



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

VINO SFUSO, PER CHI SUONA LA CAMPANA?

CONSORZI

Momento positivo per il Frascati: su prezzi e produzione. Stop all'erosione dei vigneti *pag. 2*

FORUM

Dal Canada alla Cina, tutti i mercati dove serve "Coopetition". Così Mantovani da Wine2Wine *pag. 3*

ESTERI

Giù i consumi, su i prezzi. Così il mercato inglese si divide tra consumatori ricchi e poveri *pag. 9*

SFUSO

La Spagna cannibalizza il mercato. E L'Italia? L'analisi a conclusione della Fiera di Amsterdam *pag. 10*

RUSSIA

Nonostante le politiche internazionali, il vino italiano resiste. Con qualche giallo alle dogane *pag. 14*



PREZZI SU PER LA DOP FRASCATI, SI ARRESTA L'EROSIONE DEL VIGNETO

a cura di Gianluca Atzeni

Non è certo una denominazione che viaggia veloce come altre Dop italiane, ma non è neppure in affanno. Dopo anni turbolenti e complicati, il Frascati, coi suoi 13 milioni di bottiglie (per l'80% vendute all'estero), oggi naviga in acque più tranquille. A guardare i numeri, il trend dei prezzi lascia soddisfatto il presidente del Consorzio, Mauro De Angelis: "L'asticella del valore minimo si è alzata a circa 1,70 euro, rispetto a un anno fa in cui si andava intorno a una media di 1,20 euro a bottiglia. È chiaro che questo rialzo si deve sia a un miglioramento qualitativo sia al minore quantitativo di vino a disposizione sul mercato". Anche i prezzi delle uve sono in ripresa: il valore minimo di 45 euro più iva indicato dal Consorzio è stato superato: "Siamo più vicini ai 50 euro al quintale". Altro segnale da rilevare è che la fortissima erosione del vigneto, che ha caratterizzato gli anni scorsi, sembra essersi arrestata: la superficie complessiva è quantificata in mille ettari.

Sul fronte produttivo, i dati vendemmiali dell'annata 2014 non sono ancora disponibili, ma le prime stime del Consorzio indicano una crescita del 10%, per un quantitativo che dovrebbe attestarsi tra 85 mila e 90 mila ettolitri. "È quello che ci serve", dice De Angelis, che fa notare la crescita degli imbottigliamenti a favore della Docg, passata da 12 mila a 15 mila ettolitri. "Stiamo ottenendo quell'effetto verticalizzazione che era auspicato inizialmente. E, in questo, un importante contributo ci arriva dall'enoturismo, su cui stanno lavorando le nostre trenta aziende associate". Aspetto da non sottovalutare: la politica dei controlli a garanzia della qualità: "La tracciabilità è la nostra unica arma sul mercato. Lo è soprattutto per i viticoltori" conclude "che possono così operare nella logica dell'affermazione del territorio".



Il Nero di Troia si rifà il look. Liantonio: "Possiamo raddoppiare la produzione"

a cura di Gianluca Atzeni

Nuovo logo, nuovo sito internet, profilo Facebook online dal 19 novembre. Il Consorzio di tutela vini Doc Castel del Monte cambia marcia nella valorizzazione e promozione del suo vitigno principe, il Nero di Troia (ilneroditroia.it). "È l'inizio di un nuovo percorso commerciale ma anche culturale", dice il presidente Francesco Liantonio (Torrevento) che non nasconde un ambizioso obiettivo: "Fare di questo antico vitigno l'ambasciatore del territorio e raddoppiare i quantitativi di vino imbottigliato". Vale a dire arrivare a quota 10 milioni di pezzi rispetto ai 5,2 milioni oggi prodotti dalle 16 aziende vinificatrici e imbottigliatrici, che rientrano nell'ente consortile. Un

distretto da 543 ettari (di cui 126 rivendicati a Docg), 40 mila ettolitri con 806 viticoltori, che annovera grandi e piccoli soci tra cui la Cantina di Andria, Spagnoletti Zeuli, Rivera, Cefalicchio. Il piano che entrerà nel vivo nel 2015 guarda soprattutto ai mercati esteri, dove oggi si esporta il 30-35 per cento dei volumi, Germania su tutti ma anche Stati Uniti. È anche per questo che il Nero di Troia vivrà la sua "giornata mondiale" con una presentazione in contemporanea in grandi ristoranti, a cui

si aggiungono convegni, contest per ristoratori under 30 e anche un francobollo ad hoc. "Un territorio, un brand, un vitigno", ribadisce Liantonio che sta lavorando con la giunta di Vendola in vista di Expo. Certamente, per raggiungere la meta, sarà necessario un ripensamento delle logiche commerciali e produttive che caratterizzano ancora questa zona delle Murge, a partire dalla fase di reimpianto dei vigneti. "Nulla vieta di immaginare un iter virtuoso che porti molti produttori che oggi lavorano con rese alte a 150 ettolitri per ettaro a lavorare su medie di 70 ettolitri come accade per la Dop. In questo modo" sottolinea "la denominazione potrebbe trasformarsi in un vero volano di sviluppo per l'intera area delle Murge".



Mantovani a Wine2Wine: Frammentazione e dispersione? La ricetta si chiama "coopetition"

Un forte appello ad evitare frammentazione e dispersione arriva dal dg di Veronafiere, Giovanni Mantovani, che da "Wine2Wine" lancia la 'Coopetition': "Cooperazione e competizione" dice "sono le chiavi strategiche per superare i due punti critici del sistema produttivo e della promozione". Il business forum di Veronafiere-Vinitaly ha ribadito con il presidente Uiv, Domenico Zonin, le preoccupazioni della filiera sui diritti di impianto: "Se non si cambia, in chiave più flessibile, la nuova regolamentazione in vigore nel 2016 l'Italia perderà 6 mila ettari di vigneto l'anno. L'esportazione, Ue e soprattutto extra Ue, è una strada obbligata". Sia verso mercati tradizionali, come il Canada, dove in 2 anni, ha detto Emmanuel Kamarianakis, consigliere del ministro del Commercio presso l'Ambasciata del Canada a Roma, saranno eliminati i dazi per il 98% dei flussi con l'Ue tra cui il vino (accordo Ceta). Sia verso mercati difficili come la Cina, dove la Francia detiene metà del valore dell'import, con l'Italia al 7% dopo Cile e Australia. Le criticità sono state evidenziate dal direttore vini del gruppo Shangri-La hotel, Yang Lu: "È una piazza in continua evoluzione dove la parola d'ordine è targetizzare. Il brand Italia deve puntare a posizionarsi nelle carte di ristoranti e hotel ritenute garanzia di qualità e ad oggi monopolizzate dalla Francia". Un ruolo decisivo è in carico anche dagli importatori: "Devono portare in Cina non solo i grandi produttori, ma anche le altre eccellenze per tentare di appassionare un mercato potenziale da 3 miliardi di euro", dove anche le cantine locali hanno margini per crescere. "Oggi ci sono 10 regioni vinicole con mille vigne contro le 21 censite di fine anni '90, e il maggior produttore cinese fa 150 milioni di bottiglie", ha ricordato Judy Chan, presidente di Grace Vineyard (cantina cinese del 1997). Dunque, un mercato promettente ma sempre complicato. Wine2Wine ha ribadito che la sfida cinese, ma non solo, si vince facendo squadra. Monito arrivato dal presidente di Federvini, Sandro Boscaini: "Non possiamo perdere questa sfida soprattutto in vista di Expo, dove se non vuole perdere la faccia l'Italia del vino deve presentarsi unita". - G. A.

Ismea a Wine2Wine: "Gli effetti della promozione sono tangibili"

Spazi di manovra possibili nei mercati Extra Ue e primi effetti della promozione. Lo dice l'Ismea a Wine2Wine. In India, la Francia col 33% domina il mercato ma Italia è al 13%, prima di Australia (11%) e Uk (9%); in Corea del Sud con il 16% è terza, dopo Cile (25%) e Spagna (22%). A Singapore, col 7% è quarta dopo Francia, Australia e Cile. Testa a testa in Thailandia: 19% contro il 20% dell'Australia. E in Australia è terza con il 9%, mentre a Hong Kong e Taiwan non è tra i primi quattro. "Negli ultimi 5 anni i segni della promozione si sono visti" ha detto Tiziana Sarnari (Ismea) "l'export confezionato cresce in media del 5,8% e nei Paesi terzi, dove si concentra la promozione Ocm, segna +7,2%".

IL GRIGIO
DA SAN FELICE
GRAN SELEZIONE

La Gran Selezione è l'eccellenza
dei veri e propri Top Wines del Chianti Classico

www.agricolasanfelice.com

SAN FELICE
AGRICOLA

Le imprese familiari salveranno l'Italia? Per il vino si tratta di oltre il 50% delle aziende

Le imprese familiari italiane resistono e guardano all'estero. È quanto emerso da uno studio dall'Osservatorio AUB in collaborazione con la Bocconi, sulle medio-grandi aziende di famiglia (con ricavi pari o superiori a 50 milioni di euro) che rappresentano il 58% del totale aziende delle stesse dimensioni. Dopo essere stata tra il 2008 e il 2009 la tipologia di impresa che ha maggiormente accusato l'impatto della crisi, è, poi, riuscita ad invertire la tendenza, come dimostra il divario positivo di 10 punti di incremento del fatturato realizzato tra il 2009 e il 2013 rispetto alle non familiari. Ancora difficile rimane la capacità di ripagare il debito, misurata dal rapporto Pfn/Ebitda, che si attesta a 6,1. Tuttavia i dati indicano come circa un'azienda familiare su cinque abbia liquidità in eccedenza rispetto allo stock di debito finanziario e che le aziende familiari nel corso del 2013 hanno ulteriormente ridotto la propria dipendenza dal capitale di terzi, senza compromettere la propria propensione a investire. Soprattutto all'estero, anzi il processo di internazionalizzazione sembra proprio guidato da questo genere di strutture. Brutte notizie, invece, per i giovani: diminuisce il ricambio generazionale, con il risultato che un quinto delle aziende si ritrova con un leader ultrasettantenne. Emerge, poi, la propensione tutta italiana alla gestione in famiglia: rispetto agli altri Paesi, l'Italia è quello in cui la presenza di aziende familiari è più rilevante (40,7%), seguita da Germania (36,7%) e Francia (36%). Ma come si traduce tutto ciò nel settore vino? Basti considerare un dato su tutti. Secondo il rapporto Mediobanca 2014, ben il 52,5% delle aziende vitivinicole con un fatturato sopra i 25 milioni di euro, ha una struttura familiare. Praticamente più delle metà. Trend ancora più evidente se ci si sposta in area piccole aziende. — **L. S.**

Nasce ISWA: cinque cantine per cinque regioni alla conquista dei cinque continenti

Il loro fatturato complessivo ammonta a oltre 200 milioni di euro per una produzione di 33,2 milioni di bottiglie. Stiamo parlando di cinque rinomate aziende italiane provenienti da altrettante regioni che hanno appena dato vita all'Italian Signature Winews Academy (ISWA) con l'obiettivo di allearsi per sfidare il futuro e conquistare i cinque continenti. In ordine alfabetico, Allegrini (Veneto), Feudi di San Gregorio (Campania), Fontanafredda (Piemonte), Frescobaldi (Toscana) e Planeta (Sicilia). "Il nostro Paese deve fare sistema" spiega Marilisa Allegrini (foto), presidente ISWA, proprietaria dell'Azienda Agricola Allegrini "agiremo non solo nei principali mercati, ma anche in quelli emergenti attraverso progetti mirati e sinergie strategiche, basate sulle nostre solide esperienze e conoscenze, per aumentare la presenza dei vini italiani nel mondo". Il debutto ufficiale il 18 dicembre a Palermo. — **L. S.**



FORMAZIONE E COMPETENZE: LA RICETTA DI AGIVI PER NON PERDERSI NEL MERCATO DEL VINO a cura di Gianluca Atzeni

Puntare sulla formazione per non perdersi, e non perdere occasioni, nel mercato del vino. L'assemblea annuale di Agivi, l'associazione giovani imprenditori vinicoli italiani (ramo giovane dell'Unione italiana vini) guidata da Carlotta Pasqua



(foto), al suo quarto anno di presidenza, ha ribadito gli obiettivi per il 2015: accrescere le competenze degli under 40, con corsi su energie rinnovabili, sostenibilità aziendale, marketing, public speaking. Ora sarà la volta

degli strumenti di controllo di gestione: "Non tutte le aziende" spiega Pasqua "hanno al loro interno risorse e competenze per affrontare in modo strutturato questa parte della strategia di un'impresa. Quattro giornate saranno appunto dedicate a questo tema con un mini master". E accanto alla formazione, Agivi crede nel confronto: "Le sfide del mercato ce lo impongono. Ogni giovane imprenditore deve essere pronto" aggiunge "ecco perché organizziamo periodicamente dei viaggi-studio all'estero e in Italia visiteremo le Marche".

Agivi (nata nel 1989) ha più di cento soci, gestisce un budget annuo tra 25 e 30 mila euro e punta nel 2015 all'allargamento della base associativa (non è necessario essere nell'Uiv). Mentre tre soci Agivi, tutte donne, fanno parte del consiglio Uiv (in questo caso l'adesione è necessaria): "È come una palestra in cui si impara a fare sistema, si dialoga con i più esperti, si impara a fare lobby positiva nei confronti delle maggiori istituzioni, dal Mipaaf all'Ue". Sul tema innovazione, argomento dell'assemblea di Torgiano, Carlotta Pasqua è chiara: "Spesso è precepita come una nuova etichetta o un nuovo vino, ma innova anche chi lavora su processi produttivi, ospitalità ed enoturismo". Dove occorre migliorare? "Una cultura e mentalità un po' provinciale rischiano di far restare indietro il sistema vino italiano, rispetto ad altri Paesi che si sforzano di dare al di fuori dei propri confini un messaggio unitario. L'Italia deve superare i limiti della frammentazione. E lo dovrà fare soprattutto ad Expo, da cui ci attendiamo un percorso d'insieme. Come consiglio di Agivi terremo gli occhi aperti".

Biologico, come far crescere il settore. Le richieste della Cia a Bruxelles

Legislazione europea uniforme, semplificazione, rafforzamento dei controlli e incentivi alla conversione colturale con riduzione dei costi di certificazione. Sono queste le richieste che il settore biologico ha portato dinnanzi al Comitato economico e sociale europeo nel convegno "La riforma dell'agricoltura biologica nell'Ue", organizzato dalla Cia-Confederazione italiana agricoltori a Bruxelles. Partendo dal presupposto che in Europa, e non solo, i consumatori chiedono più "bio", mentre crescono, con percentuali superiori alla media mondiale, sia le superfici dedicate, sia il fatturato, entrambi in aumento del 6%. Oggi il segmento biologico comunitario vale 18 miliardi di euro l'anno: in Germania il giro d'affari ormai supera i 7 miliardi, seguono Francia (4 miliardi) e Regno Unito (2 miliardi). Subito dopo l'Italia, con 1,9 miliardi di valore del mercato interno (3,1 se si considera anche l'export). Per quanto riguarda il settore vino, le superfici nel nostro Paese nel 2013 sono arrivate a quasi 68 mila ettari, con un incremento del 18,5% rispetto all'anno precedente. In altre parole l'11% del vigneto Italia è già biologico. Ed è solo l'inizio. — **L. S.**

Falso Made in Italy: 142 procedure in 11 mesi. E nel 20% dei casi si tratta di vino

Prosegue il lavoro dell'ICQRF sul falso made in Italy nel campo agroalimentare. A quasi chiusura d'anno il Mipaaf fa sapere che sono 142 le procedure di infrazione scoperte in tutta Europa e sul web. "In particolare, va sottolineata l'attività di contrasto alle usurpazioni di denominazioni sul web" commenta il ministro dell'Agricoltura Maurizio Martina "che sta vivendo una fase nuova grazie soprattutto al Protocollo di intesa che abbiamo sottoscritto lo scorso maggio con eBay. Quasi 90 delle procedure di infrazione sono relative infatti a illeciti online". In questo ambito, per quel che riguarda il vino, si tratta di Wine Kit Chianti rinvenuti in Usa; Prosecco, Soave e Montepulciano d'Abruzzo falsi rintracciati in Italia (in totale 9 casi). Sono, invece, 19 i casi di denominazioni false bloccate in tutta Europa, con in testa Prosecco e Lambrusco (vedi box). In totale gli illeciti del settore vino ammontano al 20% delle procedure avviate.

FRODI VINO 2014 (escluso on line)

Prodotti	n. casi	Paesi coinvolti
"Prosecco"	6	Germania - UK - Polonia
"Lambrusco"	3	UK - Moldavia
"Emilia IGT"	1	Olanda
"Romagna DOC"	1	Olanda
"Barolo"	1	UK
"Salento IGP"	2	Svezia
"Primitivo"	1	Danimarca
"Passito"	2	Danimarca
irregolarità doc.	2	Spagna



Handmade with pride from Valdobbiadene soil.



BORTOLOMIOL

Cotarella fa tris: sarà lui a guidare l'UIOE per il prossimo triennio

Presidente di Assoenologi, presidente del Comitato Scientifico del Padiglione vino e adesso anche presidente dell'Union Internationale des Œnologues (Uioe). Così Riccardo Cotarella ha fatto tris. **La nuova nomina è arrivata due giorni fa, a fine del mandato del francese Serge Duboi, che rimarrà accanto all'enologo italiano, in veste di vicepresidente.** Tra gli appuntamenti già annunciati, la prima Assemblea del triennio Cotarella che si svolgerà a Milano nel 2015, anno dell'Expo e anni in cui la Federazione - che oggi conta più di 20 mila tecnici in rappresentanza di oltre 12 mila aziende - compie 50 anni. Con l'elezione di Cotarella gli italiani alla guida dell'Uioe salgono a tre. Il primo era stato Ezio Rivella nel 1981 riconfermato per tre mandati consecutivi, il secondo Giuseppe Martelli, dal 2002 al 2008. - **L. S.**

Miglior Sommelier d'Italia 2014 è il padovano Ottavio Venditto

È Ottavio Venditto, padovano di 28 anni, il Miglior Sommelier d'Italia 2014, eletto lo scorso primo dicembre al Westin Hotel di Milano. Venditto, che segue ad Andrea Balleri (Miglior Sommelier d'Italia 2013 intervistato nello scorso numero di Tre Bicchieri) è sommelier del ristorante La Tavernetta del Lido di Venezia. Al secondo e terzo posto si sono classificati i toscani Valentina Merolli Porretta e Luca Degl'Innocenti.

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Gianguido Breddo,
Giuseppe Carrus, Andrea Gabbrielli,
Marco Sabellico, Attilio Scienza

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

5 dicembre
Asta Pandolfini
Vini pregiati da collezione
Palazzo Ramirez Montalvo
Firenze
ore 14.30

5 Dicembre
Vini del Sudafrica
Hotel Cavalieri
Via A. Cadlolo, 101 Roma
dalle 16 alle 21,30
costo 2 euro

6 dicembre
Notte degli alambicchi accesi
Santa Massenza (Trento)
fino all'8 dicembre

6 dicembre
Cantine Aperte a Natale
in tutta Italia
movimentoturismovino.it
fino al 7 dicembre

9 dicembre
I grandi Vini Piceni
al Teatro della cucina
cena a firma dello
chef Enrico Mazzaroni
del ristorante Il Tiglio
di Montemonaco (AP)
con i vini del Consorzio
di Tutela Vini Piceni
Teatro della cucina
Città del gusto di Roma
info e prenotazioni su
gamberorosso.it
ore 20.30

10 dicembre
Vi cuciniamo per le feste
cena con i talenti di
Gambero Rosso Channel
Città del gusto di Roma
info e prenotazioni su
gamberorosso.it
ore 20.30

10 dicembre
Degustazione di beneficenza, il ricavato andrà alla Sanes Onlus
Enoteca
della Provincia di Roma
via Foro Traiano 82
dalle 16 alle 20
terretruscoromane.it

12 dicembre
Pisa Food&Wine festival 2014
Stazione Leopolda
Pisa
fino al 14 dicembre

12 dicembre
Urvinum Salone dei vini di eccellenza
Collegio Raffaello
p.zza Repubblica
Urbino
fino al 14 dicembre
www.comune.urbino.ps.it

13 e 20 dicembre
Merry Sagrantino
Piazza del Comune,
Montefalco (Perugia)
Degustazione alle 16.30
Costo 10 euro
info@consorzioMontefalco.it

fino al 31 dicembre
Di Cantina in Cantina
visite guidate
e degustazioni
distretto
della Franciacorta
www.franciacorta.net

VINI&SCIENZA. PERCHÉ STUDIARE LE VITI SELVATICHE IN PROSSIMITÀ DI SITI ARCHEOLOGICI?

Vi sono numerose ragioni che rendono interessante lo studio delle caratteristiche delle viti selvatiche che popolano le prossimità dei siti archeologici. Ad esempio dall'analisi delle loro caratteristiche, in comparazione con quelle delle popolazioni che invece si sono evolute lontane dall'interferenza con l'uomo, potrebbero venire confermate le ipotesi circa i meccanismi di domesticazione della vite, nei centri considerati successivi a quello/i di domesticazione primaria. La raccolta dei frutti del bosco rappresenta un'attività antica come l'uomo e non deve sorprendere l'idea che le piante di vite selvatica nei pressi di luoghi a vario titolo frequentati dall'uomo, potessero essere oggetto di coltivazione per protezione. Cosa che può aver modificato le caratteristiche genetiche e morfologiche delle viti. Inoltre la presenza dell'uomo avrebbe potuto favorire un aumento della variabilità genetica delle popolazioni intorno ai centri abitati, in seguito alla raccolta dei vitaccioli ai fini dell'approvvigionamento alimentare. Infine, i primi vitigni domestici introdotti presso le comunità agricole sarebbero stati verosimilmente coltivati in prossimità con le viti *protodomestiche*. Tale promiscuità ne avrebbe dunque consentito l'incrocio genetico. Ammesso, quindi, che l'uomo nel passato, possa aver modificato le popolazioni oggetto di studio, si pone il problema della continuità delle modificazioni. È evidente che la maggior parte dei siti in questione ha subito nei secoli azioni di disturbo più o meno intenso da parte dell'uomo. La presenza comunque della vite selvatica in questi siti attesta la capacità della pianta di riaffermarsi dopo gli eventi di disturbo. Il reinsediamento della vite è avvenuto per rigenerazione vegetativa delle piante del sito stesso. In entrambi i casi, l'evento distruttivo, avrebbe interferito con la popolazione senza comprometterne fino in fondo la continuità genetica. L'Italia è ancora molto ricca di siti naturali che presentano viti selvatiche: dalla salvaguardia di queste piante possiamo scoprire l'origine di molti vitigni che oggi coltiviamo.



Attilio Scienza
Ordinario di Viticoltura
Università degli Studi di Milano



PROSECCO DOC
ITALIAN GENIO

**AUGURI DI BUONE FESTE
SINCERI E SPUMEGGIANTI
COME IL PROSECCO DOC**



discoverproseccowine.it
info@consorzioProsecco.it



Azione realizzata con il contributo di:





GIUSTI
GIUSTI WINE

Il Gusto
NOBILE della
TRADIZIONE



Società Agricola Giusti Dal Col S.r.l.
Via Del Volante 4 - 31040 Nervesa Della Battaglia
Tel +39 0422 720 198 | email:info@giustiwine.com | www.giustiwine.com

Il mercato britannico del vino diviso tra ricchi e poveri

▲ a cura di Loredana Sottile

GÌÙ I CONSUMI, SU I PREZZI. È quello che sta succedendo in Gran Bretagna secondo l'ultimo report di Wine Intelligence "The Uk Wine Market Landscape 2014" che analizza il settore vino in uno scenario di generale ripresa economica. Ma vediamo più nel dettaglio. A partire dall'identikit del consumatore che si divide in due schiere: da una parte un gruppo in crescita che va alla ricerca di vini di qualità anche a prezzi più alti, dall'altra un gruppo in calo che vuole spendere poco. In particolare c'è chi è disposto a spen-



dere più di 8 sterline per una bottiglia da bere a casa (40% degli intervistati, +29% rispetto allo scorso anno) e chi non vuol spendere più di 4 sterline (9% dei consumatori, in calo del 14% sul 2013). "La verità sul mercato del vino nel Regno Unito, e forse nell'economia britannica in generale, è che stiamo assistendo ad una netta divisione tra ricchi e poveri" commenta Richard Halstead, chief operating officer di Wine Intelligence "entrambi i gruppi in modo differente stanno contribuendo al calo dei volumi: nel segmento di spesa più elevato si beve meno, ma il costo a bottiglia è maggiore; nel segmento di spesa inferiore si comprano sempre meno bottiglie". Colpa anche dell'aumento dei

prezzi: in media una sterlina in più a bottiglia. Una possibile conseguenza potrebbe, quindi, essere la scomparsa dei vini da 5 sterline. Altro fenomeno a tenere d'occhio è il dove. Se Tesco rimane il primo rivenditore nel Regno Unito, con il 48% di acquirenti di vino regolari negli ultimi sei mesi (nel 2013 erano il 52%), crescono anche i discount come Aldi e Lidl che, investendo maggiormente sul vino, riescono a rintracciare rispettivamente il 16% e l'11% degli acquirenti. Lo scorso anno erano solo il 10% e il 7%. Per Halstead si tratterebbe di una marcia "breath-taking" (mozzafiato). Che sia questo il futuro del vino?

▲ IL MIO EXPORT. Giorgi Wines - Fabiano Giorgi



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

La nostra percentuale export è pari al 40%.

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

Il Paese dove si vende meglio è il Giappone, in quanto c'è una ricerca accurata della qualità del prodotto e quindi il nostro lavoro è apprezzato. Il Paese dove si vende peggio è la Cina, perché il cliente non si fidelizza, in quanto è sempre alla ricerca del prezzo più basso e del miglior offerente.

3. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

Troppa burocrazia, che ci fa perdere troppo tempo, a discapito di lavori più importanti.

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

Fiera dei Tre Bicchieri a New York, organizzata molto bene: ci ha premesso di instaurare un rapporto non solo lavorativo, ma anche umano con il nostro importatore, che dura ormai da anni.

Giorgi Wines | Canneto Pavese | Pavia | www.giorgi-wines.it

NEL PROSSIMO NUMERO
ROCCAPESTA

Ad Amsterdam si è da poco conclusa la World Bulk Wine Exhibition dove la Spagna ha tenuto banco, facendo preoccupare, non poco, i produttori italiani di sfuso. Ma dove vanno ricercati i motivi di questo squilibrio di mercato? E come tenere testa ai prezzi iberici?

Vino sfuso. Il paso doble della Spagna

▲ a cura di Andrea Gabrielli

L'ONDA LUNGA DELLA STRATOSFERICA VENDEMMIA 2013 in Spagna (vedi box) non cessa di provocare contraccolpi, soprattutto al vino sfuso italiano. Già, perché qui non si tratta solo di un dato congiunturale legato a un raccolto particolarmente abbondante, ma di un'offerta strutturale che, almeno sul vino generico, sta mettendo ai margini le tante cantine nostrane che ancora oggi basano il proprio fatturato, tutto o in parte, sul vino sfuso. Basti pensare che in Sicilia su 41 cantine sociali, che equivalgono a poco più del 70% dell'intera produzione regionale, ben 17 dedicano alle denominazioni di origine una percentuale inferiore al 40% del totale del vino prodotto. Ciò vuol dire che il 60% della loro produzione è composta da mosti e vini comuni, senza rivendicazione di origine, da vendere allo stato sfuso.

ALLARGANDO GLI ORIZZONTI FINO A COMPRENDERE l'intera produzione mondiale, ci si renderà conto che quello dello sfuso è un mercato altamente appetibile per tutti, che interessa ben 37 milioni di ettoltri, cioè il 14% della produzione di vino nel mondo e il 40% del volume totale delle esportazioni. Sof-

fermandoci sull'Italia, il valore alla produzione, secondo l'Ismea, sarebbe di 3,9 miliardi di euro di cui Dop 1,9 miliardi di euro, Igp 800 milioni di euro e il resto di vino comune. E intanto la Spagna, anche con la vendemmia 2014 (di solo 41 mln hl) e dopo la rinuncia a chiedere la distillazione per 800 mila hl e aver incrementato il proprio export, sta diventando, specialmente nel Nord, nel Centro Europa e in Russia - tradizionalmente un'area coperta dall'offerta italiana - una presenza sempre più aggressiva.

AD AMSTERDAM IL 24 E 25 NOVEMBRE SCORSO SI sono incontrate 250 aziende di 19 paesi per la sesta edizione della World Bulk Wine Exhibition (WBWE). I partecipanti rappresentano ben 30 mlh dei 37 totali. Una mole cospicua che vede impegnati tutti i principali Paesi produttori del mondo. La Spagna, con poco più di 10 milioni di ettoltri, rappresenta il 28% del totale, seguita dall'Italia con circa 5 mlh (15%), e poi dall'Australia con poco meno di 4mlh (11%) ed infine il Cile 3,6 mlh (10%) e la Francia con circa 2,6 mlh (7%). Tutti gli altri paesi, tra cui Sud Africa (9%), Usa (5%), Argentina (3%), Portogallo (2%) ed altri ancora, esprimono il 39%. »



QUELLO CHE SI È VISTO NEI DUE GIORNI OLANDESI, rispecchia un po' il quadro generale. **Daniele Ferrante**, enologo della Cantina Tollo, presente alla manifestazione, riassume così: *“Gli spagnoli hanno offerto del vino bianco comune da 11 gradi a 32 euro, noi la stessa tipologia di vino la proponevamo a 40 euro. Ciò vuol dire perdere un sacco di clienti. D'altra parte, limare al ribas-*

QUELLA VENDEMMIA 2013 IN SPAGNA

A creare scompiglio nell'offerta del vino sfuso mondiale è stata la vendemmia 2013 della penisola iberica. Nell'ultima decade la produzione in Spagna ha sempre oscillato tra un max di 39 mlh e i 34 mlh (2012). Poi l'anno successivo l'esplosione a 52,6 mlh. Da sola la regione di Castilla-La Mancha è arrivata a produrre 32 milioni di ettoltri, 14 in più rispetto al 2012. Complessivamente, tanto per dare un ordine di grandezza, quanto tutta la Spagna nel 1999 oppure tutta la produzione 2013 degli Usa (22 mlh)+ quella della Cina (11,7) e un altro poco ancora. Una marea di vino che si è riversata sul mercato a prezzi molto concorrenziali provocando non pochi problemi ai Paesi fornitori di sfuso, in primis italiani.

so significa non solo mortificare il lavoro del viticoltore, ma di fatto annullare la marginalità”. Una differenza di prezzo così importante si spiega anche con la diversità delle strutture e delle filiere produttive. Per esempio, i soci delle cooperative italiane hanno piccole superfici vitate spesso con impianti molto vecchi, i costi di produzione sono più elevati (viticoltura collinare, salari più alti, maggiore numero di trattamenti, gasolio agricolo più caro, ecc.), l'agricoltura rispetto alla Spagna è meno tutelata e altro ancora. Tutti elementi che contribuiscono a tenere alti i nostri prezzi e allontanare i compratori che cercano basi per lo spumante, vino per tagliare altre produzioni, vino da imbottigliare e vendere a basso prezzo e così via. Altri ancora cercano lo sfuso perché l'incidenza dei trasporti in rapporto al confezionato è decisamente più sostenibile. Osserva **Bruno Trentini**, direttore generale di Cantina di Soave: *“La Spagna è destinata ad essere, grazie ai volumi e ai bassi costi, sempre più un player del vino generico. Starà a noi rilanciare con l'offerta di vini caratterizzati, Doc, Igt e varietali di qualità”.* **Caterina Tucci**, delegata per l'Italia del WBWE, sostiene che gli *“italiani sono molto contenti del mercato e insicuri sul futuro perché non possono confrontarsi con i prezzi”* »



NOMACORC[®]
Select bio™

SELECT BIO È REALIZZATO CON MATERIALI BIOPLASTICI DERIVANTI DALLA CANNA DA ZUCCHERO



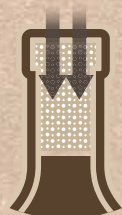
La prima chiusura al mondo senza impronta di carbonio



Polimeri rinnovabili di origine vegetale



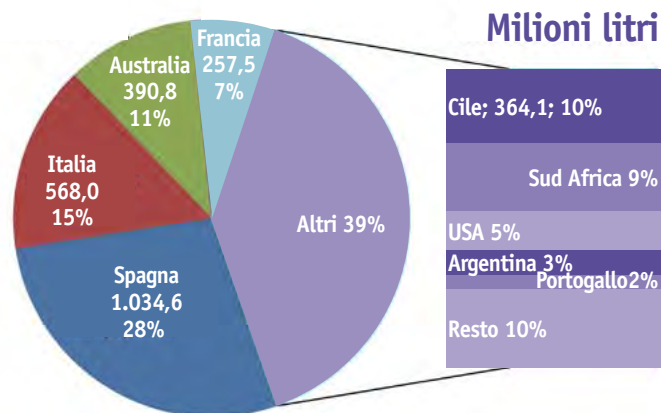
100 % riciclabili



Gestione ottimale dell'ossigeno

Nomacorc SA Italia | via L.Dalla Via, 3B
centro direz.Summano, torre A, piano 5°
36015 Schio (Vi) | Italia | www.nomacorc.com
tel: +3904451656521 | fax: +3904451656136

PRODUZIONE MONDIALE DI SFUSO



» proposti dalla Spagna. Ma attenzione alle dovute distinzioni. Per esempio, al Consorzio Cantine dell'Anzellotta con il Rossissimo è andata benissimo: è un prodotto di nicchia sempre molto richiesto».

A QUESTO QUADRO, SI AGGIUNGA CHE DI VINO SFUSO da fuori ne arriva tanto anche da noi. Tra gennaio-agosto 2014 sono stati 1.523.820 gli ettolitri rispetto agli 1.879.411 dello stesso periodo del 2013. Se si è fermato il fenomeno dell'import di vino dal Sud Africa, ora cresce quello dall'Australia (66 mila ettolitri di cui il 99% sfuso), mentre dalla Spagna arrivano di 970 mila ettolitri, l'83% è rappresentato da vini sfusi e il 12% da mosti. Comunque, più o meno in linea rispetto a quanto abbiamo importato negli ultimi anni.

MA VEDIAMO COSA È SUCCESSO A LIVELLO MONDIALE negli ultimi mesi. Nei 12 mesi fino a giugno 2014, le esportazioni di vino sfuso sono aumentate del 4,4% in volume e del 6,1% in valore, superando in entrambi i casi l'incremento relativo dei vini confezionati rispettivamente del 2,9 % e del 4,2%. "Quest'anno" ci dice **Rafael Del Rey**, direttore dell'Osservatorio Español del Mercado del Vino (OEMV) "il commercio mondiale del vino sfuso è aumentato più in volume che in valore come conseguenza delle buone vendemmie nell'emisfero nord (in particolare di Francia, Italia e Spagna) del 2013. Maggiore quantità di vino disponibile ha significato diminuzione del prezzo medio. In generale, il mercato del vino sfuso rimane all'insegna di una grande variabilità dovuta agli squilibri della domanda e dell'offerta - in particolare della Spagna senza la valvola di sfogo della distillazione - e dell'andamento climatico". L'equilibrio del mercato, obiettivo privilegiato delle ultime Ocm Vino, continua a rimanere un desiderio. Se non si interverrà rapidamente e se le cantine italiane non rimoduleranno l'offerta, la campana potrebbe suonare per molti.

worldtour 2014/2015

trebicchieri



Vini d'Italia
tour 2014/2015

2014
OCTOBER

25 october
ROME
trebicchieri

29 october
OSAKA
Roadshow

31 october
TOKYO
trebicchieri

NOVEMBER

3 november
SHANGHAI
trebicchieri

5 november
HONG KONG
trebicchieri

20 november
MOSCOW
trebicchieri

25 november
ZURICH
Vini d'Italia

27 november
WARSAW
Vini d'Italia

DECEMBER

2 december
ISTANBUL
Roadshow

2015
JANUARY

12 january
STOCCOLMA
Vini d'Italia

14 january
COPENHAGEN
Vini d'Italia

15 january
OSLO
Vini d'Italia

FEBRUARY

3 february
MIAMI
Vini d'Italia

5 february
NEW YORK
trebicchieri

10 february
CHICAGO
trebicchieri

12 february
SAN FRANCISCO
trebicchieri

18 february
LONDON
Vini d'Italia

27 february
MELBOURNE
trebicchieri

MARCH

2 march
SYDNEY
trebicchieri

14 march
DUSSELDORF
trebicchieri

APRIL

21 april
HOUSTON
Roadshow

24 april
MEXICO CITY
Roadshow

april
MUNICH
Vini d'Italia

MAY
11 may
TAIPEI
Roadshow

13 may
GUANGZHOU
Vini d'Italia

15 may
BEIJING
Roadshow

JUNE

1 june
VANCOUVER
trebicchieri

4 june
TORONTO
trebicchieri

9 june
HELSINKI
Vini d'Italia

12 june
MOSCOW
Vini d'Italia

SPECIAL ANTEPRIMA TASTING

GAMBERO ROSSO

PER INFO: WORLDTOUR@GAMBEROSSO.IT



Momento delicato in Russia: crisi Ucraina, svalutazione del rublo, embargo sui prodotti Ue. Eppure il vino italiano resiste. Ecco perché, oggi più che mai, è importante esserci. Il racconto del Roadshow-Gambero Rosso

Da Mosca a Varsavia. Sulla locomotiva del vino

▲ a cura di Marco Sabellico e Giuseppe Carrus

TRE BICCHIERI TOUR: MOSCA
MOSCA, 20 NOVEMBRE. TREMILA PERSONE hanno gremito la Grand Ballroom del Four Season di Mosca per incontrare sessanta produttori italiani che presentavano i loro grandi vini. Una location d'eccezione, ideale per celebrare i Tre Bicchieri, grande festa annuale del vino italiano, la più importante manifestazione del settore nella capitale russa. Ci son voluti dodici anni di lavori di ristrutturazione prima che il celebre Moskva Hotel (col nome di Four Season) riaprisse i battenti: inaugurato nel 1935 a firma del celebre architetto Shchusev, era una delle opere celebrative dell'era sovietica (è quello immortalato nell'etichetta della celebre vodka Stolichnaya), e sorge sulla piazza Manezhnaya, proprio all'ingresso della Piazza Rossa, a pochi metri dal Cremlino. "È stato un grande evento" ha commentato il suo direttore **Max Musto** "che ci ha permesso di presentare la nostra nuova struttura al mondo del trade del vino, anche se l'afflusso ci ha messo a dura prova...". Una presenza importante, quella dei produttori top italiani, in un momento delicato per il commercio del vino. Avevamo appena

archiviato un 2013 record per l'export sul mercato russo, quando i disordini in Ucraina e le tensioni internazionali hanno creato una situazione delicata, in cui molti prodotti d'importazione rischiano di pagare le spese. Il vino italiano, comunque, è il preferito dai russi, ed oggi è il 33% di un mercato che vale un miliardo e 200 milioni di dollari, con un incremento del 14% sull'anno precedente. Ci seguono i francesi al 27% e gli spagnoli all'11%. "Il bilancio 2014 è ormai fatto" ci ha detto **Maurizio Conz**, consulente export "e si prevede una flessione contenuta. Ma c'è apprensione per il 2015, con il prezzo del petrolio ormai stabilmente basso e una svalutazione del rublo del 25% da giugno a oggi, che penalizza il potere d'acquisto dei consumatori russi. Bisogna trovare una soluzione politica alla crisi ucraina se non vogliamo penalizzare l'export europeo su questo mercato così importante".

LE DUE MASTER CLASS DEL GAMBERO ROSSO sui grandi vini italiani, intanto, hanno fatto registrare il tutto esaurito. "Amiamo l'Italia, la sua cucina ed i suoi grandi vini" ci ha detto **Vladimir Tsapelik**, presidente dell'Independent Wine Club di Mosca, che ha oltre 3000 soci appassionati e competenti "e ormai il vino italiano è una presenza costante sulle nostre tavole. »



*Conegliano Valdobbiadene, Chianti Classico, Barolo e Lambrusco sono nomi familiari per i nostri soci. Che amano fare vacanze in Italia e acquistare i vostri prodotti. Il mercato ha sempre avuto alti e bassi, siamo fiduciosi. Ma al vino italiano non rinunciamo. E vogliamo eventi come questo, occasioni ideali per approfondire la conoscenza dei terroir, degustare, incontrare i produttori". "Questo è un mercato straordinario per il vino italiani di qualità, con grandi prospettive di crescita e tanta professionalità tra gli operatori commerciali e della ristorazione" ci conferma **Emilio Rotolo**, titolare delle friulane Schiopetto e Volpe Pasini "I problemi oggi ci sono, il rublo soffre, ma non dobbiamo stancarci di investire su questo mercato, è il futuro. La Russia è parte integrante dell'Europa. I problemi politici vanno risolti. Noi italiani siamo partner commerciali importanti, anzi fondamentali per i russi, e il loro problema di oggi si ripercuoterà su di noi domani se la diplomazia non saprà trovare soluzioni. Ma siamo ottimisti. La partita in gioco è troppo importante". "È il momento della concertazione delle politiche export" dice **Primo Franco** della Nino Franco di Valdobbiadene "e questo vale per il mondo del Prosecco Doc e Docg ma anche per il mondo del vino italiano in generale. Ci vogliono strategie comuni per affrontare un mercato internazionale sempre più complesso". »*





» VINI D'ITALIA TOUR: VARSAVIA

PARTIRE DA ROMA IL 27 NOVEMBRE per arrivare a Varsavia proietta subito in un'altra dimensione. Circa 20 gradi di differenza non sono pochi specie se in Italia, almeno al Sud, le temperature non sembrano abbassarsi più di tanto. Ma, per fortuna, a riscaldare corpo e anima ci pensa la Polonia, la sua capitale, i suoi abitanti con la loro accoglienza e ospitalità. Anche l'Italia del vino però fa la sua parte. In un quartiere residenziale di Varsavia, all'interno di un moderno spazio eventi – il Nowy Fort Sokolnickiego – una trentina di grandi aziende italiane hanno presentato le loro due o tre etichette più prestigiose. Oltre alla consueta degustazione a banchi d'assaggio (con la presenza di importatori, buyer internazionali, enotecari, sommelier, ristoratori e winelovers) l'evento è iniziato con un seminario condotto da chi scrive con la collaborazione di **Ewa Wielezyska** vice direttrice del Magazyn Wino, la più importante pubblicazione nazionale sulla cultura del vino. *“Il vino italiano trova sempre di più la sua dimensione territoriale”* ci dice Ewa *“specie al Sud dove emergono le grandi zone del vino. Ovviamente dalle altre denominazioni d'Italia più conosciute arrivano grandi conferme”*.

“C'È TANTA VOGLIA DI ITALIA E DI VINO ITALIANO IN Polonia” afferma **Kate Maciejewska**, giornalista e grande appassionata *“e non si finisce mai di scoprire: oltre alle grandi denominazioni ogni anno scopriamo nuovi vini, di aziende finora sconosciute che producono etichette di altissimo livello. Molte cantine stanno applicando i metodi di coltura biologica e biodinamica, si ottengono quindi prodotti sempre più rispettosi dell'ambiente, ottenuti in maniera naturale e con tecniche artigiane”*. Ma la soddisfazione arriva anche dai rappresentanti delle cantine italiane presenti all'evento. *“È sempre un piacere venire a Varsavia e presentarsi col Gambero Rosso. Il pubblico è sempre molto interessato e non mancano i contatti giusti per iniziare a esportare in questa nazione”*. A parlare è **Sebastiano Bonomo**, export manager di Giusti Wine, azienda veneta emergente, che già è stata scoperta dai consumatori più attenti. Ora non resta che pensare ai prossimi eventi, il tour Vini d'Italia riprende a Gennaio con tre tappe imperdibili. Copenaghen, Oslo e Stoccolma. Città già note al Gambero Rosso e a tante cantine italiane. Diverse le aziende che presenteranno i loro vini. E anche lì non ci faremo intimorire dal freddo...

EXPORT ITALIANO IN RUSSIA: OCCHIO AI NUMERI

Che il vino italiano riscontri un gran successo in Russia è ormai un dato assodato, tant'è che nonostante la crisi ormai conclamata anche in Russia (con l'euro che cavalca a 62 il rublo) le non piacevoli sanzioni e contro sanzioni, i numeri lo segnalano inequivocabilmente. Ma quali numeri? Quelli di cui siamo in possesso sono stati elaborati dall'Ice di Mosca, da sempre in prima fila per sostenere l'export italiano, ed è ovvio che li valutiamo con estremo interesse. Quello che ci salta subito all'occhio fra i dati relativi alle esportazioni in Russia dei nostri vini (fonte Istat) e l'omologo dato delle Dogane russe, vi è una discrepanza notevole, e non fisiologica come ci si potrebbe aspettare quando confrontiamo dati di fonti diverse, anche tenendo conto di eventuali triangolazioni. In pratica i dati delle Dogane Russe conteggiano quasi il doppio (in valore) di vino importato dall'Italia, rispetto ai dati Istat in esportazione, con destinazione Russia. Nel 2013 questa differenza assommava a quasi 150 mil/€, che non sono proprio brucoloni. Forse varrà la pena di vederci un po' meglio, anche per capire il fenomeno di molti vini che vengono “assemblati” soprattutto nei Paesi baltici, dove si lavorano, imbottigliano ed etichettano quelli che vengono poi classificati come “vini italiani” dalle scrupolose Dogane russe.

Dati elaborati da ICE, su fonte Dogane russe
ANNO 2013 importati vini italiani per valore di **260 mil/€**
6 MESI 2014* importati vini italiani per valore di **112 mil/€**

Dati elaborati da ICE, su fonte ISTAT
ANNO 2013 esportati vini italiani per valore di **115 mil/€**
6 MESI 2014* esportati vini italiani per valore di **53 mil/€**

* il secondo semestre in genere rappresenta volumi maggiori, a causa delle feste di fine d'anno

Gianguido Breddo



Il Nowy Fort Sokolnickiego di Varsavia



Degustazione e seminario del Tre Bicchieri Tour a Mosca

