

anno 5 - n. 32 - 7 agosto 2014



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

SPECIALE EXPO 2015



solo su
sky | Canale
411

Le App dell'estate Non partire senza!



prezzo speciale
€5,99 anziché
~~€8,99~~



Offerta valida solo per gli abbonamenti acquistati sullo store Gambero Rosso

Il primo dei numeri speciali di Tre Bicchieri lo dedichiamo, doverosamente, ad uno degli eventi più attesi del 2015 che coinvolge molto da vicino la viticoltura italiana: l'Expo di Milano. Abbiamo chiesto a tre grandi nomi del mondo del vino di rispondere ad alcune semplici domande per esprimere le loro aspettative, opinioni e proposte per un'Esposizione vincente. Nell'ordine (alfabetico) ci hanno risposto Ettore Nicoletto, Antonio Rallo e Domenico Zonin. L'introduzione, invece, l'abbiamo affidata al ministro dell'agricoltura Maurizio Martina.

Nel prossimo numero – il 21 agosto – le migliori risposte della rubrica Il mio export

“VI PRESENTO IL PADIGLIONE VINO DI EXPO”

Expo 2015 vedrà il nostro Paese al centro dell'attenzione mondiale e proprio per questo abbiamo voluto valorizzare la grande esperienza vitivinicola italiana con un Padiglione Vino. Sarà un luogo in cui raccontare al mondo, attraverso questa eccellenza, il nostro Paese. La forza del vino è, infatti, quella di essere una delle chiavi interpretative più importanti che l'Italia può utilizzare.

In 2.000 metri quadri di spazio si svilupperà un percorso sensoriale, dove saranno esaltate le migliori esperienze insieme alle innovazioni produttive. In un contesto non commerciale, verranno mostrati gli ingredienti del successo del vino Made in Italy nel mondo. Il nostro valore è testimoniato dai numeri dell'export, dove abbiamo superato i 5 miliardi di euro. Ad Expo verrà reso ancora più evidente il ruolo di leadership che l'Italia ha in questo settore, ma ci sarà spazio anche per approfondire la conoscenza del nostro mondo. Nel vino, infatti, c'è il passato e c'è il futuro, c'è innovazione, bellezza, cura. C'è tutto il “saper fare” tipicamente italiano.

Il comparto, con i suoi oltre 14 miliardi di euro di fatturato, ha dimostrato di essere un modello da seguire, anche in periodi difficili, ed è stato capace di raggiungere risultati straordinari, anche sotto il profilo dell'occupazione. È proprio da queste basi che dobbiamo partire per far crescere un vero e proprio patrimonio nazionale. Con questo obiettivo abbiamo introdotto con “Campolibero”, nel dl competitività, una serie di importanti semplificazioni per favorire il lavoro delle aziende. Abbiamo esteso l'uso della diffida prima della sanzione amministrativa, dematerializzato alcuni registri per renderli più trasparenti ed avere controlli più efficaci.

Sono elementi che fanno parte di un grande piano per l'agroalimentare con il quale vogliamo aiutare le nostre aziende a esprimere il loro massimo potenziale. Expo, non ho dubbi, metterà in mostra la vera forza dell'Italia.



Maurizio Martina

Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Loredana Sottile,

Maurizio Martina

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

CONTESA



L' Abruzzo Vero

Rispondono



ETTORE NICOLETTO
presidente Consorzio Italia del Vino



ANTONIO RALLO
presidente Consorzio Doc Sicilia



DOMENICO ZONIN
presidente Unione Italiana Vini

Quali sono le sue aspettative per Expo 2015?

NICOLETTO Credo che le mie aspettative siano comuni a quelle di tutti gli Italiani “di buona volontà”: che l’Expo funzioni e che presenti un’Italia che ha cambiato passo, che è diventata più organizzata, più concentrata sui propri target. Poi, secondo me, vengono le opportunità: l’Expo deve riuscire a presentare al mondo un’Italia competitiva nei prodotti e nell’innovazione dell’agroalimentare, garantendo così una nuova fase di crescita.

RALLO I produttori siciliani si attendono molto dalla presenza regionale all’Expo 2015, sia nello spazio che la Regione sta progettando all’esposizione universale, sia nel cosiddetto “palazzetto del vino” dove vorremo essere presenti in maniera forte. Il percorso organizzativo e di consenso che ha portato alla realizzazione della Doc Sicilia certamente ci aiuterà molto in questo lavoro. Rappresenta un pezzo importante del nostro “sistema vino” regionale che ci permetterà di rappresentare ai milioni di visitatori attesi all’Expo cosa è oggi il vino in Sicilia e cosa è la Sicilia del vino. In questo senso, contiamo molto anche nel successo del “cluster del Mediterraneo” dove vogliamo e dobbiamo avere un ruolo da protagonisti.

ZONIN I milioni di visitatori che arriveranno a Milano il prossimo anno sono un bacino straordinario di attenzione, sensibilità, curiosità e capacità di consumo che dobbiamo catalizzare al meglio per affermare nel mondo, come mai abbiamo potuto fare fino ad ora, l’immagine dell’Italia “culla del vino”. Dovremo essere in grado di utilizzare questa storica opportunità, che non si ripeterà più per diverse generazioni, per rafforzare il trend del nostro export e porre le basi di un “nuovo rinascimento” del vino italiano sui mercati internazionali.



Cosa ne pensa del progetto del Padiglione Vino, recentemente presentato a Roma?

NICOLETTO Premetto che sono convinto che il vino avrebbe potuto essere considerato benissimo un cluster dell'Expo per le caratteristiche che il sistema vino ha nel mondo, dalla sostenibilità alla capacità di creare valore e lavoro. Questo è il suo standing attuale, dato che oramai tutti i Paesi (anche quelli che si sono affacciati per ultimi alla platea della produzione mondiale) hanno “adottato” il vino come marcatore dell'unicità dei propri territori. Faccio un esempio: la Gran Bretagna, che da pochi anni si è lanciata nella produzione di sparkling wines, ha messo in campo la famiglia reale, la migliore università di scienze agrarie, ha messo in rete il turismo: tutto per affermare la sua complessiva identità agroalimentare. Ora però è importante che Vinitaly ed Expo diano in fretta input più specifici al sistema italiano del vino in modo che possa organizzarsi al meglio: il progetto presentato a Roma è molto bello e coinvolgente. Funzionerà, ne sono certo. Ma il 2015 è così ricco di “impegni obbligati” che sarà molto difficile per le cantine italiane, specie le più piccole, presentarsi con la giusta caratura senza avere il tempo adeguato.

RALLO Considerato che il “Padiglione Italia” è l'area centrale dell'intero quartiere espositivo è stata una scelta giusta e oculata collocare il “palazzetto del vino italiano” vicino a Palazzo Italia ed all'interno del “padiglione” dedicato al nostro Paese. Dato il ruolo strategico che il vino ha nell'export del “made in Italy” ho salutato con favore l'abbandono di situazioni “miste” come erano state ipotizzate in passato. È giusto che il vino italiano abbia un luogo riconoscibile anche da un punto di vista architettonico, tra l'altro collocato in una posizione veramente strategica.

ZONIN Nel progetto Expo, il Padiglione è in realtà un quartiere, un distretto se vogliamo, dove il vino ha un suo “Palazzo” accanto a “Palazzo Italia” vicino a quello dell'Unione Europea e ad altri. Quindi, anche da un punto di vista architettonico il vino italiano avrà una postazione dalla identità precisa e riconoscibile. E, in più, una collocazione strategica che lo pone al crocevia dell'area che avrà il maggior numero di visitatori attesi.



ECCO COME SI ARTICOLERÀ IL PADIGLIONE VINO

Il Padiglione Vino-A taste of Italy, sarà una grande installazione al centro del Padiglione Italia. Occuperà uno spazio di circa 2.000 metri quadrati e avrà l'obiettivo di raccontare il rapporto tra uomo, natura e territorio nella produzione vitivinicola. Il percorso del visitatore si articolerà in un'esperienza multi-sensoriale che lo metterà di fronte a 50 mila litri di vino per coinvolgerlo in una sorta di grande gioco, grazie al quale imparerà a conoscere tutti i profumi del vino. Al piano superiore ci sarà l'area dedicata alla promozione ad alla conoscenza diretta del vino, con le aziende protagoniste, sia all'interno della "Biblioteca del Vino", aperta alle degustazioni, sia in altri spazi dove si alterneranno insieme a consorzi, istituzioni e operatori del settore. Non mancherà, poi, la Cantina Web, gestita da Vinitaly, per la vendita di vino on-line. Infine nella terrazza ci sarà un'area attrezzata per i corsi di approfondimento e per i tasting, oltre ad una "Vip Lounge" per gli incontri istituzionali.

PONTE

UOMINI E VIGNE DAL 1948

find us



www.viticoltoriponte.it

Oltre Milano, c'è di più: un intero Paese dedito alla viticoltura. Il modo migliore per coinvolgere tutte le Regioni?

NICOLETTO Man mano che ci avviciniamo all'Expo vedremo aumentare in maniera esponenziale le proposte e le iniziative, spesso senza una visione complessiva. Da un lato è giusto che tutti abbiano una chance per "partecipare" a questo evento; dall'altro adesso il rischio delle sovrapposizioni è altissimo. Quindi, serve una forte moral suasion del governo, in particolare del ministro Martina, per tenere alta l'attenzione sugli obiettivi reali da raggiungere. In pochi mesi è stato fatto molto, mi auguro che questa verve venga mantenuta.

RALLO Anche per noi produttori siciliani l'avventura di Expo non termina a Milano ma inizia nel quartiere espositivo per concludersi nei nostri territori. Dovremo essere bravi a progettare pacchetti di incoming per turisti, operatori, giornalisti in grado di attrarli nella nostra isola durante la loro permanenza in occasione di Expo. Il principale errore da evitare è l'incapacità di fare sistema, andare disorganizzati e non saper puntare sulle nostre eccellenze. Errori che purtroppo continuiamo a fare. Anche il ritardo della Regione Sicilia nel definire la propria presenza all'Expo è un "errore da evitare". Ma speriamo riesca presto a mettersi sui binari di partenza. In fondo anche l'Italia si è mossa molto in ritardo, ma adesso sta andando avanti spedita e, mi sembra, anche bene.

ZONIN Questa sarà la nostra seconda scommessa su Expo: se la prima è riuscire a portare il paese del vino all'interno del nostro palazzetto, la seconda sarà portare i milioni di visitatori fuori dal quartiere fieristico, nei nostri territori. Ma per raggiungere questo obiettivo dovremo essere in grado di organizzare i territori, costruire pacchetti turistici attrattivi proponendo il meglio della nostra storia, arte, cultura, ambienti e, ovviamente, vino. Dobbiamo mettere in campo efficienza, organizzazione - capacità di fare sistema - insieme al coraggio di scegliere il meglio da proporre al mondo che ci verrà a trovare.



L'expo che vorrei: una proposta per un'esposizione vincente

NICOLETTO Mantenere aperti i canali che si apriranno nei sei mesi dell'esposizione, sviluppando le idee che nasceranno, supportando le start-up e le cooperazioni internazionali. Questo vuol dire che sistema fieristico ed imprese dovrebbero lavorare assieme per consolidare nuovi business, in un'ottica di cooperazione scevra di campanilismi. In altre parole, dall'Expo l'Italia deve uscire avendo riconquistato una leadership specifica. E deve tramutarla in nuovi affari in un'ottica imprenditoriale.

RALLO In questi mesi ho sentito parlare molto di Palazzo Italia, il Palazzo del vino italiano, lo spazio delle Regioni, il Padiglione Italia, insieme a singoli progetti dedicati ai giovani, alla formazione ecc, ma non ho ancora sentito parlare di "sistema espositivo" dell'Italia attraverso tutti questi spazi e progetti. Ecco, la mia proposta, finalizzata alla Sicilia, ma recuperabile anche per altre situazioni: costruire un "percorso di presenza" ad Expo che ottimizzi tutte queste opportunità/spazi/eventi ecc. per fare emergere di volta in volta singoli temi/territori/Regioni. Perché noi abbiamo molto da dire, raccontare, far vedere e far gustare e vorremmo che l'Italia ad Expo ci metta in condizioni di farlo.

ZONIN Può sembrare un paradosso ma la sfida di Expo la vinceremo "fuori dall'Expo", nei nostri territori. Innanzitutto battendo la temibile concorrenza dei Paesi limitrofi che si stanno già organizzando con i tour operator e le compagnie aeree per scipparci i visitatori e, dopo una visita lampo all'Expo, farli soggiornare da loro. E possiamo batterli mettendo in campo proposte turistiche di eccellenza e giocando su fattori che gli altri non hanno: il mix di storia, cultura, arte, enogastronomia insieme al vino ad ai suoi ambienti naturali. La scommessa di portare i visitatori sui territori serve per vincere anche questa seconda sfida che non significa solo avere, oggi, visitatori e turisti, ma conquistare, domani, nuovi consumatori.

