



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

# A TUTTO BRUNELLO

## FORUM BOLLICINE

A Stra si fa il punto sul consumo di spumanti in Italia e all'estero pag. 2

## OK AL TAPPO A VITE

Il Mipaaf lo liberalizza. Potrà essere usato anche sui vini Docg pag. 3

## GUIDA RISTORANTI 2014

Ecco le migliori carte dei vini premiate nell'ultima edizione pag. 6

## PREMI SPECIALI

I produttori premiati dal Gambero Rosso si raccontano. Ecco i primi tre pag. 12

## BRUNELLO A GONFIE VELE

Giacenze in calo e successo all'estero, nonostante Brunellopoli pag. 14



Solo su **sky** | Canale 411



La soluzione  
logistica avanzata  
per il mercato  
Wines & Spirits



www.ggori.com

WE MOVE PRECIOUS COMMODITIES: YOURS.



**GIORGIO GORI**  
GLOBAL TRANSPORT & LOGISTICS

## “L'UE DIMENTICA IL PROPRIO VINO”: APPELLO DEL COMITÉ VINS ALLA COMMISSIONE E STATI MEMBRI

a cura di **Gianluca Atzeni**

Partiamo da un fatto: negli ultimi anni l'Ue ha avviato una serie di negoziati per raggiungere accordi di libero scambio con Paesi terzi, ma tra i 15 mercati prioritari ritenuti rilevanti per l'export dei vini europei, sono stati conclusi accordi solo con Corea del Sud, Singapore, America centrale e Colombia-Perù. Ecco che da Bruxelles industriali ed esportatori di 24 Paesi Ue riuniti nel Ceev (Comité vins), che insieme rappresentano il 90% dei volumi sui mercati mondiali con 7mila imprese aderenti, lanciano oggi un appello alla Commissione e ai governi degli Stati membri: “Il vino, che contribuisce con più 6,4 miliardi di euro alla bilancia commerciale,



deve essere una priorità nelle strategie economiche comunitarie”, afferma il presidente Jean Marie Barillère ricordando le numerose difficoltà del settore. Dazi proibitivi all'importazione sono ancora in vigore in India e Vietnam, i prodotti europei subiscono un trattamento discriminatorio in Canada e Thailandia; esistono infinite barriere burocratiche in Russia e importanti mercati come gli Usa non riescono a dare sufficiente protezione ai vini a indicazione geografica. A queste si è aggiunta la controversia commerciale con la Cina che, con la sua indagine antidumping, di fatto “tiene in ostaggio” le produzioni europee. “Il risultato di questo stato di cose è che le potenzialità per il nostro export verso questi mercati chiave”

## OVSE STIMA UN 2013 A -2,6% PER GLI SPUMANTI ITALIANI

a cura di **Gianluca Atzeni**

Sarà pari a 140 milioni di bottiglie, con un giro d'affari intorno ai 740 milioni di euro, il consumo di spumanti nazionali per il 2013, con un calo in volumi di 2,6% e in valore dell'1,4%. La previsione è dell'Ovse, l'Osservatorio vini spumanti ed effervescenti che domenica e lunedì farà il punto sul mercato del settore eno-agroalimentare a Villa Foscari Rossi di Strà (Venezia), durante il forum 'Bollicine'. “Per una ripresa dei consumi nazionali, che sono sempre più prossimi a 30 litri procapite annui, non è sufficiente la sola promozione commerciale” afferma il direttore Ovse, Giampietro Comolli a Tre Bicchieri “ma i fattori strategici si chiamano contatto diretto, formativo e informativo”. Soprattutto all'estero, che rimane il fulcro su cui concentrare le energie, rispetto a un mercato interno discontinuo. “L'Europa ha ripreso a bere vini italiani soprattutto

con Germania, Austria, Svizzera e Uk, che registrano un +7,7% di spumanti; e bene stanno andando i Paesi Terzi, principalmente Usa, Canada e Russia, con quasi +15%. Nel mondo” fa notare Comolli “registriamo una crescita di tutto l'agroalimentare italiano, con oltre nove punti percentuali. Tuttavia, occorre assolutamente una strategia europea per la tutela dei marchi collettivi nei mercati internazionali, perché falsi e imitazioni crescono parallelamente, con cifre che superano i 60 miliardi”. Guardando poi ai consumi mondiali di spumanti italiani nel 2013, l'Ovse stima una cifra di 290 milioni di bottiglie, per un controvalore sul mercato vicino ai 3 miliardi, a fronte di un forte calo dei prezzi del vino e delle bollicine in tutto il mondo, pari al 3-5% all'origine e del 6-8% al consumo. “Se l'export continuerà a progredire, l'obiettivo dei 300 milioni di bottiglie” conclude Comolli “non è poi così lontano”.

### TRATTATIVE UE

#### NEGOZIATI APERTI

**Usa** avviato nel 2013  
**Canada** conclusioni attese nel 2013  
**India** conclusioni attese nel 2013  
**Giappone** avviato il 25 marzo 2013  
**Thailandia** avviato il 6 marzo 2013  
**Malaysia** avviato nel maggio 2010  
**Vietnam** avviato a giugno 2012  
**area Mercosur** in corso da due anni  
**Ucraina** concluso nel 2011, intesa non ancora approvata

#### NEGOZIATI CONCLUSI

**Corea del Sud** 2011  
**Singapore** 2012  
**America Centrale** 2012  
**Colombia e Peru** 2013



sottolinea Barillère “è compromesso da politiche protezionistiche che devono essere affrontate con sforzi più consistenti politici e diplomatici”. Rincarare la dose

il segretario generale José Ramon Fernandez: “In un momento in cui le nostre economie stentano a riprendersi e la disoccupazione rimane la rovina della nostra società, c'è bisogno del pieno sostegno delle istituzioni europee”.

**L'ANALISI. LA RECESSIONE RILANCIA IL TAPPO A VITE** Il sughero costa ed è anche scarso. La recessione, poi, ha imposto di ridurre i costi unitari di produzione per bottiglia di vino, soprattutto per quanto riguarda i prodotti di fascia bassa. Senza contare gli aspetti più strettamente igienici legati alla migliore conservazione nel tempo del prodotto che un tappo a pressione meccanica garantisce. Tirate tutte le somme, si scopre che il mercato mondiale dei tappi a vite, screw top in inglese, è cresciuto in maniera incredibile negli ultimi tempi. Tanto che oggi ben più di 2 miliardi di bottiglie di vino commercializzate nel mondo sono imbottigliate con tappi a vite. Se si pensa che erano soltanto trecento milioni nel 2003, si capisce subito quanto rapida sia stata la curva di crescita di questo tipo di soluzione. Oggi il 90% del vino neozelandese ha un tappo a vite, mentre Australia e California imbottigliano con screw top oltre il 60% della produzione annua. Il consumatore del nuovo mondo si sta abituando a svitare la bottiglia di vino per degustarlo e così anche i consumatori dei mercati nei quali i vini dei produttori emergenti hanno guadagnato penetrazione e quote di mercato. La familiarità con i tappi a vite, anno dopo anno, sta crescendo e con essa il livello di accettazione di tale forma di imbottigliamento a discapito del tradizionale tappo di sughero. Le analisi sui consumi, soprattutto di quelli americani, evidenziano come nei vini più economici i tappi a vite sono già stati pienamente accettati dai consumatori diventati totalmente indifferenti al tipo di chiusura proposta dal produttore. Per loro conta quasi esclusivamente il prezzo del vino allo scaffale. Più difficile il discorso nel caso dei vini di fascia alta. Per queste bottiglie il tappo di sughero incarna anche una esperienza di consumo unica. Eliminarlo, insieme al suono prodotto dal sughero tirato via, significa togliere qualcosa alla bottiglia. Renderla meno interessante e ricercata.



Edoardo Narduzzi @EdoNarduzzi

## Il Ministero apre al tappo a vite: l'ok anche per le Docg in Gazzetta Ufficiale

a cura di Loredana Sottile

Tappo di sughero o a vite? Dopo anni di scontri sull'articolo 8 (quello che nei disciplinari specifica quale tipo di tappo poter utilizzare) tra i puristi e i progressisti delle chiusure, il Ministero ha dato l'ok alla "liberalizzazione" totale anche per le Docg (vedi Gazzetta dello scorso 24 settembre).

In realtà una prima apertura si era già avuta nel 2012, con l'introduzione del tappo a vite anche per alcune Docg (solo quelle senza menzioni aggiuntive, quali Riserva, superiore, Menzione geografica, vigna) e per le Doc, ma previa specifica. Adesso, invece, la regola per tutte le denominazioni sarà l'utilizzo di qualunque tipo di tappo. **Chi non volesse beneficiare di questa libertà dovrà chiaramente esplicitarlo nel disciplinare:** c'è tempo fino a sei mesi. Soddisfatto il direttore del Consorzio del Soave, Aldo Lorenzoni, da sempre fautore del tappo a vite (tanto che qualche cantina del Consorzio, come la Pieropan, aveva preferito declassificare il suo Soave Classico per poter utilizzare la capsula). *"Finalmente ce l'abbiamo fatta"*, dice *"ci son voluti più di otto anni per giungere a questo decreto a causa dei tanti produttori che, non avendo compreso il cambiamento del mercato hanno continuato a dichiararsi contrari all'uso delle nuove chiusure, rallentando il percorso di approvazione del Mipaaf e facendo perdere agli*

## Il Gavi Docg avrà quattro nuovi cloni di Cortese

Quattro nuovi cloni del vitigno Cortese, base del Gavi Docg, sono stati omologati e iscritti a catalogo nel Registro nazionale delle varietà di vite. Lo rende noto il Consorzio, che chiude così un ciclo di selezione iniziato nel 1997 e che, dopo i cinque cloni omologati nel 2009, raggiunge quota nove. Tre i vigneti sperimentali in cui sono stati selezionati i cloni (Cvt G9, Cvt G12, Cvt G22 e Cvt G41), originari dell'area degli undici comuni della Docg piemontese. Ora il materiale vegetale è in conservazione e propagazione presso il Cepremavi di Alba e il prossimo passo sarà quello di diffonderne l'uso presso vivaisti e viticoltori. – **G. A.**

altri importanti occasioni sui nuovi mercati". Molte richieste in tal senso vengono, infatti, dal Nord Europa, dagli Usa e dal Giappone e perfino i Paesi più tradizionalisti avevano da tempo sdoganato questo sistema così limitante. E sotto questa spinta internazionale perfino le Docg più blasonate cominciano a prendere in considerazione la tappatura a vite. Tra questi il Consorzio del Chianti Classico che, però, dovrebbe modificare il disciplinare (dove è prevista espressamente l'esclusione del tappo a vite per tutte le categorie): *"Ormai i mercati, soprattutto anglosassoni, ci chiedono tappi alternativi"* spiega il presidente Giuseppe Liberatore *"i tempi sono evidentemente cambiati e non possiamo permetterci di trincerarci dietro dei tabù"*.

## IL VINO SALVA L'EXPORT PIEMONTESE. L'ANALISI DI INTESA SANPAOLO

Il Piemonte esporta di più ora che prima della crisi. Merito soprattutto del comparto vino che compensa le perdite nel settore hi-tech e fa restare positivo il dato complessivo. È quanto emerge da un'analisi di Intesa Sanpaolo sui distretti produttivi della Regione: **nei primi sei mesi del 2013 l'export regionale (di vino e non) ha superato del 5% i livelli toccati nello stesso periodo del 2008**, con

l'agroalimentare che ha realizzato quasi la metà degli introiti: 1,2 miliardi di euro. Al top i vini, soprattutto quelli di Langhe, Roero e Monferrato che nel primo semestre dell'anno da soli hanno registrato un +10,7% rispetto al 2012, fruttando più di 500 milioni di euro. Meno brillanti le vendite di nocciole, frutta, caffè e cioccolato (solo +1,5% sull'anno precedente). Tra i mercati di sbocco, frena la Germania: -8,4% di prodotti piemontesi. Salgono Cina (+60%), Polonia e Turchia. – **L. S.**

## Vino Chianti, Busi: Raccolta a -4%, bene il calo delle giacenze

Un calo di produzione intorno al 4% sulla media storica ma una “grande vendemmia” nonostante, a causa delle lunghe piogge di maggio, il raccolto in alcune zone sarà a macchia di leopardo per via della peronospora. Il Consorzio Vino Chianti, con il suo presidente Giovanni Busi, si dice ottimista sul raccolto che inizierà in questi giorni con il taglio del Sangiovese. Ma non solo: “Siamo soddisfatti” dice “per la diminuzione delle giacenze. Al 31 luglio, vi è stata infatti un'ulteriore riduzione delle scorte rispetto ad un anno fa che ha toccato circa i 160mila ettolitri tornando in questo modo a giacenze (sotto la media storica) con un mercato in continua crescita”. – **G. A.**

## Cantine Due Palme, bilancio sale a 28 milioni (+24%): entro dicembre il primo metodo classico

Bilancio in attivo per Cantine Due Palme, cooperativa brindisina con 1.200 soci conferitori e 2.400 ettari vitati, che al 31 agosto ha chiuso con un +24% passando dai 22,8 milioni a 28 milioni di euro. “Non abbiamo risentito della crisi e i dati dimostrano che questa è un'azienda sana e proiettata verso un trend in crescita”, commenta il patron ed enologo Angelo Maci, ricordando le **buone performance dei vini di fascia medio alta e dell'export, soprattutto in Germania, Svizzera, Olanda, Regno Unito e Svezia**. I dieci milioni di bottiglie prodotti mediamente, a fronte di una capacità produttiva di 40 milioni, a partire da dicembre di quest'anno vedranno l'esordio sul mercato del metodo classico (che si chiamerà “Due Palme”) prodotto con uve Negroamaro nella versione bianca e rosata. – **G. A.**

## LA SETTIMANA DEI CURATORI



**Trimbach**  
Alsace Riesling Cuvée  
Frédéric Emile 2002  
93/100

La storia della famiglia Trimbach, iniziata nel lontano 1626, è arrivata oggi alla tredicesima generazione con Anne e i suoi cugini Pierre e Jean. La Cuvée Frédéric Emile rappresenta l'archetipo del gusto Trimbach. Il 2002 unisce aromi di pesca e citronella, pur lasciando già spazio a cenni minerali di grande eleganza.

GIANNI FABRIZIO



**Wenzel**  
Pinot Noir Kleiner Wald 2004  
90/100

Azienda secolare nella cittadina di Rust dove la tradizione viene portata avanti di generazione in generazione. Tra le diverse tipologie proposte un Pinot Nero che ha poco da invidiare ai più famosi vini borgognoni. Cannella e sottobosco si innescano su note di piccoli frutti, bocca soffice e vellutata, dal finale meravigliosamente floreale.

ELEONORA GUERINI



**Rolly-Gassmann**  
Alsace Riesling Silberberg  
de Rorschwihr '09  
90/100

A Silberberg le viti di riesling affondano le radici in un particolare calcare ricco di silicio e di conchiglie fossili, il Muschelkalk, che dona una base acida incredibilmente viva a questi vini. Lo prova questo grande '09, esuberante di frutto, con confettura di pera, albicocca e note fresche d'agrumi e ananas, che in bocca si distende dolce e freschissimo.

MARCO SABELLICO

## Il nuovo padiglione di Vinitaly 2014 parlerà soprattutto americano

Anche il Vinitaly avrà il suo padiglione internazionale, ovvero un'area riservata alla produzioni vitivinicole estere. Questa sarà la grande novità dell'edizione 2014, come ha annunciato il direttore generale di Veronafiere Giovanni Mantovani in occasione di un evento tenutosi all'ambasciata italiana a Washington. E proprio in terra a stelle e strisce il dg ha assicurato che **proprio gli Usa giocheranno una parte importante nel nuovo spazio espositivo. D'altronde il mercato americano è assai generoso con i vini nostrani, che coprono il 34 per cento delle importazioni complessive**, facen-

do dell'Italia il primo paese fornitore. In prima fila ci sarà l'associazione "Famiglie dell'Amarone", la cui presidente Marilisa Allegrini spiega le iniziative già certe: *"inviteremo nel Veronese produttori e winelover americani durante la fiera. Per il Vinitaly finalmente diventa fondamentale l'internazionalizzazione"*. Intanto la kermesse fieristica veronese – insieme all'Ice – sbarca in Cina, con uno sportello di rappresentanza a Shangai.

Taglio del nastro, il prossimo 7 ottobre. Sul fronte Expo 2015, si lavora invece al padiglione "Vino&olio", con la raggiunta intesa bipartisan tra il sindaco di Verona Flavio Tosi e gli esponenti dell'opposizione. – **F. C.**



## Previsioni Canadian: Italia avanti adagio fino al 2017, meglio l'Uk. Francia in flessione

Crescita lenta ma pur sempre crescita per il mercato degli spumanti italiani tra 2012 e 2017. Almeno secondo i dati di una ricerca di Canadean che prevede un tasso annuo di crescita composto (Cagr) dello 0,2% in valore e dello 0,7% in volumi, rispetto al settore vini nel suo complesso che è previsto a 0,1% in valore e a 0,2% in volumi. Una prospettiva migliore, quantomeno, rispetto alla Francia che, secondo l'Istituto di ricerca, registrerà per il reparto spumanti un -0,1% in valore con un +0,5% in volumi a fronte di un calo generalizzato del comparto vini dell'1,3% in valore e dell'1,2% in volumi. È, tuttavia, il mercato Uk dal futuro più roseo, con iper e supermarket che arrivano a detenere quasi metà del mercato del vino: per gli spumanti Canadean prevede un +2,8% in valore e +2,5% in volumi, e una crescita dell'intero settore vino rispettivamente del 2,4% e dell'1,8%. – **G. A.**



Tollo, piccola Terra nell'Abruzzo Citeriore, non molto lontana dal Mare Adriatico, e celebre per suo vino.  
(Padre Bernardo Maria Valera - Napoli 1747)



## Tullum, dentro c'è un paese intero.



Tullum ha qualcosa di speciale: coincide con il territorio di un comune, Tollo. Da millenni qui brilla la vite tra storia, cultura, terroir esclusivi e un clima unico. Provate a immaginare l'orgoglio dei viticoltori del paese nel donare il loro patrimonio più prezioso, interpretato con uno spirito diverso che abbraccia tradizione e modernità: il nuovo modo di bere Abruzzo.



il nuovo modo di bere Abruzzo

Consorzio Tutela TULLUM - Via S. Lucia 4 - 66010 - TOLLO (CH) - info@tullum.it - [www.tullum.it](http://www.tullum.it)

**Tullum, dentro c'è un paese intero.**



il nuovo modo di bere Abruzzo



www.tullum.it

## Tre Forchette 2014: i migliori vini per i migliori ristoranti

È partito il countdown per uno degli eventi più attesi dell'anno, la presentazione della guida Ristoranti d'Italia 2014 del Gambero Rosso. Lunedì mattina la Città del gusto di Roma ospiterà la presentazione e la premiazione delle Tre Forchette e la sera l'attesa cena, che avrà per protagonisti dieci degli chef premiati. In attesa di conoscerne nomi e menu, ecco svelata la carta dei vini che accompagnerà la serata: chiaramente tutte bottiglie Tre Bicchieri, scelte tra i premiati della prossima guida in uscita (il 19 ottobre), Vini d'Italia 2014.

### supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

### coordinamento contenuti

Francesca Ciancio

ciancio@gamberorosso.it

### hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Loredana Sottile, Eleonora Guerini, Marco Sabellico, Gianni Fabrizio, Edoardo Narduzzi, Attilio Scienza, Andrea Gabbrielli

### foto

Sara Matthews, Az. Travaglini, Az. Antoniolo, Andrea Gabbrielli

### 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

Concessionaria Poster Pubblicità

Via Angelo Bargoni, 8 00153 Roma

06.68896911 | poster@poster-pr.it

## ENO MEMORANDUM

**5 ottobre**

**XXXII Premio Masi**

tra Valpolicella e Verona

dalle 10.30

www.fondazionemasi.com

22 le cantine

che partecipano all'evento

**19 ottobre**

**Gusto Berico**

**Vino, Gastronomia**

**e Arte a Vicenza**

in centro a Vicenza

fino al 20 ottobre

gustusberico.it

**5 ottobre**

**Rassegna dei vini**

**di qualità della provincia**

**di Messina**

Monte di Pietà

Enoteca Provinciale

di San Placido Calonerò

fino al 6 ottobre

**20 ottobre**

**Vini da Terre Estreme**

Villa Draghi

Montegrotto Terme (PD)

fino al 21 ottobre

**Gioielli in fermento: il**

**vino dell'Emilia Romagna**

**incontra**

**la bellezza**

Enoteca Regionale

Emilia Romagna

Rocca Sforzesca di Dozza

Ingresso libero

fino al 10 ottobre

**21 ottobre**

**Autochtona**

**Forum dei vini autoctoni**

Bolzano – Fiera

ore 11-18

fino al 22 ottobre

autochtona.it

**6 ottobre**

**"Bollicine" focus-forum**

**sui vini spumanti italiani**

presso villa Foscarini

Rossi a Strà di Venezia

www.it-quality.it

fino al 7 ottobre

**21 ottobre**

**i migliori vini**

**del Trentino**

organizzato da Onav

Lombardia

showroom JVstore

di Jannelli&Volpi,

via Melzo 7, Milano

dalle 19 alle 21.30

**Porthos racconta**

**i vini naturali**

a cura di Sandro Sangiorgi

Ais Liguria – La Spezia

dalle 21 alle 23

**25 ottobre**

**Jazz and Wine**

**of Peace 2013**

presso

az. Borgo San Daniele

Cormons (GO)

dalle ore 17

fino al 27 ottobre

**12 ottobre**

**We love tasting**

**Il meglio del Made**

**in Italy food and wine**

Parco della Vittoria

via Camilluccia 64, Roma

dalle 12 alle 23

**10 novembre**

**B.I.G , Bulgaria Italia**

**e Grecia nel calice**

**Mediterranean Wines**

Piazza Rocca Sforzesca

Dozza (BO)

dalle 15

**13 ottobre**

**"Profumi di Mosto"**

nelle cantine della

Valtènesi (Brescia)

## VINI&SCIENZA. AROMA DI EUCALIPTO NEI VINI AUSTRALIANI. COME GESTIRLO?

I ricercatori australiani hanno finalmente risolto il giallo dell'origine dell'aroma di eucalipto nei vini del loro Paese. Il colpevole è l'1,8 cineolo, sostanza chiamata comunemente eucalip-tolo, che è anche presente nelle foglie di eucalipto e che conferisce al vino un carattere mentolato e fresco. Dell'aroma quindi sarebbero responsabili le piante di eucalipto che sono spesso utilizzate come frangivento per i vigneti. Le sostanze volatili emesse dalle foglie sarebbero trat-tenute dalle cere (la pruina) della buccia e quindi passerebbero al vino durante la fermentazione. Determinante è stata la correlazione tra le distanze delle viti dagli eucalip-ti e la concentrazione dell'eucalip-tolo sulle bucce dell'uva. Qualche sospet-to sull'origine del composto viene anche da un'altra prova rappresentata dall'ag-giunta di foglie di eucalipto al mosto in fermentazione per effetto della quale nel vino compare anche un altro composto, il rotundone, responsabile dell'aroma di pepe e di spezie. I ricercatori ritengono che questi composti potrebbero diventare degli indicatori importanti di terroir dello Shiraz. Tutto chiaro quindi? Non proprio. Nelle ultime annate calde e luminose in molti vini italiani è comparso un descrittore aromatico che conferisce un aroma di canfora-rosmarino molto simile a quello dell'eucalip-tolo. Il composto identifica-to è il jasmonato, una sostanza fenolica che la vite produce nelle bucce per il suo effetto antiossidante ed in genere nelle condizioni di stress ambientale come la siccità. Senza togliere nulla alle ricerche australiane, si può ipotizzare che siano stati soprattutto gli effetti del riscalda-mento atmosferico in questi anni ad in-crementare la sintesi di queste sostanze in alcuni vitigni come lo Syrah, molto sensibili agli effetti dell'eccesso di radia-zione.



**Attilio Scienza**  
Ordinario di Viticoltura  
Università degli Studi  
di Milano



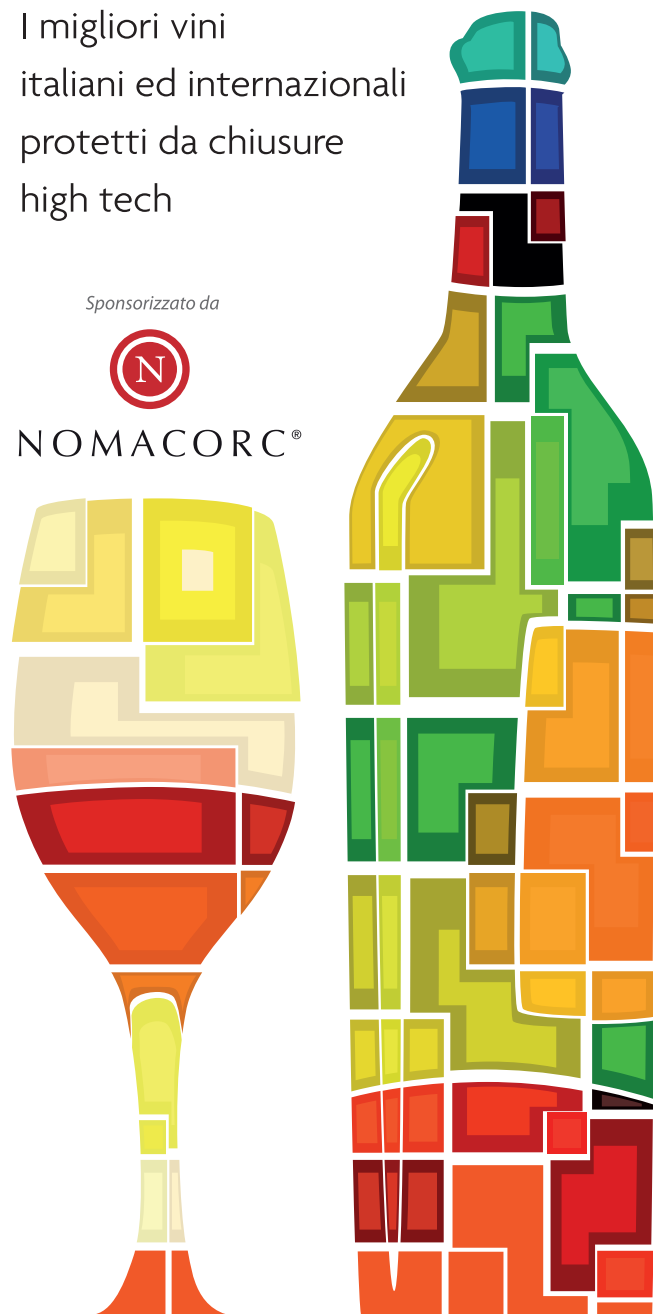
*La tecnologia d'avanguardia  
a servizio della tradizione*

I migliori vini  
italiani ed internazionali  
protetti da chiusure  
high tech

Sponsorizzato da



NOMACORC®



[www.iononsoditappo.it](http://www.iononsoditappo.it)



CALENDARIO 2013

CALENDARIO 2014

OTT

NOV

dic

GEN

FEB

MAR

APR

MAG

GIU

19 Ottobre  
ROMA

24 Ottobre  
SEOUL

28 Ottobre  
OSAKA

31 Ottobre  
TOKYO

4 Novembre  
SHANGHAI

6 Novembre  
HONG KONG

19 Novembre  
MOSCA

25 Novembre  
ZURIGO

27 Novembre  
VARSAVIA

29 Novembre  
PRAGA

14 Gennaio  
STOCCOLMA

15 Gennaio  
COPENHAGEN

16 Gennaio  
OSLO

6 Febbraio  
NEW YORK

11 Febbraio  
CHICAGO

13 Febbraio  
SAN FRANCISCO

10 Marzo  
SYDNEY

12 Marzo  
SINGAPORE

22 Marzo  
DÜSSELDORF

23 Aprile  
SÃO PAULO

28 Aprile  
MEXICO CITY

Giugno  
TOKYO

Maggio  
MIAMI

Maggio  
VANCOUVER

INFO: [eventi.estero@gamberorosso.it](mailto:eventi.estero@gamberorosso.it) tel. 06 55112234

TRE BICCHIERI

ROADSHOW

VINI D'ITALIA



Schur DropStop®

by Pulltex®

PARTNER LOGISTICO UFFICIALE





# Vietato parlare di vino su internet? E in Francia parte la campagna contro il Governo



▲ a cura di Loredana Sottile

**“E** ORA CHE COSA DICO AI 14.287 contatti di Facebook? Di comprare il Chianti?” È

solo una degli slogan provocatori della campagna salva-vino francese che da una settimana è stata lanciata dall'associazione Wine&Society sul sito [cequivavraimentsaoulerlesfrancais.fr](http://cequivavraimentsaoulerlesfrancais.fr). Un altro slogan, ancora più provocatorio, è rivolto al presidente François Hollande: “Grazie, signor Presidente per sostenere la seconda attività di esportazione del nostro paese”. Insomma c'è tutto il materiale per poter parlare di una Rivoluzione francese del vino. Ma cosa sta succedendo nella liberalissima Fran-

cia? I cinque punti denunciati sul sito riguardano due proposte del Governo. La prima è la nuova tassazione del vino, di cui si discuterà in Parlamento il 9 ottobre, e con cui si equiparerebbe il vino ai prodotti pericolosi per la salute e per questo soggetti alla “tassa comportamentale”. L'altra misura della Mildt (Mission interministérielle de lutte contre la drogue et la toxicomanie) è l'*interdiction* di parlare di vino su Internet. Possibile? Una cosa del genere non succede neanche in Italia, verrebbe da commentare. Quello che invece sta succedendo (e da sempre succede) in Francia è la costituzione di un fronte comune per salvare il vino. In appena otto giorni la campagna

mediatica ha attirato 150 mila visitatori sulla pagina web e mobilitato tutti i *vignerons*, riportando anche le prime vittorie: il ministro dell'Agricoltura Stéphane Le Foll ha detto che “ogni idea di una tassa sul vino per il 2014 è decaduta”, e la Mildt ha dichiarato - suscitando non poche perplessità - che il riferimento al vino sui rischi di internet è stato frutto di un errore: un copia incolla sbagliato all'interno del rapporto presentato al Governo. Ma la mobilitazione continua: “Vogliamo una comunicazione ufficiale”, dice Audrey Bourolleau di Wine&Society “l'abbandono di ogni proposta restrittiva nei confronti del vino e la creazione di un organismo vitivinicolo interministeriale”. Rien ne va plus!

## ▲ IL MIO EXPORT. Piervittorio Leopardi – Conte Leopardi Dittajuti

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

Negli ultimi cinque anni si è passati da una percentuale di vino destinato all'esportazione pari al 40% ad un valore odierno del 70% circa nell'ultimo anno.

### 2. DOVE SI VENDE MEGLIO E PERCHÉ?

Il più importante di questi è sicuramente quello con il monopolio Systembolaget della Svezia, dove abbiamo venduto, negli ultimi dodici mesi, più di 200.000 bottiglie. E' la prima volta nella storia che un monopolio scandinavo fa una richiesta così importante di vino marchigiano.

### 3. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

Dal punto di vista della burocrazia, ci sono paesi, come quelli dell'Europa Continentale, dove vendere e spedire il vino è estremamente facile, mentre ce ne sono altri, come la Cina, che richiedono documentazioni sempre più complesse.

### 4. UN ANEDDOTO LEGATO ALLE SUE ESPERIENZE ALL'ESTERO

Ricordo di aver fatto recentemente una degustazione in compagnia di un produttore, che a fine giornata mi ha confessato, molto soddisfatto, di aver venduto in quella giornata quasi tutta la sua produzione. Incuriosito, gli ho chiesto quante bottiglie avesse prodotto, e lui, fieramente: “quasi ventimila bottiglie!”.



Conte Leopardi Dittajuti | Via II Marina, 2 | Numana | Ancona | [www.leopardiwines.com](http://www.leopardiwines.com)

NEL PROSSIMO NUMERO  
**PLANETA**



**▲ GATTINARA. TERRITORIO.** Gattinara è situata nel Territorio dell'Alto Piemonte, "terra di mezzo" che unisce la Fascia Alpina del Monte Rosa con la Bassa pianura Padana. I vigneti si sviluppano lungo una conca collinare sulla direttrice est-ovest che sta dietro al centro abitato. Il sottosuolo è di origine vulcanica e dal Monte Rosa gli enormi ghiacciai hanno trascinato a valle una ricchezza immensa di minerali di origine magmatica come porfidi e graniti. **SUPERFICIE VITATA.** Considerando che si sta coltivando attualmente circa il 20% di quella che era la superficie vitata del secolo corso, il panorama presenta molto bosco con vigne. Attual- >>



ph. az. Antoniolio

mente sono circa 104 gli ettari. La tipologia di impianto è il Guyot. Il vitigno principe è il Nebbiolo, qui detto “Spanna”. **ECONOMIA.** Per la potenzialità dell’estensione collinare, la possibilità di impianti e di investimenti è notevole. È però difficile indicare un valore dei terreni, perché il mercato attuale è riferito a piccoli appezzamenti. Si verificano cessioni a 70.000 euro ad ettaro ed altre a 120.000. **VINI.** I nebbioli di Gattinara sono profondamente diversi dai nebbioli di altre zone di produzione. I colori sono spesso più scarichi e la complessità minerale conferisce grande eleganza, finezza e sapidità.

**NEL PROSSIMO NUMERO  
OFFIDA**

*Come ogni anno la Guida Vini D'Italia del Gambero Rosso assegna 9 targhe ad aziende vitivinicole che si sono distinte in alcune categorie. Tre Bicchieri, da questo giovedì e per i prossimi due numeri, raccoglie le loro voci, la felicità per il premio e i progetti per il futuro. Intanto, congratulazioni!*

# PRODUTTORI SPECIALI

Premio per la viticoltura sostenibile - Salcheto

## “Vi presento il mio vino sostenibile e hi-tech”

▲ a cura di Loredana Sottile

**È GIOVANE, TENACE E MOLTO GREEN ORIENTED.** Quando nel 2010 ha annunciato che nel giro di pochi anni la sua cantina – Salcheto di Montepulciano (50 ettari di vigneto, 250 mila bottiglie, circa 1,5 milioni di fatturato) - sarebbe diventata offgrid, in pochi gli credettero. Oggi, invece, Michele Manelli è riconosciuto come fautore di un “modello sostenibile di sostenibilità”, che per la prima volta si è aggiudicato il premio speciale del Gambero Rosso. “Un premio che ci rende molto felici” spiega “perché mentre gli altri riconoscimenti riguardano la sostenibilità in generale, questo viene dall'interno della filiera vino, quella in cui operiamo”. Il modello-Salcheto è quello di inserire i valori della sostenibilità nella progettazione generale dell'azienda e di equipararli a tutti gli altri (economici, sociali, etc) per poi tradurli in bilanci. Bilanci che, al di là dei calcoli economici, hanno portato la cantina di Montepulciano ad essere pienamente autosufficiente in termini di energia e a risparmiare 400 gr di CO2 a bottiglia. In altre parole il Carbon Footprint all'uscita dalla cantina è pari ad 1.2 kg di CO2 equivalente a bottiglia. “Sono tre le nostre fonti ener-

getiche” spiega il produttore “biomasse dagli scarti di potatura, sistema geotermico del vigneto e fotovoltaico. Inoltre ci serviamo solo di luce naturale e da poco tempo abbiamo introdotto un sistema di vinificazione a pressione che, oltre a notevoli risparmi energetici, consente una vinificazione con solo lieviti indigeni e senza l'utilizzo di solfiti aggiunti. Ne viene fuori un vino fatto solo di uva. Si può dire vino naturale? Vabbè, chiamiamolo con un neologismo che mi piace molto, vino hi-tech”. Rientra in questo percorso anche la scelta del biologico certificato (e del biodinamico praticato in modo “laico”) ma come ribadisce Michele, si tratta solo di un tassello del puzzle perché c'è molto di più da fare per lavorare con l'ambiente e per l'ambiente. Prossimi obiettivi? “Stiamo investendo molto sul packaging, dalla riduzione del peso della bottiglia a formule alternative, come il bag in box o il brick. Poi abbiamo il progetto di misurare l'assorbimento Co2 del vigneto, una grossa sfida che può portare a nuove prospettive, tanto che abbiamo in corso un esperimento: appurare quanta Co2 venga assorbita da un vigneto che è stato attraversato solo a piedi per oltre due anni. A livello nazionale, invece, siamo impegnati nel 'Forum per la sostenibilità ambientale del vino', il cui obiettivo non è arrivare ad una norma vincolante (non tocca a noi produttori!), ma un modello a livello nazionale, per creare una filiera di certificazione coesa”.

>>

## Cantina emergente - Pala

# I custodi dei vitigni del territorio

▲ a cura di Gianluca Atzeni

**P**OTREBBE APPARIRE FUORI LUOGO ASSEGNARE IL premio Gambero Rosso come Cantina emergente a un'azienda blasonata come Pala, che esiste dal 1950. Ma il motivo c'è: Cantine Pala da 15 anni ha rivoluzionato il proprio modo di fare il vino e ora raccoglie i frutti di un impegno costante nel nome dell'eccellenza, dalla vigna alla bottiglia. E, soprattutto, ottiene i Tre Bicchieri con un prodotto nuovo di zecca: il Cannonau Riserva 2011. Il patron Mario Pala, dal suo quartier generale recentemente ristrutturato a Sardinia, fertile zona collinare 25 km a nord di Cagliari, ce lo racconta così: *“Questo vino nasce dopo tre lunghi anni di studio, viene da un'accurata selezione manuale delle uve, passa due anni in botte, ne produrremo 12mila bottiglie, rappresenterà per noi una nicchia e sarà destinato a una fascia alta”*. Andrà, quindi, ad arricchire

la gamma di 15 etichette di un brand che conta complessivamente 500mila bottiglie l'anno, il 40% delle quali esportate dagli Usa all'Australia, dal Giappone alla Russia: *“Ben cinque di esse provengono da vinificazioni in purezza di vitigni autoctoni della Sardegna che abbiamo impiantato nel giro di pochi anni”* tiene a precisare Pala, che ricorda come l'azienda oggi sia completamente rinnovata nella filosofia produttiva: *“Molti anni fa questa era una cantina che pensava a fare il vino in grandi quantità, poi abbiamo cambiato marcia e mercati, privilegiando la ristorazione al canale Gdo, ampliando le tipologie dei vitigni e delle bottiglie, credendo nelle uve locali, utilizzando moderne tecniche agronomiche, fino al rinnovamento delle etichette, l'ultimo dei quali nel 2009”*. L'azienda è a conduzione familiare, conta 15 dipendenti di età compresa tra 30 e 40 anni: *“Devo ringraziare soprattutto il loro lavoro”* conclude Mario Pala *“se oggi possiamo festeggiare questo importante riconoscimento”*.

## Cantina dell'anno - Colle Massari

# La rivincita del Montecucco

▲ a cura di Gianluca Atzeni

**“I**L PREMIO GAMBERO ROSSO COME CANTINA dell'Anno 2014 è un po' una rivincita di tutto il Montecucco Doc”. Claudio Tipa, patron di Colle Massari e presidente del Consorzio di tutela, lo dice apertamente con una buona dose d'umiltà e una punta d'orgoglio. Perché quando nel 1998 arrivò, con sua sorella Maria Iris, in quest'area meno conosciuta della Toscana non lo fece di certo per investire sui vitigni internazionali, ma con un progetto enologico ben preciso: far esprimere al meglio i vitigni locali, a partire dal Sangiovese, seguendo una viticoltura e una tecnologia moderne basata sui principi del biologico. Una rivincita, si diceva, soprattutto nei confronti dei vicini e blasonati Morellino di Scansano e Brunello. *“Siamo riusciti a valorizzare quest'area viticola”* sottolinea Tipa *“e a farla conoscere nel mondo per quella che è: una zona capace di dare ottimi vini”*. Oggi, Colle Massari produce oltre

300mila bottiglie e coltiva 130 ettari a Montecucco Doc, esportando il 40% della produzione in 25 Paesi. Oltre che in Alta Maremma, Colle Massari possiede altre due tenute: a Bolgheri e a Montalcino dopo le acquisizioni di Grattamacco nel 2002 e Poggio di Sotto nel 2011. *“Per ora non ci sono in programma altre acquisizioni, ma è chiaro che siamo sempre molto attenti al mercato”*, dice Tipa che aggiunge: *“Nei restanti mesi del 2013, e anche il prossimo anno, lavoreremo sugli aspetti qualitativi, ampliando e incrementando prodotti di alta gamma come il Lombrone (premiato coi Tre Bicchieri, ndr) grazie a vigneti rinnovati alcuni anni fa che ora entreranno nella fase matura”*. Dal punto di vista economico, Colle Massari chiuderà il 2013 con una flessione tra il 3 e il 5% sul mercato italiano, a fronte di una crescita del 10% sulle esportazioni: *“Le previsioni sono comunque in aumento rispetto allo scorso anno, che è stato per noi molto positivo, con una crescita del 30%. Ma ora godiamoci questo riconoscimento”* conclude *“che ci dà la forza di andare avanti”*.

*Se ne vende tanto, va bene all'estero, e le giacenze diminuiscono. Lo scandalo Brunellopoli non ne ha arrestato il successo. Anzi. E il mercato non è più dominato dai grandi nomi, ma si fanno avanti sempre più piccole aziende*

# Brunello. Ecco perché va così bene

▲ di Andrea Gabbrielli

**V**ENDITE IN AUMENTO, EXPORT IN CRESCITA, prezzo dello sfuso alto, giacenze in calo: il Brunello sta vivendo un buon momento. Ora però il trend di crescita è certo e anzi, negli ultimi anni si è intensificato. I dati dell'Artea Toscana (Agenzia regionale per le erogazioni in agricoltura) hanno registrato fedelmente l'andamento. (vedi box). Spiega **Stefano Cinelli** della Fattoria dei Barbi: "Nei tre anni che vanno dal 2009 al 2012 le giacenze di Brunello sono calate di oltre 83.000 ettolitri (83.235 hl pari 11.098.000

bottiglie). Di queste 2.6 milioni sono state declassate per effetto delle decisioni della Procura di Siena ma il resto cioè 8.5 milioni non ci sono più perché sono state vendute. Per avere un dato reale delle vendite, a quelle ufficiali del 2010, 2011 e 2012 si devono aggiungere circa 2,8 milioni di bottiglie all'anno, ciò porta il dato reale di quei tre anni a circa 11/12 milioni di bottiglie. Ovvero quasi il doppio dei 6 - 6,5 milioni di bottiglie mediamente vendute prima di Brunellopoli".

**LA CRISI DEL MERCATO DOMESTICO, INIZIATA MOLTO** prima del 2008, ha costretto le aziende montalci-

nesi - come del resto tutte le cantine italiane - ad accelerare il processo di internazionalizzazione. Se nel 2007 la quota dell'export era il 60%, nel »

## GIACENZE DI RAFFRONTO 2009-2012 (dati Artea)

	hl	bottiglie
<b>totale giacenze di Brunello di Montalcino nel 2009</b>	421.966	56.262.133
<b>totale giacenze di Brunello di Montalcino nel 2012</b>	338.731	45.164.133
<b>differenza</b>	-83.235	-11.098.000
<b>bottiglie declassate a seguito dello scandalo</b>	19.500	2.600.000
<b>differenza tra le giacenze 2012 e 2009</b>	-83.235	-11.098.000
<b>differenza, ovvero vendite in più nei tre anni</b>	-63.735	-8.498.000



2012 è diventata il 65% del totale prodotto. Tra i mercati più rappresentativi ci sono sempre gli Usa che rappresentano il 25% del totale prodotto e quasi raddoppiano le vendite rispetto a 5 anni fa. **Remo Grassi**, vice presidente della Banfi, riassume così: *“Adesso si produce di meno però le vendite non sono più concentrate solo tra poche aziende ma spalmate tra tante piccole aziende e in diversi mercati”*. D'accordo con questa analisi **Patrizio Cencioni**, vicepresidente del Consorzio e titolare dell'azienda Capanna: *“Io come tanti altri sino a qualche anno fa non avrei mai immaginato di vendere in paesi come Malesia, Vietnam o Indonesia. Gli spazi si sono aperti per tutti”*. **Paola Golder** dell'azienda Poggio Antico spiega la novità in questo modo: *“In molti mercati, specialmente asiatici, si*

*avverte una certa stanchezza nei confronti dei vini francesi di alta gamma e dei loro prezzi mentre sta aumentando l'interesse per il vino italiano: a parità di qualità siamo più competitivi. Ormai se ne sono accorti in tanti”*.

**VIENE DA SORRIDERE PENSANDO AL 2008, DOPO BRUNELLOPOLI**, quando i nostri critici enologici più puntuti preconizzarono un orizzonte fosco e l'entrata in crisi di molte aziende. In realtà, a parte qualche spostamento di preferenza da un marchio ad un altro, l'unico accadimento a pesare quell'anno e i successivi fu il crollo della Lehman Brothers. A Montalcino ciò ha provocato un trasferimento di valore dai produttori ai commercianti, equilibrando i prezzi e incidendo sulla marginalità di molte aziende. **Giampiero Pazzaglia**, ex direttore della »

Tenuta di Argiano, ora consulente al posto di Stefano Campatelli nel Consorzio di tutela del Brunello, dice che *“c'è da considerare che l'annata 2008 ha avuto un andamento di vendite più lento rispetto al 2006/2007. Ne hanno approfittato i commercianti saliti quasi al 30% del totale rispetto a poco più del 20%”*. *“In effetti proprio l'aumento della produzione avrebbe dovuto anche a parità di percentuale venduta”* osserva Stefano Cinelli *“portare ad un aumento in termini assoluti delle giacenze, cosa che invece non è avvenuta: sono calate sia in assoluto che in percentuale*

*alla produzione”*. **Fabrizio Bindocci**, presidente del Consorzio del Brunello e direttore de Il Poggione conclude: *“A partire dal 2010 la domanda si è intensificata. Negli Usa il mercato ha ripreso a tirare in modo costante e ora anche il Rosso di Montalcino si sta muovendo”*. Eh già, perché non solo il prezzo del Brunello sfuso è alto (780/850 euro/ettolitro), ma anche quello del Rosso non scherza visto che quota 100 euro/ettolitro. Insomma da far venire il mal di pancia ai chiantigiani. Ma questa è un'altra storia.

## BRUNELLO DI MONTALCINO - GIACENZE

RESE IN BOTTIGLIE EQUIVALENTI				RESE IN ETTOLITRI			
annata	bottiglie 2012	bottiglie 2011	differenza	annata	hl 2012	hl 2011	differenza
1990	11.867	13.200	-1.333	1990	89	99	-10
1993	23.067	24.667	-1.600	1993	173	185	-12
1996	49.467	62.267	-12.800	1996	371	467	-96
1999	78.800	112.000	-33.200	1999	591	840	-249
2002	51.467	72.533	-21.067	2002	386	544	-158
2005	591.200	2.069.467	-1.478.267	2005	4.434	15.521	-11.087
2008	7.653.200	8.507.600	-854.400 non in bottiglia	2008	57.399	63.807	-6.408
2011	9.426.400		+9.426.400 non in bottiglia	2011	70.698		+70.698
	45.164.133	50.386.000	-5.221.867		338.731	377.895	-39.164

we found the equation of **h**appiness

$$h = P + T_1 + T_2 + Q$$



Passion, Taste, Tradition, Quality

**MEDICI ERMETE**  
sparkling excellence