



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



CLASSICO E DIVERSO. IL CHIANTI TENTA IL RILANCIO

EXPORT

Giù i volumi, su i valori. L'analisi gennaio-agosto di Ismea sembra quella di un anno fa *pag. 2*

MONTECARLO

La piccola Doc che regge la crisi. I segreti li spiega Gino Fusco Carmignani *pag. 2*

BOLLICINE

Lo Champagne adesso teme il Prosecco. E intanto è iniziata la sfida di Natale *pag. 9*

CERTIFICAZIONE

Primi dati sulle Igp per Valoritalia: passi avanti ma ancora tanti punti deboli *pag. 10*

CHIANTI CLASSICO

Introdurre le "denominazioni comunali"? La proposta di Vittorio Fiore *pag. 12*



Solo su
sky | Canale
411



“il,, Lugana

camaiol.it

EXPORT "FOTOCOPIA", IN OTTO MESI VOLUMI A -3,7% E INCASSI A +8%

Il quadro dell'export di vini italiani sembra un copione che si ripete di anno in anno, con volumi che tra gennaio e agosto 2013 sono scesi del 3,7% (a 13,1 milioni di ettolitri) e valori in aumento dell'8% (a 3,1 miliardi di euro). **Secondo l'analisi Ismea, su dati Istat, sono gli sfusi a perdere di più**, a causa di listini alla produzione con i vini comuni a +30% sullo stesso periodo

2012. Tra i vini in confezione (prezzo medio a +8%), i mercati più in vista sono Usa e Canada, male invece Regno Unito e Germania, con -7% e -5% in volume, e anche Svizzera (-4%), Giappone (-10%) e Cina (-22%). Molto bene gli spumanti a +11% in volume e +17% in valore, grazie alle Dop (+27,5% in volume e +29,4% in valore) tra cui il Prosecco. – **G. A.**

EXPORT DI VINI E MOSTI ITALIANI (gennaio - agosto 2013)

	Ettolitri			Migliaia di euro		
	gen-ago 2012	gen-ago 2013	Var.%	gen-ago 2012	gen-ago 2013	Var.%
- Confezioni > 2 litri*	4.212.568	3.868.001	-8,2	272.546	329.294	20,8
Comuni	3.199.394	2.894.959	-9,5	161.767	204.002	26,1
Dop	260.353	213.858	-17,9	30.019	29.797	-0,7
Igp	703.718	698.425	-0,8	73.079	86.358	18,2
Varietali	39.649	50.502	27,4	5.279	6.326	19,8
Dop+Igp**	9.453	10.258	8,5	2.404	2.811	17,0
- Confezioni < 2l *	7.008.017	6.835.493	-2,5	2.045.579	2.161.308	5,7
Comuni	720.255	622.344	-13,6	104.781	107.307	2,4
Dop	2.876.095	2.821.496	-1,9	1.106.693	1.161.609	5,0
Igp	3.011.208	2.981.203	-1,0	744.818	796.251	6,9
Varietali	88.413	89.524	1,3	21.215	21.008	-1,0
Dop+Igp**	312.046	320.926	2,8	68.072	75.133	10,4
- Frizzanti	1.233.890	1.195.772	-3,1	243.211	248.153	2,0
- Spumanti	997.817	1.111.055	11,3	342.938	402.110	17,3
- Mosti	169.873	112.385	-33,8	23.701	20.255	-14,5
Totale	13.622.164	13.122.706	-3,7	2.927.976	3.161.121	8,0

*dati provvisori; *solo vini fermi; ** vini non prodotti nella comunità a denominazione d'origine protetta (Dop) o vini a indicazione geografica protetta (Igp) (escl. vini spumanti e vini frizzanti).

Fonte: elaborazione Ismea su dati Istat

"Piccola e in salute", il fascino della Doc Montecarlo che piace ai russi

a cura di Gianluca Atzeni

La flessione del 35%, tra rese e raccolta, e gli effetti della crisi generale non spaventano la Doc Montecarlo, piccola denominazione da 300 ettari nell'omonimo comune in provincia di Lucca, che con 18 produttori conta circa un milione di bottiglie annue. *"Nonostante solo il 20% del nostro vino vada all'estero"* spiega il presidente **Gino Fusco Carmignani** *"riusciamo a passare indenni questo momento, perché non siamo eccessivamente scoperti sui mercati e non abbiamo sulle spalle dei fardelli pesanti. In questo momento, essere piccoli conviene"*. Per questa Doc, nata nel 1970, l'ancora di salvezza è la qualità: *"L'obbligo dell'imbottigliamento in zona ci consente di controllare al meglio la filiera"* aggiunge *"e quest'anno la qualità possiamo classificarla a cinque stelle. Nel frattempo, i*



mercato nel 2013 hanno risposto bene e chiuderemo l'anno in positivo. Merito anche della posizione geografica, al centro del turismo toscano". La Doc Montecarlo è distribuita in gran parte nella ristorazione, in minima parte in Gdo, e ha una buona percentuale di vendita diretta. Il prezzo (franco cantina) oscilla tra 5 e 8 euro per i vini base, tra 10 e 20 per le riserve ma ci sono bottiglie che superano anche 100 euro. Il presidente Carmigna-

ni, in carica da due anni, non nasconde l'intenzione di essere riconfermato alla guida del Consorzio, reduce dalla firma di un accordo con Banca Monte Paschi di Siena da 10 milioni di euro per la crescita della Doc. Nel frattempo, sulle aziende della Lucchesia, oggi guidate interamente da italiani, hanno messo l'occhio possibili acquirenti russi. Perché se una Doc è in salute gli stranieri non mancano mai.



La soluzione
logistica avanzata
per il mercato
Wines & Spirits



www.ggori.com

WE MOVE PRECIOUS COMMODITIES: YOURS.



GIORGIO GORI
GLOBAL TRANSPORT & LOGISTICS

STRATEGIE. EMILIA (PIÙ) ROMAGNA, UNA REGIONE CAPACE DI CREARE PIL E APPEAL

L'Emilia Romagna, che a me piace indicare come "Emilia più Romagna", senza l'uso del trattino, che è pur sempre un segno meno, è uno dei distretti del vino italiano dotato di quella massa critica che consente di fare bene sui mercati esteri. I dati macroeconomici dicono che questa regione, tra il 2007 e il 2012, ha visto crescere le esportazioni di oltre il 50%, grazie all'ampia gamma di offerta che va dal bric alle bottiglie di qualità riconosciuta, con prezzi corretti. Partiamo dalla Romagna, dove in questi ultimi anni si sono distinte diverse aziende. Pensiamo, ad esempio, a Cevico che, è sì una cooperativa, ma con una mentalità imprenditoriale, presente oggi oltre 50 Paesi nel mondo, con una particolare attenzione ai mercati-futuro come Thailandia, Corea, Giappone e "le Cine", dove l'effetto della scarsa vendemmia 2012 e l'aumento dei prezzi ha penalizzato la crescita; situazione risolta grazie alla grande diversificazione dei mercati e al mix intelligente di prodotti. Sempre in Romagna, cielo azzurro sopra due realtà come Poderi dal Nespole, azienda green di nuova concezione che punta all'export con iniziative enogastronomiche come i cooking show con chef del territorio. Trainata dal veicolo commerciale di Mondodelvino, questa azienda cresce in doppia cifra. Stesso discorso per Umberto Cesari, uno degli apripista del Sangiovese che ha ben chiaro il concetto di internazionalizzazione di impresa. Entrambe sono aziende che producono qualità in quantità. Guardando all'Emilia, un caso di successo è ad esempio Cavicchioli (del Gruppo italiano vini), una cantina capace di unire presenza, conoscenza ed esperienza. In questi ultimi due anni sono state valorizzate le peculiarità tecniche e potenziali del vino, sfruttando la rete internazionale di un gruppo che punta molto sul Lambrusco e le sue differenziazioni. Una strategia che porterà benefici all'intero distretto del Lambrusco, che già si è avvalso del buon lavoro di etichette come Cleto Chiarli ed Ermete Medici. Con questi e altri player, l'Emilia (più) Romagna sarà una regione anticrisi. Perché ha saputo fare aggregazione, perché le sue aziende presidiano i mercati, diversificano l'offerta, con attenzione al packaging e all'innovazione, e hanno le strutture finanziarie adatte a fare promozione. Una regione capace di produrre pil e appeal.



Lorenzo Tersì wine advisor | mail@lorenzotersi.it

Carlotta Pasqua riconfermata alla presidenza di Agivi: ecco come mantenere "giovane" il vino

a cura di Loredana Sottile

L'Italia non è un Paese per vecchi. O per lo meno non solo. Lo dimostrano i sempre più imprenditori vinicoli under 40 che fanno parte di Agivi, l'associazione "giovane" dell'Uiv, nata nel 1989. E lo dimostrano i dati Coldiretti, secondo cui nel nostro Paese ci sono circa 62 mila imprese condotte da ragazzi sotto i trent'anni, mentre le generazioni successive guardano con sempre più interesse agli Istituti Agrari (+11% gli iscritti nel 2013). Di questo e dei nuovi progetti di Agivi, Tre Bicchieri ha parlato con l'imprenditrice veronese **Carlotta Pasqua**, classe 1975, riconfermata, lo scorso lunedì, alla carica di presidente per il prossimo triennio. "Negli ultimi anni molti giovani sono ritornati alla terra" dice "sia con delle start up, sia come eredi di imprese di famiglia. Una risorsa importante che

può dare tanta linfa vitale al settore in termini di flessibilità, mobilità e utilizzo di tutti i nuovi mezzi di comunicazione. Senza dimenticare, però, i preziosi insegnamenti e i consigli dei padri". I suoi consigli, invece, rivolti a chi volesse entrare in questo mondo sono "tanta pazienza, conoscenza delle lingue, preparazione a tutto tondo, predisposizione a viaggiare e soprattutto una propria visione aziendale". **Tre, invece, i punti chiave che contraddistinguono il lavoro di Agivi: formazione, sistema e promozione.** "Durante l'anno" spiega Pasqua "organizziamo spesso workshop, corsi di public speaking o incontri con focus sui nuovi Paesi importatori: è anche un modo per fare sistema, quale antidoto alla diffusa fram-



mentarietà del sistema vino. Tra i progetti 2014 c'è la promozione e l'attenzione alla sostenibilità, tema molto caldo del settore". E a chi si chiedesse se effettivamente quarant'anni non siano un po' troppi per parlare ancora di giovani, la presidente risponde che bisogna tener presente i cambiamenti del nostro Paese: "Ormai le aspettative di vita si sono allungate" dice "così come quelle lavorative. In base a questo qualche anno fa abbiamo anche dovuto modificare lo statuto dell'associazione per estendere il titolo di socio sostenitore fino ai cinquant'anni. Ma, allo stesso tempo, negli ultimi anni, sono tanti i giovanissimi, tra i 20 e i 25, anni che sono entrati in Agivi. Segno dei tempi che cambiano e non invecchiano".

Tullum, dentro c'è un paese intero.



il nuovo modo di bere Abruzzo

CONSORZIO
TUTELA DOC
TULLUM
www.tullum.it

Asti, il Consiglio di Stato conferma il no all'allargamento. E i vigneti Zonin restano fuori dalla Docg

Restano 52 i Comuni iscritti alla Docg Asti che non si allargherà comprendendo il comune capoluogo. È l'effetto della sentenza del Consiglio di Stato che ha respinto il ricorso del gruppo vitivinicolo Zonin e del Mipaaf, confermando la sentenza del Tar del marzo scorso. Soddisfazione è stata espressa dalla Produttori Moscato d'Asti (Assomoscato) che si era opposta, assieme a Coldiretti Piemonte, Associazione Comuni del Moscato e alla Muscatellum, all'allargamento della zona di produzione, con il conseguente ingresso dei 21 ettari di Castello del Poggio, di proprietà dell'azienda veneta. Le contromosse non si faranno attendere: "Combatteremo ancora, i nostri legali hanno ravvisato grandi errori di fatto", è stato il commento del patron Gianni Zonin, che potrebbe presto ricorrere al Tribunale Ue. "Siamo pronti a difenderci anche in Europa", dice il presidente di Assomoscato, Giovanni Satragno, ricordando che alla base della decisione dei giudici c'è un punto fermo: "La scelta di modificare o meno il disciplinare dell'Asti è stata demandata dal

Consorzio agli organismi di filiera", ovvero alla

Commissione Paritetica, che aveva scelto di non inserire la città di Asti nel perimetro produttivo. - G. A.



Scienziati a rapporto a San Michele All'Adige: tutto quello che avreste voluto sapere su vendemmia, malattie della vite e andamento climatico del 2013

a cura di Loredana Sottile

Un'alta quantità per un'alta qualità con picchi di eccellenza per bianchi, aromatici e spumanti. È questo in sintesi il quadro della vendemmia 2013 che viene fuori dalla Sesta Giornata Tecnica della Vite e del Vino alla Fondazione Mach di San Michele All'Adige che stamattina ha riunito gli esperti dell'Ente per illustrare ai viticoltori (anche in streaming) l'andamento fitosanitario di questi mesi, i risultati delle sperimentazioni e le nuove minacce per il vigneto. "Andamento climatico tutto sommato positivo" dice il responsabile dell'Unità Viticoltura Maurizio Bottura (foto) "con sei mesi più freddi della media e sei mesi più caldi, qualche ritardo nella fioritura, ma un'estate poco piovosa e prospera". Tra le malattie della vite che continuano a diffondersi e preoccupare il settore, la flavescenza dorata e la cocciniglia farinosa



della vite, conosciuta anche col nome di "Planococcus ficus": "Quest'ultimo" spiega l'esperto "è un insetto tipico delle regioni centro-meridionali che si sta diffondendo anche al Nord: ha un apparato pungente e si nutre di linfa. Ma il problema più grande è la produzione di melata che, infettando le foglie e i grappoli,

porta spesso all'insorgere della botrite. Tra gli altri sistemi per contrastarlo stiamo sperimentando una sorta di confusione sessuale". Insieme a questo insetto si sta anche diffondendo un'altra malattia che, presumibilmente, deriva da un virus chiamato Gpgv (Grapevine Pinot Gris Virus), anche se le cause sono ancora ignote: "Come suggerisce il nome" continua Bottura "colpisce soprattutto la varietà del Pinot Grigio, ma anche del Traminer: è responsabile di nanismo e di un notevole calo della produzione. Al momento i casi più diffusi sono in Triveneto ed Emilia-Romagna, ma non c'è ancora un'esplosione del fenomeno come, invece, si prevede per i prossimi anni". Notizie più confortanti sul fronte mal dell'esca per cui la Fondazione ha presentato un fungo che fa da antidoto: si chiama Trichoderma e agisce come una barriera biologica nelle ferite della potatura. Rispetto ai prodotti chimici ha una capacità di sopravvivenza maggiore e può essere utilizzato anche in vivaio durante la produzione di barbatelle.



ALTEMASI
TRENTODOC
DNA TRENINO



CAVIT
TRENTO

Cantina Valpolicella Negrar, ricavi record a 33,6 mln di euro

Liquidazioni e ricavi record per la Cantina Valpolicella Negrar (80 anni di attività) che chiude il 2013 con un fatturato di 33,6 milioni di euro (+23% al 31 luglio 2013, realizzato per il 62% all'estero). Ai soci sono andati 13,4 milioni di euro (+15%) pari a un reddito medio per ettaro di 21.700 euro (+11%). "La contrazione di produzione di uve e vino registrata in Veneto" spiega **Daniele Accordini**, direttore generale della Cantina "ha sostenuto i listini e determinato per il terzo anno consecutivo l'aumento dei prezzi delle uve, mediamente +10%, e un'ottima tenuta dei prezzi dei vini". Bene Ripasso (+11%) e Amarone (+30%), in calo il Valpolicella classico. - **G. A.**



Matrimonio in rosa per Vranken-Pommery e Castel

Accordo raggiunto tra i due gruppi francesi Vranken-Pommery (secondo gruppo al mondo per lo Champagne) e Castel (primo distributore di vino in Francia) per la produzione e la commercializzazione dei vini rosati. **Dalla loro unione nascerà una terza società denominata Listel, divisa al 50% tra i due.** Vranken-Pommery si occuperà della produzione, Castel della distribuzione. Obiettivo, vendere 40 milioni di bottiglie per ottenere la leadership mondiale del settore rosati. - **L. S.**



Nasce Mondodelvino spa, realtà da quasi 90 mln di fatturato

Quattro aziende assieme per un gruppo vinicolo da quasi 90 milioni di fatturato aggregato che punterà sull'estero, dove va attualmente l'86% delle 56 milioni di bottiglie prodotte. Nasce con questo obiettivo Mondodelvino spa, **risultato dell'unione di Mgm Mondo del Vino, Barone Montalto spa, Cuvage Srl e Poderi dal Nespole.** Una holding con capofila Mgm (sede direzionale a Forlì e cantina a Priocca, Cuneo), guidata dall'amministratore unico Alfeo Martini. In portafoglio circa 50 etichette rappresentative di tutta Italia. - **G. A.**



Collis Group, utile a 925 mila euro

Via libera dell'assemblea dei soci di Collis Veneto wine group al bilancio d'esercizio che, al 31 luglio 2013, registra un fatturato a 78,3 milioni di euro (+2,5%) con un utile netto di 925 mila euro (+12,5%) e un margine operativo lordo di 4,75 milioni. Negativo per 350 mila euro il saldo della gestione finanziaria, in gran parte per i finanziamenti bancari a medio-lungo termine. Per il dg Giancarlo Lechthaler un "bilancio positivo, nonostante la scarsa produzione 2012 abbia fatto lievitare i costi di trasformazione e ridotto le vendite".



we found the equation of happiness



Passion, Taste, Tradition, Quality

MEDICI ERMETE
sparkling excellence



Vinitaly, ritorno al passato: i concorsi cambiano di nuovo data

Dopo l'esperimento dello scorso anno di anticipare i premi del Concorso Enologico Internazionale di Vinitaly a novembre, quest'anno si ritorna alla vecchia calendarizzazione, con l'assegnazione dei riconoscimenti alla vigilia del Salone. Dunque 6-9 aprile le date di Vinitaly, 26-30 marzo quelle del Concorso, giunto alla sua 21esima edizione. Il 14 marzo, invece, si svolgerà il Concorso Internazionale Packaging: il premio per il migliore abbigliamento dei vini. L'iscrizione alle due competizioni potrà essere fatta da gennaio 2014 sul sito di Vinitaly.

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Loredana Sottile,
Andrea Gabbrielli, Attilio Scienza,
Lorenzo Tersi

foto

Tenuta di Bibbiano

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

dal 30 novembre
Lo gradireste un goccio di Vin Santo?

Montefollonico (Siena)
fino all'8 dicembre
comune.torrita.siena.it/
montefollonico/vinsanto

dal 1 dicembre
Il Natale che galleggia

passaggiate tra i filari,
visite alla cantina
e degustazioni
a cura dell'Azienda
Mazzolada
Portogruaro (Venezia)
fino al 23 dicembre
www.mazzolada.it

dal 4 dicembre
mostra

Il Cibo Immaginario 1950-1970.
Pubblicità e immagini dell'Italia a tavola
Palazzo delle Esposizioni
Via Nazionale 194
Roma
fino al 6 gennaio
www.palazzo
esposizioni.it

dal 4 dicembre
FoodQuiz
"Caccia al 13 e vinci l'Oltrepò Pavese"

La Mescita
dell'Enoteca Ferrara
piazza Trilussa 41
Roma
fino al 16 dicembre

6 dicembre
Cinemadivino
con degustazione
in Emilia Romagna
fino ad aprile
www.cinemadivino.net

6 dicembre
Frantoi Aperti
Castiglione del lago (Pg)
fino all'8 dicembre

7 dicembre
Asta di beneficenza di etichette toscane
(ricavato all'Associazione Tumori Toscana)
Cantina Antinori
Bargino (Firenze)

7 dicembre
Cantine aperte per Natale
in tutta Italia
fino all'8 dicembre
www.movimento
turismovino.it

8 dicembre
Trentodoc: bollicine sulla città
degustazioni,
cene ed eventi
organizzati
dall'Enoteca del Trentino

12 dicembre
Convegno Espositivo Viticoltura Enologia,
organizzato da Senaf
in collaborazione
con Tecniche Nuove
e VQ Vite, Vino & Qualità
Centro Congressi
A. Luciani
Padova

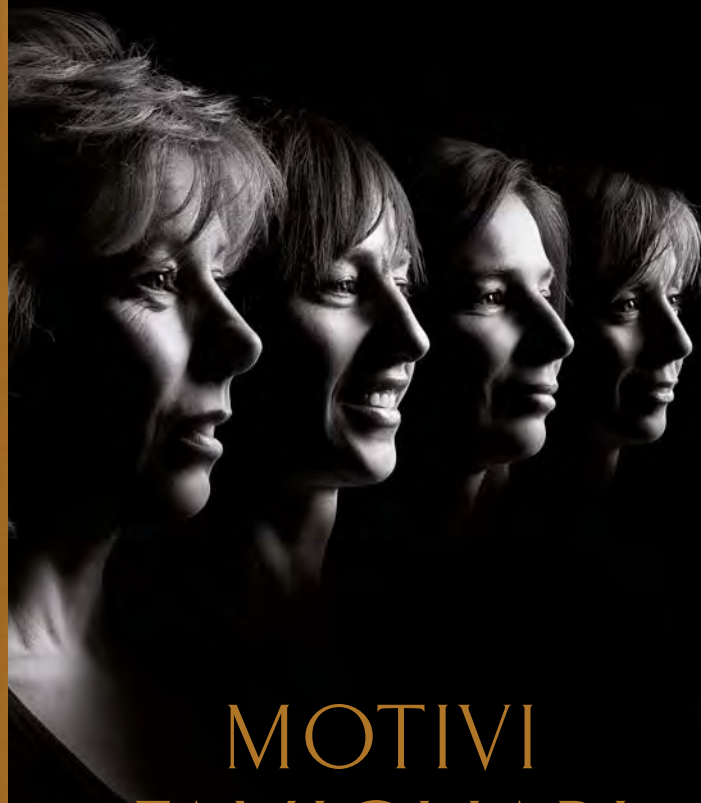
VINI&SCIENZA. IL PARADIGMA DELLO SVILUPPO: CONOSCENZA, CONCORRENZA, CAPITALE

Perché un'impresa o un singolo viticoltore creano innovazione? Si potrebbe dire che lo fanno quando mostrano di avere la capacità di percepire le opportunità ed i pericoli dell'ambiente dove operano. Ma queste affermazioni hanno avuto anche in passato lo stesso peso nello sviluppo della società? La cosiddetta fase della "innovazione permanente" ebbe inizio per il settore enologico verso la fine del XVII secolo. La conoscenza era allora rappresentata dagli sviluppi della chimica delle fermentazioni, nell'impiego della anidride solforosa come conservante, e nella produzione industriale di bottiglie e tappi. Ma la vera innovazione fu rappresentata nell'800 dall'apprezzamento dei vini da parte della borghesia, che creò la prima classificazione della qualità, ponendo le basi per la distinzione dei terroir. Dopo la consapevolezza del miglioramento delle condizioni di vita, determinò una percezione generale dell'importanza della scienza, che incrementò la collaborazione tra ricerca universitaria e industria. I governi attuarono vari tipi di incentivi: culturali, sociali, morali ed emozionali, che valorizzavano il ruolo dello scienziato e contribuivano ad uno sviluppo industriale senza uguali. Oggi quest'atteggiamento è condiviso dalle istituzioni e dal consumatore? O assistiamo ad una diffusa contrarietà nella applicazione dell'innovazione? Dove l'innovazione è il diffondersi di una novità tale da cambiare in modo significativo ed duraturo, alcuni aspetti della vita di un gruppo umano. Vannevar Bush, un maestro del pensiero scientifico occidentale, pubblicò nel 1945 il "Manifesto per la rinascita di una nazione", con questo sottotitolo: "La scienza può contribuire al benessere della nazione solo all'interno di un lavoro di squadra. Ma senza il progresso scientifico nessun risultato in altre direzioni potrà mai assicurarci la salute, la prosperità e la sicurezza necessarie ad una nazione del mondo moderno". Un messaggio da condividere per dare nuovo impulso alla ricerca viti-enologica italiana.



Attilio Scienza
Ordinario di Viticoltura
Università degli Studi
di Milano

VALDOBBIADENE DOCG PROSECCO SUPERIORE



MOTIVI FAMIGLIARI

Nel nome dello "Ius naturae", il diritto naturale che precede ogni legge, coltiviamo i nostri vigneti sfruttando la vitalità della terra, la sua esposizione, il clima ed ogni spontanea e benefica risorsa che nutre le radici. Abbiamo così ottenuto un vino sempre unico, espressione perfetta delle caratteristiche del Terroir a cui appartiene.

A cui noi apparteniamo.



BORTOLOMIOL

DAL 1760

VALDOBBIADENE

www.bortolomiol.com



"IUS NATURAE"

Valdobbiadene DOCG Prosecco Superiore Brut Vino Biologico

SEGUIAMO LE STRADE
TRACCIATE DALLA NATURA

MONTEPULCIANO
D'ABRUZZO DOC
RISERVA 2008 CONTESA

TRE BICCHIERI 2014



CONTESA SOC. AGRICOLA
STRADA DELLE VIGNE, 28
65010 COLLECORVINO (PE)
WWW.CONTESA.IT


CONTESA

Champagne Vs Prosecco

▲ a cura di Loredana Sottile

“**L**O CHAMPAGNE DEVE DIFENDERE sé stesso”. Sono le parole, rilasciate alla rivista inglese Decanter di Julie Campos, direttore delle vendite di Nicolas Feuillatte, la più antica unione dei produttori di champagne (82 cantine cooperative nel comune di Chouilly). Ma difendersi da chi? Ovviamente dal Prosecco e dalle altre bollicine dei principali mercati produttori. Sembrerebbe, quindi, che i cugini d'Oltralpe comincino ad avvertire la minaccia degli spumanti italiani che, secondo i dati Istat, complessivamente nel 2012 avrebbero superato l'export degli Champagne, segnando un +44% in Gran Bretagna, un +66% in Spagna e soprattutto un +33% proprio in Francia. “L'errore più grande degli champenois?” continua Campos “non riuscire a riconoscere la minaccia, pensando che Champagne e spumanti abbiano target differenti. Così si rischia di perdere soprattutto la generazione dei più giovani. Basti



guardare a quello che è successo con i grandi rossi francesi qualche anno fa”. Quando cioè, per lo stesso peccato di vanità, le blasonate etichette francesi si videro togliere quote di mercato dal Nuovo Mondo, Australia e California. “O sei dentro o sei fuori” continua la sales chief “se vogliamo lavorare con i rivenditori multipli - e lo vogliamo perché è lì che va la maggior parte dei nuovi consumatori - bisogna capire i loro prezzi e l'ambiente competitivo. Anche le promozioni fanno parte del gioco”. Molti supermercati francesi, infatti, per questo Natale stanno già utilizzando carte fedeltà con cui offrono Champagne a meno di dieci euro a bottiglia, così come stanno facendo anche molti rivenditori inglesi dove la campagna natalizia è iniziata da oltre un mese. I dati parlando di 9,8 milio-

ni di bottiglie vendute l'anno scorso e le aspettative per il 2013 sono di tenere questa performance. Dal canto suo il Prosecco, anzi i proseccchi italiani, stanno rispondendo con campagne mirate all'estero: il Consorzio della Doc è in missione speciale a New York, e da domani il prosecco diventerà "vin d'honneur" dell'Hermitage di San Pietroburgo. Invece il Superiore è ospite allo Sparkling Wine Symposium di Londra ed è il vino d'onore all'Icon Award testata di riferimento nell'ambito del design, a dimostrazione di come le bollicine italiane siano divenute un simbolo dello stile italiano. Chi tra Champagne e Prosecco vincerà la battaglia di Natale? Si annuncia uno scontro all'ultimo brindisi.

▲ IL MIO EXPORT. Andrea Perialisi - Monteschiavo

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

L'export rappresenta circa il 45% della nostra produzione e si pone in costante crescita in questi anni.

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

I mercati in cui la nostra azienda vende meglio sono il Giappone e la Gran Bretagna. Il motivo è probabilmente legato alla referenza Verdicchio, che rappresenta il 50% della nostra produzione, e che in questi Paesi è davvero molto apprezzato. I mercati in cui incontriamo maggiori difficoltà sono i Paesi Scandinavi, in cui il Monopolio di Stato rende le procedure di importazioni più complicate.

3. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

Le pratiche burocratiche da espletare per l'export sono abbastanza complesse anche se poi variano da Paese a Paese. Si incontrano maggiori difficoltà in Paesi come il Brasile o la Cina, in cui la documentazione da presentare è lunga e costosa.

4. CHIUDIAMO CON UN ANEDDOTO LEGATO ALLE SUE ESPERIENZE ALL'ESTERO...

La mia prima volta in Giappone fui ospite a cena in uno dei ristoranti del nostro cliente e rimasi molto colpito dall'ospitalità. Al mio apprezzamento per le tipiche lampade giapponesi, il nostro cliente ha subito mandato un cameriere a smontarne una, per omaggiarmene. Potete immaginare il mio grande stupore e imbarazzo!



Monteschiavo | Maiolati Spontini | Ancona | www.monteschiavo.com

NEL PROSSIMO NUMERO
FANTINEL

Il maggiore ente di certificazione fornisce i primi dati sulle Igp. Ma il sistema ha ancora dei punti deboli, come il catasto non aggiornato. L'obiettivo è ridurre i costi. E spunta l'idea di modificare il Piano dei controlli sulle piccole Dop

Valoritalia presenta i conti. Ora il vino ha meno segreti

▲ a cura di Gianluca Atzeni

OLTRE 1,2 MILIARDI DI BOTTIGLIE CERTIFICATE
O tra Dop e Igp, circa 784 milioni di contrassegni di Stato rilasciati nel 2012, di cui 309 milioni per le 45 Docg e 475 milioni per le 131 Doc, più di 16mila ispezioni tra vigneti (60%) e cantine (40%), con una percentuale di irregolarità totale di quasi il 9% (1.141), in aumento rispetto al 2011 (5,7% su 21.600 ispezioni), ma con una prevalenza di non conformità lievi (807) su quelle gravi (634). Valoritalia, il maggiore ente italiano di certificazione, presenta il consuntivo e lo fa riuscendo a fornire un'idea più chiara del sistema vino italiano. "Il dato positivo è che abbiamo finalmente una conoscenza precisa delle uve rivendicate, dei quantitativi imbottigliati, delle giacenze e anche dei vini a Igt", sottolinea il presidente **Luigino Disegna**.

"LA SITUAZIONE È BEN DIVERSA" SPIEGA A TRE BICCHIERI il consigliere delegato, **Ezio Pelissetti** "da quella confusa che avevamo prima dell'agosto 2009", anno dell'entrata in vigore del nuovo Piano dei controlli. Oggi, Valorita-

lia è in grado di controllare più di 9 milioni di ettolitri di vino (oltre 6 milioni gli ettolitri certificati da gennaio a ottobre 2013) e sotto il suo ombrello ricadono Dop come Prosecco, Chianti, Montepulciano d'Abruzzo, Asti e Igp come Pinot Grigio, Lambrusco, Sangiovese e Merlot. Un punto di vista che, proprio per questo, consente di evidenziare i punti critici del sistema: "A cominciare dalla dimensione delle Dop. Basti pensare" rileva Pelissetti "che su 403 denominazioni 259, ovvero il 64%, non superano i 5 mila ettolitri e rappresentano il 3% dei volumi, mentre ci sono 26 Dop tra 100 mila e 500 mila ettolitri che fanno il 70% dei volumi. Questo significa che quando si parla di estero e di assetto della promozione occorre riflettere bene su chi veramente fa l'immagine del vino italiano nel mondo". E certificare le Dop più piccole risulta spesso antieconomico. Perché, con un tariffario pressoché invariato (da quattro anni) rispetto alle più grandi, capita che gli incassi per analisi, prelievi e degustazioni (ne sono state eseguite 2.819 con una media di 15 campioni ciascuna) non coprano i costi sostenuti per il personale impiegato. "Con una modifica del Piano dei controlli e dei decreti applicativi" ipotizza Pelissetti "si potrebbe pensare di mandare in regime di autocertificazione sul fronte del controllo ispettivo le denominazioni piccole, fino a >>

I NUMERI DI VALORITALIA – 2012

131 Doc, 45 Docg e 41 Igt
1,2 miliardi di bottiglie da 0,75 l.
784 milioni di fascette consegnate tra Doc e Docg
11.562 ispezioni in vigneto
4.645 controlli in cantina
807 non conformità lievi
634 non conformità gravi, di cui:
353 per viticoltori
28 per vinificatori
253 per imbottiglieri
43.554 campioni pari a 8 mln di hl
2.819 commissioni di degustazione
0,27% campioni non idonei alla commissione
1,21% campioni non idonei all'analisi chimico fisica
2,48% campioni rivedibili

20 mila ettolitri. E le strutture come la nostra potrebbero sorteggiare periodicamente, una volta l'anno, le Dop da ispezionare". Sarebbe questa una mossa taglia spese, che potrebbe snellire le procedure, liberare risorse e aprire alla certificazione sistematica dei vini varietali: "Potremmo così chiudere il cerchio certificando e controllando una tipologia in cui molti onesti produttori soffrono e non poco la concorrenza dei taroccati". Anche se, come ricorda lo stesso Pelisetti, il controllo dei varietali trova un muro che si chiama catasto viticolo: "Ancora oggi in diverse regioni d'Italia non è aggiornato. E ci sono sistemi informatici che non dialogano tra loro. Pertanto, non riusciamo a disporre di dati certi. Una disomogeneità che l'Italia si porta dietro da tempo e che non fa bene al sistema. Tuttavia, se penso a come eravamo messi dieci anni fa, dico che le cose sono migliorate, ma a volte mi viene da dire, con una battuta, che se guardo ai costi converrebbe tornare al sistema cartaceo".

SUL FRONTE DEL VARIEGATO MONDO DELLE IGP, SOTTO controllo da agosto 2012, il dato del primo anno di attività illustrato da Valoritalia (il cui assetto societario, lo ricordiamo, include Federdoc, Uiv e Csqa certificazioni) subirà degli assestamenti. Sono stati 8,4 i milioni di

"La nuova Pac consente di avere strumenti di controllo della produzione, garantendo qualità e remuneratività ai viticoltori"



Domenico Zonin, presidente Uiv



Riccardo Ricci Curbastro, presidente Federdoc

"Nel 2014 una persona su sette nel mondo stapperà una bottiglia certificata da Valoritalia"

"Quello del vino è l'unico settore italiano che tiene ma che si presta per sua natura, più di altri prodotti, alla sofisticazione"



Pietro Bonato, direttore di Csqa

quintali d'uva rivendicata come Igp, pari a 6,7 milioni di ettolitri con 5,2 milioni di ettolitri imbottigliati al 31 luglio scorso: "Abbiamo passato momenti di terrore con il conteggio degli imbottigliamenti" racconta Pelisetti "perché risultavano pari a metà del quantitativo vendemmiato. Poi abbiamo scoperto che molte aziende, non abituate a tutto questo, avevano semplicemente dimenticato di fare le denunce di produzione". Un elemento positivo, questo, che si lega al fatto che molte irregolarità a carico degli imbottiglieri hanno riguardato difformità sull'etichettatura. "Spesso per questioni formali e di poco conto" rileva Pelisetti "si applicano sanzioni alte e simili a quelle più gravi. Credo che il sistema vada rivisto". **IN CONCLUSIONE, PRESA NELLA SUA INTERESSA, LA SITUAZIONE** è ancora in divenire, i passi avanti ci sono e risultati ancora più precisi sono attesi il prossimo anno. Un 2014 che sarà, per Valoritalia (138 lavoratori, a cui si aggiungono centinaia di ispettori), l'anno in cui la certificazione del vino biologico appena partita sarà più completa; così come sarà l'anno in cui nasceranno i Comitati consultivi regionali: non entreranno nel merito dei controlli ma serviranno a razionalizzare il lavoro delle 28 sedi territoriali. Gli imperativi, infatti, restano due: risparmio ed efficienza. A tutela del consumatore.

Da giorni il Chianti Classico è alla ribalta delle cronache nazionali: differenziazione dall'altro Chianti, crollo dei prezzi e modifiche del disciplinare sono gli argomenti di discussione. A Tre Bicchieri la proposta del produttore Vittorio Fiore: "Introduciamo le denominazioni comunali"

Gallo Nero, il parere diverso di Vittorio Fiore



▲ a cura di Andrea Gabbrielli

VITTORIO FIORE, ENOLOGO DI LUNGO CORSO, è una figura di spicco del nostro mondo del vino. Altoatesino di nascita ha svolto gran parte della sua vita professionale in Toscana, in particolare tra Montalcino e il Chianti Classico, pur collaborando come libero professionista con cantine di tutta Italia. Non solo consulente però, ma docente alla Facoltà di Agraria dell'Università di Pisa, ex direttore generale dell'Assoenologi, e dal 1992 anche produttore vinicolo con il Podere Poggio Scalette a Greve in Chianti e poi con l'azienda Castelluccio di Modigliana (Romagna). Insomma un grande esperto di sangiovese e di territori. Questa intervista è frutto di una lunga chiacchierata su quanto sta succedendo in Chianti Classico a partire dal crollo del prezzo dello sfuso che dal 2008 si è dimezzato, alla concorrenza con il Chianti Docg, al ruolo che svolgeranno le modifiche al disciplinare di produzione e la possibilità di creare delle sottozone, simili a quelle usata in Borgogna.

Il Chianti Classico in questo periodo non sembra un vino felice. Mentre altre denominazioni toscane, come Vino Nobile e Brunello, stanno

sfruttando pienamente il momento favorevole dei nostri grandi rossi, il Classico stenta. Cosa sta succedendo?

Non è facile rispondere perché le cause risalgono al momento in cui si è verificata un'espansione abnorme dell'uso del nome Chianti in zone che nulla avevano a che fare con l'area originale e che per proteggersi si era attribuita il termine "Classico". Di fatto il consumatore non riesce a distinguere fra "Chianti Classico" e "Chianti" e opta per quest'ultimo che gli viene offerto ad un prezzo più basso, anche in funzione del fatto che la resa per ettaro del "Chianti" è di 1,5 tonnellate a ettaro, superiore a quella del "Chianti Classico".

Sul fronte dei prezzi com'è la situazione? Le rese, previste dal disciplinare di produzione del Classico, sono davvero molto basse eppure a fronte di ciò le quotazioni non salgono ...

Purtroppo la situazione è drammatica dal punto di vista della remunerazione. Nel 2008 il prezzo di un ettolitro di Chianti Classico era di 330,00 euro oggi varia tra i 150 ed i 170 euro, una somma che copre a mala pena la metà del costo di produzione. (Gli altri prezzi dello sfuso: Chianti 130,00 euro; Vino »



Nobile 335,00; Brunello 775,00. Fonte Ismea). L'unica via d'uscita rimane quella della bottiglia, ma, in questo caso, se non si ha un "brand" forte e una solida rete di vendita, non si riesce a collocare la produzione sul mercato.

I tentativi di differenziarsi dal Chianti, in atto da molti anni, quali risultati hanno dato? Al consumatore basta la parola Classico per comprendere che si tratta di un vino diverso?

A mio giudizio è stata solo un'operazione di facciata, ma il "Chianti" ha comunque finito per fagocitare il "Chianti Classico", per i motivi che ho spiegato prima. La parola "Classico" non dice nulla al consumatore, per svariati motivi: non ha una valenza geografica, non ha una valenza qualitativa (tipo: "superiore", ecc.), è utilizzato per numerose altre denominazioni (Orvieto, Valpolicella, Soave, ecc.) e quindi nemmeno è identificativo del solo "Chianti Classico".

Quali risultati ha dato sinora il blocco del 20% della produzione operato per ridurre l'offerta di Chianti Classico sul mercato?

Nell'ambito di una produzione nazionale di circa 40

milioni di ettolitri, il "Chianti Classico" rappresenta lo 0,62% mentre il solo "Chianti" ne rappresenta il 2,5%. Altro punto: la superficie vitata del "Chianti Classico" è costituita da 7 mila ettari e – poiché la produzione massima consentita per questo vino è di 52,5 ettolitri di vino per ettaro – ne consegue che, a pieno ritmo, la produzione totale del "Chianti Classico" salirà a circa 365 mila ettolitri (oggi molti vigneti sono ancora in via di reimpianto). Poiché la produzione attuale si aggira sui 240-270 mila ettolitri, significa che siamo già in sottoproduzione. Ma c'è di più: in qualche annata si è tentato di ridurre tale produzione (per legge) fino al 20% (quindi: - 50 mila ettolitri circa). Anche in questo caso, però, il prezzo del "Chianti Classico" sfuso non ha subito incremento di un solo centesimo.

Le recenti modifiche del disciplinare di produzione con la creazione della Gran Selezione in che modo possono interagire con la situazione generale?

Considero le recenti richieste di modifiche del disciplinare del Chianti Classico, molto reboanti e assolutamente non in grado di migliorare la situazione. La clausola, poi, che impedirebbe la commercia- >>

» lizzazione del vino “atto a divenire Chianti Classico” per un intero anno dalla vendemmia, è di un autolesionismo incredibile.

Ci sono delle proposte alternative? Quali?

Partendo dal presupposto che l'espressione “Chianti Classico” dovrebbe rimanere, essa, però, costituirebbe semplicemente il “cappello” della denominazione, mentre a rappresentare l'identità territoriale di questo vino, dovrebbe essere utilizzato il nome del Comune, di una Frazione o di un “luogo detto” (purché amministrativamente identificabile), inseriti in una lista positiva anche modificabile nel tempo, nel quale sono state ottenute le uve. In proposito, disponiamo di denominazioni geografiche meravigliose ed ormai note in tutto il mondo: dai quattro Comuni che riportano il riferimento “in Chianti” (Radda, Gaiole, Castellina e Greve), fino alle conosciutissime e prestigiose frazioni (Lamole, Ruffoli, Panzano) e altre ancora. Ho notato con piacere che lo stesso Presidente del Consorzio del Chianti Classico, Sergio Zingarelli, in una recente intervista ha manifestato un'apertura in questo senso, che fino a qualche mese fa non sembrava possibile.



CHIANTI CLASSICO
vuol dire 7.200 ettari di vigneto,
270.000 ettolitri di vino,
360 milioni di euro in valore



CHIANTI DOCG
vuol dire 17.000 ettari
di vigneto, 800.000 ettolitri
di vino, circa 350 milioni
di euro in valore

Fonte: Consorzi di tutela



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.



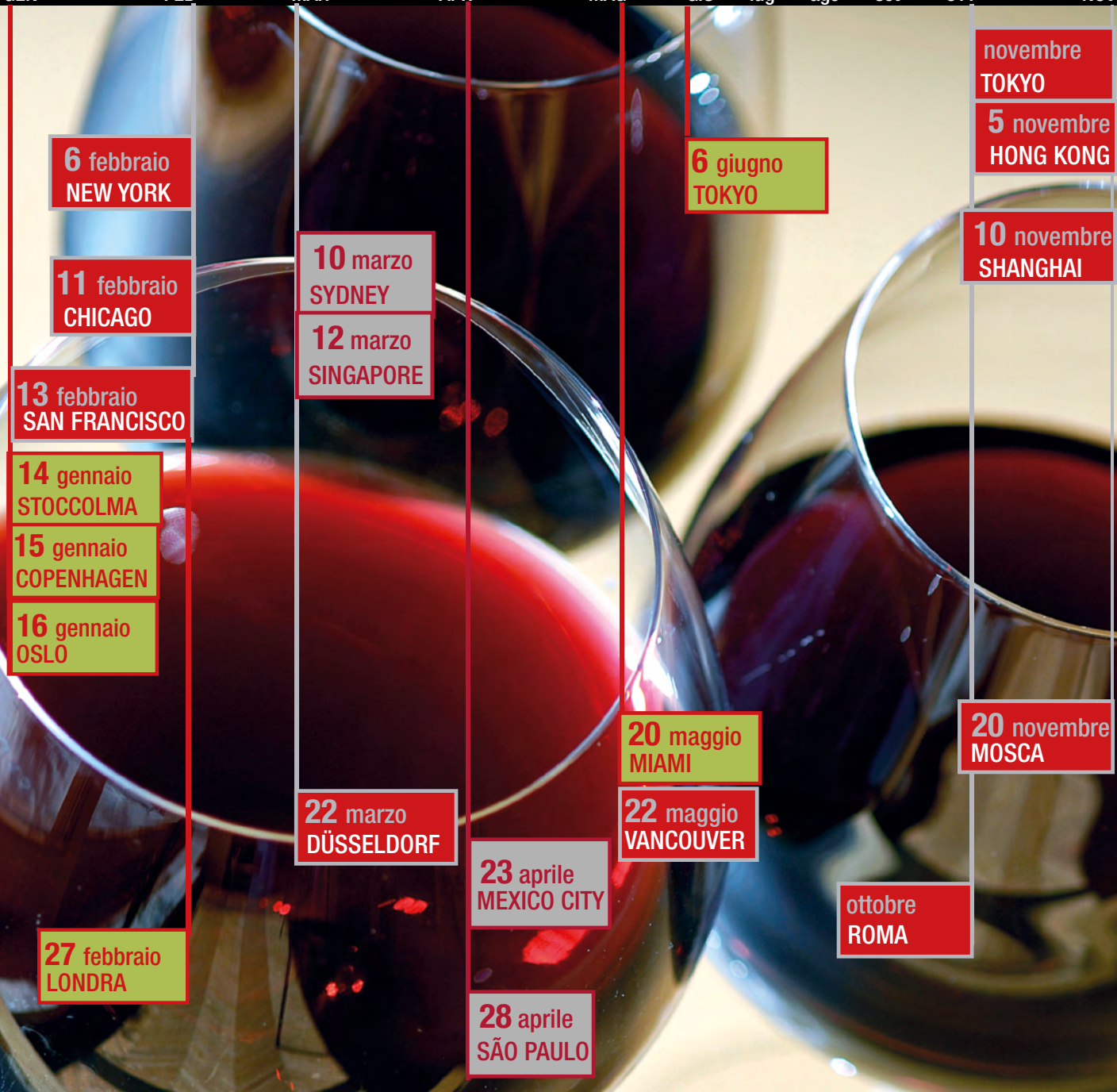
il nuovo modo di bere Abruzzo

Consorzio Tutela TULLUM - Via S. Lucia 4 - 66010 - TOLLO (CH) - info@tullum.it - www.tullum.it



CALENDARIO 2014

GEN FEB MAR APR MAG GIU lug ago set OTT NOV



INFO: eventi.estero@gamberorosso.it

tel. 06 55112234

www.gamberorosso.it

TRE BICCHIERI

ROADSHOW

VINI D'ITALIA