



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



## VINI VULCANICI. L'ITALIA SEGUE LA SCIA

### MERCATI

Buone prospettive in Usa, ma i domestic wine crescono di più. In Russia altri 6 mesi di barriere

pag. **4**

### CONSORZI

Nasce quello della Doc Roma.

❖ Il presidente: "In 7 anni decuplicata la produzione". I progetti

pag. **6**

### ENOTURISMO

Arriva il marchio The grand wine tour: certificherà i livelli di accoglienza in cantina

pag. **10**

### TREND

Il fenomeno vini vulcanici allunga il passo. Puro marketing o realtà scientifica riconosciuta?

pag. **16**

### MONTALCINO

Non solo stranieri, adesso anche gli italiani investono. L'intervista alla famiglia Cecchi

pag. **22**



## LA FOTONOTIZIA



**NELLE CANTINE ITALIANE 40 MILIONI DI ETTOLITRI DI VINO. SI VA VERSO LA VENDEMMIA**

Manca circa un mese all'inizio della raccolta delle uve per l'annata 2018. E puntuale arriva il bollettino Cantina Italia, inaugurato dall'Icqrif a inizio anno, che disegna il quadro delle giacenze delle imprese vitivinicole italiane. Gli ettolitri detenuti al 30 giugno 2018 dagli imprenditori obbligati alla tenuta del registro dematerializzato ammontano a quasi 40,3 milioni, di cui metà a Dop e Igp. Il Veneto, primo produttore italiano, è la regione col maggior numero di giacenze (9,5 milioni di ettolitri) seguito da Emilia Romagna (4,9 mln) e Toscana (4,8 mln). È stato proprio il Veneto a rendere note le prime stime sulla vendemmia 2018, che è prevista in rialzo rispetto al 2017, annata scarsa in cui si è perso il 20% circa delle uve. Il clima dell'ultima settimana non lascia, tuttavia, tranquilli i viticoltori. La perturbazione che sta interessando il centro nord Italia ha provocato violenti temporali e grandinate che finora hanno colpito in particolar modo la Pianura Padana, dal Piemonte al Veneto, con trombe d'aria in Lombardia, con danni che sono ancora da stimare.



## USA. Se i vini locali crescono più di quelli importati. L'analisi dell'Osservatorio Vinitaly-Nomisma sulle abitudini di consumi Oltreoceano

a cura di Loredana Sottile

Se l'Italia continua ad essere il principale Paese fornitore degli Usa, attenzione a non sottovalutare la concorrenza. Non soltanto quella francese, ma anche e soprattutto quella del prodotto interno che continua a salire nelle preferenze. A lanciare l'allarme è l'Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor, che ha messo a confronto i consumi locali con quelli da importazione degli ultimi 5 anni. **Dal 2012 al 2017 il trend di crescita dei primi è stato superiore a quello dei vini esteri: +7% Vs 5%.** Nello specifico, nel 2017 il quantitativo di vino locale consumato dentro i confini Usa è stato pari a 22,6 milioni di ettolitri contro gli 8,5 milioni di ettolitri (27% del totale). Se i vini fermi confermano questa tendenza - nel 2017 sono stati 21,4 i milioni di hl provenienti dagli Usa contro i 7,2 milioni di hl provenienti dall'estero - la situazione appare ben diversa per gli sparkling, trainati dalle bollicine d'importazione. Per quanto riguarda questa tipologia, in un lustro, la crescita estera è stata del 34,8%, contro il +28,1% del prodotto locale, che perde il confronto anche nei volumi assoluti (1,4 vs 1,2 milioni di ettolitri nel 2017). L'Italia, in particolare, registra le performance migliori con una quota di mercato del 63,1% in quantità e del 43,4% in valore: nei

### Consumi. Fattori di crescita

#### FERMI

(rosè stile Provenza, **+55%** vendite off-trade 2017/2016)

#### SPARKLING

(Prosecco-mania)

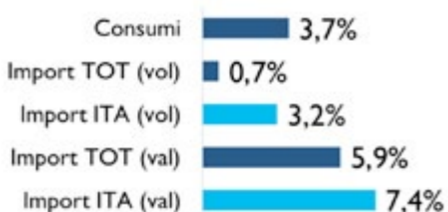
#### DOMESTIC WINES

(2017/2012 consumi local **+7%** vs imported **+5%**)

primi quattro mesi del 2018 gli Usa ne hanno acquistate 247.330 ettolitri, per un valore di 140,8 milioni di dollari.

"Gli Stati Uniti sono il principale mercato mondiale della domanda di vino e lo saranno ancora per molto tempo", è stato il commento del direttore di Veronafiere Giovanni Mantovani, in occasione del Summer Fancy Food Show di New York, dove Vinitaly era presente con il Padiglione italiano nell'ambito del piano di promozione straordinaria del made in Italy curato da Agenzia Ice. Fondamentale

### Trend consumi USA ('12-'17)



è, però, tenere bene a mente quali sono stati, in questi anni, i cosiddetti key factor che hanno guidato e fatto salire i consumi statunitensi: accanto alla crescita dei domestic wine, anche l'interesse per i vini rosè stile Provenza e per gli sparkling, soprattutto con l'affermazione della Prosecco-mania. Occhio anche al target di riferimento, che oggi più che mai appare in continua evoluzione, come ricorda lo stesso Mantovani: "È indicativo ciò che è emerso dall'outlook Vinitaly-Nomisma sulle abitudini al consumo negli Usa: Oltreoceano il primo target è rappresentato dai giovani dai 21 ai 35, mentre in Italia l'età dei top consumer è molto più alta. Un dato questo che la dice lunga anche sul fascino esercitato da una bevanda sempre più status symbol per i giovani statunitensi".

Cosa aspettarci, invece, per i prossimi anni? Secondo le previsioni dell'Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor con l'aumento del pil pro-capite (da 59,5 mila dollari del 2017 a 70 mila del 2022) i consumi continueranno ad aumentare fino a 4 punti percentuali in cinque anni. Nello stesso arco di tempo si registrerà un incremento anche dei consumi di vino italiano fino a +5,5% a valore. Sempre che la guerra dei dazi, appena iniziata tra Usa ed Europa, non cambi nuovamente lo scenario.

fonte: Osservatorio Vinitaly - Wine Monitor Nomisma

## MERCATI. La roulette russa continua. Sanzioni ed embargo per altri sei mesi

Nessuna marcia indietro sulle sanzioni economiche alla Russia: i 29 leader europei (compreso il premier Conte) hanno deciso di prolungarli di altri sei mesi, fino a fine gennaio 2019. Non è, quindi, passata la linea italiana che - da contratto Lega-M5S - aveva più volte parlato di distensione con il Cremlino. Ricordiamo che le sanzioni erano entrate in vigore nel 2014 - con diversi successivi rinnovi - in seguito all'annessione russa della Crimea. Immediata era stata la risposta di Vladimir Putin con l'embargo all'import di carne, pesce, frutta, verdura e latticini da Europa e Stati Uniti. **In questi quattro anni, le mancate esportazioni sul mercato russo sono costate molto care soprattutto all'Italia che, secondo il ministro delle Politiche Agricole Centinaio, avrebbe perso oltre 150 milioni di euro** (-25% rispetto al triennio 2011-2013), senza considerare anche il risvolto sul vino, colpito indirettamente dal diradamento dei rapporti commerciali tra i due Paesi. Ma quello che adesso preoccupa di più la filiera è che in questi anni il Made in Italy sia stato sostituito con prodotti di imitazioni provenienti dai Paesi non sottoposti ad embargo e che, quindi, anche il post-sanzioni potrebbe risultare più difficile di quanto si pensi. - **L. S.**

## WINE MONITOR. Svizzera, un mercato da tenere sotto osservazione



La Svizzera, nel suo piccolo, vanta un vigneto di quasi 15.000 ettari ed una produzione di vino che, negli ultimi cinque anni si è aggirata mediamente attorno al milione di ettolitri. Come accaduto per la gran parte dei Paesi europei, anche la Svizzera nel 2017 ha dovuto fare i conti con avversità climatiche che hanno ridotto la produzione di oltre il 25%, registrando così la vendemmia più bassa degli ultimi quarant'anni (per un totale di 792.000 ettolitri).

Ma al di là della produzione interna, è sul lato dei consumi che questo mercato presenta risvolti interessanti. In primis perché a fronte di una popolazione di circa 8,4 milioni di abitanti, il consumo medio pro-capite si aggira sui 30 litri: in altre parole, la produzione interna copre meno della metà dei consumi nazionali. Poi perché essendo il pil pro-capite - e di conseguenza, la capacità di spesa - degli svizzeri tra i più alti a livello mondiale (secondo solo al Lussemburgo), anche i prezzi medi dei vini di importazione risultano contestualmente tra i più elevati: nel 2017, i vini fermi imbottigliati importati in Svizzera presentavano un valore medio di 76 €/litro, contro i 5,2 € degli Usa, i 4,8 € del Giappone, i 3,2 € del Regno Unito. Restando in tema di vini importati, l'Italia rappresenta il primo fornitore, con una quota a valore che l'anno scorso è stata pari al 36,2%, corrispondente a 370,3 milioni di euro. Seguono Francia (33,6%) e Spagna (13%), mentre con appena il 2,5% figurano gli Stati Uniti, primo esportatore extra europeo. La suddivisione del nostro export vede una predominanza dei vini fermi imbottigliati (77%), un altro 15% riguarda spumanti (qui va forte il Prosecco Dcog), mentre il rimanente 8% si divide tra sfusi e bag-in-box (questi ultimi per una quota inferiore all'1%). Per scendere ancora più nel dettaglio, occorre innanzitutto partire dal fatto che sul totale dei consumi di vino del paese (2,5 milioni di ettolitri), i 2/3 riguardano vini rossi. Alla luce di questa preferenza, si spiega perché l'80% dei vini fermi imbottigliati importati dall'Italia riguardi questa tipologia, con i rossi Dop del Veneto e della Toscana nelle posizioni di testa (circa 12 milioni di bottiglie). Attenzione però ai francesi, che ci marcano stretti: l'anno scorso l'import dei loro vini è aumentato del 15% rispetto al 2016 (contro un +5,5% dell'Italia) e nei primi 5 mesi di quest'anno, grazie ad un ulteriore +11% ci hanno "momentaneamente" sorpassati, passando così al comando nella classifica dei top exporter di vino nel mercato svizzero.

- Denis Pantini - denis.pantini@winemonitor.it

## ETICHETTATURA. Il no del Commissario Ue alla Salute, Andriukaitis. Ma il Ceev rassicura: "C'è tempo per migliorare la proposta"

A Vytenis Andriukaitis, commissario Ue alla Salute, non piace la proposta di etichettatura nutrizionale avanzata a marzo scorso dall'industria del comparto europeo delle bevande alcoliche. Soprattutto nella parte riguardante le informazioni ai consumatori, ritenuta incoerente. Per i produttori di vino, distillati, sidro e birra, che dopo un anno di lavoro hanno scelto la strada della e-label (etichetta elettronica) assieme a quella della dose media (100 ml) per fornire ai consumatori più informazioni possibili, è una bocciatura a metà. Occorre capire se il parere di Andriukaitis sia quello generale del collegio dei commissari Ue. Si attende un pronunciamento ufficiale. Ricordiamo che il testo era già stato bocciato anche dall'organizzazione Beuc, che raggruppa 43 associazioni di consumatori da 31 Paesi.

Tuttavia, secondo il Ceev, che rappresenta l'industria vitivinicola europea, non c'è da preoccuparsi. Come spiega il segretario generale Ignacio Sánchez-Recarte, **la richiesta dei produttori di vino è, e resta, quella di inserire la self-regulation proposal in un quadro normativo più ampio, ovvero all'interno della nuova Pac.** Proposta su cui "si possono fare dei miglioramenti" sottolinea Sánchez-Recarte ribadendo un concetto: "Siamo aperti al confronto, ma riteniamo necessario lavorare per dar vita a un regolamento chiaro sulla comunicazione al consumatore che vada oltre la proposta di autoregolamentazione e che dia certezze giuridiche ai nostri operatori". I tempi sono incerti, considerando che a maggio 2019 si rinnova il Parlamento Ue. - **G. A.**

## MIPAAF. A Centinaio le deleghe al turismo: ministero avrà sede e portafoglio

L'agricoltura

più il turismo. Gian Marco Centinaio, dopo averlo annunciato nelle settimane scorse, ottiene la tanto attesa delega. L'esponente leghista del governo gialloverde, quindi, guiderà il Mipaaf e avrà l'opportunità di occuparsi di **un settore che in Italia vale 40 miliardi di euro** (dato Banca d'Italia 2017). Il ministro punta a dare al dicastero del turismo, in capo finora ai Beni culturali, sia una sede (si pensa agli edifici dell'Enit-Ente nazionale per il turismo di Via Marghera a Roma) e sia, soprattutto, un portafoglio.





# DOC ROMA. Nasce il consorzio. Il presidente Galassini: “In 7 anni produzione decuplicata. Ora erga omnes e promozione”

a cura di Loredana Sottile

Il numero 7 è sempre stato particolarmente evocativo per la città di Roma. Non sembrerà, quindi, un caso che ci siano voluti proprio 7 anni per arrivare anche alla nascita del Consorzio della Doc Roma.

**Era il 2011 quando si teneva a battesimo la denominazione che porta il nome dell'Urbe** con appena 35 ettari vitati. Oggi parliamo di una realtà da 235 ettari per 87 associati e una produzione di 500 mila bottiglie.

“Sono fiero di poter rappresentare la Doc Roma e il suo consorzio a livello nazionale” dice a Tre Bicchieri il neopresidente **Tullio Galassini**, già alla guida dell'associazione Produttori Vino Doc Roma. “Abbiamo lavorato in questa direzione per tanti anni, quando nessuno credeva in noi e oggi abbiamo decuplicato la produzione, superando gli anni di crisi e arrivando ad un fatturato di 10 milioni di euro, senza dover abbassare i prezzi (oggi la forbice è compresa tra i 2,99 euro per le versioni base i 18 euro per le riserve; ndr). Il primo obiettivo? Ottenere l'erga omnes entro questa vendemmia, d'altronde rappresentiamo già l'87% dei produttori. Ma la costituzione del Consorzio ci consentirà anche di poter essere autosufficienti, avere un nostro bilancio e accedere ai fondi per la promozione” Anche perché - grazie anche al nome di forte appeal internazionale - è nei mercati esteri che finisce l'80% del prodotto. E di questo, il 50% nel Vecchio Continente.

Ma si lavora anche verso i nuovi mercati, soprattutto in direzione asiatica. Dal punto di vista produttivo, invece, il lavoro è già a metà strada, grazie al cambio del disciplinare che, negli anni scorsi, ha introdotto l'obbligo di imbottigliamento nella sola provincia di Roma e ha permesso di introdurre la versione amabile alle sette tipologie già previste. “Oggi quella che fa i numeri più alti per produzione e fatturato è la versione Rossa della Doc, tant'è che siamo a un milione e mezzo di bottiglie. Il prodotto più sottoscorta è, invece, il Rosso riserva, di cui al momento



produciamo solo 200 mila bottiglie. C'è, invece, da lavorare parecchio sui bianchi”. Ma non solo su quelli, ricorda Galassini: “Dobbiamo rivedere la nostra immagine e puntare su una comunicazione non più aziendale, ma consortile, valorizzando soprattutto il legame con il territorio”. Intanto, sembra andare bene il rapporto, già sperimentato, con il Consorzio del Frascati, che è un po' il fratello maggiore del neonato Doc Roma: “Con il Frascati” spiega il presidente “condividiamo non solo la sede, ma anche alcuni progetti di ricerca, come la selezione clonale per la Malvasia del Lazio. Inoltre, siamo convinti che anche in ambito promozionale, la collaborazione - e non la sovrapposizione - sia la strada migliore da seguire”. Il debutto ufficiale del Consorzio Doc Roma è previsto all'interno dell'Estate Romana, con una serie di eventi e degustazioni, su cui il nuovo CdA è già al lavoro.



## CANTINA SAN DONACI



CANTINA SAN DONACI  
1933 > 2018

85 anni

CANTINA  
SAN DONACI



VIA MESAGNE, 62 - 72025 SAN DONACI (BR) - ITALY

[www.cantinasandonaci.eu](http://www.cantinasandonaci.eu)

[facebook.com/cantinasandonaci](https://facebook.com/cantinasandonaci)



## TUTELA. Amarone e Valpolicella sotto protezione. L'Accordo tra il Consorzio vini e l'Icqrif esteso anche alla contraffazione online

Nasce una task force anticontraffazione per il Consorzio vini della Valpolicella, che ha appena firmato il protocollo di cooperazione con l'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari del Mipaaf. L'obiettivo? Proteggere anche online Amarone Docg, Valpolicella Doc, Valpolicella Ripasso Doc e Recioto della Valpolicella Docg. Tra le misure introdotte, anche la **nascita di una unità operativa interna al Consorzio, con personale formato dall'Icqrif dedicato al monitoraggio web e alla segnalazione della frode.** Non solo. Nei prossimi mesi il Consorzio si occuperà della formazione sulle specificità delle denominazioni "Amarone" e "Valpolicella", rivolta al personale degli organismi di polizia dei Paesi esteri interessati dal controllo di autenticità dei due vini rossi della Valpolicella.

"Complessivamente dal 2015 ad oggi, sono 25 le azioni di tutela dei marchi Dop promosse dal Consorzio, a cui si aggiungono 14 azioni attualmente in corso" ha commentato il presidente Andrea Sartori "Un impegno che ora si estende ai canali e-commerce, dove l'Amarone è il vino più venduto nella fascia ultra premium e



*luxury, seguito dal Valpolicella Ripasso e dal Valpolicella".*

Per Stefano Vaccari, capo dipartimento Icqrif: "L'accordo consente di rafforzare l'azione di tutela dei nomi Valpolicella, Amarone, Recioto e Ripasso sui mercati americani e anglosassoni, dove i prodotti sono diffusi e apprezzati. In particolare, sulle due denominazioni, l'Icqrif ha già attivato nell'ultimo biennio ben 85 operazioni di tutela sul web e fuori dei confini nazionali".

La firma dell'accordo è stata anche l'oc-

casione per il neoministro delle Politiche Agricole Gian Marco Centinaio per sottolineare l'importanza di tutelare le denominazioni italiane: "Stop ai falsi" ha detto "Stop a chi pensa di guadagnare sfruttando sui mercati i nomi delle nostre indicazioni di qualità certificata. Il nostro sistema di controlli è tra i migliori al mondo. Un sistema di verifiche capillari in tutta la filiera e sul web. La tutela e la valorizzazione delle eccellenze vinicole e agroalimentari italiane sono tra le nostre priorità".

## CONSORZI. Chianti Docg, vendite a +4% nel 2017. Primi cinque mesi a +2%

Un milione di ettolitri non sono lontani per il Consorzio vino Chianti. Dopo un 2017 in cui la crescita complessiva è stata del 4%, anche il trend dei primi cinque mesi del 2018 è positivo per un 2%. "Una tendenza positiva che conferma e rafforza la denominazione sui mercati soprattutto esteri. Anche i prezzi reggono, con una media di 150 euro per ettolitro" afferma il presidente del consorzio, Giovanni Busi "un livello che permette di coprire i costi sostenuti in tutta la fase produttiva". L'obiettivo è "arrivare a un milione di ettolitri di vendita", per preservare l'equilibrio della Docg "quando tutti i vigneti saranno rinnovati" e le produzioni aumenteranno attraverso l'acquisizione di nuovi mercati.

**Oggi il 70% del prodotto va all'estero, in particolare Usa, Germania e Regno Unito.** I mercati target sono Brasile, Cuba e, in Europa, anche Polonia e Germania attraverso azioni promozionali e seminari di formazione nelle città. "Siamo ottimisti riguardo al Giappone, dove dal 2019 entrerà in vigore l'accordo di libero scambio con l'Ue. Tutti mercati" conclude Busi "che possono compensare i cali che prevediamo nelle esportazioni in Germania e soprattutto Uk, a causa degli effetti della Brexit".



## CONEGLIANO. Candidatura Unesco rimandata per il Paesaggio del Prosecco Superiore. Il Consorzio: "Ci riproveremo nel 2019"

"Referral" è stata la parola con cui la Commissione Unesco ha, per il momento, rinviato il dossier sulla candidatura del Paesaggio del Prosecco Superiore. Rimandati al 2019, quindi. Anche perché, fa notare il Consorzio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg: "Non c'è stata una bocciatura, altrimenti non avremmo avuto altre possibilità. La Commissione ha riconosciuto l'unicità del luogo e la buona conservazione e gestione del sito candidato, ma ha fatto alcuni appunti al dossier, che sarà pertanto ripresentato il prossimo anno".



Nessuna critica, invece, da parte del 42esimo Comitato del patrimonio mondiale Unesco alla situazione ambientale del territorio. Tematica, questa, che - complice gli attacchi mediatici legati all'utilizzo dei pesticidi per la produzione di Prosecco - in questi anni ha portato non poche tensioni nell'area veneta tra i sostenitori e i contrari alla candidatura Unesco.

Alla vigilia dell'incontro di Bahrain, poi, l'esito dell'esame non era così scontato: la valutazione rilasciata inizialmente dall'Icomos (organismo consultivo) era un "Not Inscribe", che avrebbe di fatto sbarrato la strada a qualunque altro tentativo di iscrizione alla World Heritage List. Il "Referral" votato dalla Commissione, lascia invece la porta socchiusa ad un lavoro che, come ricorda il presidente del Consorzio Innocente Nardi (presidente anche dell'Associazione Temporanea di Scopo "Colline di Conegliano Valdobbiadene Patrimonio dell'Umanità") è stato avviato dieci anni fa: "Era il 2008 quando è iniziato questo percorso, con il primo traguardo raggiunto nel 2010 con il suo inserimento nella Tentative List Italiana. Quindi, all'inizio del 2017 siamo stati candidati ufficialmente e sapevamo che il traguardo poteva richiedere ancora un po' di lavoro e di tempo e restiamo determinati nel raggiungere questo obiettivo nell'estate 2019".

Se Conegliano dovrà ancora attendere, l'assemblea della Commissione Unesco che si è riunita dal 24 giugno al 4 luglio, ha invece portato un altro importante risultato per l'Italia: l'iscrizione di Ivrea a patrimonio Unesco come città industriale. In questo modo, salgono a 54 i siti italiani patrimonio dell'umanità: nessun altro Paese ne ha così tanti. Segue a ruota la Cina con 52. - L. S.



VINVENTIONS

Complete  
Closure SolutionsEVERY BOTTLE  
BETTER

Per ogni vino, sviluppiamo e proponiamo la chiusura perfetta: ad alta prestazione, design superiore, senza difetti e sostenibile. Questo è ciò che noi di Vinventions intendiamo offrirvi con le nostre Soluzioni Complete di Chiusure per vino: Rendere ogni vostra bottiglia la migliore! Non vogliamo fare di più.





## ENOTURISMO. Nasce un marchio per certificare i servizi di qualità



Si chiama *The grand wine tour* ed è il marchio destinato alle aziende vitivinicole che adottano standard di eccellenza nell'accoglienza enoturistica. Ispirato, nel nome, al viaggio di formazione che la nobiltà europea era solita intraprendere nel XVII secolo, questo innovativo progetto vede coinvolte 19 aziende che hanno sottoscritto un manifesto e una carta della qualità. Il manifesto è composto da dieci punti, che chiariscono i presupposti per l'uso del marchio "Tgwt" e gli scopi dell'associazione. **I 50 criteri sono suddivisi in tre sezioni di valutazione: tour e tasting, ristorante e ospitalità, vino.**

Un organo tecnico verifica la conformità delle aziende aderenti che sono, in Piemonte, Ceretto, Coppo, Tenuta Carretta, Michele Chiarlo, Cascina Chicco, Travaglini, Villa Sparina; in Veneto, Bortolomiol, Col Vetoraz, Zenato, Inama; in Emilia Romagna, Umberto Cesari; in Liguria Lunae e Poggio dei Gorleri; in Toscana, Altesino, Fattoria Le Pupille e Sapaio; in Lazio, Casale del Giglio; in Campania, Feudi di San Gregorio.

## CROWDFUNDING. Crescere grazie al web: Tenute San Giaime cerca 60 mila euro per piantare autoctoni

Se comprare vino serve a produrlo di nuovo. È una sorta di "economia circolare" quella proposta dalla piccola cantina siciliana Tenute San Giaime di Ganci (8mila bottiglie prodotte nel 2017) che, per piantare da 3 a 5 ettari dei vitigni autoctoni siciliani - Carricante, Nerello Mascalese e Perricone - da aggiungere a quelli di Syrah e Grillo, ha lanciato una raccolta fondi sul sito Indiegogo. Per realizzare il progetto servono 58,974 mila euro, ma ognuno può contribuire con quote da 10 a 1000 euro, ricevendo in cambio cartoline-opera a tiratura limitata, bottiglie, casse di vino o interi filari intestati, fino ad un viaggio esperienziale a Ganci. **In 15 giorni il progetto ha superato gli 8 mila euro.**

Per maggiori info [www.indiegogo.com/projects/tenute-san-giaime-vini-bio-di-sicilia-food-wine#/](http://www.indiegogo.com/projects/tenute-san-giaime-vini-bio-di-sicilia-food-wine#/)

## M&A. Il colosso spagnolo Codorníu agli americani di Carlyle Group

Dopo il miliardo di dollari australiani spesi per l'acquisizione di Accolade Wines, Carlyle Group ha siglato un'intesa per l'ingresso nella maggioranza del capitale del colosso spagnolo del Cava, Codorníu Raventos group. In base alla transazione, **la società è valutata 390 milioni di euro con closing atteso entro fine 2018**, subordinato a una due diligence confirmatoria e alle autorizzazioni normative. L'investimento sarà effettuato da Carlyle Europe Partners, un fondo focalizzato su operazioni nel segmento mid-large.

Il gruppo vinicolo Codorníu Raventós è il più antico produttore di Cava a conduzione familiare in Spagna, possiede 10 cantine in Spagna, Argentina e California e oltre 3mila ettari di vigneti. Carlyle Group, quotato al Nasdaq, è una società di alternative asset management. Nel 2017 i ricavi hanno superato il miliardo di dollari.

## VINO&CALCIO. Il Milan sceglie ancora Collina dei Ciliegi per l'Amarone brandizzato rossonero. Adesso anche sul mercato italiano

Mentre il calciomercato entra nel vivo delle trattative (con Ronaldo vicino al contratto alla Juve e Balotelli tentato dalla super-offerta cinese), anche per il mondo del vino è tempo di contratti sportivi. Com'è il caso della Collina dei Ciliegi (Valpantena), che ha appena **rinnovato per altri due anni** l'esclusiva con Ac Milan, allargando la commercializzazione del vino - Amarone in primis - brandizzato rossonero, non più solo sul mercato cinese ma anche in Italia, Stati Uniti e Canada.

Un connubio fortunato quello tra calcio e vino, tant'è che l'azienda, guidata da Massimo Gianolli, ha visto nell'ultimo quinquennio una crescita delle vendite, non a caso in Cina, del 1000%.



## RICERCA. Nella vite selvatica i geni necessari per affrontare il global warming

La sostenibilità in agricoltura passa anche attraverso il recupero di geni andati perduti, che si ritrovano ancora nella vite selvatica, antenata della vite europea e coltivata in tutto il mondo. Recuperando questi geni, attraverso le più moderne tecniche, è possibile conferire maggiore resilienza alla vite domestica in vista dei cambiamenti climatici. Ovvero, resistenza alla siccità, alle alte temperature e agli attacchi patogeni.

Uno studio del C3A, che ha coinvolto Fondazione Mach, Università di Trento e Università della California, ha confrontato 48 vitigni di *Vitis vinifera sativa* (oggi coltivata) con 44 tipi di *Vitis sylvestris* (progenitore selvatico). Il confronto approfondito ha consentito di scoprire geni o varianti geniche andati perduti nei processi di domesticazione, che in passato erano stati utili alla pianta selvatica per sopravvivere. Nel tempo, l'uomo ha addomesticato la vite concentrandosi sulla qualità del frutto e, allo stesso tempo, ha modellato le specie rendendole dipendenti dalle pratiche agricole come diserbo, fertilizzazione. Se si guarda agli ultimi duecento anni, fanno sapere i ricercatori, la specie *sylvestris* è diminuita per i patogeni dal Nord America e per l'impatto dell'uomo: *"Le viti selvatiche europee sono a rischio di estinzione, ma nelle collezioni di germoplasma e nelle regioni dell'Asia centrale ci sono ancora delle risorse da esplorare che speriamo attirino una maggiore attenzione dei breeder e di chi può favorire la salvaguardia delle specie selvatiche"*, afferma la coordinatrice del team internazionale



e docente C3A, Stella Grando. Essendo l'incrocio tra vite moderna e la sua bisnonna selvatica un accoppiamento intraspecifico, vitigni innovativi derivati da *sylvestris* non avrebbero limiti per le Denominazioni di origine controllata e *"nessuna caratteristica negativa sarebbe conferita ai vini"*. - **G. A.**

## FORMAZIONE. Torna la Sanguis Jovis Summer School. L'edizione 2018 è dedicata ai cambiamenti climatici

"Clima, vite, cantina, mercato: come sarà il Sangiovese del futuro?" sarà il filo conduttore della seconda edizione della Summer School di Sanguis Jovis, che si svolgerà dal 10 al 14 settembre prossimo, a Montalcino presso l'OCRA (via Boldrini, 4). I corsi di Sanguis Jovis sono diventati un esempio di interazione tra il mondo della ricerca scientifica e la produzione, in particolare per diffondere le conoscenze sul sangiovese, tra i vitigni a bacca rossa più diffusi in Italia, e base del Brunello. L'Alta Scuola del Sangiovese (presieduta dal prof. Attilio Scienza dell'Università di Milano e diretta dal prof. Alberto Mattiacci dell'Università di Roma) è anche un modo per restituire al territorio, non solo di Montalcino, le ricerche e le sperimentazioni di questi anni specificatamente dedicate a questo vitigno.

Organizzata dalla Fondazione Banfi, la Scuola è a numero chiuso ed è riservata a 20 partecipanti dei quali 10 studenti, laureati da non più di 18 mesi e 10 professionisti impegnati nei settori della produzione, distribuzione, consumo e della comunicazione. - **A. G.**

Le lezioni si svolgono ogni giorno dalle 9 alle 12.30 e dalle 14 alle 18.

Come docenti i maggiori esperti delle Università di Milano, Firenze, Piacenza, Pisa, del Crea Vite e Scienza del suolo e della FEM di S. Michele all'Adige.

La data ultima per l'invio delle domande scade il 10 agosto 2018. Il bando completo è disponibile sul sito [www.fondazionebanfi.it/it/sanguis-jovis/formazione.php](http://www.fondazionebanfi.it/it/sanguis-jovis/formazione.php)

### IL PROGRAMMA

- ❖ Lunedì 10 settembre: La risposta della vite al cambiamento climatico
- ❖ Martedì 11 settembre: L'impatto del cambiamento climatico sulle caratteristiche fisico-chimiche e biologiche dei suoli e sulle malattie della vite
- ❖ Mercoledì 12 settembre: Interventi di tecnica culturale per la mitigazione degli effetti del cambio climatico nell'ottica della sostenibilità
- ❖ Giovedì 13 settembre: Il cambio climatico sulla composizione del vino, gli interventi microbiologici ed enologici
- ❖ Venerdì 14 Settembre: Nuovo clima, nuovi mercati?



## APPUNTAMENTI. A Firenze si beve responsabile. Il progetto Ruffino Cares

L'estate fiorentina è all'insegna del bere responsabile, grazie al progetto Ruffino Cares, promosso dalla cantina di Pontassieve in collaborazione col Comune di Firenze. Un luogo cardine nel cuore della città - Piazza dei Tre Re - per una serie di degustazioni e dissertazioni su vino ed eros, musica rock, Caterina dei Medici, la Divina Commedia. A cui si

**aggiungeranno dei percorsi sulle due ruote.** Ma non parliamo di semplici

biciclette: "Infatti" spiega Francesco Sorelli, responsabile del progetto per Ruffino "nei panieri di cui sono state dotate, vi saranno dei visori, degli speciali occhiali, per simulare lo stato di ebbrezza e verranno fatti fare dei piccoli giochi come percorrere una linea dritta o tentare di fare canestro, per capire quanto fisicamente l'eccesso di alcool comprometta in lucidità, anche se spesso non se ne ha autocoscienza. In più saranno distribuiti degli opuscoli informativi sulle buone pratiche di approccio al vino e verranno elargiti degli etilometri".



supervisione editoriale  
Massimiliano Tonelli  
coordinamento contenuti  
Loredana Sottile  
sottile@gamberorosso.it  
hanno collaborato  
Gianluca Atzeni, Andrea Gabbriellini,  
Denis Pantini, Lorenzo Ruggeri  
progetto grafico  
Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti  
settimanale@gamberorosso.it | 06.55112201  
pubblicità  
direttore commerciale  
Francesco Dammicco | 06.55112356  
dammicco@gamberorosso.it  
resp. pubblicità  
Paola Persi | 06.55112393  
persi@gamberorosso.it

## ENO MEMORANDUM

FINO AL 7 LUGLIO

❖ **NUTRIMENTI  
SETTIMANA  
DELLA CULTURA  
GASTRONOMICA**  
Isola di San Giorgio  
Maggiore (Venezia)

FINO AL 7 LUGLIO

❖ **NOTTE BIANCA  
DEL GUSTO**  
Farra di Soligo (Treviso)  
primaveraprosecco.it

FINO AL 24 LUGLIO

❖ **I MERCOLEDÌ  
DEL NOBILE**  
Enoliteca del Consorzio  
del Vino Nobile  
Fortezza  
via di San Donato, 21  
Montepulciano (Siena)  
dalle 18 alle 19.30

FINO AL 26 LUGLIO

❖ **"SERE D'ESTATE  
FRESCHE DI VINO...  
A CORTE"**  
Rocca di Dozza  
(Bologna)  
enotecaemiliaromagna.it

6 LUGLIO

❖ **EIN PROSIT GRADO**  
Grado (Udine)  
fino all'8 luglio

7 LUGLIO

❖ **VERMENTINO  
CHALLENGE**  
Borgo Magliano Resort  
Magliano in Toscana  
(Grosseto)  
ore 19.30  
consorziovinimaremma.it

12 LUGLIO

❖ **JAZZ AND WINE  
IN MONTALCINO**  
Montalcino (Siena)  
fino al 22 luglio

13 LUGLIO

❖ **I DRINK PINK 2018 -  
DEGUSTAZIONE  
DELLA CULTURA  
GASTRONOMICA**  
Terrazza Civita  
Piazza Venezia, 11  
dalle 19  
store.gamberorosso.it

14 LUGLIO

❖ **VINI E SAPORI  
IN STRADA 2018**  
Piazza Malatestiana  
Longiano (Forlì-Cesena)  
dalle 19 alle 24

24 LUGLIO

❖ **VINO È MUSICA**  
Grottaglie (Taranto)  
fino al 28 luglio  
vinoemusicait

27 LUGLIO

❖ **FIERA  
DEI VINI D'ALSIZIA**  
Parc des Expositions  
de Colmar  
Colmar (Francia)  
fino al 5 agosto

2 AGOSTO

❖ **CALICI DI STELLE**  
in tutta Italia  
movimentoturismovino.it  
fino al 12 agosto

31 AGOSTO

❖ **UVA E DINTORNI**  
Avio (Trento)  
fino al 2 settembre

2 SETTEMBRE

❖ **FESTA DEL REFOSCO**  
parco di Villa Chiozza  
Scodovacca di Cervignano  
(Udine)

14 SETTEMBRE

❖ **EROICO ROSSO**  
Tirano (Sondrio)  
fino al 16 settembre  
eroicorosso.it

## GRANDI CANTINE ITALIANE. Lombardia/4



## Le grandi cantine della Lombardia



### Vanzini

Fraz. Barbaleone, 7 | San Damiano al Colle (PV)  
www.vanzini-wine.com | 0385 75019

I fratelli Vanzini hanno pochi rivali in Oltrepò per quanto riguarda la realizzazione dei vini più tipici del territorio. In particolare, l'uso delle autoclavi per le rifermentazioni per loro non ha segreti, e anno dopo anno abbiamo Bonarda, Sangue di Giuda e spumanti metodo Martinotti che sono regolarmente tra i migliori del comprensorio. La qualità dell'uva pinot nero che si ottiene da questa zona di San Damiano al Colle è tale da assicurare dei notevoli spumanti. La tradizione è ormai consolidata e la filosofia aziendale intrapresa da Antonio, Michela e Pier Paolo garantisce in cantina ottimi risultati.

### Pinot Nero Extra Dry



Il vino e l'abbinamento consigliato:



Tratto balsamico che richiama l'eucalipto. Elegante, diretto nell'esprimere la sua dote acido-sapida. Orientato sulla mela verde e note minerali. Sa esaltarsi con risotto allo zafferano.



### Pinot Nero Extra Dry Rosé

Il vino e l'abbinamento consigliato:



Sprigiona piacevoli e dolci aromi di ciliegie, frutti di bosco e arancia. Fresca la trama, attraversata da un'elegante sapidità e ritorni fruttati. Ideale con salmone e crostacei.



### OP Bonarda

Il vino e l'abbinamento consigliato:



Si propone su toni morbidi di more e liquirizia, tannino morbido e piacevole, un rosso equilibrato e armonico. Da stappare con un piatto generoso di casoncelli alla bergamasca.



## EVENTI. Ferrari porta The Italian Art of Living a Londra



Una serata squisitamente italiana in una delle piazze più suggestive di Londra. L'evento *The Italian Art of Living* è andato in scena lunedì scorso alla Battersea Power Station, proprio sulle sponde del Tamigi, sullo sfondo le suggestive ciminiere della centrale elettrica immortalate sulla copertina dell'album *Animal* dei Pink Floyd. Era il 1977. Al piano, questa volta, c'era Roberto Terenzi, con la sua musica jazz, accanto alle bollicine Ferrari e alle ricette collaudatissime di Francesco Mazzei nel suo ultimo ristorante: Fiume.

In apertura, il seminario condotto da Marco Sabellico e Matteo Lunelli, interamente dedicato al chardonnay, il protagonista nella produzione della maison trentina. Nella scaletta anche tre annate di Giulio Ferrari: il 2006, ricco, potente, con ottimi margini in prospettiva; il 2000, annata più evoluta, morbida e speziata; in chiusura, uno stratosferico Giulio Ferrari Collezione 1997, 18 anni sui lieviti,

sapido, cremoso, con una progressione gustativa semplicemente incantevole, leggiadro e lunghissimo. *“La sorpresa della serata? Per me è stato il Perlè Zero, da tempo non assaggio una bollicina italiana con questo stile e su questi livelli qualitativi”*, ha commentato la Master of Wine Anne Krebiehl. Oltre duecento tra operatori, sommelier (tantissimi i ragazzi italiani alla guida di ristoranti importanti nella City) e giornalisti hanno preso parte alla festa, ritmata da musica, bolle e piatti a base di fregola, gnocchi, pizze gourmet e tanta voglia di vivere “all'italiana”. *“Queste sono sicuramente le bollicine italiane più rappresentative in UK”*, commenta il Master of wine Michael Edward. *“I simply adore this wine”*, le fa eco Carla Capaldo. *“Il mercato di Londra sta riscoprendo le bollicine italiane. È un palato esigente, il Prosecco fa da breccia, ma c'è tanto spazio per l'unicità delle bollicine italiane. Il nostro gusto essenziale, alpino, minerale, è molto apprezzato. E tutto il Trentodoc sta*

*crescendo”*, ci dice Matteo Lunelli. Basta dare un'occhiata ai numeri. Nel 2017 complessivamente le bollicine italiane, secondo i dati Istat, sono cresciute nel Regno Unito dell'8,9% in quantità (a 1,1 milioni di litri) con un incremento nei valori dell'11,9% (409 milioni di euro). Un po' più altenanti in avvio del 2018: con il primo trimestre che segna una flessione nei volumi del 6,1% (a 20,2 milioni di litri), ma registra un incremento nei valori incassati del 2% (a quota 75,7 milioni di euro) rispetto al periodo gennaio-marzo 2017. A dimostrazione di come questo mercato ricerchi soprattutto la qualità. Qualità è, d'altronde, anche la parola d'ordine della ristorazione italiana in città: ben 16 gli indirizzi valutati nella nostra Top Italian Restaurants. *“In passato tanti chef italiani hanno voluto strafare qui. Per me la cucina italiana è ingrediente, territorio, regionalità”*, commenta Francesco Mazzei che ha tre locali a Londra. *“Il mio successo è la semplicità. Keep it simple”*, sorride.

## IL MIO EXPORT. Gianluca Mirizzi - Montecappone



### 1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Negli ultimi anni siamo cresciuti in maniera esponenziale e oggi, a fronte di una produzione totale di 180mila bottiglie, registriamo all'estero il 40% delle vendite, soprattutto nella Vecchia Europa – quindi Belgio, Olanda, Danimarca e Germania – ma anche oltre i confini comunitari, riuscendo a ricavarci fette di mercato negli Usa e in Giappone.

### 2 Dove si vende meglio e dove peggio e perché?

Sicuramente si vende meglio nei Paesi europei, perché culturalmente più vicini al vino e maggiormente predisposti alla fidelizzazione. Spesso il ristoratore alla lunga diventa un amico che tendenzialmente acquista negli anni i nostri vini. Cosa diversa negli Usa, dove invece tutto gira molto velocemente, le situazioni cambiano frequentemente e la fidelizzazione resta ovviamente bassa.

### 3 Come sono cambiati l'atteggiamento e l'interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano?

In positivo, ma rispetto al passato la situazione è migliorata leggermente, perché è sempre legata alla conoscenza del territorio. C'è una grande curiosità verso il vino italiano, ma il percorso culturale è ancora da migliorare. Se oggi una bottiglia di vino base viene ancora pagata all'estero anche 30 euro, con ricarichi ingiustificati, vuol dire che manca questa conoscenza.

### 4 Salutiamoci con un aneddoto legato alle sue esperienze all'estero.

Recentemente mi sono ritrovato a tavola con degli inglesi che hanno manifestato una passione smodata per il vino italiano, ma anche una certa confusione per via delle numerose varietà. Solo che appena ho iniziato a parlare della storia della mia famiglia e del Verdicchio, beh, devo dire che non hanno fatto alcuna fatica a riconoscerlo come uno dei vini di punta del panorama enologico nazionale. Una cosa che chiaramente mi inorgoglisce molto.

❖ Montecappone - Jesi - Ancona - montecapponevini.it

NEL PROSSIMO NUMERO  
MONTEVERRO



# VOLCANIC AFFAIR. QUANTO VALE PER L'ITALIA?

▲ a cura di Gianluca Atzeni

Cresce l'interesse internazionale per i vini da territori vulcanici e il nostro Paese punta sul marchio unico. Attenzione, però, a non trasformare questo fenomeno in un fuoco di paglia. Il valore aggiunto? Carta dei suoli e analisi scientifiche



Il fenomeno dei vini vulcanici o, meglio, dei vini da suoli vulcanici, è tra i più interessanti del momento. Da alcuni anni, la critica internazionale ne discute, l'universo dei degustatori professionisti ne esalta le caratteristiche e i buyer hanno già intravisto l'affare. Inoltre, la comunità scientifica (non tutta) sta ascoltando e appoggiando le sollecitazioni dei produttori. Il terreno, quindi, appare particolarmente fertile. Il 2017, e questa prima parte del 2018, rappresentano un periodo importante in cui si sta notando un'accelerata nel processo di comunicazione che parte dalla vigna e arriva a un consumatore più evoluto e più interessato alle particolarità e, se vogliamo, agli aspetti legati allo storytelling evocativo sui vini dei vulcani. La prima convention internazionale tenuta a New York lo scorso marzo, su iniziativa del master sommelier John Szabo (autore del libro "Volcanic Wines: Salt, Grit and Power", uscito nel 2016), è servita a cementare le convinzioni sulle potenzialità di questi prodotti e, dall'altro, a conferire, urbi et orbi, a questa tipologia un posto di rilievo nel panorama dei vini del terzo millennio, come dimostrano anche i ripetuti sold out per le degustazioni dedicate nelle più importanti fiere internazionali, a partire dal recente Vinitaly.



## LE AREE

Napa Valley (California), Casablanca Valley (Cile), Santorini (Grecia), Kaiserstuhl (Germania), Rias Baixas e Canarie (Spagna), Isole Azzorre e Madeira (Portogallo), Alture del Golan (Siria e Israele), Yarra Valley (Australia) sono tutte aree della grande

**Il vulcano è evocativo, il consumatore è curioso e il tema suscita interesse**  
— Edoardo Ventimiglia (Consorzio Pitigliano)

famiglia, che spesso si fregia anche di ulteriori riconoscimenti come quello Unesco ottenuto dalla regione francese di Puy de Dome (Loira), che include la denominazione Cotes d'Auvergne. Spostandoci sui suoli italiani, l'elenco è lungo: alcune zone nel territorio di Soave e Monti Lessini, Colli Euganei (Padova), la Valsesia (Alto Piemonte), il Lazio con i Castelli Romani, Pitigliano e Sorano, l'Umbria con Orvieto, la Campania coi Campi Flegrei e il Vesuvio, il Vulture (Basilicata), la Sicilia con Etna, Pantelleria ed Eolie, la Sardegna con Mogoro. Una superficie nazionale di 17 mila ettari, per un potenziale di oltre un milione di ettolitri. Oggi, 19 territori costituiscono il Volcanic Wines network. Il marchio Volcanic Wines è detenuto dal Consorzio del Soave, che lo ha registrato nel 2013 mettendolo a disposizione delle aziende, secondo un preciso regolamento d'uso. La novità è che partendo dall'attuale mappa dei suoli, consorzi e produttori puntano a una certificazione scientifica. »



## Quali sono le caratteristiche di un suolo vulcanico?

Sandro Gini, presidente del Consorzio del Soave



È evidente che esiste una relazione tra suoli composti da basalti, tufi, pomici e la ricchezza gustativa e l'equilibrio che si riscontra normalmente nei vini prodotti. Questa relazione oggi va spiegata, argomentata, documentata. Gli operatori vogliono essere informati sugli effetti di questo tipo di terreni sulla viticoltura. I basalti, ad esempio, poveri in silicio e ricchi in magnesio e ferro, tendono ad assorbire tra l'85% e il 99% dei fosfati più aggiunti a queste rocce. Di conseguenza, la fertilizzazione periodica va ridotta notevolmente a livello di frequenza, anche in virtù delle forti capacità drenanti di queste rocce che possono portare rapidamente i nitrati a contatto con le falde idriche, con conseguente fenomeno di eutropizzazione. Altra caratteristica importante sono gli elevati valori di macroporosità nei suoli costituiti da rocce vulcaniche rispetto a qualsiasi altro tipo di roccia. Questi pori permettono alle rocce di immagazzinare risorse idriche fino al 100% del loro peso, rilasciandola molto lentamente, in virtù del grande coefficiente di ritenzione idrica. Ciò la rende una riserva idrica di notevole importanza per l'apparato radicale della vite, soprattutto in annate secche e siccitose. Inoltre, le radici respirano attivamente e traggono giovamento dal contatto con rocce che presentano porosità riempite di sostanze gassose, fornendole per i bisogni della pianta. Naturalmente, non tutti i suoli vulcanici presentano caratteristiche positive per la viticoltura, basti pensare alle pomici (costituite da sostanze gassose incandescenti solidificate, ad esempio nelle caldere dei vulcani) e alla loro scarsa capacità di assorbire acqua. Anche i terreni originati da colate laviche molto recenti possono presentare condizioni fisico-chimiche svantaggiose per quasi ogni coltura.

dice Gini a Tre Bicchieri "trovando nel suo percorso interesse e condivisione sia da parte dei produttori, dei comunicatori e dei consumatori". Da un punto di vista economico, è ancora "troppo presto per certificare una diversa valorizzazione dei vini vulcanici, ma sicuramente sul fronte comunicazionale questo è un vantaggio strategico".

Cosa pensano, allora, i consorzi delle grandi aree italiane? Marco Calaon, presidente del Consorzio vini **Colli Euganei**, è convinto dell'importanza della mappatura reale, basata sulla zonazione, per stabilire chi si potrà fregiare della vulcanicità come caratteristica delle proprie produzioni: "Non potevamo restare fuori da questa opportunità per tutto il nostro territorio. Anche se va detto che solo metà dei nostri 3 mila ettari vitati potrà fregiarsi dell'aggettivo vulcanico". E Franco Zanovello, imprenditore storico all'interno della Doc e attuale presidente della Strada del vino dei Colli Euganei, ribadisce: "Vogliamo spingere i viticoltori a suddividere le viti a seconda dei suoli. Un lavoro che porterà giovamenti anche al territorio in chiave enoturistica", considerando che il distretto termale conta oggi 4 milioni di presenze annue. Tra i più convinti sostenitori di questo progetto, c'è il Consorzio vini **Pitigliano e Sovana**. "Nell'ultimo workshop tenuto sui Colli Euganei abbiamo discusso su come dare al marchio *Volcanic Wines* una base scientifica", afferma il neo rieletto presidente, Edoardo Ventimiglia "e se arriveremo a una mappa italiana la potremo certamente usare per fare una migliore promozione. Il vulcano è evocativo, il consumatore è curioso e il tema suscita interesse". Nel caso del consorzio toscano, la zona classica della Doc coincidente coi comuni di Pitigliano e Sorano coinciderà con la parte vulcanica, secondo precise regole che andranno ad affiancare il disciplinare di pro- »

### » IL RUOLO DELLA SCIENZA

Certificare l'esistenza dei suoli vulcanici e vitati italiani, mapparli con chiarezza, in modo da facilitare la comunicazione all'esterno è uno degli obiettivi del network italiano guidato da Soave, che a settembre prossimo celebra il decennale 2008/18 dell'evento Vulcania, a Milo, sull'Etna. In quell'occasione, potrebbero essere annunciate delle importanti novità in campo scientifico. Il dialogo con alcuni atenei italiani è tuttora in corso e un contributo decisivo potrebbe arrivare dalla Società geologica italiana (La Sapienza, Roma) così come dall'Università di Firenze. L'intento del network è trovare un accordo col mondo accademico, che potrebbe aprire la strada a una comunicazione istituzionale strutturata sui vini da suoli vulcanici e sul loro rapporto col territorio. Una ghiotta opportunità per i produttori vitivinicoli, che potranno veicolare ulteriori elementi distintivi senza correre il rischio di essere accusati di faciloneria. Di fronte a una carta dei suoli vulcanici italiani, è altrettanto vero che sarà quantomai necessario certificare e verificare ogni singola azienda che insiste su quei territori, per evitare penalizzanti abusi.

### I TERRITORI ITALIANI E IL VULCANO

Non tutti i vulcani sono uguali. L'Italia ne è ricca e l'opportunità di disporre di un marchio unico che, su basi scientifiche, possa identificare questa tipologia, crea molto interesse. I cambiamenti sono in atto. Anche quei territori finora un po' alla finestra stanno ripensando le strategie. Il consorzio del **Soave**, presieduto da Sandro Gini, fa un po' da motore del movimento. "A dieci anni dall'evento Vulcania, l'innovativo concetto dei vini dei vulcani ha fatto veramente tanta strada"

» duzione.

Una delle realtà entrate nel circuito qualche anno fa ma rimaste, finora, un po' alla finestra è il Consorzio vini **Frascati**. Il tema del vulcanesimo è presente nelle brochure consortili e, allo stesso tempo, ci sono cantine che fanno espliciti richiami in etichetta al legame con l'antico vulcano dei Castelli Romani. Paolo Stramacci, presidente consortile, non ha dubbi: "Potremmo essere interessati a usare il marchio *Volcanic Wines*, ma prima dobbiamo fare alcuni passaggi all'interno del consiglio d'amministrazione. Se ne parlerà alla prima occasione utile". Nell'area della Doc Aglianico del **Vulture**, l'ex presidente del consorzio e attuale membro del cda, Carolin Martino, guarda al ruolo della comunicazione: "Notiamo che il racconto sui vini vulcanici fa presa: presentare i cru e identificarli coi vari tipi di terreno incuriosisce il consumatore. Nel nostro territorio non tutto è vulcanico. Tuttavia, ritengo utile" sottolinea "che i consorzi aderiscano all'idea del marchio nazionale, compreso il nostro, per aumentare la riconoscibilità".

E c'è il giusto interesse anche in Piemonte, che può vantare nel "supervulcano" della Valsesia uno degli esempi più caratteristici. "Non siamo ancora membri del network »

### Il degustatore

Marco Sabellico (curatore guida Vini d'Italia - Gambero Rosso)



I terreni vulcanici sono di vari tipi, a seconda del materiale di cui è composta la roccia. E, nei vini, queste differenze sono evidenti in fase di degustazione. Se diamo uno sguardo generale alle zone vulcaniche di tutta Europa, notiamo che in coincidenza di tali aree si producono complessivamente dei buoni vini. Cosa li unifica? Certamente una profondità espressiva, nel senso di una maggiore struttura, sapidità, acidità e, per usare un termine molto discusso, mineralità. Vale a dire, i sentori fumé, iodato, di roccia. Se vogliamo trovare un denominatore comune, si tratta di prodotti che hanno tutti la possibilità di arrivare alla complessità e che sono capaci di invecchiare. Ovviamente, dal lato produttivo, gioca un ruolo determinante la tecnica interpretativa della singola cantina e del singolo produttore. Ma accade molto spesso che quando ci si ritrovi di fronte a un gran vino si scopre che questo nasce su un suolo di natura vulcanica.



SAN MARZANO

Ottenuto da uve di Primitivo, Tramari è vino rosato elegante e lieve. Nasce dalla luce e dai venti delle nostre estati, tra i due mari del Salento.





» ma è una delle cose che vorrei valutare", afferma Lorella Zoppis, presidente del Consorzio di tutela Nebbioli **Alto Piemonte**, ricordando i lavori in corso sui territori di Boca e di Bramaterra per arrivare a una precisa indagine pedologica del territorio e a una zonazione. "Faremo anche un progetto" aggiunge Zoppis "per valutare gli aspetti geologici e geochimici, compresa l'identificazione degli isotopi, in funzione della tracciabilità dei vini". Innegabile, per Zoppis, il valore aggiunto sul fronte del marketing: "Ma se si fa comunicazione dobbiamo muoverci con il supporto scientifico. Non vogliamo cavalcare l'onda per avere solo la visibilità".

E chi il vulcano lo sente quotidianamente, perché lo guarda sbuffare tutti i giorni è Giuseppe Mannino, alla guida del Consorzio vini dell'**Etna** (5 milioni di bottiglie): "Un vulcano attivo che, in un modo o in un altro, rappresenta una peculiarità rispetto ad altre zone. È giusto che ogni discorso su questi vini poggi sul sapere scientifico. Noi, in questo momento, stiamo lavorando sul Dna dei nostri vitigni Nerello Mascalese e Carricante". Non altrettanto attivo, il consorzio, sul fronte delle iniziative del circuito Volcanic Wines, soprattutto negli ultimi due anni: "Stiamo vivendo una crescita esponenziale, ma non intendiamo snobbare nessuna iniziativa. Anzi, pensiamo ci siano punti in comune con questo network italiano".

E i prezzi? Per ora tutti d'accordo. Coltivare su suoli vulcanici comporta basse rese per ettaro e costi di produzione elevati. Quindi, è giusto che siano più alti rispetto alle medie. ❖

### Il docente gallese Alex Maltman: "Solo una moda passeggera"

Tutta un'operazione di marketing e una moda passeggera. Non usa mezzi termini Alex Maltman, docente di Geologia all'Università di Aberystwyth, in Galles, che mostra profondo scetticismo nei confronti dei vini definiti vulcanici. Nel suo ultimo lavoro "Vineyards, Rocks, and Soils: The Wine Lover's Guide to Geology" (aprile 2018), Maltman sostiene che non ci sono relazioni tra i suoli e le caratteristiche dei vini ed evidenzia che troppo spesso, quando si parla di questi vini, non vengono considerati elementi come altitudine, aspetti microbiologici, umidità, temperatura. Insomma, per Maltman, su questi argomenti si sta facendo troppa enfasi.

Se si fa comunicazione dobbiamo muoverci con il supporto scientifico. Non vogliamo cavalcare l'onda per avere solo la visibilità

— Lorella Zoppis Antonolo  
(Consorzio Nebbioli Alto Piemonte)

### L'analisi

Andrea Rea, Wine Management Lab – Sda Bocconi



Il progetto della rete nazionale e internazionale dei vini vulcanici va nella giusta direzione: differenziarsi in un mercato del vino che spesso tende ad omologarsi alle tendenze di gusto del momento e creare un valore che sia percepito dal cliente. La nascita di un marchio trasversale internazionale rende il progetto più credibile e più gestibile. In questo senso, i vini vulcanici presentano analogie al caso dei vini naturali.

Dal punto di vista del marketing, la nascita di un tale brand (basato sull'origine dei vitigni), può certamente favorire la promozione di territori non ancora sufficientemente valorizzati, ma in tal senso svolge la stessa funzione di un brand nazionale. Proprio nel panorama italiano, in cui esiste un sovraccarico di brand (Italia, territorio, cantina, vitigno), un'eventuale crescita del marchio Volcanic Wines dovrà confrontarsi e anche accompagnarsi a un ridimensionamento del brand Italia.

Immaginando uno scenario futuro, se i vini vulcanici non vogliono diventare un fenomeno di moda, destinato in pochi anni a essere sostituito da qualche altro fenomeno, converrebbe strutturare l'offerta globale in tal modo: il 70% di vini "fine" (espressione di territorio) che puntano sulla specificità dell'esperienza territoriale; il 25% di vini "trendy" (per conquistare la fascia di mercato più frivola, senza rendere di moda il brand) e un 5% di vini "icon" (grandi vini, capaci di legittimare tutta la categoria).

Per costruire un valore di marca, occorrerà rifuggire dalle facili emozioni e costruire elementi identitari del territorio vulcanico, che non rinneghino la concezione del vino come prodotto della cultura e del saper fare dell'uomo. È il tema dei brand collettivi, che devono contenere caratteri comuni e aggreganti per i produttori, i quali devono avere la convenienza nello scegliere di stare dentro il brand. Questi stessi elementi identitari, a loro volta, dovranno essere riconoscibili al consumatore. L'identità di questo brand ha alla base un lavoro scientifico sui terreni, ma può essere utile e non difficilmente affiancato da aspetti e partnership con iniziative storico-culturali e artistiche, che proprio sul tema dei vulcani, hanno già un loro sviluppo e raccolto un interesse. In tal modo, aspetti scientifici e aspetti antropologici saranno la base dell'identità dei vini vulcanici.

# Vini d'Italia Worldtour 2018/2019



## 2018

### OCTOBER

27 ROMA - Italy **trebicchieri**

30 TOKYO - Japan **trebicchieri**

### NOVEMBER

01 SEOUL - Korea **Top Italian Wines Roadshow**

05 TAIPEI - Taiwan **Top Italian Wines Roadshow**

07 HONG KONG - China **trebicchieri HKTDC Special**

12 SHANGHAI - China **trebicchieri**

15 BEIJING - China **Vini d'Italia**

20 ST. PETERSBURG - Russia **Top Italian Wines Roadshow**

22 MOSCOW - Russia **trebicchieri**

## 2019

### JANUARY

STOCKHOLM - Sweden **trebicchieri**

COPENHAGEN - Denmark **Vini d'Italia**

21 MUNICH - Germany **trebicchieri**

23 BERLIN - Germany **Vini d'Italia**

### FEBRUARY

07 MEXICO CITY - Mexico **Top Italian Wines Roadshow**

11 LOS ANGELES - Usa **trebicchieri**

13 SAN FRANCISCO - Usa **trebicchieri**

18 CHICAGO - Usa **trebicchieri**

20 NEW YORK - Usa **trebicchieri**

### MARCH

07 LONDON - U.K. **trebicchieri**

16 DÜSSELDORF - Germany **trebicchieri PROWEIN Special**

### MAY

06 SINGAPORE - Singapore **Top Italian Wines Roadshow**

15 BORDEAUX - France **trebicchieri VINEXPO Special**

CALGARY - Canada **Vini d'Italia**

TORONTO - Canada **Vini d'Italia**

MONTREAL - Canada **Top Italian Wines Roadshow**

### JUNE

03 WASHINGTON DC - USA **Top Italian Wines Roadshow**

05 BOSTON - USA **Top Italian Wines Roadshow**

Sponsor





# MONTALCINO CHE CAMBIA. vol 4. NON SOLO STRANIERI. L'INVESTIMENTO DELLA FAMIGLIA CECCHI

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

Il Brunello continua a fare gola agli investitori. Ma, dopo tante compravendite straniere, l'ultimo colpo è stato messo a segno da un'azienda toscana che - già presente nel Chianti Classico, in Maremma e a San Gimignano - adesso ha deciso di scommettere su questa zona. L'intervista al direttore generale Leonardo Raspini

**D**a qualche mese la casa vinicola Cecchi, con sede a Castellina in Chianti, ha acquistato, per un importo non dichiarato, un podere di 8 ettari a Montalcino di cui 6 già vitati (3 di Brunello, 1,5 di Rosso di Montalcino e 1,5 di Sant'Antimo). Di fatto è stata la prima, in ordine di tempo, azienda "italiana e toscana" a fare questo passo, dopo una lunga serie di cessioni a stranieri ([Biondi Santi ai francesi](#), [Poggio Antico ai belgi](#), Cerbaiona agli americani, [Podere Brizio agli argentini](#), ecc.), che abbiamo raccontato nei mesi scorsi. Una tendenza, quella della compravendita di cantine montalcinesi, che nei mesi e negli anni a venire, è destinata a continuare. Il Brunello sta sempre più attirando investitori da tutto il mondo - si stima che per un ettaro il prezzo medio di aggiudicazione sia attorno ai 700 mila euro - e d'altra parte molte aziende nate negli anni Settanta/Ottanta sembrano aver esaurito il loro ciclo vitale e ora i proprietari, impossibilitati a continuare l'attività per vari motivi (finanziari, di turn over, offerte allettanti, ecc.) stanno passando la mano. Montalcino, da questo punto di vista, è in pieno cambiamento - anche nel modo di sentire e vivere il territorio - che avrà il suo peso nella gestione del futuro della denominazione.

**Il Brunello sta sempre più attirando investitori da tutto il mondo - si stima che per un ettaro il prezzo medio di aggiudicazione sia attorno ai 700 mila euro**

Cecchi, oggi di proprietà dei fratelli Andrea e Cesare, sin dalla sua fondazione (1893) è conosciuta per la produzione di vini toscani. Attualmente ha proprietà in Chianti Classico (Villa Cerna e Villa Rosa), San Gimignano (Castello Montauto), Maremma Toscana (Val delle Rose) e Umbria (Tenuta Alzatura), alle quali ora si aggiunge Montalcino che completa il presidio nelle aree più prestigiose della regione. Proprio nell'anno dei 125 anni dalla fondazione, abbiamo parlato della nuova realtà montalcinese e dei progetti futuri con il direttore generale, Leonardo Raspini.

***Negli ultimi anni Cecchi ha fatto delle importanti acquisizioni nelle zone più importanti della Toscana, in Maremma, in Chianti Classico ed ora da qualche mese, anche Montalcino. Una domanda preliminare, l'azienda si ferma qui o pensa di crescere ancora?***

Attualmente siamo in tutte le denominazioni toscane più importanti e ora anche nel Brunello. Il nostro >>







«Abbiamo selezionato una partita dell'annata 2015 che sarà il nostro primo Brunello, mentre la prima vendemmia interamente nostra, sarà la 2018 che sarà messa in vendita nel 2022»

e rafforzare questa presenza. Per noi, Val delle Rose in Maremma è stato il primo segnale di voler uscire dall'area strettamente chiantigiana e di confrontarsi con il Morellino che allora era agli albori. Il resto è stato una conseguenza di questa prima scelta: la Toscana si è sempre dimostrata una terra di investimento in grado di funzionare bene.

#### Montalcino come si colloca in questa strategia di investimenti mirati?

Montalcino rientra perfettamente in questo quadro. Dopo tutto il Brunello è sempre stato presente nei nostri listini: o come distributori o come imbottigliatori, ma lo abbiamo sempre proposto. Ora, però, l'impegno cambia sostanzialmente perché diventiamo produttori diretti. Per noi è stata una necessità commerciale ma anche di cuore perché da molti anni eravamo a caccia dell'occasione giusta. Però non volevamo un'azienda qualsiasi: la cercavamo proprio in quell'area specifica, tra Sant'Antimo e San Polo e che quindi subisse l'influenza del Monte Amiata. Insomma, doveva essere un terroir con delle caratteristiche particolari, di posizione, di altitudine e di suoli, da cui ottenere un vino di finezza. Sarà questo il nostro approccio al Brunello.

#### Ci può descrivere la nuova azienda montalcinese?

Si tratta di una proprietà di 8 ettari complessivi di cui 6 di vigneto: 3 ettari di Brunello, 1,5 di Rosso di Montalcino e 1,5 di Sant'Antimo. I tre vigneti di Brunello sono situati in parcelle diverse: la prima è nella parte più alta della valle che finisce a Sant'Antimo; poi c'è la vigna Pian Bossolino non molto lontano da San Polo, dai Barbi e a valle dei vigneti Biondi Santi; infine l'ultimo più vicino alle aree coperte. In tutto, ci sono circa 1000 metri quadri di fabbricati, cantina compresa, che sarà possibile utilizzare sin da subito. »

» obiettivo è sempre stato proprio questo: essere presenti nel cuore delle aree più prestigiose con una nostra azienda. Con Montalcino però, almeno al momento, ci fermiamo. L'obiettivo adesso è consolidare le nostre posizioni, valorizzando le singole proprietà, investendo in promozione ma soprattutto dedicandoci alla produzione e alla commercializzazione.

#### Quale è stata l'idea di fondo che ha guidato l'azienda ad investire queste zone?

La famiglia Cecchi ha sempre avuto delle solide basi produttive in Toscana e la logica degli investimenti, in particolare della vecchia generazione, ha puntato ad ampliare

#### Famiglia Cecchi - Bilancio 2017

ANNO	Azienda Vitivinicola	Fatturato (in milioni)		Export		Ebitda		Investimenti (in migliaia)	N° Bottiglie (in milioni)	Ettari vitati		Dipendenti n.
		2017	2016	(in milioni)	in %	(in migliaia)	%			proprietà	affitto	
2017	Cecchi	39,20	36,70	19,4	49,4	7.526	19,2	4.850	8,5	298	84	95

#### La Famiglia Cecchi



Complessivamente la superficie vitata di proprietà, suddivisa tra le varie tenute - Villa Cerna e Villa Rosa nel Chianti Classico; Castello Montauto a San Gimignano; Val delle Rose in Maremma Toscana; Tenute Alzatura in Umbria - raggiunge i 300 ettari. L'azienda ha un fatturato consolidato di quasi 40 milioni di euro mentre la produzione è di 8 milioni e mezzo di bottiglie, la metà delle quali sono destinate ad oltre 50 mercati esteri.

#### » Quando presenterete il primo Brunello interamente prodotto da Cecchi?

Avendo avuto la possibilità di scegliere tra il vino in maturazione abbiamo selezionato una partita dell'annata 2015 che sarà il nostro primo Brunello: rappresenterà la memoria dell'azienda e della vigna, mentre la prima vendemmia interamente nostra, sarà la 2018 che sarà messa in vendita nel 2022. Per ora, anche in base agli accordi con i vecchi proprietari, l'azienda non avrà un nome specifico. Gli dobbiamo cucire un vestito nuovo.

#### Nella presentazione delle vostre aziende non si parla più delle singole proprietà come fossero uniformi, ma si mettono in evidenza le peculiarità del sangiovese nelle diverse parcelle. Siamo di fronte ad un cambiamento della cultura produttiva e non solo della comunicazione dell'azienda?

Sì, è vero. Anche se anche a Villa Cerna abbiamo sempre messo al centro i vigneti, a Villa Rosa c'era già una storia di singoli vigneti più definita - si tratta di cinque diverse unità produttive - quindi sin da subito abbiamo cercato

di valorizzare questa impostazione lavorando per capire sempre meglio caratteri e peculiarità di ognuno, con analisi geopedologiche molto approfondite, conducibilità elettrica dei suoli, ecc. La valorizzazione delle peculiarità di ogni singola proprietà prevede proprio la possibilità di creare delle selezioni o dei crus. È un'indicazione per il futuro e sarà naturalmente applicata anche alla nuova azienda di Montalcino e ai tre vigneti che la compongono e a cui ho fatto riferimento in precedenza.

#### A Montalcino è sempre esistito un legame molto stretto tra le aziende e il contesto non solo produttivo ma anche sociale. Siete la prima azienda "italiana e toscana" ad acquistare dopo tante cessioni a stranieri. Come pensate di interagire con il territorio?

Parteciperemo attivamente al Consorzio di tutela sia portando la nostra esperienza di produttori presenti anche in altri consorzi, sia mettendoci in rete con le altre aziende produttrici. Sarà un rapporto propositivo e di collaborazione con una realtà che ha fatto tantissimo per la valorizzazione ad alti livelli del proprio territorio. ❖