



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

## VINO IN CRISI. CHIUDONO 9000 AZIENDE IN TRE ANNI

### MADE IN ITALY?

Sempre più aziende italiane in mani straniere. Persi 10 mld

pag. 2

### I NUMERI DI VINEXPO

A Bordeaux edizione da record: 38% in più di stranieri

pag. 4

### LA CINA INDAGA

Avviate le valutazioni antidumping. Ecco il questionario

pag. 9

### IL VINO E LA CRISI

In esclusiva i dati delle Camere di Commercio sul triennio 2009-2012

pag. 12

### CONGRESSO ASSOENOLOGI

Ad Alba Cotarella delinea l'enologo del futuro

pag. 14



Solo su  
**sky** | Canale  
**411**

Tollo, piccola Terra nell'Abruzzo Citeriore, non molto lontana dal Mare Adriatico, e celebre pel 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



## ASSEMBLEA COLDIRETTI: SE LO SCAFFALE MADE IN ITALY NON È PIÙ ITALIANO. PERDITA PER OLTRE 10 MILIARDI DI EURO

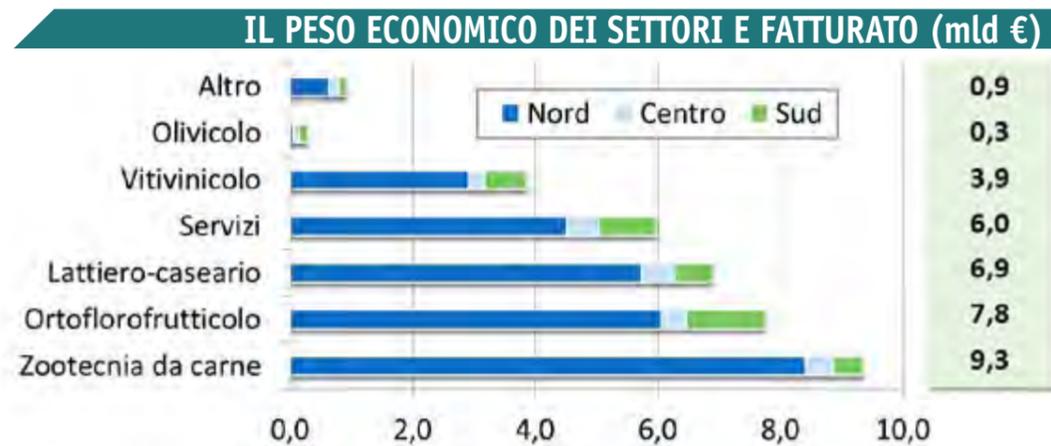
**a cura di Loredana Sottile** “Lo scaffale del made in Italy che non c'è più”. È l'allestimento (vedi foto) che Coldiretti ha proposto all'Assemblea nazionale di stamattina al Palalottomatica di Roma per dare un'idea di quanti marchi storici italiani siano passati in mani straniere dall'inizio della crisi ad oggi. “Il passaggio di proprietà” ha sottolineato il presidente Coldiretti Sergio Marini “ha spesso significato svuotamento finanziario delle società acquisite, delocalizzazione della produzione, chiusura di stabilimenti e perdita di occupazione. Per questo bisogna accelerare nella costruzione di una filiera agricola tutta italiana che veda direttamente protagonisti gli agricoltori per garantire il legame con il territorio”. Solo due esempi di cessione che riguardano il mondo del vino: la casa spumantistica Gancia acquistata nel 2011 al 70% dal magnate russo Rustam Tariko, e da ultimo l'azienda agricola Casanova - La Ripintura di Greve in Chianti (nel cuore della Docg Gallo Nero) comprata da un imprenditore di Hong Kong. Ma nella lista ci sono anche Orzo Bimbo, Parmalat, Galbani, Perugina per un fatturato di circa 10 miliardi di euro. E se è vero che otto italiani su dieci cercano di riempire il carrello con prodotti italiani al 100% (dati Coldiretti) è allo stesso tempo facile farsi trarre in inganno. Al di là di tutto gli investimenti sono indicazioni chiare dello stato di salute dell'agroalimentare italiano. “È la dimostrazione di come nel mondo ci sia fame d'Italia” ha ribadito lo stesso Marini “con una drammatica escalation, purtroppo, nella perdita del nostro patrimonio”. Se, infatti, gli stranieri decidono di investire nell'agroalimentare italiano, è perché si tratta di un settore che sta bene e che nel tempo ha saputo conquistare un'immagine di sicurezza, tipicità e qualità. Lo dimostrano anche i dati dell'export: nel 2003 si è toccato il record di 34 miliardi di euro di cibo italiano esportato, soprattutto in Africa (+31% rispetto allo scorso anno), nei Paesi Asiatici (+13%) e in America (+9%). Debole, invece la crescita in Europa dove non si va oltre il 3%. E se l'ortofrutta è il prodotto più esportato (+7%), il vino è che quello che cresce di più (+10%). Oltretutto secondo la Coldiretti all'Italia va il primato della sicurezza alimentare con il minor numero (solo 0,3%) di prodotti agroalimentari con residui chimici oltre il limite consentito. La media di irregolarità europea è 1,5%, quella extracomunitaria 7,9%.



## COOPERAZIONE, FATTURATO VINO A 3,9 MILIARDI DI EURO

È pari a 3,9 miliardi di euro il fatturato del settore vitivinicolo cooperativo italiano, ed è realizzato da realtà cooperative in larga maggioranza del nord. E' quanto emerge dal Rapporto dell'Osservatorio sulla cooperazione agricola istituito presso il Mipaaf (dati 2011). I settori zootecnici (9,3 mld) e ortoflorofrutticolo (7,8 mld) hanno il peso maggiore, ma il comparto vino (che vale l'11% del totale) si caratterizza per alcuni aspetti virtuosi, come l'alta percentuale di prodotto conferito dai soci, che è vicina all'88%, assieme a quello olivicolo.

In generale, il fatturato della cooperazione agricola nazionale è di 35 miliardi (81% al nord), con 94mila occupati, 5.900 imprese e consorzi cooperativi attivi per un totale di 993mila soci. Rispetto all'ultima rilevazione del 2008, crescono il numero di coop (+1,1%), fatturato (+2%) e occupazione (+0,5%). “Il sistema cooperativo costituisce circa un quarto dell'alimentare italiano” dice il presidente di Confcooperative, Maurizio Gardini “ma con la distintività di rappresentare quasi esclusivamente la materia prima conferita dai produttori”. - G. A.



**L'ANALISI. SE L'ALCOL PROTEGGE DALLA RECESSIONE** Gli investimenti nel comparto dell'alcol da sempre sono ritenuti anticiclici e quindi ideali per sterilizzare un ciclo negativo in termini di ribasso dei rendimenti borsistici. Nella precedente recessione del 2000-2001 negli Usa, ad esempio, mentre nel periodo lo S&P 500 perse il 14,05%, il segmento Alcoholic Beverages registrò una crescita del 46,02%, a riprova del fatto che i consumi di prodotti alcolici pagano meno gli effetti di una recessione. Ma, secondo ricerche recenti, non è vero che questa tipologia di investimenti è completamente recessione-proof cioè al riparo da ogni impatto del ciclo economico e quindi anticiclica. Più semplicemente ha una capacità di resistenza alla crisi del pil molto migliore rispetto a quella offerta da altre categorie di investimenti merceologici. Uno studio effettuato con riferimento all'industria della birra, un bene alternativo al vino almeno per una classe di consumatori, ha provato proprio il fatto che investire in società attive del business dei prodotti alcolici protegge molto durante una fase recessiva senza però garantire un upside anticiclico. Donald G. Freeman della texana Sam Huston University ha misurato che il consumo di birra paga leggermente i cicli economici negativi producendo quindi un impatto altrettanto negativo sui fatturati periodali del settore. Nel suo paper Beer in Good Times and Bad: A U.S. State-Level Analysis of Economic Conditions and Alcohol Consumption presentato nel maggio 2009 alla Beeronomics Conference di Leuven in Belgio ha dimostrato che, a differenza di quanto ritenuto normalmente, la birra è normal good, cioè un normale bene di consumo, pro ciclico che risponde a livello dei consumi al variare del contesto economico generale. Un risultato che smentisce la credenza che la birra sia un bene di consumo inferiore e anticiclico. In pratica gli effetti reddito prodotti da una recessione si trasferiscono in parte anche sulla domanda di consumi di birra come accade per gli altri beni di consumo evidenziando il fatto che l'industria dell'alcol non è immune o protetta dall'andamento del ciclo del business. Va comunque evidenziato il fatto che il significato economico del risultato è relativo perché il valore delle elasticità stimate è così basso che anche una profonda e prolungata recessione è o sarebbe in grado di produrre un impatto significativo sui ricavi dei principali produttori di birra. Ciò significa che la birra non va considerata recessione-proof, ma più semplicemente recessione-resistant.



Edoardo Narduzzi @EdoNarduzzi

## DOC ROMAGNA, L'IMPERATIVO È FARSI RICONOSCERE. DA SETTEMBRE SI CAMBIA

**a cura di Gianluca Atzeni**

Cinquant'anni fa 26 industriali e commercianti, superando antichi campanilismi, davano vita al Consorzio vini di Romagna. Oggi l'ente ha appena inaugurato la nuova sede a Tebano, frazione di Faenza, e soprattutto ha a disposizione 100mila euro per la prima vera campagna promozionale di questa Doc che conta 17 milioni di bottiglie, 10 delle quali prodotte dalle aderenti al Consorzio (erga omnes dal 2012, con 104 soci, tra cui 9 cantine cooperative, in rappresentanza di 4.890 viticoltori). “Valorizzare il nostro vino” dice il presidente Giordano Zinzani (Caviro) a Tre Bicchieri “significa farlo prima di tutto conoscere al consumatore e per questo, da settembre, partirà una vasta promozione sulla stampa nazionale”. La nuova strategia di mercato servirà anche a mitigare gli effetti della crisi economica che

**20 milioni di euro il fatturato (franco cantina)**  
**6800 ettari di Sangiovese**  
**4380 ettari di Trebbiano**  
**850 ettari di Albana Docg**  
**115 ettari di Pagadebit**  
**128 ettari di Cagnina**  
**11 le sottozone di Sangiovese, le prime bottiglie sul mercato a fine 2013**

nei primi cinque mesi del 2013 ha fatto segnare un -4,8% sugli imbottigliamenti, dopo un 2012 chiuso a -3,3%. Per il 2014, oltre agli spot radiofonici, si pensa ad attività di incoming per testate straniere. “Perché uno dei nostri obiettivi” aggiunge Zinzani “è il potenziamento dell'export, in particolare quello verso gli Usa, mercato che potrebbe assorbire buona parte dei volumi. L'equilibrio della Doc lo avremmo a 30 milioni di bottiglie e, in alcuni anni, potremmo

avvicinarci. Abbiamo infatti vigneti nuovi e molti ettari devono entrare in produzione”. La vendemmia 2012 ha segnato finalmente un riequilibrio dei prezzi delle uve (60/70 euro a quintale contro 50 euro/q di qualche anno prima) e la Gdo ha assorbito bene questi incrementi. La raccolta 2013 finora si prevede buona: “Non si registrano attacchi fungini come in altre zone d'Italia. Per il resto” conclude Zinzani “ci manca un po' di notorietà e lavoreremo per questo”.

## Tutti i numeri di Vinexpo 2013: un'edizione da record

L'edizione 2013 del Vinexpo è quella dei record. Il salone internazionale del vino e degli alcolici che si tiene a Bordeaux ogni due anni, ha registrato un +38% in più di visitatori non francesi. E nel caso della fiera d'Oltralpe parliamo di operatori del settore e non di semplici consumer. Mai così tanti. In generale l'incremento è stato dell'1,5% rispetto al 2011 e si è sfiorato il tetto delle 49mila presenze. Rimangono invece stabili i numeri dei visitatori francesi. Le performance più soddisfacenti arrivano dall'Asia. I cinesi hanno costituito la delegazione più folta tra quelle non francesi, con 3388 professionisti. Segue quella americana, ma con un certo distacco, con 1433 presenze. Terzi sono stati i canadesi, seguiti dagli europei, in ordine, inglesi, belgi e tedeschi. L'Italia – così come la Spagna – è stata rappresentata in particolare dai buyer della Gdo. **Numeri a quattro cifre anche nel settore media: sono stati stampati infatti 1290 cartellini stampa.** Ora si lavora a Vinexpo Asia-Pacific – a Hong Kong dal 27 al 29 maggio 2014 – che vedrà aumentare i suoi spazi (15mila quadrati in più). Ma la famiglia del Vinexpo continua ad allargarsi: è in arrivo la tappa di Beijing a giugno. Poi ci si concentrerà sul Giappone con il Vinexpo Nippon in Tokyo – 1 e 2 novembre 2014 - con un taglio decisamente trade, rivolto soprattutto a ristoranti, bar e hotel. – **F. C.**

## Passaggi di mano. La storica enoteca parigina Legrand Filles e fils diventa giapponese

Legrand Filles e fils diventa giapponese. La storica enoteca parigina di Notre Dame passa di mano e diventa del magnate nipponico dell'agroalimentare Amane Nakashima – proprietario anche della Folium Vineyard di Marlborough in Nuova Zelanda - che l'ha acquistata per 16 milioni di euro, tramite la supervisione della banca Rothschild. La famiglia Legrand in realtà era già fuori dal 2000, quando la vineria era passata a Gerard Sibourd-Baudry, che continuerà ad essere amministratore delegato e a detenere un 22% di quota. Le bellissime cantine sotterranee di questo negozio risalente al XIX Secolo conoscono da tempo la clientela giapponese: “Il 15% del nostro fatturato” spiega Sibourd-Baudry “viene fatto già in Giappone e in generale l'80% delle nostre vendite è extra Francia. Avevamo bisogno del partner giusto e nel paese del Sol Levante c'è un'importante cultura del vino. Noi avrei mai venduto agli inglesi, per dire, per i quali il vino non è altro che una merce”. – **F. C.**



## Guerra vitivinicola tra Italia e Croazia. E arriva anche lo 007 del Prosecco

**a cura di Loredana Sottile** Primo luglio 2013 la Croazia entra nell'Unione Europea. Immediatamente si aprono due fronti vitivinicoli. Quello italiano si chiama Prosecco, quello sloveno Terrano. Due storie di confine e di omonimia che stanno sollevando le preoccupazioni dei produttori. E se la Slovenia è pronta a passare ad un'azione legale per proteggere il Terrano sloveno dall'omonimo croato, l'Italia si è già rivolta all'Ue per la tutela del prosecco nei confronti del Prosek. “Metteremo in atto una difesa aggressiva”, dice l'assessore all'Agricoltura della Regione Veneto, Franco Manzato. Sia chiaro, nel caso Prosecco non si può parlare di imitazione, ma solo di similitudine nel nome. Ed è vero che già ad un primo assaggio le differenze saltano al palato: l'uno è un vino bianco frizzante, l'altro un passito. Tuttavia la somiglianza potrebbe trarre in inganno i consumatori, soprattutto sui nuovi mercati. La preoccupazione maggiore è che i produttori di Prosek approfittino del momento magico del Prosecco e lo usino come traino per il loro vino. **I numeri infatti parlano chiaro: 350 milioni di bottiglie vendute per un giro d'affari di oltre un miliardo di euro con l'export in salita libera, +29% nel primo trimestre del 2013. Il quasi omonimo dalmata, invece, è un vino di nicchia, venduto solo sul mercato locale.** Dal canto loro i croati - che in un primo momento si erano detti favorevoli a cambiare nome, ipotizzando come sostituti “vino dalmata” o “lacrime della Dalmazia” - hanno deciso di andare avanti, chiedendo addirittura a Bruxelles di inserire il Prosek nella lista dei vini protetti dall'Ue. Mentre a favore dell'Italia dovrebbero giocare le due denominazioni – doc e docg - che blindano il prosecco veneto e friulano. La memoria, però, va alla lunga lista di sconfitte o nulla di fatto del Belpaese: in primis alla vicenda del Tokaji. In quel caso l'antagonista era l'Ungheria con il suo Tokaji. Conclusione? Dal 2008 il Tokaji Friulano è diventato semplicemente Friulano, mentre il nome originale è rimasto all'Ungheria. Allargandoci su altri fronti l'Italia non è stata capace di far cambiare i nomi ai produttori americani di cambozola (che imita il gorgonzola) e a quelli di parmigiano (che possono continuare a produrre il falso parmigiano fuori dall'Ue). Stavolta, però, il Consorzio Veneto non vuole sottostare e stanco di tutti i casi di falso Prosecco è deciso a difendere la sua “gallina dalle bollicine d'oro”. Non a caso, proprio in questi giorni, ha nominato uno 007 del Prosecco per vigilare sulle contraffazioni: è il 28enne Andrea Battistella che ha ricevuto l'incarico ufficiale dal Mipaaf. Una novità per il mondo del vino (figure simili esistevano per altri prodotti come salumi o formaggi). Battistella – diplomato a Conegliano e laureato in Scienza Viticole ed enologiche – adesso attende di ricevere il tesserino di “Vigilatore” che poi potrà esibire durante i suoi blitz in supermercati, enoteche e ristoranti. Ma cosa farà quando si imbatte in una bottiglia di Prosek? Si attende risposta da Bruxelles.



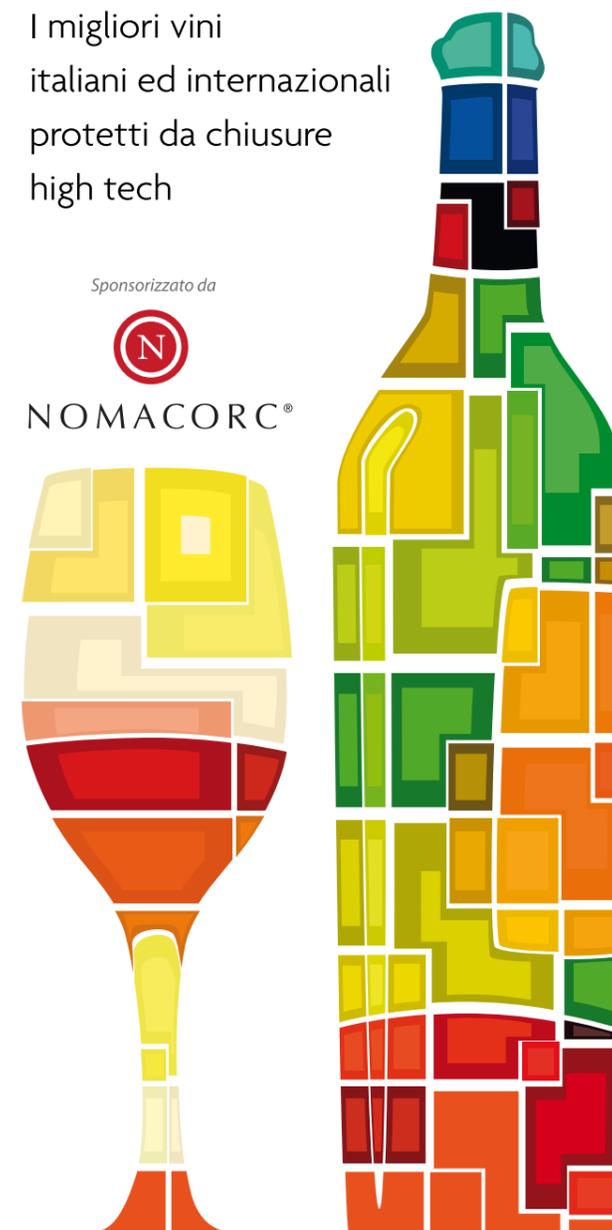
La tecnologia d'avanguardia a servizio della tradizione

I migliori vini italiani ed internazionali protetti da chiusure high tech

Sponsorizzato da



NOMACORC®



## LA SETTIMANA DEI CURATORI



**Cantina Produttori Colterenzio Alto Adige Cabernet Sauvignon Lafò 2009 92/100**

La Cantina di Colterenzio, nata più di 50 anni fa, controlla oggi più di 300 ettari vitati. Sotto l'attenta guida della famiglia Raifer, l'azienda si è issata tra le più significative della sua regione. Piantato nel 1987, il podere di Lafò offre uno dei più classici Cabernet dell'Alto Adige. Il 2009 regala note di grafite e ribes nero all'olfatto e una bocca sapida e masticabile di grande eleganza.

GIANNI FABRIZIO



**Champagne Brut 1989 Krug 97/100**

Non sarà come l'88, dicevo tra me e me. Forse no, ma un '89 così fortunato merita l'ovazione. Dopo un inizio dominato dalle note evolutive, leggera torrefazione, mou e ancora lieviti, sprigiona, soprattutto dopo l'assaggio, un bouquet con rimandi di sola freschezza: scorza di limone, mela verde, roccia. La bocca poi ha un'acidità vibrante che rende il sorso infinito. Capolavoro.

ELEONORA GUERINI



**Domaine de la Romanée Conti Échézeaux Grand Cru 2001 93/100**

Dal domaine più celebrato della Borgogna un vino di classica compostezza e straordinaria finezza. Forse il meno complesso tra le etichette della maison. Ma assaggiatelo: eleganza, purezza del frutto, tannini vellutati e un'incredibile piacevolezza di beva ne fanno un vero fuoriclasse. Anche in una vendemmia complessa com'è stata il 2001.

MARCO SABELLICO

## Consorzio Valtènesi, Alessandro Luzzago nuovo presidente

È Alessandro Luzzago il nuovo presidente del Consorzio Valtènesi. Succede a Sante Bonomo che, dopo due mandati, sarà vice presidente insieme a Mattia Vezzola. A convergere su Luzzago, per acclamazione, è stato il nuovo Cda del Consorzio di Puegnago del Garda (3 milioni di bottiglie annue). Luzzago, 54 anni, titolare dell'azienda agricola Le Chiusure di San Felice del Benaco, si è detto consapevole della delicatezza delle prossime sfide: "Attraversiamo un'importante fase di transizione" ha affermato, ricordando il recente passaggio da Consorzio Garda Classico a Consorzio Valtènesi. "Fra i principali obiettivi del mio mandato c'è la volontà di aggregare intorno al consiglio un gruppo unito, che lavori su obiettivi condivisi. Altrettanto importante sarà lavorare ad una definizione più precisa dell'identità dei nostri vini come strumento fondamentale per una loro più efficace affermazione sul mercato". - G. A.



## ENO MEMORANDUM

### Da giugno a settembre Cinema divino

in molte cantine di Emilia Romagna, Sardegna, Toscana, Piemonte, Trentino Alto Adige, Marche, Abruzzo, Umbria e Basilicata  
cinemadivino.net

**5 luglio**  
**Il contributo della ricerca alla valorizzazione del territorio calabro e dei suoi prodotti tradizionali**  
Hotel 501 Vibo Valentia  
dalle 15

**6 luglio**  
**Mandarossa Vineyard Tour**  
Villaggio Mandrarossa  
Porto Palo, Menfi (AG)  
fino al 7 luglio  
mandrarossatour.it

**9 luglio**  
**Vive l'Italie, Forza Francia vini italiani e francesi a confronto**  
Terrazza della Città del Gusto  
Via E. Fermi, 161 (RM)  
dalle 19 alle 23  
info@cittadelgusto.it

**10 luglio**  
**Conferenza "Dai diritti alle autorizzazioni. Il nuovo sistema europeo per la gestione del potenziale vitivinicolo"**  
Confagricoltura, Roma  
c.so Vittorio Emanuele II, 101  
ore 16.30

**11 luglio**  
**I Drink Pink i migliori rosati d'Italia**

Terrazza della Città del Gusto  
Via E. Fermi, 161 (RM)  
info@cittadelgusto.it

**13 luglio**  
**Strada dei vini e dei sapori a Longiano**  
Castello Malatestiano,  
Longiano (FC)  
dalle 19 alle 00.00

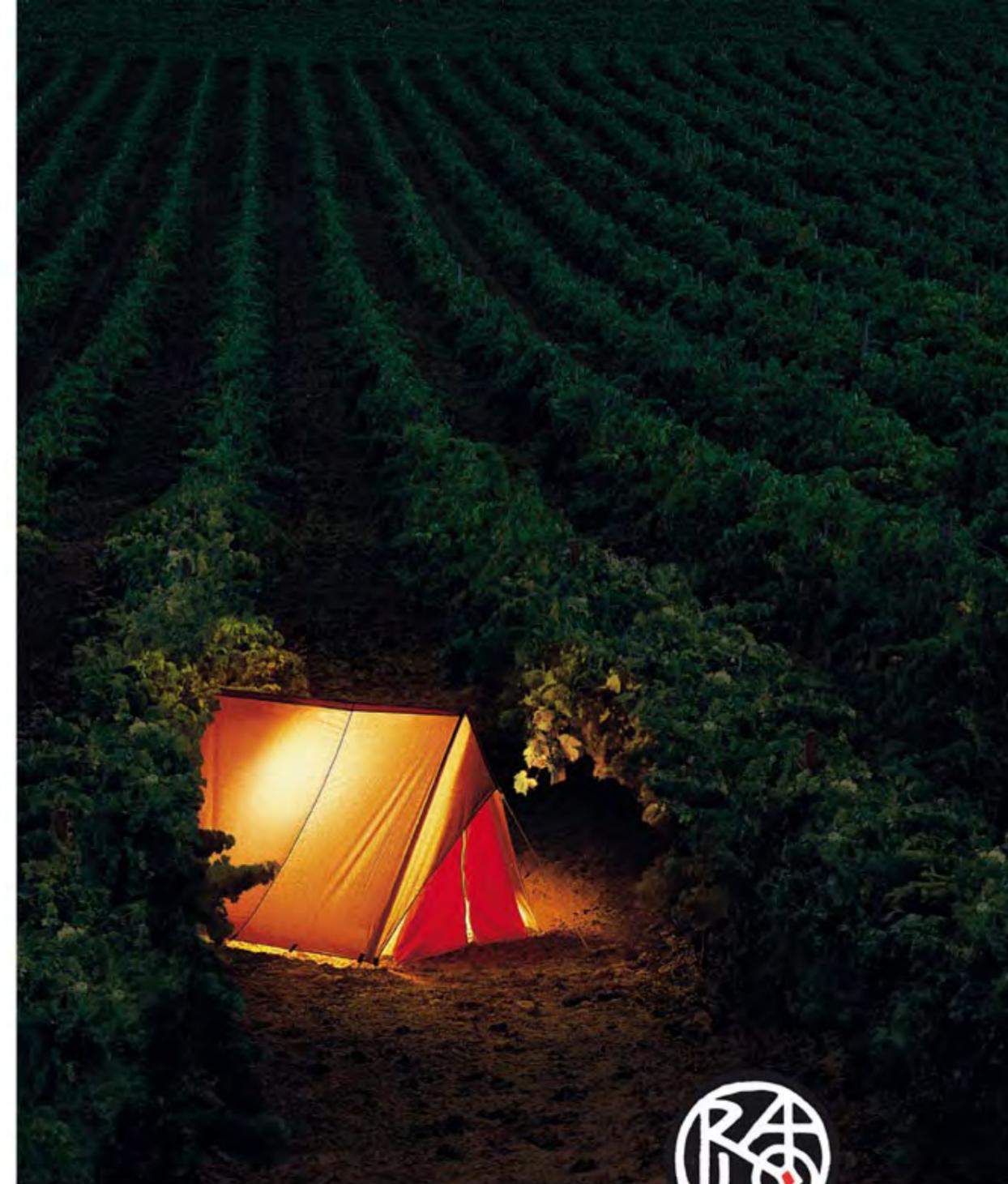
**13 luglio**  
**5° Convegno di Vitivinicoltura Biodinamica Moderna**  
Villa medicea di Cerreto Guidi (FI)  
dalle 9 alle 17.30  
viticolturabiodinamica.it

**16 luglio**  
**Montalcino Jazz Wine**  
Fortezza di Montalcino (SI)  
dalle 21.45  
fino al 21 luglio  
prolocomontalcino.com

**20 luglio**  
**Malvasia Day**  
Capofaro Resort  
Salina (ME)  
dalle 18  
tascadalmerita.it

**2 agosto**  
**"Vino è Musica", blind tasting dei vini pugliesi**  
Crispiano (TA)  
fino al 3 agosto  
vinoemusica.it

**10 agosto**  
**Calici di Stelle**  
In tutta Italia si celebra Giuseppe Verdi a 200 anni dalla nascita  
movimentoturismovino.it



**RALLO**

1860



**Non solo le annate rendono eccellente un vino, anche le nottate.**

www.cantinerallo.it

### 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

### foto

az. Rivera

### 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



## Sauvignon Zuc di Volpe 2011 Il bianco dell'anno



Volpe Pasini

## La Cina apre l'indagine antidumping sul vino europeo

Ecco il questionario da compilare entro il 20 luglio



▲ a cura di Loredana Sottile

**N**ESSUN DIETRO FRONT CINESE: il primo luglio è scattata l'indagine antidumping e antisussidi nei confronti delle importazioni di vino Ue. "Troppe etichette europee sul mercato cinese tra le classi medio-alte", si legge sul sito internet del Ministero del Commercio di Pechino che ha aperto l'inchiesta in seguito alle lamentele di alcuni produttori cinesi. Questa la versione ufficiale. Ma in realtà la minaccia è chiara: se l'Ue aumenterà i dazi sui pannelli solari made in China, la Cina farà lo stesso con il vino made in Europe.

Cresce così la pressione sui Paesi che possono essere decisivi il 6 agosto nella votazione sui pannelli solari: Francia, Italia, Spagna, Portogallo. Guarda caso i maggiori esportatori di vino in Cina. E la Coldiretti avverte: "Così sono a rischio 77 milioni di euro". Tale è, infatti, il fatturato italiano realizzato in Cina nel 2012. L'indagine che ha messo in subbuglio il mondo del vino durerà un anno e potrebbe prorogarsi fino al 2015. Intanto entro il 20 luglio le aziende volontarie (esportatori, importatori e produttori cinesi) dovranno compilare un questionario su [sito del Mofcom](#) da cui sarà estratto un campione di indagine per accertare

le eventuali pratiche di dumping che potrebbero danneggiare l'industria enoica cinese. Chiamati in causa anche i produttori italiani: molti si sono già visti arrivare tale documento dai consorzi e dalle federazioni vitivinicole ([questo il form](#)). Perché è importante compilarlo? Secondo i consorzi la registrazione rappresenta l'impegno a collaborare con le autorità cinesi e se davvero i dazi venissero maggiorati, un'azienda iscritta potrà beneficiare di un trattamento favorevole. Se, invece, nessuno lo facesse la Cina potrebbe decidere di applicare a tutti i vini i dazi massimi. Insomma nel dubbio, meglio non perdere l'opportunità.

### ▲ IL MIO EXPORT. Michele Satta – az. Michele Satta

#### 1. QUALE PERCENTUALE EXPORT SULLA PRODUZIONE TOTALE AZIENDALE? VERSO QUALI PAESI?

Siamo intorno al 50%. Facendo una classifica, in ordine di volumi siamo presenti in Svizzera, Stati Uniti, Canada, U.K., Giappone, Hong Kong, altri paesi europei ed infine Asia e Messico.

#### 2. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

Credo esista ancora una vecchia concezione del burocrate che vuole imporsi come "controllore" totale di ogni pratica, rallentando lo sviluppo e di conseguenza la possibilità di esportare. Bisogna eliminare retaggi di subordinazione delle aziende ad una certa gestione statale che ostacola la ripresa del nostro Paese.

#### 3. COME SONO CAMBIATI GLI ATTEGGIAMENTI E L'INTERESSE DEI CONSUMATORI NEI CONFRONTI DEL VINO ITALIANO?

Oggi si percepisce ovunque una simpatia ed una stima nei confronti dell'eccellenza italiana, un desiderio di conoscenza degli autentici artigiani del vino e delle nostre tipicità che porta ad una maggiore disponibilità all'acquisto.

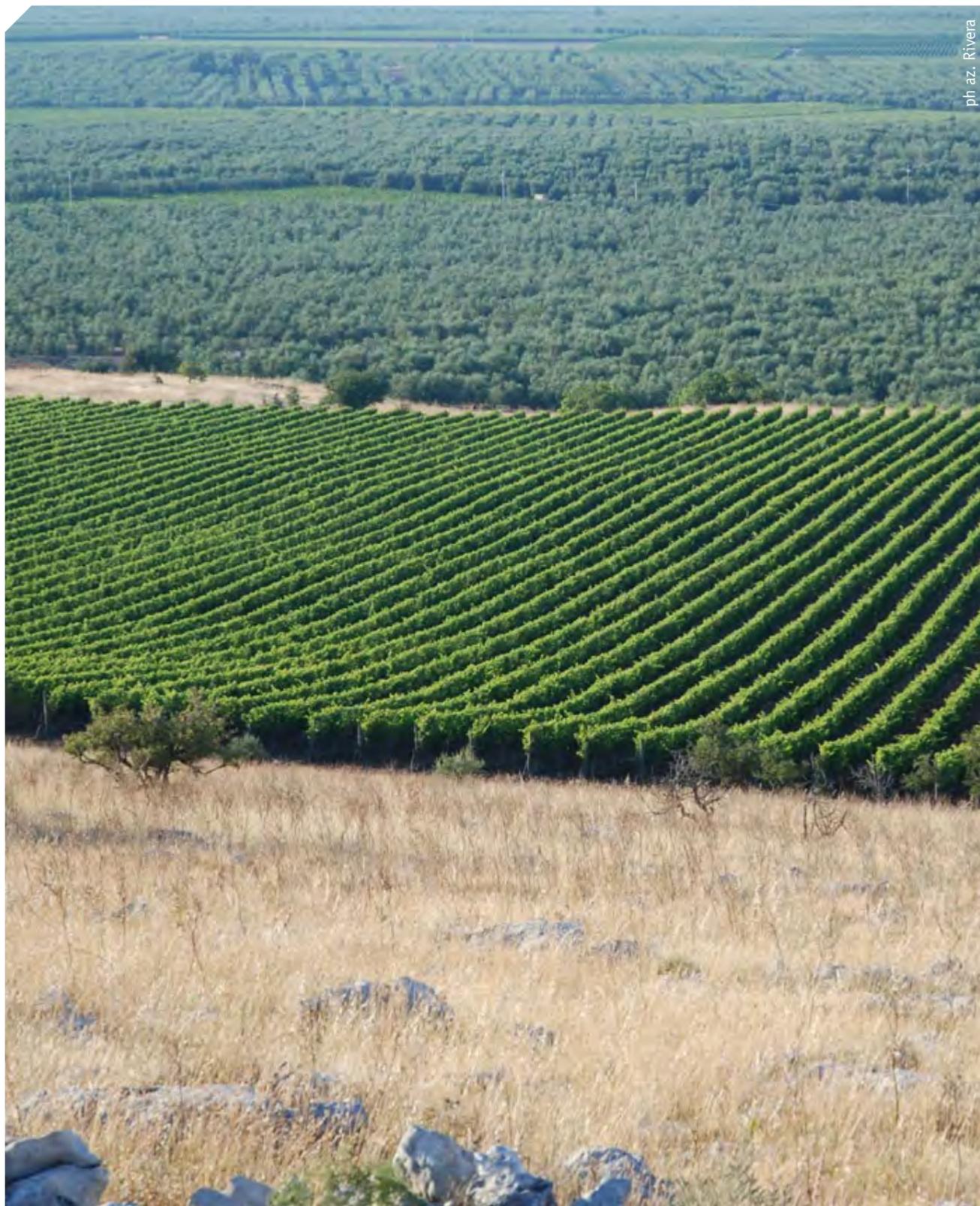
#### 4. UN'ESPERIENZA ALL'ESTERO NEGATIVA O POSITIVA.

Mi ha sorpreso in modo positivo l'accoglienza ricevuta in Asia, dove ho trovato un mercato attento alla conoscenza intima e personale del prodotto, che deriva dalla disponibilità nei confronti di un incontro culturale più ampio, non solo limitato al vino.

Loc. Vigna Al Cavaliere 61 | Castagneto Carducci | Livorno | [www.michelesatta.com](http://www.michelesatta.com)

SUL PROSSIMO NUMERO  
TENUTE DEL BUONAMICO





ph az. Rivera

▲ **CASTEL DEL MONTE. TERRITORIO.** La DOC Castel del Monte si estende a nord di Bari formando un quadrilatero rettangolare con orientamento sud-est/nord-ovest. In sostanza il territorio segue la linea della costa pugliese. Interessante l'altimetria dei vigneti: si va dai 180 mt fino ai 450 mt nella parte più alta che corrisponde al Parco Nazionale dell'Alta Murgia. Il clima beneficia dei venti dominanti da nord che mitigano la calura estiva e portano spesso neve d'inverno. **SUPERFICIE VITATA.** Per quanto riguarda i vigneti, la tradizionale spalliera bassa pugliese era stata sostituita a partire dagli anni '70 dal tendone con bassa intensità di viti per ettaro, ma fortunatamente dalla fine degli anni '90 molti di questi sono stati rinnovati >>



ph az. Rivera

con sistema a cordone speronato o guyot. Gli ettari denunciati sono 460. **ECONOMIA.** Il valore dei terreni senza impianti si aggira intorno ai 30/40 mila euro all'ettaro, si sale a 80 in presenza di vigneto. **VINI.** Caratteristica comune di tutti i vitigni autoctoni della zona è la maturazione tardiva (metà settembre per i bianchi, fine settembre per i rosati e fine ottobre per i rossi) con conseguente basso grado alcolico, alta acidità e profilo gustativo meno concentrato e ricco, ma più fresco e nel complesso "meno pugliese" rispetto ai vini del sud della regione. Nel 2011 ben 3 tipologie di Castel del Monte (Bombino Nero, Riserva da Nero di Troia e Montepulciano e Nero di Troia Riserva) sono state elevate a DOCG.

SUL PROSSIMO NUMERO  
COLLI BERICI

Si riduce del 9% lo stock di quelle registrate alle Camere di Commercio. Primo trimestre 2013 ancora negativo. Piemonte, Sicilia e Toscana pagano il prezzo più alto Dardanello (Unioncamere): Puntare su export e semplificazione burocratica

# I numeri della crisi. Perse 9mila imprese vitivinicole tra 2009 e 2012

▲ a cura di Gianluca Atzeni

**G**LI ANNI DELLA CRISI ECONOMICA, DAL 2009 al 2012, sono costati oltre 8.800 imprese al settore vitivinicolo italiano, che ha visto diminuire del 9% lo stock di quelle registrate alle Camere di Commercio. Un calo deciso che ha interessato tutte le regioni, nessuna esclusa. Secondo un'analisi di Tre Bicchieri sulla base di dati Unioncamere/Infocamere e Movimprese, l'Italia è passata dalle 97.972 imprese e unità locali di settore attive nel 2009 alle 89.090 del 2012 (-8.882 unità). Il contributo più caro lo hanno pagato Sicilia (sotto di 2mila unità a -12,2%), Piemonte (-1.885 e -14,2%), Toscana (-856 e -14,5%), Emilia Romagna (-836 e -11,3%) e Lazio (-641 e -16,5%); è andata meglio, invece, per Veneto (-323 unità e -2,6%), Campania (-287 e -5,6%), Puglia (-45 e -0,4%) e Abruzzo (-35 e -1%).

**LE PERDITE PIÙ IMPORTANTI HANNO RIGUARDATO LE** attività registrate come 'coltivatori di uve', scese da 89.679 a 82.081 unità (-8,4%); forte anche la diminuzione delle imprese imbottigliatrici che hanno

perso il 23,6%, passando nel periodo considerato da 6.249 a 4.774 unità; mentre sono aumentate del 9,3% quelle dedite alla produzione di vino, passate da 2.044 a 2.235 unità: in particolare, Campania e Puglia guadagnano rispettivamente 118 e 100 aziende, mentre la Sicilia ne guadagna 84.

**GUARDANDO AL PRIMO TRIMESTRE DELL'ANNO IN CORSO**, il salasso non si è fermato: rispetto al trimestre precedente, l'Italia ha perso 708 imprese (-0,7%) quasi tutte alla voce coltivazione di uva (693 unità), portando il saldo dello stock dei registrati a quota 88.382. Piemonte, Sicilia ed Emilia Romagna sono le regioni che in assoluto hanno perso di più, rispettivamente 219, 185 e 115 unità iscritte alle Camere di Commercio. Segno positivo, invece, per Veneto (58), Puglia (11), Friuli (8) e Abruzzo (4).

**È UN TRIENNIO NERO DI FALLIMENTI E CHIUSURE, DI** sfiducia e abbandono dei vigneti? Di fatto, si tratta di soggetti economici che mancano all'appello. Del resto, guardando all'agricoltura nel suo complesso, nel solo primo trimestre 2013 sono scomparse oltre 13mila imprese. E il vigneto italiano continua il >>

## STOCK E SALDI DELLE REGISTRATE AL 31 DICEMBRE - ANNI 2012 E 2009

Regione	anno 2012				anno 2009				saldi 2012-2009				var. %
	Coltivazione uva	Produzione di vino	Imbottigliatori	Totale vitivinicolo	Coltivazione uva	Produzione di vino	Imbottigliatori	Totale vitivinicolo	Coltivazione uva	Produzione di vino	Imbottigliatori	Totale vitivinicolo	
ABRUZZO	3.184	108	114	3.406	3.203	96	142	3.441	-19	12	-28	-39	-1,00%
BASILICATA	254	27	27	308	303	28	43	374	-49	-1	-16	-66	-17,60%
CALABRIA	815	47	124	986	903	43	184	1.130	-88	4	-60	-144	-12,70%
CAMPANIA	4.186	211	441	4.838	4.500	93	532	5.125	-314	118	-91	-287	-5,60%
EMILIA ROMAGNA	6.097	123	295	6.515	6.775	140	436	7.351	-678	-17	-141	-836	-11,30%
FRIULI-VENEZIA GIULIA	2.036	50	128	2.214	2.234	51	152	2.437	-198	-1	-24	-223	-9,10%
LAZIO	2.617	70	338	3.225	3.388	82	396	3.866	-571	-12	-58	-641	-16,50%
LIGURIA	322	14	132	468	345	22	166	533	-23	-8	-34	-69	-12,10%
LOMBARDIA	3.351	111	758	4.220	3.690	151	953	4.794	-339	-40	-195	-574	-11,90%
MARCHE	957	51	87	1.095	1.056	47	113	1.216	-99	4	-26	-121	-9,95%
MOLISE	241	5	20	266	260	6	25	291	-19	-1	-5	-25	-8,59%
PIEMONTE	10.577	239	543	11.359	12.238	243	763	13.244	-1.661	-4	-220	-1.885	-14,20%
PUGLIA	9.397	384	272	10.053	9.435	284	379	10.098	-38	100	-107	-45	-0,40%
SARDEGNA	2.187	52	103	2.342	2.291	39	151	2.481	-104	13	-48	-139	-5,60%
SICILIA	13.934	351	354	14.639	15.970	267	450	16.687	-2.036	84	-96	-2.048	-12,20%
TOSCANA	4.601	74	364	5.039	5.308	103	484	5.896	-707	-29	-120	-856	-14,50%
TRENTINO - ALTO ADIGE	5.069	52	112	5.233	5.431	52	153	5.636	-362	0	-41	-403	-7,10%
UMBRIA	606	21	54	681	706	16	79	801	-100	5	-25	-120	-15,00%
VALLE D'AOSTA	143	2	12	157	182	1	20	203	-39	1	-8	-46	-22,60%
VENETO	11.307	243	495	12.045	11.461	280	628	12.369	-154	-37	-132	-323	-2,60%
<b>ITALIA</b>	<b>82.081</b>	<b>2.235</b>	<b>4.774</b>	<b>89.090</b>	<b>89.679</b>	<b>2.044</b>	<b>6.249</b>	<b>97.972</b>	<b>-7.598</b>	<b>191</b>	<b>-1.475</b>	<b>-8.882</b>	<b>-9,00%</b>

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese / Rielaborazione Tre Bicchieri

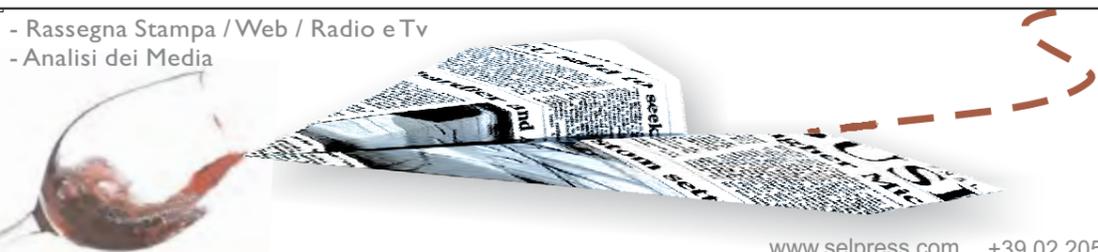
suo processo di riduzione (dai 686mila del 2009 a 654mila ettari del 2012, secondo i più recenti dati Agea). “Anche i prodotti d'eccellenza come il vino stanno vivendo un periodo difficile e, certamente, ottomila imprese sono un numero eclatante”, dice a Tre Bicchieri il presidente di Unioncamere, **Ferruccio Dardanello** (foto in alto), che aggiunge: “Bisogna tuttavia considerare che in questi anni la qualità di tutto il settore è migliorata e l'export è cresciuto notevolmente. Questo significa che ci sono meno micro-imprenditori, che finora erano legati prevalentemente a un mercato locale, che, purtroppo, si rivela ancora molto debole e asfittico”.

**A QUESTA DIMINUIZIONE, SOPRATTUTTO** dei coltivatori di uve, guarda con attenzione e preoccupazione il mondo cooperativo: “Si tratta di dati che attestano come il fenomeno abbia toccato, seppur in misura marginale, anche le cantine sociali”, afferma il presidente del settore vitivinicolo di Fedagri-Concooperative, **Adriano Orsi** (foto in basso) per il quale “il calo del numero di imprese è legato anche a quei processi di concentrazione e aggregazione, che abbiamo osservato in questi anni (ndr: gli ultimi sono Rauscedo e Codroipo; Conegliano e Vittorio Veneto; Carpi e Sorbara). Una tendenza necessaria, dal momento che le aziende devono dotarsi di dimensioni adeguate ad affrontare le sfide dei mercati”.



**QUALI SONO, ALLORA, LE STRATEGIE PER INVERTIRE** la rotta? “La prima è l'internazionalizzazione delle imprese” risponde Dardanello “perché in questo momento è l'estero a regalarci dei dati positivi. La seconda sfida è la semplificazione per la quale stiamo mettendo in campo risorse ingenti per creare le migliori condizioni di lavoro alle aziende”. L'Italia del vino sta lavorando anche sull'innovazione: “Esportiamo tecnologie in tutto il mondo e questa ritengo sia una delle competenze che ci deve caratterizzare”. Quarto tassello è il tema del credito: “Attraverso i Confidi stiamo investendo 140 milioni di euro l'anno per agevolare gli investimenti e stiamo, allo stesso tempo, sollecitando Governo e Ue a facilitare gli imprenditori”.

**NONOSTANTE QUESTI NUMERI NON PROPRIO RASSICURANTI**, il presidente di Unioncamere si dice ottimista sul futuro del settore vino a patto che si vinca la sfida della semplificazione e dei troppi controlli: “Ci stiamo confrontando con governo e ministeri su questo tema delicato. Ci saranno novità a breve. Abbiamo in mano la piattaforma informatica capace di mettere a sistema migliaia di imprenditori” sottolinea “e con poche risorse si potranno attuare proprio quelle riforme che tutto il settore chiede ormai da tempo”. Che sia la volta buona?



Al via ad Alba i lavori della più grande associazione di categoria. Atteso il ministro delle Politiche agricole Nunzia De Girolamo. Riccardo Cotarella ci racconta il suo intervento

# 68° Congresso degli enologi. Il loro futuro? Professionisti a tutto campo

▲ di Andrea Gabbrielli

“**L** VINO È UN PROGETTO CHE HA BISOGNO DI molte competenze. Prima erano essenziali le conoscenze tecniche e la gestione dei processi produttivi, ora sono solo il punto di partenza”. **Riccardo Cotarella**, consulente di fama internazionale e presidente di Assoenologi, anticipa a Tre Bicchieri una serie di temi che toccherà nel suo intervento al 68° congresso dell'associazione che si tiene ad Alba dal 4 al 6 Luglio, alla presenza del Ministro delle Politiche Agricole **Nunzia De Girolamo**. “Oggi all'enologo si chiede molto di più. Non solo di viticoltura, di enologia e di legislazione vinicola ma sempre più di mercati e di marketing, di sostenibilità e di comunicazione. Insomma un ruolo molto più completo e complesso rispetto al passato”.

**QUEST'ANNO POI SI FESTEGGIANO** – NELLA PRIMA giornata del Congresso - i cinquant'anni dalla promulgazione della legge sulle denominazioni di origine (legge 930/63), che ha permesso al vino italiano di conquistare uno spazio di assoluto rilievo nel mondo. Per mantenere questo spazio così faticosamente conquistato, il meccanismo delle doc, seppur rodato, ha

ancora bisogno di continue messe a punto. In questo lungo e non scontato percorso del vino italiano, il ruolo degli enologi è stato, e tuttora è, di primissimo piano. “L'enologo del futuro sarà sempre di meno un tecnico relegato in ufficio o in cantina è sempre più un professionista a tutto campo” continua Cotarella “in grado di intervenire dall'impianto del vigneto all'imbottigliamento del prodotto sino alla presentazione e alla comunicazione del vino in Italia e all'estero”.

**QUINDI COMPETENZE SEMPRE PIÙ VASTE CHE PRIMA** Di tutto vanno trasmesse agli enologi più giovani che terminato il percorso degli studi, si affacciano al mondo del lavoro e delle imprese. Dice Cotarella che “è più che mai necessario curare i giovani colleghi accompagnandoli nel percorso di avviamento professionale con tirocini presso le aziende sia in Italia che all'estero, favorendo l'apprendimento delle lingue, quanto mai indispensabili per muoversi nel mercato globale”. Ma non solo questo. Gli effetti dei cambiamenti climatici con tutto il corredo di fosche previsioni sul futuro della viticoltura mondiale e quella mediterranea in particolare, impongono un salto di qualità e quindi di mutuare dalle esperienze, specialmente dei paesi del Nuovo Mondo dove le >>



condizioni climatiche estreme sono la norma. “Non dobbiamo essere supponenti e pensare di non dover imparare dagli altri: non possiamo non conoscere come affrontare efficacemente eventi quali le temperature elevate e la carenza di acqua”. Per questo durante il Congresso interverranno enologi dagli Usa, dall'Argentina e dal Sud Africa per illustrare come nei loro paesi hanno affrontato (tecniche enologiche e pratiche viticole) i rigori di climatici estremi.

**QUANTO ALL'ASSOENOLOGI, È IN BUONA SALUTE.** SE nel 1920 l'associazione contava 100 iscritti, 600 nel 1950 e 1700 nel 1980, oggi ne raggruppa e rappresenta 4000, pari a circa il 90% di tutti i tecnici vitivinicoli attivamente impegnati nel settore. “Tra i nostri obiettivi c'è quello di arrivare a rappresentare il 100% dell'intera categoria” afferma Cotarella “cioè si tratta di far entrare quel 10% che per varie ragioni è ancora fuori dall'Associazione”. Il presidente degli enologi termina con un invito al dialogo: “Bisogna fare sistema con tutte le associazioni che a diverso titolo si occupano di vino. Per raggiungere questo obiettivo dobbiamo parlare, scambiare opinioni e proposte, perché l'obiettivo – il vino come cultura condivisa – è lo stesso per tutti.”

## GLI ENOLOGI E LA SOSTENIBILITÀ

“Assoenologi” spiega il direttore generale Giuseppe Martelli “è socio fondatore di Magis, cioè del primo e più avanzato progetto di sostenibilità della filiera vitivinicola in Italia. Nei diversi anni di sperimentazione le aziende aderenti a Magis hanno in media ridotto del 9% l'impiego di agrofarmaci, di oltre il 30% quello dei fertilizzanti, registrando anche importanti risparmi di acqua ed energia, nonché di costi di gestione oltre che di miglioramento della qualità dei vini”. Magis ha messo al centro della propria attenzione anche il tema della biodiversità. “Con il 2013” prosegue Martelli “inizieremo infatti a verificare in quale misura si può alleggerire anche l'impatto sulla biodiversità, e in particolare su quella del suolo, essenziale per conservarne la fertilità”.