre mercati di riferimento a volume pesano per il 50% del totale export, per la Nuova Zelanda i primi tre mercati pesano per ben l'80%." »

## AUSTRALIA. EXPORT TOTALE VINO 2017/2016 (gennaio-luglio)

Paese partner	2016		2017		Var. %	
	Valore (mln EUR)	Quantità (litri)	Valore (mln EUR)	Quantità (litri)	Valore	Quantità
<b>Mondo</b>	<b>790,5</b>	<b>403.910.421</b>	<b>909,0</b>	<b>433.657.976</b>	<b>15,0%</b>	<b>7,4%</b>
Cina	155,2	47.445.622	240,5	67.726.952	54,9%	42,7%
Stati Uniti	165,6	75.742.335	171,6	92.585.700	3,6%	22,2%
Regno Unito	131,8	134.348.533	128,0	119.198.628	-2,9%	-11,3%
Canada	74,1	35.653.738	70,9	34.577.188	-4,3%	-3,0%
Hong Kong	44,2	5.409.822	54,1	6.004.958	22,5%	11,0%
Nuova Zelanda	29,4	16.836.106	28,8	14.424.360	-2,0%	-14,3%
Paesi Bassi	19,3	18.758.858	26,4	20.294.981	37,1%	8,2%
Singapore	24,0	2.958.897	25,2	3.373.737	4,9%	14,0%
Malesia	20,9	3.027.846	18,5	2.459.679	-11,1%	-18,8%
Giappone	17,9	6.625.776	18,3	7.416.023	1,9%	11,9%

Fonte: WineMonitor su dati dogane

» Si capisce bene che se qualcosa andasse male in questi Paesi, i neozelandesi avrebbero ben poche alternative, considerata anche una domanda interna molto ridotta".

### CILE E INVESTIMENTI ITALIANI

Per quanto riguarda il Cile, invece, nell'andamento dei sette mesi possiamo notare un riposizionamento interessante dei prezzi. Anche nei mercati dove perde volumi, infatti, il vino cileno segna notevoli incrementi a valore, com'è ad esempio il caso della Cina. Trend confermato dell'incremento dell'imbottigliato (+25%) a fronte di un export di sfuso che rimane costante.

Come abbiamo già detto, giocano a favore di questo Paese soprattutto le agevolazioni commerciali. Non sorprenda, quindi, che sia diventato luogo di interesse anche per i nostri produttori. Lo dimostra il fatto che, solo negli ultimi tre mesi, due importanti nomi della viticoltura italiana - Zonin e Antinori - abbiamo intrapreso delle nuove avventure proprio nel Paese sudamericano. Nello specifico, Zonin 1821 ha avviato una partnership con la famiglia Vial per la creazione di vini, fermi e spumanti, che mettono insieme il terroir cileno e l'esperienza italiana. Al momento nessun acquisto di vigneti (possibilità non esclusa per il futuro), ma l'azienda veneta ha così creato un primo avamposto nel mercato sudamericano, assicurandosi una porta strategica sulla Cina.

A luglio, dopo anni di frequentazione di questo Paese, anche Antinori ha stabilizzato la sua presenza in Cile, con l'acquisto dell'azienda vinicola cilena Haras de Pirque, già controllata a partire dal 2003 tramite una joint venture. Si tratta, in questo caso, di 100 ettari di vigneti, nella valle del Maipo, conosciuta anche come il Chianti cileno per la sua posizione tra fiume e collina.

### VINI E COMPETIZIONE.

#### IL PARERE DELL'ENOLOGO

Spostiamoci, adesso, dai dati di mercato alle caratteristiche stesse del vino, per vedere cosa differenzia - o

dovrà in futuro differenziare - il vino europeo da quello del resto del mondo.

Ne abbiamo parlato con **Roberto Cipresso**, enologo, consulente vinicolo, nonché produttore a Montalcino. "Negli ultimi anni" ci dice "il comparto vitivinicolo si è spesso interrogato su come la produzione del cosiddetto Vecchio Mondo, possa in qualche modo difendersi in un contesto suscettibile di molti cambiamenti, spesso a noi sfavorevoli: ad una domanda di mercato molto diversa dal passato, si oppone infatti un'offerta sempre più ricca, sia per la comparsa sulla scena di nuovi Paesi - che lavorano tra l'altro a costi di produzione inferiori ai nostri - sia perché le realtà già attive hanno in alcuni casi incrementato notevolmente le loro superfici vitate. All'inizio la risposta dei nostri enologi e produttori è stata quella di optare per il conseguimento qualitativo indiscutibile. Ma in molti Paesi emergenti la qualità è ormai stata conseguita". Per questo, Cipresso suggerisce di suddividere il vino in due categorie: vino estetico (quello della cosiddetta sommellerie) e vino che emoziona. "Credo che il futuro del vino europeo abbia a che fare con quest'ultimo" spiega il winemaker "perché sull'estetica la competizione è alta e il Nuovo Mondo ha ormai imparato a fare vino pulito ed esteticamente perfetto. Sul tema emozione noi possiamo ancora giocare le nostre carte, insieme alla nostra storia secolare, puntando su quello che i francesi definiscono terroir, dove bisogna dimenticare dell'uva e andare incontro al territorio, al paesaggio. Attenzione, però, agli errori più comuni: spesso ci si dimentica che il fatto che una varietà sia storicamente coltivata in un territorio non rappresenti una garanzia sufficiente della sua capacità di interpretarlo al meglio. In passato, magari la scelta era solo una necessità: si piantava dove si poteva. Oggi, se si vuol fare un grande vino da terroir, bisogna fare un passo in avanti e fare delle scelte precise".

Terroir, quindi, come plus valore del vino europeo. Ma basterà, questo, per fare restare i vini del Vecchio Continente in pole position? "In realtà" chiosa Cipresso "dovremmo proprio dimenticarci di competere con il Nuovo Mondo, cambiando possibilmente circuito di gara: passare, quindi, dalla Formula Uno all'auto d'epoca".

## CILE. EXPORT TOTALE VINO 2017/2016 (gennaio-luglio)

Paese partner	2016		2017		Var. %	
	Valore (mln EUR)	Quantità (litri)	Valore (mln EUR)	Quantità (litri)	Valore	Quantità
<b>Mondo</b>	<b>919,4</b>	<b>523.754.660</b>	<b>995,0</b>	<b>527.211.422</b>	<b>8,2%</b>	<b>0,7%</b>
Cina	123,2	88.028.149	150,8	68.918.472	22,4%	-21,7%
Stati Uniti	124,8	93.855.047	127,2	77.885.563	1,9%	-17,0%
Giappone	93,2	48.943.024	101,0	50.096.465	8,4%	2,4%
Regno Unito	100,6	60.687.636	87,2	57.584.822	-13,3%	-5,1%
Brasile	54,4	21.556.069	68,5	26.307.204	25,9%	22,0%
Paesi Bassi	53,5	24.003.817	52,4	23.231.243	-2,0%	-3,2%
Canada	48,9	31.957.213	47,0	21.309.106	-3,9%	-33,3%
Argentina	0,1	11.952	31,1	54.666.407	30651,6%	457282,9%
Germania	26,8	24.059.905	28,3	22.650.139	5,5%	-5,9%
Danimarca	29,0	16.084.013	24,7	12.353.473	-14,8%	-23,2%

Fonte: WineMonitor su dati dogane



*È in corso a Montalcino la prima Summer School Sanguis Jovis della Fondazione Banfi. Cinque giorni di approfondimenti con professori di alto profilo per soli 20 studenti da tutta Italia. Il racconto di Tre Bicchieri (che ha partecipato alle prime due giornate)*

## A lezione di Sangiovese

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

**L SANGIOVESE È SEMPRE STATO UN VITIGNO DIFFICILE**, complicato, che può regalare dei vini emozionanti, unici nel panorama internazionale. È un grande patrimonio colturale e culturale del nostro Paese, che va preservato e valorizzato. Nonostante sia uno dei vitigni italiani più diffusi e uno dei principali nel mondo, a parte i convegni di settore, limitati a relativi approfondimenti, non è mai stato, se non in rarissimi casi (Simposio Internazionale Il Sangiovese a Firenze, febbraio 2000 e poi ancora nel novembre 2004) al centro dell'attenzione. Da quando la ricerca genetica (Dna) è entrata in campo anche la ricerca si è affinata permettendo, per esempio, di discriminare tra ciò che è sangiovese e ciò che non lo è (studio dei microsatelliti), investigare sulla sua origine, studiare i profili genetici varietali (oggi ci vogliono solo 3 ore e costi molto contenuti), studiare delle selezioni clonali (tardive/precoci)

adatte ai cambiamenti climatici. La conoscenza approfondita di quest'uva, in tutte le sue pieghe, anche le più remote, dalla genetica all'interazione con il clima, il suolo, l'ambiente di coltivazione, dai sistemi di coltivazione a quelli di vinificazione, permette di ovviare anche alle sue debolezze (scarsi antociani). Grazie a queste conoscenze (anche genetiche) possono essere messe a punto le tecniche colturali e di cantina, le selezioni clonali, in grado di esaltarne le caratteristiche migliori specialmente quando il sangiovese è vinificato in purezza, Brunello di Montalcino, in primis.

### LA SUMMER SCHOOL

Di questo di molto altro si sta parlando alla prima Summer School sul sangiovese, organizzata a Montalcino dalla Fondazione Banfi, a cui partecipa (da uditore) anche Tre Bicchieri: le cinque giornate di studio (25-29 settembre) a cui sono chiamati i 20 studenti (10 neolaureati e 10 professionisti del »



### IL PROGRAMMA

- Lun 25 settembre**  
*La genetica, l'origine, la biodiversità del Sangiovese*
- Mar 26 settembre**  
*I territori, la geologia, le peculiarità pedo-paesaggistiche*
- Mer 27 settembre**  
*Le risposte adattative del Sangiovese agli ambienti di coltivazione*
- Gio 28 settembre**  
*Cambio climatico, sostenibilità e innovazione genetico-agronomica*
- Ven 29 settembre**  
*Produzione e mercato: nuovi approcci di conoscenza*

» settore) selezionati tra oltre sessanta partecipanti al bando di ammissione, sono piuttosto intense. Dalla mattina alle 9 sino alle 13.00 e poi dalle 14 alle 18.30/19 i corsisti sono impegnati in lezioni frontali. Non solo teoria, però, perché nel pomeriggio si affianca lo studio all'assaggio dei vini ottenuti

### SANGIOVESE IN ITALIA

La Toscana con 90 cloni (+3 di Prugnolo gentile) è la Regione più ricca di biodiversità, seguono la Romagna con 15, le Marche con 6, la Puglia con 4 e infine l'Umbria con 1. Complessivamente nel 2015 nel Registro nazionale erano 105 le iscrizioni, ma in realtà solo 10 cloni vengono utilizzati in grande parte mentre 18 forniscono meno di 10.000 piante all'anno. Data la legislazione attuale non c'è modo di difendere la proprietà intellettuale di un clone.

dai diversi cloni di sangiovese o anche dai diversi portinnesti.

L'obiettivo della Fondazione Banfi, promotrice di Sanguis Jovis, il centro di ricerca e formazione di eccellenza sul sangiovese, è di accrescere la cultura di questo vitigno producendo innovazione condivisa e incrementando il suo posizionamento nel mondo del vino, nazionale e internazionale, così come spiega il professore **Attilio Scienza**, presidente della scuola: "Vogliamo contribuire al progresso della viticoltura di Montalcino. La parola d'ordine è conoscenza che si sviluppa attraverso la formazione, con lo scopo di diffondere la cultura del Sangiovese". Il direttore **Alberto Mattiacci**, evidenzia: "Aspiriamo a divenire un riferimento scientifico di rango mondiale sul Sangiovese e, più ampiamente, sul vino di qualità. Sanguis Jovis vuole innovare il pensiero del vino, attraverso un'attività di education fondata su progetti di ricerca e formazione originali e rigorosi. Su tutto, un mantra: multidisciplinarietà e condivisione di esperienze fra professionisti, ricercatori e giovani discenti". E »





Leader nella produzione e distribuzione di cantine frigo per vino.



## LA SELEZIONE CLONALE MEDIANTE PRESSIONE SELETTIVA DEBOLE: IL CASO DEL SANGIOVESE

"La differenza fra genetica ed epigenetica può essere paragonata alla differenza che passa tra leggere e scrivere un libro. Una volta scritto il libro, il testo (i geni o le informazioni memorizzate nel Dna) sarà identico in tutte le copie distribuite al pubblico. Ogni lettore potrà tuttavia interpretare la trama in un modo diverso, provare emozioni diverse e attendere sviluppi diversi man mano che affronta i vari capitoli. Analogamente, l'epigenetica permette interpretazioni diverse (del libro o del codice genetico) e può dare luogo a diverse letture a secondo delle condizioni variabili con cui il modello viene interrogato".

Thomas Jenuwein

(Max Planck Institute - Freiburg)

» di fatto in questi giorni Montalcino è diventato un centro di incontro di rilevanza internazionale. Mai prima di oggi, nel comune toscano – e neppure in Italia - si era organizzato un evento di studio di così alto valore scientifico e culturale.

### LA PAROLA AGLI STUDENTI

Antonella Calzone è venuta dal Piemonte per frequentare Sanguis Jovis: "Voglio scoprire il sangiovese, un vitigno che conosco troppo poco. Sono venuta qui per imparare il più possibile", ci ha raccontato nell'intervallo tra una lezione e l'altra. Riccardo Cecchi, figlio d'arte, attualmente borsista Oiv è convinto che oggi "sia necessario integrare le conoscenze e le esperienze di figure professionali diverse, per avere una visione d'insieme più completa: tutto è collegato". Adele Mallozzi, invece viene da Roma e si occupa di comunicazione: "Gli approfondimenti sono necessari se si vuole crescere professionalmente".

Ma non è finita. Tra poco si apriranno le iscrizioni alla Winter School, che si svolgerà a marzo 2018. Al centro del corso sarà sempre il Sangiovese, proiettato in un mercato globalizzato in cui la digitalizzazione diviene strumento necessario per la sua diffusione e conoscenza.

(Info: [info@fondazionebanfi.it](mailto:info@fondazionebanfi.it))

# Gourmet Food Festival

Lingotto Fiere Torino

17-19 Novembre 2017



## Gourmet Food Festival

Fare, Assaggiare, Imparare, Acquistare  
La piazza del gusto a misura di vero foodies