



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

MERCATO USA. LIBERO, MA NON TROPPO

MERCATI

Vino ed export trainano l'alimentare. I dati del primo report AgrOsserva

pag. 2

VIGNETI

Prezzi record per le Doc: ecco dove investire. Le stime di Assoenologi

pag. 2

CENSIMENTO

I vitigni più diffusi al mondo? I risultati di una ricerca australiana

pag. 7

USA

Grande frontiera del vino? L'indagine di Tre Bicchieri tra paletti e burocrazia

pag. 8

OIV

Cambio della guardia a Parigi: intervista esclusiva al dg uscente Castellucci

pag. 10



Solo su
sky | Canale
411



AGROSSERVA: EXPORT E VINO FANNO RIALZARE LA FIDUCIA

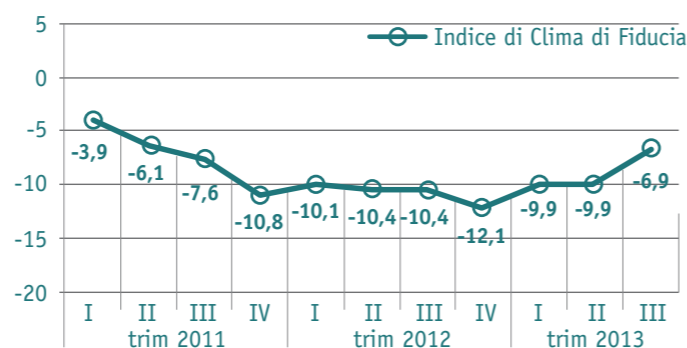
a cura di Loredana Sottile

Risale, ma non troppo, il clima di fiducia del settore agricolo. E il vino è l'unico a registrare un indice positivo: +5,8. È quanto emerge dal primo numero di AgrOsserva, il report Ismea e Unioncamere, presentato stamattina al Mipaaf, che ha analizzato le principali dinamiche del settore agro-alimentare italiano del terzo trimestre 2013, e che farà il punto della situazione ogni tre mesi. "Da oggi" ha affermato il presidente dell'Ismea Arturo Semerari "il sistema agricolo e alimentare italiano può contare su uno nuovo e più completo strumento per monitorare le dinamiche congiunturali e di mercato del settore, utile alle istituzioni e agli operatori soprattutto ai fini decisionali". Ma vediamo nel dettaglio. Secondo AgrOsserva l'indice di fiducia dell'intero settore agro-alimentare è passato da -9,9 del secondo trimestre al -6,9 del terzo. Un andamento riflesso nell'export dove si registra nei primi nove mesi del 2013 una

crescita complessiva del 5,8% rispetto al 2012, con aumenti particolarmente significativi per i vini e gli spumanti, +8,3%. "L'agroalimentare è un settore strategico per il rilancio dell'economia nazionale" ha commentato il dato il Presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanella "e in questi anni di crisi ha dato un contributo importante alla tenuta del Paese". Sul fronte della domanda interna, invece, continua la fase calante: molto più sensibile in valore (-3,9%) che non il volume (-1,7%) a testimonianza dell'intenzione della famiglie italiane di mantenere invariato il volume del carrello della spesa, spostandosi verso prodotti in promozione o di basso prezzo. Stabile l'occupazio-

zione agricola (-0,1%) rispetto all'anno precedente, e migliore rispetto all'andamento occupazionale complessivo nazionale, -2,3%. Segno meno, invece, per prezzi alla produzione (-3,2%), e credito alle aziende (-13%) nell'intero terzo trimestre che registra anche un notevole ridimensionamento del tessuto produttivo primario, con una contrazione del numero di imprese rispetto al trimestre precedente di ben 7.716 unità e un calo del 4% rispetto ad un anno fa.

ICF DELL'AGRICOLTURA



Fonte: Ismea

Il vigneto che conviene: quotazioni record per terreni in Trentino, Piemonte e Veneto. Ma è il Lambrusco a crescere di più

a cura di Loredana Sottile

L'investimento più sicuro? Quello nel vigneto. Se, infatti, negli ultimi anni perfino il mattone ha subito un calo dei prezzi, al contrario le superfici vitate sembrano conservare il proprio peso patrimoniale. Almeno a giudicare dai prezzi delle compravendite diffusi da Assoenologi e confrontati a quelli del 2009, ovvero l'anno in cui la crisi economica ha iniziato a mordere. Ad andare contro tendenza sono soprattutto i vigneti Doc con rincari record: fino al 20% in cinque anni. È il caso del Lambrusco che oggi può arrivare a superare anche i 90 mila euro ad ettaro. Non da meno, rimanendo nella stessa Regione, il Sangiovese Doc: +14% rispetto al 2009. Nello stesso quinquennio son cresciuti anche i prezzi delle zone dell'Amarone (+5% con un valore ad ettaro di 550 mila euro), del Brunello (+5% e un valore di 400/500 mila euro) e del Vermentino di Gallura (+3% per 80 mila euro). Stabilmente positivi i valori delle superfici del Pro-

secco Docg (300/400 mila euro), del Prosecco Doc (200 mila euro), dell'Asti (70/80 mila euro) e dell'Oltrepò Pavese (3545 mila euro). **In leggera flessione (20%) la zona di produzione del Barolo e del Barbaresco con prezzi scesi rispettivamente a 350 e 230 mila euro.** Ma in questo caso la causa va ricercata nella sopra valutazione iniziale. Vanno a picco, invece, i terreni generici (senza denominazioni), quali ad esempio i vigneti del trapanese, con un decremento che arriva anche al 30%: un ettaro oggi vale 30 mila euro, contro i 50 mila di cinque anni fa. Infine ci sono quelle zone per cui - fuor di metafora - non c'è prezzo a pagare, ma semplicemente perché nessuno è disposto a vendere. È il caso del Cannubi, che ha un valore di mercato di 700 mila euro ad ettaro, o del Trentino Alto Adige dove i prezzi oscillano tra i 600 mila e il milione di euro, e il Cartizze, le cui quotazioni sono - si fa per dire - in discesa: da 1,8 milioni di euro ad ettaro del 2009 a 1,2 milioni di oggi.

VALORE DEI VIGNETI



Elaborazione dati Assoenologi

VINI&MARTELLI. L'EXPORT DEL NOSTRO VINO NEI PRIMI 9 MESI DEL 2013

Le esportazioni di vino italiano continuano a dare brillanti risultati e soddisfazioni, nonostante un clima internazionale caratterizzato da un deterioramento delle condizioni economiche in numerosi Paesi. A fronte di una contrazione dell'export nazionale nei primi nove mesi del 2013 (-0,34%), il nostro vino mette infatti a segno un significativo balzo dei valori (+8,2%), superando quota 3,6 miliardi di euro e un volume di 14,9 milioni di ettolitri, in leggera contrazione rispetto allo stesso periodo del 2012 (-3,4%). Per quanto riguarda il valore, a guadagnare terreno in termini percentuali due principali tipologie: il prodotto sfuso e gli spumanti, rispettivamente +21,5% e +16,3%. Sotto il profilo dei volumi esportati, invece, si torna, a settembre 2013, agli stessi livelli del 2009. L'unico segno positivo è da ricercare negli spumanti +8,1% con un volume di consegne che varia da 1.205 a 1.303 mila ettolitri. Interessante osservare la flessione marcata delle consegne di prodotto sfuso (-7,8%) e la contemporanea crescita dei valori (+21,5%), da imputare alla lievitazione dei prezzi all'origine e al peso crescente delle confezioni bag-in-box collocate in alcuni mercati internazionali. In relazione al posizionamento geografico si assiste a una decisa ripresa del mercato dell'Ue a un tasso quasi doppio (+10,5%) rispetto ai mercati dei Paesi terzi (+5,7%). Per il momento le grandi aspettative riposte nel Far East, come possibile eldorado per le eccellenze italiane, sembrano dissolversi, offuscando l'ottimismo tipico del mondo delle imprese. Ma si tratta solo di una fase da recuperare senza indugi. Il vino italiano non deve comunque dimenticare la cosa più importante: il consumatore, i suoi desideri e le semplici aspettative di un consumo quotidiano per proporre una ricetta altrettanto semplice tutta italiana fatta di qualità, originalità e quel pizzico di passione che ogni produttore infonde in ogni vino, trasformando un prodotto in un paesaggio, un'emozione, in un mito.



Giuseppe Martelli Direttore generale Assoenologi

BAROLO: ANNO NUOVO, MENZIONI NUOVE. E GIÀ SI PENSA AL 2015

a cura di Gianluca Atzeni

Il 2014, per il Barolo, sarà l'anno dell'esordio ufficiale delle menzioni geografiche aggiuntive in etichetta. Ben 170 a cui se ne aggiungono undici comunali, rivendicate dalle aziende per una percentuale che si aggira intorno all'80%. La Docg piemontese, prodotta in 1.977 ettari, con circa il 78% del suo valore realizzato fuori confine, per promuovere e pubblicizzare la novità sta pensando a una campagna promozionale apposita che valorizzi l'annata 2010, di cui sono state prodotte 12,1 milioni di bottiglie, sul mercato dal primo gennaio. Il Consorzio di tutela presieduto da Pietro Ratti ci sta lavorando. "Siamo stati i primi in Italia a farle ed è giusto che vadano comunicate al meglio soprattutto all'estero", dice il direttore Andrea Ferrero. **Il mercato 2013 si è chiuso in equilibrio: con vendite stabili e giacenze in calo intorno al 6-7% dei volumi totali.** Tiene anche il prezzo dello sfuso, a circa 7 euro per litro: "È un livello remunerativo per le nostre aziende e dobbiamo cercare di mantenerlo stabile", sottolinea Ferrero ri-

CONFRONTO IMBOTTIGLIAMENTI 2012/2013

HI	2012		2013		variazione	
	Bottiglie	HI	Bottiglie	Bottiglie	%	
87.620	11.682.675	87.527	11.670.228	-12.447	0%	

cordando l'anno nero del 2010 in cui si raggiunse la preoccupante quota dei tre euro al litro. Ma la vera sfida, in termini di prezzi, per questa Docg che vanta un prezzo dei vigneti non inferiore ai 500 mila euro per ettaro (con punte di un milione nelle zone di maggior pregio), si giocherà nel 2015. Ovvero, quando l'annata 2011 in commercio determinerà un balzo in avanti di un milione di bottiglie (+7,4%), oltre il muro dei 13 milioni. Un'incognita? I vertici del Consorzio non temono riflessi sui prezzi e si dicono convinti che il mercato saprà assorbire questo aumento di produzione. "Del resto" sottolinea Ferrero "anche le aziende più piccole sono riuscite ad accedere ai fondi Ocm per la promozione all'estero, che sarà lo sbocco principale". Intanto, sempre all'estero, il Consorzio affronta una nuova grana in tema di contraffazione: i kit fai da te di Barolo ritirati qualche mese fa (ne abbiamo parlato molto anche su Tre Bicchieri) hanno cambiato veste. Ora il tarocco si chiama "wine kit Barolla": sempre prodotto in Canada, sempre commercializzato nel Regno Unito.

PRODUZIONE BOTTIGLIE BAROLO

2007	2008	2009	2010	2011	2012
10.964.027	11.445.467	11.568.000	12.147.200	13.015.688	13.235.671

Fonte: Consorzio di Tutela

Finanziamenti per le aziende dell'Emilia Romagna e dell'Abruzzo colpite dalle calamità naturali

In arrivo 5,8 milioni di euro per l'Emilia Romagna, stanziati dalla Regione. Si tratta di fondi destinati a piccole e medie, ma anche a microimprese i cui investimenti ricadono nei territori dei comuni colpiti dal sisma del maggio 2012 e prevede aiuti che vanno dal 20% al 40% della spesa ammissibile. In particolare rientrano nello stanziamento la costruzione o la ristrutturazione di immobili, l'acquisto di macchinari, impianti e attrezzature, la realizzazione di punti vendite diretta o di siti di e-commerce. Per partecipare la bando c'è tempo fino al 15 marzo, attraverso la modulistica presente sul sito di Agrea (agrea.regione.emilia-romagna.it). Altra regione colpita da calamità, altri fondi: quasi otto milioni di euro sono stati messi a disposizione dalla Regione Abruzzo per il settore vitivinicolo, con due le delibere riguardanti le misure Ocm 2013/2014 "ristrutturazione e riconversione dei vigneti" e "investimenti". In particolare 5,7 milioni di euro sono destinati alla prima, due milioni di euro alla seconda. Favorite le aziende danneggiate dalle nevicate di novembre che vorranno ripristinare i vigneti abbattuti. Info su www.regione.abruzzo.it/agricoltura.

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Loredana Sottile, Andrea Gabrielli, Giuseppe Martelli, Attilio Scienza

foto

Teresa Gentile

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

14-15-16 gennaio
Vini d'Italia tour
del Gambero Rosso
Stoccolma-Copenaghen-Oslo

19 gennaio
Prima del Torcolato
Doc Breganze
Piazza Martini,
Breganze (Vicenza)
ore 15
www.stradadel-torcolato.com

23 gennaio
"Autoctono si nasce"
degustazione
a cura di GoWine
Hotel Michelangelo
via Scarlatti 33, Milano
ore 18.30-22

25 gennaio
Anteprima Amarone
2010
Palazzo
della Gran guardia
Verona
fino al 26 gennaio
www.consorzio-valpolicella.it

27-29 gennaio
Millesime Bio
Montpellier
www.millesime-bio.com

3-5 febbraio
Salon des Vins
du Val de Loire
Angers
www.salondes-vinsdeloire.com

15 febbraio
Buy Wine
Fortezza da Basso
Firenze
fino al 17 febbraio

16-17 febbraio
Sorgentedelvino
LIVE 2014
Mostra dei vini naturali,
di tradizione
e territorio
Fonderia di Reggio Emilia
www.sorgentedelvinolive.org

24 febbraio
Vinibus
Salone internazionale
dei vini mediterranei
Montpellier (Francia)
fino al 26 febbraio

26 febbraio
Assemblea
elettiva della Cia
Auditorium della Tecnica
Roma
fino al 27 febbraio

2 marzo
Terre di Toscana
Una Hotel
Lido di Camaiore (Lu)
fino al 3 marzo
www.terreditoscana.info

fino ad aprile
Cinemadivino
con degustazione
www.cinemadivino.net

VINI&SCIENZA. LA VITICOLTURA MODERNA DI FRONTE ALL'OPINIONE PUBBLICA: ANTICHE E NUOVE PAURE

L'ostilità o lo scetticismo verso la scienza, che i filosofi chiamano più bonariamente "critica della scienza", ha accompagnato fin dalle origini la scienza moderna, con atteggiamenti che vanno dalle fosche profezie sull'inevitabile olocausto provocato dalla scienza, ai rimpianti per il Medioevo, all'esaltazione delle civiltà agricole primitive o del sapere alchemico. È come se nel nostro mondo del benessere fosse presente una criptica forma di nostalgia per il mondo del maledere. L'ostilità verso la scienza rischia oggi di diventare un comune modo di pensare. Popper nel 1972 affermò che "la scienza è forse lo strumento più potente per l'adattamento biologico mai emerso nel corso dell'evoluzione organica". Quasi un secolo prima Mendel affermava che la genetica era l'evoluzione nelle mani dell'uomo. Perché allora il valore della scienza non viene spiegato in termini più adeguati? Non estranei sono i mezzi di comunicazione di massa, sempre alla ricerca della notizia clamorosa che omologa le piante transgeniche ai frequenti rischi alimentari, al monopolio nella ricerca delle multinazionali, alla perdita di biodiversità, con toni catastrofici. L'innovazione genetica è sempre stata accolta con molta circospezione dalla viticoltura europea. Basti ricordare le battaglie condotte in Francia ed in Italia sull'innesto e sugli ibridi tra il 1800 ed il 1900. È verosimile che nei prossimi anni avremo a disposizione i risultati dei programmi di miglioramento genetico delle resistenze che molti Paesi europei, tra cui l'Italia, stanno sviluppando: l'impatto sulla produzione e sul consumatore sarà paragonabile a quello che è avvenuto 150 anni fa con l'arrivo della fillossera. Ci sono anche problemi relativi alla nomenclatura ed alle conseguenze che queste varietà resistenti avranno sugli aspetti normativi della produzione di vino: quale sarà l'atteggiamento delle denominazioni d'origine nei confronti delle viti resistenti? Ed i produttori di vini da vitigno potranno ancora chiamare i loro vini con il nome dei nuovi vitigni che in parte conserveranno la denominazione delle viti europee da cui sono stati ottenuti?



Attilio Scienza
Ordinario di Viticoltura
Università degli Studi
di Milano

VALDOBBIADENE DOCG PROSECCO SUPERIORE



MOTIVI FAMILIARI

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



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



Statistiche. Ecco i vitigni più piantati e diffusi al mondo

▲ a cura di Loredana Sottile

IL VITIGNO PIÙ DIFFUSO AL MONDO?

Il Cabernet Sauvignon, rappresentato da ben 290.091 ettari su tutta la superficie terrestre. Seguono il Merlot, a 267.169 ettari, l'Airen a 252.364 ettari, il Tempranillo a 252.364 ettari, e lo Chardonnay, a 232.561 ettari. Lo rivela l'Università australiana di Adelaide che ha stilato la più grande banca dati sul vigneto internazionale, analizzando 1.271 diverse varietà di uva e fotografandone la presenza in 44 Paesi e 521 Regioni del vino. Il censimen-

to riguarda il ventennio 1990-2010 e mostra come in questo arco temporale Cabernet Sauvignon e Merlot abbiano più che raddoppiato la loro percentuale di "vineyard share" salendo al top della classifica, e superando l'Airen che vent'anni fa occupava la prima posizione. Intanto altri vitigni sono praticamente scomparsi dalle prime posizioni: è il caso del Rkatsiteli, al terzo posto nel 1990 e oggi presente solo in Georgia. L'andamento generale, comunque, è di ampliamento delle varietà: se nel 2000, poco più della produzione mondiale era costituita da sole

35 varietà, in dieci anni si è avuto un incremento del 66%. Ma vediamo cosa succede in Italia. Confermato il primo posto del Sangiovese che, con 71.619 ettari, doppia il secondo della graduatoria: il Montepulciano fermo a 34.824 ettari. Completano la top 5, il Catarratto Bianco con 34.794, il Merlot con 28.042 e il Trebbiano Toscano con 21.501 ettari. Vitigno, quest'ultimo, che tra gli italiani è il più diffuso a livello internazionale, nonostante abbia registrato un calo nella coltivazione: dalla quinta posizione nel 1990 alla nona del 2010.

IL MIO EXPORT. Alberto Medici – Cantina Ermete Medici

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

Oggi le nostre vendite all'estero si aggirano intorno al 70-75% del totale fatturato annuo.

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

Usa, Germania, Giappone, Russia, Brasile, Spagna e Francia. In generale comunque il Lambrusco, vino rosso frizzante gradevolmente fresco, viene apprezzato nei Paesi caratterizzati da un clima più caldo.

3. CAPITOLO BUROCRAZIA?

Stiamo assistendo alla messa in atto di misure protezionistiche subdole e spesso non dichiarate, praticate non solo attraverso semplici aumenti dei dazi doganali, ma soprattutto con la creazione di richieste di ogni tipo attuate per produrre una burocrazia infernale per le aziende, ritardi delle spedizioni e rotture di stock dei nostri prodotti sugli scaffali dei nostri clienti.

4. CI RACCONTI UN ANEDDOTO, POSITIVO O NEGATIVO, LEGATO ALLE SUE ESPERIENZE ALL'ESTERO...

Negli anni '90, quando ancora il Lambrusco era conosciuto in molti Paesi come "The Italian Cola", a una fiera di vini a Boston il responsabile acquisti di una delle enoteche più prestigiose della città, vedendo la nostra postazione presa d'assalto, volle assaggiare il nostro vino. Gli piacque e chiese di cosa si trattasse. Io gli dissi che era un Lambrusco, ma diverso da quello che fino a pochi anni prima aveva spopolato negli USA degradandone l'immagine. A quel punto, però, il mio interlocutore mi disse scandalizzato che comunque non avrebbe mai inserito un Lambrusco nel suo negozio. Poco dopo divenne un nostro assiduo cliente.

Cantina Ermete Medici | Gaida | Reggio Emilia | www.medici.it

NEL PROSSIMO NUMERO
CROTTA DI VEGNERON



AGRICOLE GUSSALLI BERETTA

www.agricolegussalliberetta.com



LO SPARVIERE
FRANCIACORTA



Castello di Radda
Chianti Classico



ORLANDI CONTUCCI PONNO
Colline Teramane

Stati Uniti d'America, quella grande frontiera del vino. Ma è proprio così? Tre Bicchieri ha analizzato l'American wine system ritrovando tanti retaggi del Proibizionismo: dal divieto di farsi spedire le bottiglie a casa a quello di comprarle di domenica. E anche gli importatori non hanno vita facile...

Vino negli Usa, quanti paletti. Vol. 1

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

STATI UNITI D'AMERICA, ANNO 2014: SEMBRA UN paradosso, ma gli effetti del Proibizionismo che dal 1920 al 1933 comportarono il divieto di produrre, di distribuire e di vendere gli alcolici, vino compreso, resistono tutt'ora. La cultura e la mentalità proibizionista presente in ampi strati della società americana, non sono mai cessate completamente. E così se in alcuni Stati l'accesso agli alcolici è più friendly, in molti altri, esistono leggi, eredità di quel passato, che ancora oggi limitano il consumo e l'acquisto di vino e di alcolici in genere. Un paradosso visto che il contesto sociale, economico e culturale, rispetto agli anni Venti e Trenta dello scorso secolo, è radicalmente cambiato. Non solo ma qualsiasi Paese esportatore di vino del mondo, vede il mercato statunitense come un punto di riferimento obbligato per capacità e dimensione della spesa oltre che per qualità della domanda.

L'AMERICA È UN GRANDE MERCATO

Attualmente più del 16% del consumo mondiale di vino è appannaggio degli Stati Uniti rispetto ai 15% della Francia, al 13,6% dell'Italia, all'11,95% della Germania. I primi ad essere penalizzati da queste limitazioni sono gli stessi consumatori americani i quali

a secondo dello Stato in cui vivono, sono sottoposti a delle rigide prescrizioni che vanno dal divieto di farsi spedire il vino a casa all'impossibilità di acquistarlo nei negozi di alimentari o non di domenica e così via. Già perché ogni Stato ha una propria autonoma legislazione in materia e ciò vuol dire 50 modi diversi - quanti sono gli Stati dell'Unione - di affrontare il problema.

COME FUNZIONA IL SISTEMA

Generalmente il vino si può consumare al ristorante oppure si può acquistare in enoteca o nelle cantine, mentre i ristoratori e gli enotecari possono comprarlo solo da distributori domiciliati nello Stato. L'importatore, a sua volta, non può vendere direttamente né ai consumatori né ai ristoratori né agli enotecari, ma solo ai distributori. Le vendite di vino via Internet sono un campo in evoluzione - riguarda soprattutto le enoteche di alcuni Stati dove vengono tollerate - ma in ogni caso sono inibite sia agli importatori sia ai distributori. Il sito Wine-Searcher, per esempio, ha in lista quasi 950 New York Wine Stores dove si possono trovare e ordinare i vini. Da qualche tempo poi i produttori di vino di New York State, possono vendere le proprie bottiglie anche sulle strade vicine alla propria azienda ed ai propri vigneti e lo stesso si apprestano a fare anche i loro colleghi di Long Island. »



SI BEVE AMERICANO

Il 72% del vino consumato dagli americani proviene dal Paese (di cui il 30% rosso, 30% bianco e oltre il 10% rosato) mentre il 27%, importato da tutto il resto del mondo, è 14,5% rosso, 12,5% bianco, 0,3% rosato). D'altra parte gli Usa, dopo Italia, Francia e Spagna, sono il quarto paese produttore del mondo (90% in California) e il più grande fuori della UE. Dal 1990 il vino importato negli Stati Uniti è quasi raddoppiato passando dal 15 a oltre il 26%. Il 20-25% dei consumi si deve ai ristoranti e ai winebars. Il 75% nelle enoteche, super e ipermercati e nei clubs.

TRE PASSAGGI OBBLIGATI: UN IMBUTO

Questi paletti alle vendite e al commercio naturalmente influiscono sulle importazioni. Infatti prima che una bottiglia di vino (italiano, francese, spagnolo, ecc.) riesca ad arrivare dalla cantina produttrice al consumatore finale, è costretta ad almeno tre passaggi obbligati: l'importatore, il distributore ed infine il retailer. Naturalmente i passaggi ogni volta fanno lievitare i costi (tasse, trasporti, magazzinaggio, ecc.) in modo tale - si tratta di 3,5 o 4 volte il prezzo di partenza - da comprimere i consumi. Consumi che nel caso di un euro forte rispetto al dollaro, vengono ulteriormente rallentati. La strozzatura più evidente del sistema americano sta proprio nella distribuzione che negli ultimi anni ha subito una concentrazione, dando vita a dei veri e propri colossi del settore. Secondo le stime di Leonardo Lo Cascio, presidente e fondatore della Winebow Inc, società specializzata nell'importazione e distribuzione sia di vini italiani che di tutto il mondo, negli anni Novanta i grossisti erano circa 7 mila a fronte di 400 mila retailers di vario tipo (ristoratori, ecc.). Nel 2010 i grossisti erano rimasti appena in 700 a fronte di 550 mila retailers. Da soli, i Top 5 di questi 700 rappresentano, il 48% del volume di affari mentre gli altri 695 si dividono il 52%. Nel caso di queste grandi imprese c'è da dire che l'attenzione è più che altro

rivolta ai liquori e molto meno al vino. Considerando l'allargamento del mercato al vino di paesi quali la Nuova Zelanda, Australia, Sud Africa, Argentina, di cui è necessario avere conoscenza, spesso la professionalità degli addetti è assai carente.

In base alle attuali leggi in vigore, 18 Stati hanno il monopolio sui superalcolici, cinque il monopolio sul vino mentre 26 si affidano al franchising. In questo ultimo caso, non si può cambiare distributore senza ottenerne prima l'assenso dallo stesso. Sempre in conseguenza di queste leggi, Stati come New York, New Jersey e Massachusetts, non permettono licenze multiple o vendite nei supermercati. Inoltre i termini di pagamento sono assai rigidi non solo per garantire chi vende ma anche per limitare i consumi. Insomma una filiera lunga e onerosa, assai diversa da quella europea. Le catene dei supermercati hanno selezioni limitate di vino, con buyer poco portati alle novità, con preferenze spiccate per i brand più noti e per i varietali. I buyers inoltre sono sottoposti a rapidi turn over per evitare tentazioni di indebiti accordi con i fornitori.

NELLA PROSSIMA PUNTATA LA SITUAZIONE STATO PER STATO secondo lo studio effettuato dall'American Wine Consumer Coalition (AWCC) la nascente lobby che difende i diritti dei consumatori.

L'ex dg trasloca da Parigi per tornare nelle Marche e con Tre Bicchieri traccia un bilancio dei suoi dieci anni: dal successo nel negoziato con l'India alle difficoltà con Usa e Cina. "Il futuro dell'Oiv? Avere un dg proveniente dal Nuovo Mondo"

Castellucci: "Oiv addio ora produrrò il mio vino"



▲ a cura di Gianluca Atzeni

LASCIA PARIGI E TORNA NELLE MARCHE, MA non lascerà il mondo del vino, anzi per lui si prospetta un futuro da consulente o addirittura da négociant. Perché i dieci anni passati in Francia a dirigere l'Organizzazione internazionale della vigna e del vino (Oiv), per Federico Castellucci, classe 1951, qualcosa hanno lasciato. Primo italiano proveniente dal mondo delle organizzazioni professionali (per 15 anni dg di Federvini) e non da quello della pubblica amministrazione, Castellucci traccia con Tre Bicchieri un bilancio, a fine mandato, della sua attività iniziata nel 2004.

Cosa si lascia dietro?

Oltre alla scrivania in ordine, lascio i conti a posto. A dicembre, Oiv aveva incassato ben il 99% delle quote degli Stati membri. Nell'anno 2000 si pagavano 15 mila euro, con me si è andati sui 13,8 mila euro, ma allo stesso tempo gli aderenti sono passati da 31 a 45. E siamo riusciti a farlo mantenendo inalterati i servizi, anzi incrementandoli, dalle statistiche all'informatizzazione del sito internet, ora in cinque lingue. Lascio un Oiv che ha acquisito un buon brand.

Una gestione familiare, si potrebbe dire...

Qualche mio collega me lo ha fatto notare. E un po' è vero. Diciamo che ho portato un po' di sano spirito marchigiano all'interno delle stanze dell'Oiv. Da subito, ho applicato i principi della spending review. A differenza di altri enti, i dipendenti Oiv hanno viaggiato spesso in low cost piuttosto che in first class.

La sua più grande soddisfazione?

Sicuramente l'ingresso dell'India. Un grande Paese, produttore soprattutto di uva da tavola. Ho dovuto lavorare molto per convincerli ad aderire a Oiv. Sono partito da una buona conoscenza con l'ambasciatore indiano a Parigi, ho incontrato produttori, ministri e istituti di ricerca. Perché sono questi gli enti principali su cui lavorare. Non dimentichiamo l'adesione dell'Azerbaijan, antica terra di viticoltori, e del Montenegro. In generale, ho lavorato intessendo rapporti con nuove terre abbandonando quel dannoso atteggiamento coloniale che a volte contraddistingue gli europei. Così siamo riusciti a guadagnarci la fiducia di Georgia, Turchia, Moldavia e Libano. E spero nell'Uzbekistan.

Il suo più grande rimpianto?

Gli Usa e la Cina. Ma con questi grandi Paesi i tempi >>

COS'È L'OIV?

L'Oiv è un'organizzazione intergovernativa scientifica e tecnica di cui fanno parte 45 Paesi di tutto il mondo. Nata come Ufficio internazionale del vino nel 1924, nel 2001 si trasforma in Organizzazione internazionale. Le sue risoluzioni vanno dalla produzione al commercio dei prodotti vinicoli, dalle pratiche enologiche all'etichettatura, dai metodi di analisi alla protezione delle nuove varietà vegetali.



L'assemblea del 2013 a Bucarest. Al centro Castellucci con la bandiera Oiv

dei negoziati sono lunghi. Gli Usa, nel 2001, lasciarono l'Oiv sbattendo la porta dopo avere litigato con la Francia. E non sono più rientrati. Gli statunitensi, del resto, hanno scarso interesse a entrare in organismi in cui Italia, Francia e Spagna rappresentano la maggioranza produttiva. Mi auguro che qualcosa si muova col negoziato in corso sul libero scambio Usa/Ue. Discorso diverso per la Cina, che oggi è un Paese osservatore in seno all'Oiv, con Yantai e con la regione autonoma del Ningxia Hui. Ma i cinesi sono molto prudenti e vogliono avere garanzie. Qualche settimana fa abbiamo incontrato proprio i rappresentanti dell'Istituto di ricerca nazionale sul tema dell'analisi sensoriale dei vini. I rapporti sono buoni.

È chiaro che il suo successore, il francese Jean-Marie Aurand, dovrà lavorare sull'allargamento.

Aurand viene dal mondo ministeriale. Ha una visione più statale della mia, possiede molta esperienza a livello comunitario e lavorerà innanzitutto per far entrare la Commissione Ue nell'Oiv. Questo sarebbe un passo molto importante. Perché dopo che l'Ocm vino ha riconosciuto l'Oiv come organismo di rappresentanza è il momento di formalizzare la presenza in Oiv della stessa Commissione. Penso a una figura di osservatore speciale. Sul fronte Cina, invece, visti i rapporti stretti con la Francia, credo che Au-

rand possa avere qualche possibilità nei prossimi cinque anni del suo mandato. Potrebbe essere la volta buona.

Mancano all'appello tanti Paesi...

Mi piacerebbe che il Giappone capisse che entrare in Oiv è vantaggioso, così come la Corea del Sud e la Thailandia. Ma anche Messico e Canada, che purtroppo non si muovono se non si smuovono gli Usa. Penso che dopo Aurand, l'Oiv debba fare la grande scelta di scegliere finalmente un direttore che venga dal Nuovo Mondo. Comunque io ci sarei rimasto altri due o tre anni.

Lei ha creduto molto sul tema del comunicare il vino e sul consumo di vino in relazione alla salute.

Che cosa ha ottenuto?

Il contenuto di alcol nei vini sta salendo e su questo occorre stare attenti. Occorre essere rigorosi sul concetto di consumo moderato e consapevole. E se vogliamo lavorare sui giovani consumatori bisogna far passare il messaggio che il vino si beve non per sballarsi o per 'rimorchiare' ma perché ha un gusto particolare e che per capirlo a fondo occorre berlo con attenzione. Con questi presupposti, anche Svezia e Finlandia si sono sentite a proprio agio nell'Oiv che, sottolineo, non è il club dei buoni bevitori. Ed è con questo messaggio che dobbiamo andare a proporci >>

» agli altri. Il vino è scoperta, fascino e diversità e, in questo, l'Italia primeggia su tutti.

Già, l'Italia. Lei come l'ha vista in questi anni?

Sull'export, ha fatto un buon lavoro ma si nota anche l'assenza di una programmazione. È chiaro che non possiamo andare tutti assieme, ad esempio, a Singapore a offrire una ventina di tipologie dello stesso vino. Occorre maggiore centralizzazione delle scelte e soprattutto persone preparate sulle abitudini dei Paesi dove ci si propone.

E l'Expo 2015?

Mi auguro che non ci siano protagonismi, che non sia l'Expo di questo o quel marchio ma dell'Italia.

Torniamo al presente. Tornerà al suo vino?

Riprenderò in mano i 12 ettari a Verdicchio lasciati a Montecarotto prima di entrare in Oiv, per evitare conflitti di interesse. Non essendo enologo, potrei fare il négociant, sul modello francese, comprando le partite dai produttori che più mi interessano e facendo le mie etichette. Ma anche il consulente, per aziende o Paesi del Nuovo Mondo che vogliono riordinare le produzioni.

OIV, AURAND: RAFFORZARE IL NOSTRO RUOLO DI RIFERIMENTO PER IL SETTORE

Il 1 gennaio 2014 Jean-Marie Aurand ha assunto ufficialmente l'incarico di dg dell'Oiv, al posto di Castellucci. Eletto a giugno 2013, Aurand ha confermato l'impegno per un funzionamento "efficiente dell'Oiv e per rafforzare la sua posizione come organizzazione scientifica e tecnica mondiale di riferimento in ambito vitivinicolo". In un messaggio agli Stati membri, si è detto disponibile ad "assicurare che la comunità scientifica dell'Oiv, che è garante della credibilità delle nostre attività e delle nostre raccomandazioni internazionali, riceva l'attenzione che merita".



VILLA DE WINCKELS
ENOTECA - RISTORANTE - LOCANDA
Marcemigo di Tregnago, Verona

*De Winckels: una vecchia villa
in un borgo bellissimo, cose buone,
buon vino... Il resto lo inventate voi.*

Amarone in Villa

**Da cinque anni l'appuntamento
con i migliori amaroni
della Valpolicella Classica e Allargata**

Giovedì 23 Gennaio dalle 17.00 alle 23.00

Rinomati ed emergenti produttori raccontano e fanno degustare il proprio vino.

In abbinamento buffet di prodotti tipici del territorio (40 euro a persona).

Possibilità di pernottamento in una delle dieci confortevoli stanze con prima colazione inclusa.

Durante la serata potrete assistere alla costruzione di una barrique in collaborazione con J.C. Vicard