



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



## VINITALY 52. IL VINO CORRE, LA POLITICA RINCORRE

### GDO

Buona la prova a scaffale per i vini italiani. Quali sono i preferiti negli Usa?

pag. 2

### CONSUMI

Il futuro? Green e autoctono. Crescita tripla per le Marche, spinta dai Piceni

pag. 4

### SOSTENIBILITÀ

Arrivano i primi certificati Equalitas. Ecco i 9 pionieri che hanno aderito allo standard

pag. 5

### VINITALY 1

Mercati, strategie di promozione e Iot in vigna. I grandi temi dell'edizione n.52

pag. 16

### VINITALY 2

Da Verona l'appello della filiera alla politica: "Più sostegno alle imprese"

pag. 22



## GDO. Consumatore ai raggi X. Ecco i criteri di scelta tra gli scaffali. E negli Stati Uniti vanno forte Prosecco, Pinot grigio e Chianti

Formato, colore, denominazione, prezzo, regione di appartenenza. Così i consumatori hanno scelto il vino tra gli scaffali dei supermercati nel 2017. La ricerca Iri per Vinitaly fotografa, da un lato, un cliente alla ricerca della maggiore qualità e, dall'altro, una gdo che è stata capace di migliorare la propria offerta adeguandola alle nuove tendenze. Su questo canale, del resto, passa oltre il 60% del vino italiano. Nel 2017, il fatturato complessivo di questo comparto è stato di quasi 2 miliardi di euro, con una preferenza per i vini in bottiglia (0,75 litri), un calo del brik, una progressione dei nuovi formati come la mezza bottiglia (+21,3%) e del bag in box (+13,8%).

La tavola rotonda del Vinitaly, che ha riunito Uiv, Federvini, Coop, Conad e Carrefour, è servita a dare alcune indicazioni. "Abbiamo di fronte un consumatore che ha una consapevolezza maggiore" ha affermato Roberta Corrà (Federvini) "che è esigente e sente la necessità di essere informato sulle caratteristiche dei vini che acquista. Ricerca anche e in maniera crescente prodotti di qualità medio alta e per questo è disposto a spendere di più". Secondo Enrico Zanoni, consigliere nazionale Uiv, si conferma la costante "premiizzazione della domanda, come evidenziato dalla crescita di Doc/Docg e dalla continua erosione dei formati oltre 0,75 litri. La crescita degli spumanti, guidata dal Prosecco, ma che vede sia gli altri metodo Charmat (es. Müller Thurgau) e soprattutto il metodo classico con trend decisamente positivi. E la conferma di una forte connotazione regionale del consumo dei fermi: i primi 10 vitigni pesano circa il 30% dei consumi totali, con l'eccezione di quei vitigni che per storicità (es. Chianti), convenienza (es. Lambrusco) e tendenza (es. Traminer, Primitivo) acquisiscono una distribuzione sempre più nazionale".

Questa crescente attenzione alla qualità emerge anche dal lato delle catene distributive. Alessandro Masetti (Coop Italia) sottolinea come il dato di vendita com-

plessivo sia "fortemente caratterizzato da un calo sensibile delle quantità a fronte di una marcata crescita del valore unitario. Il differenziale che riscontriamo" sottolinea "non è mai stato così marcato negli ultimi anni: in modo particolare leggiamo crescita importanti a valore nei vini a denominazione, a fronte di una stabilità dei volumi. Mentre i vini tavola stanno subendo più di altri una forte contrazione delle vendite legate alla scarsa vendemmia del 2017". Il consumatore in Gdo dimostra, inoltre, di apprezzare l'italianità del prodotto: "C'è una sempre più forte riscoperta, testimoniata dalla crescita continua di vitigni che in precedenza erano localizzati esclusivamente nei territori di vocazione", come rileva Alessandra Corsi, responsabile marketing dell'offerta e sviluppo dei prodotti a marchio Conad, che evidenzia l'impegno della gdo: "Si pensi all'ampliamento e valorizzazione della qualità dell'offerta, con l'utilizzo delle diverse leve del retail mix: assortimento, promozionalità, esposizione, marca commerciale".

Clienci che cercano prodotti di buon livello e con un giusto posizionamento di prezzo. Secondo Gianmaria Polti, responsabile acquisti beverage di Carrefour Italia, il consumatore "sperimenta prodotti nuovi e per farlo gradisce avere un assortimento ampio tra cui scegliere, come ad esempio durante le grandi attività promozionali delle fiere del vino autunnali". E orienta i gusti anche sul biologico a cui la gdo sta dedicando "spazi e referenze numericamente rilevanti sia nelle grandi superfici sia nei negozi di prossimità".

Ma se ci si sposta all'estero quali sono i trend nel principale mercato per l'Italia, gli Stati Uniti, dove il fatturato sell out dei vini italiani - ricorda Virgilio Romano, business insights director di Iri - è di circa un miliardo, i due terzi delle bollicine importate sono italiane e dove un terzo dei vini fermi sono made in Italy? Lo sguardo di Marc Hirten, presidente di Frederick Wildman, società statunitense che distribuisce vino italiano, consente una maggiore comprensione: "Gli americani differenziano molto la scelta del vino in

base alla modalità di consumo: a tavola in casa, compleanni, ospiti a casa, ricorrenze. Se in enoteca" spiega "acquistano vini blasonati come Barolo, i Super Tuscan, Brunello, Franciacorta o Amarone, acquistano regolarmente sugli scaffali del supermercato i vini italiani, la cui gamma d'offerta si è molto ampliata negli ultimi anni". I più acquistati? Prosecco, Pinot Grigio, Chianti, Lambrusco, Barbera, Primitivo, Gavi, Rosso di Montalcino, Nero d'Avola, Dolcetto, Trento Doc.

## COOPERAZIONE. Raggiunta la cifra record di 1,9 miliardi di export

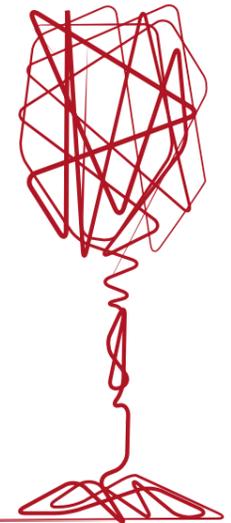
L'export cooperativo italiano vale 1,9 miliardi di euro nel 2017. Una cifra record, ottenuta grazie a un aumento del 5,6% rispetto a un anno prima, che porta al 32% la quota percentuale a valore su tutto l'export italiano di vino (pari a 5,9 miliardi di euro). Secondo un'analisi dell'Alleanza delle cooperative sui fatturati dei 480 associati, **le prime 25 cantine per fatturato, da sole, realizzano il 21% di tutte le vendite di vino italiano all'estero.** Il mondo cooperativo è protagonista anche nella classifica delle prime società vinicole per ricavi, pubblicata nell'indagine Mediobanca 2018: anche quest'anno sono otto le cantine tutte con fatturati superiori a 100 milioni di euro: Cantine Riunite & Civ, Caviro, Mezzacorona, Cavit, Soave, Gruppo Cevico, Collis Veneto Wine Group e La Marca. "La grande crescita dell'export cooperativo conferma l'assoluta posizione di leadership delle nostre associate nella produzione e commercializzazione di vino" afferma il presidente dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari, Giorgio Mercuri "e avvalorata la bontà dei notevoli investimenti realizzati negli ultimi anni dalle cantine proprio per presidiare tutti i principali mercati esteri". All'Alleanza aderiscono 480 cantine cooperative, per 141.000 soci produttori e oltre 9mila addetti, per una produzione pari al 58% della produzione vinicola media del Paese e un giro d'affari di 4,5 miliardi di euro, pari al 44% del totale del fatturato vino nazionale.



## AGROALIMENTARE. In due mesi export Made in Italy a 6,3 miliardi

Buone notizie per l'export made in Italy agroalimentare. Dopo uno dei migliori risultati di sempre (oltre 41 miliardi di euro nel 2017), anche il 2018 si apre con un segno positivo. Sulla base dei dati Istat, **il mese di febbraio registra un +3% rispetto a un anno fa**, con un valore delle esportazioni italiane del comparto pari a 3,2 miliardi di euro. Considerano i primi due mesi (gennaio-febbraio 2018), l'incremento è dell'11,4% rispetto allo stesso bimestre di un anno fa, con valori che hanno raggiunto 6,3 miliardi di euro. Se si guarda ai singoli mercati, sono cresciute soprattutto le spedizioni verso Francia (+5,6%) e Stati Uniti (+6%).

## ENOLOGIA



Se produrre ottimo vino è la vostra priorità, noi vi rendiamo più semplice l'impresa.



SOFTWARE E SERVIZI PER LE IMPRESE DEL VINO

Scopri la soluzione >>



### GDO ITALIA - PRIMI TRE MESI 2018

	Vino confezionato	Spumante
Variazione % Valori	+3,6%	17,5%
Variazione % Volumi	-5,4%	17,6%
% Valori in Promo e Variazione*	33% (-7)	46% (+6)
Variazione % Prezzi	10%	0%

\* Informazione relativa ai primi tre mesi del 2018 - il confronto risente della Pasqua caduta nel 4° mese nel 2017  
Fonte: IRI Infoscan Census® Iper+Super+Libero Servizio Piccolo - Prime 13 settimane 2018 terminanti al 1° aprile

## CONSUMI. Vini Piceni e Nomisma-Wine Monitor: "Futuro green e autoctono"

Il futuro del consumo di vino in Italia? Sarà green e autoctono. Il dato emerge da un'indagine sui vini di tendenza realizzata da Nomisma Wine Monitor per il Consorzio Vini Piceni, su un campione di 1.200 consumatori sul ter-



ritorio nazionale. I vini biologici sono stati scelti come prima risposta dal 20% degli intervistati (con un 9% che ha indicato sostenibili) mentre il vino autoctono ha registrato il 25% delle preferenze. Molto positivi i trend per i prodotti "facili e leggeri", adatti a mix (15%) e per quelli regionali (14%). In generale, il vino si conferma bevanda nazionale (85% degli italiani tra 18 e 65 anni), ma entra sempre di più negli aperitivi (49% contro 45% di tre anni fa) grazie al contributo dei millennial, che trainano anche la tendenza dei vini mixati e scelti da quasi 7 giovani su 10 e dal 61% del totale dei consumatori. I cosiddetti baby boomers (over 55, l'88%) si confermano in testa ai consumi, assieme ai maschi (88%). Quanto alle tipologie, la preferenza va alle bollicine (74%) rispetto a bianchi e rossi fermi

(72%) e ai rosé che, tuttavia, sono in risalita (59%) grazie all'effetto millennial. I vini che fanno tendenza. Per i 1.200 intervistati il campione è il Prosecco, conosciuto dal 98% degli italiani (e consumato dal 71%), contro il 97% del Chianti, il 94% del Pinot grigio e l'88% del marchigiano Verdicchio.

In particolare, le Marche primeggiano in grande distribuzione. La Passerina è tra quelli cresciuti maggiormente negli ultimi cinque anni; il Pecorino è considerato più innovativo del panel (13 vini) proposto da Nomisma. Per i Vini Piceni un momento favorevole, considerando che nell'ultimo quinquennio dopo il Prosecco ci sono Pecorino, Primitivo, Passerina e Rosso Piceno. C'è, infine, una tendenza bio che questo territorio delle Marche sta intercettando. Ascoli, che detiene il 53% di tutta la vigna biologica marchigiana, ha un'incidenza green sulla vite da vino del 41%, quasi il triplo della media nazionale (15,8%). "Il dato" come sottolineato dal presidente del Consorzio, **Giorgio Savini** "si alza sensibilmente fino a raggiungere i 2/3 del vigneto nelle aree a Dop. E la quota è destinata ad aumentare ulteriormente".

Nel complesso, l'Italia vanta il 25% della superficie vitata di tutto il mondo, avendo raddoppiato la superficie negli ultimi cinque anni. "Il fenomeno del biologico" ha detto il consigliere delegato di Federbio, Roberto Pinton "è ormai una vera e propria tendenza e la regione Marche è tra quelle cresciute in tripla cifra assieme a Piemonte, Emilia Romagna e Sicilia".

## EXPORT. Food&wine insieme crescono di più. Ecco la mappa delle maggiori destinazioni nello studio Imt-Nomisma: in soli 4 Paesi 18 miliardi di euro

I vini italiani viaggiano ad alta velocità nei mercati internazionali anche grazie alla spinta della cucina tricolore. Lo ha confermato a Vinitaly un'analisi Wine Monitor-Nomisma per il convegno *Vino e agroalimentare, la ricetta vincente del nostro export*, organizzato dall'Istituto marchigiano di tutela vini. **Tra il 2007 e il 2017, infatti, le esportazioni delle due categorie merceologiche hanno registrato andamenti pressoché paralleli, con valori delle vendite che sono aumentati nel decennio rispettivamente del 68% (agroalimentare) e del 69% (vino).** Non è, poi, una novità che dove c'è cibo italiano, siano più fertili anche le esportazioni di vino.

Il parallelismo è confermato anche dalla mappa geografica delle destinazioni: Stati Uniti, Germania, Regno Unito e Francia, che assorbono complessi-

vamente il 56% delle esportazioni di vino, sono anche le quattro principali mete dell'agroalimentare, con quasi la metà della quota export (45%, per un valore complessivo di 18 miliardi di euro) e circa il 30% dei ristoranti italiani fuori dai confini. In cima alla classifica ci sono gli Stati Uniti: primo mercato per il vino (23% la quota export a stelle e strisce, 1,6 miliardi di euro) e per la ristorazione italiana all'estero (17% dei ristoranti), e secondo per l'agroalimentare (11%).

"La forza comunicativa della nostra cucina viene spesso data per scontata" è il commento di Alberto Mazzone, direttore del maxi consorzio marchigiano "ma anche i consumatori stranieri, americani in particolare (vedi ricerca Il futuro dei mercati, i mercati del futuro, pag. 16; ndr), ci chiedono di puntare ancora di più sull'abbinamento vino e cibo. È su queste basi che abbiamo



fondato la nostra scommessa con Food Brand Marche, un marchio unico per promuovere il territorio attraverso le eccellenze dell'agroalimentare, a partire dal Verdicchio, che quest'anno festeggia anche il 50esimo compleanno dal riconoscimento della Doc". D'altronde i numeri parlano chiaro: nel decennio 2007-2017 il vino delle Marche è cresciuto all'estero del 41%, a fronte di un aumento del 56% dell'agroalimentare, di cui rappresenta il prodotto trainante con un quinto del valore dell'export.

## L'ESPERTO RISPONDE. QUANDO UNO SPUMANTE SI PUÒ DEFINIRE AROMATICO?

Tra le diverse categorie di spumanti un posto di rilievo occupa lo spumante di qualità del tipo aromatico che, come ricorda il nome stesso, presenta sapori e profumi caratteristici dovuti a componenti aromatici. Il più diffuso e conosciuto in Italia, il Prosecco, può essere definito in etichetta aromatico oppure no. Spesso, questa distinzione non è percepita dal consumatore, visto che le bottiglie sul mercato recano semplicemente l'indicazione della categoria di appartenenza del prodotto quale "vino spumante" o "vino spumante di qualità del tipo aromatico", senza alcuna informazione che spieghi la dicitura utilizzata. Di frequente, inoltre, le etichette sono prive di tale indicazione, omissione lecita nei vini Doc. Si può indicare "vino spumante di qualità del tipo aromatico" solo se il Prosecco risulta ottenuto per fermentazione naturale a mezzo autoclave, utilizzando mosti o vini di uve che originano per il 100% dal vitigno Glera, notoriamente aromatico. Se, invece, sono state utilizzate, come consentito dal disciplinare, anche uve di altri vitigni (Verdiso, Bianchetta trevigiana, Perera, Glera lunga, Chardonnay, Pinot bianco, Pinot grigio e Pinot nero) fino ad un massimo del 15% sul totale, la dicitura da riportare è "vino spumante". Le normative europee applicabili agli spumanti di qualità del tipo aromatico richiedono: cuvée formata esclusivamente da mosti di uve (anche da vini per il Prosecco) provenienti dalle varietà aromatiche consentite (Aleatico, Brachetto, Fiesia, Girò, Glera, Malvasia, Monica, Muller Thurgau, Moscato, Manzoni moscato, Torbato); temperatura di conservazione di 20°C in recipienti chiusi; limite di sovrappressione da anidride carbonica di almeno 3 bar; titolo alcolometrico di almeno 6% vol (effettivo) e 10% vol (totale); divieto di aggiunta di sciroppo di dosaggio; processo di elaborazione non inferiore a 30 giorni. Il Mipaaf ha chiarito che tale termine è riferito, per gli spumanti di qualità del tipo aromatico a Dop, al complesso delle attività di elaborazione, comprensive anche dell'eventuale periodo di affinamento in bottiglia. La Commissione Ue ha, inoltre, sancito che da cuvée di uve aromatiche è possibile produrre anche vini spumanti e vini spumanti di qualità (non aromatici), nel rispetto delle specifiche disposizioni di elaborazione.



a cura del Servizio Giuridico dell'Unione Italiana Vini [www.focuswine.net](http://www.focuswine.net)  
Per porre delle domande al Servizio Giuridico Uiv, scrivete a [settimanale@gamberorosso.it](mailto:settimanale@gamberorosso.it)

## SOSTENIBILITÀ. A Verona consegnate le prime certificazioni Equalitas a 9 aziende italiane. E anche il Consorzio del Prosecco ha aderito allo standard

È partita da Vinitaly la rivoluzione sostenibile, con le prime nove certificazioni Equalitas consegnate a nove pionieri del settore: sei cantine toscane, due pugliesi e una lombarda (vedi elenco). Equalitas è lo standard sulla sostenibilità, nato nel 2015 con l'obiettivo di aggregare le imprese del settore vitivinicolo per dare una visione omogenea su questo importante tema e creare un modello unico e condiviso fra i rappresentanti di filiera. "Oggi non c'è competitività senza sostenibilità" è stato il commento del presidente della società, Riccardo Ricci Curbastro nel corso della cerimonia "Equalitas nasce proprio da questa intuizione, che mette insieme tutte le varie esperienze di successo e i programmi di ricerca scientifica sviluppati in seno al Forum per la Sostenibilità del Vino, organizzato dal Gambero Rosso e Unione Italiana Vini nel 2014. L'Italia in questa sfida non è partita tra i primi, ma è sicuramente arrivata al momento giusto con il migliore e più credibile progetto proprio quando il mercato richiede vini sempre più sostenibili". Sono tre i criteri presi in considerazione per misurare il lavoro dei prodotti, delle cantine o dei territori: sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Lo standard è volontario e la certificazione avviene tramite organismi di certificazione qualificati dalla stessa Equalitas.

Dopo adesioni da importanti territori del vino (come Montepulciano, Franciacorta, Lambrusco e Maremma), è arrivata anche la richiesta da parte del consorzio del Prosecco Doc. "Siamo convinti che questa sia la strada migliore da seguire" è stato il commento del presidente Stefano Zanette da Verona "come sapete la nostra realtà è costantemente sotto tiro (si ricordino a tal proposito le inchieste di Report sulla denominazione; ndr), per questo, ma non solo, riteniamo che non ci sia risposta migliore di buttarci a capofitto in questo percorso per ottenere una certificazione territoriale completa come lo è quella Equalitas". - L. S.

### ELENCO 9 AZIENDE

- Az. Agr. Salcheto (Montepulciano - Toscana)
- Castello di Albiola (Radda in Chianti - Toscana)
- Rocca di Montemassi (Roccastrada - Toscana)
- Cantina i vini di Maremma (Grosseto - Toscana)
- Cantina Pitigliano (Pitigliano - Toscana)
- Torrevento (Corato - Puglia)
- Cantina Produttori Manduria (Manduria - Puglia)
- Az. Agr. Ricci Curbastro (Capriolo - Lombardia)
- Podere San Cristoforo (Bagno di Gavorrano - Toscana)

## PIEMONTE. Grignolino, nasce una nuova associazione di produttori

Ancora una volta il Grignolino tra i vini, e i vitigni, che i produttori piemontesi dimostrano di voler tutelare rilanciare. Dopo l'associazione Monferace che, da due anni e con undici aziende (per circa 400 mila bottiglie), sta rilanciando le sorti di questo prodotto, nasce ora una nuova realtà. È l'Associazione produttori Grignolino d'Asti Doc e Piemonte Grignolino Doc, compagine che rappresenta, nei numeri, una produzione di 2,2 milioni di bottiglie tra Astigiano e Monferrato. Il presidente è Dante Garrone, 49 anni di Grana (Asti). La fiera del Vinitaly è stata la vetrina per la presentazione e per l'annuncio dato dal presidente del Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato, Filippo Mobrìci (a destra nella foto con Dante Garrone). Tra i referenti della denominazione all'interno del consorzio, **Garrone, che proviene da una delle famiglie storiche astigiane, ha assunto la carica in veste ufficiale dopo la firma dell'atto costitutivo.** La vicepresidenza dell'asso-



ciazione è stata affidata a Patrizia Pirolò. "Una voce unitaria" ha detto Garrone "per dare rappresentanza, insieme al Consorzio Barbera e vini del Monferrato, ai produttori e a uno dei vini da vitigno autoctono più antichi del Piemonte". "Il Grignolino è dalle grandi potenzialità, non solo nella sua versione più fresca e giovane, ma anche nella sua capacità d'invecchiamento. È una delle carte da giocare" secondo Mobrìci "nella promozione dei vitigni autoctoni, che abbiamo avviato ormai da alcuni anni". - G. A.

## PINOT GRIGIO. Per il Consorzio Doc delle Venezie nuovo logo e bilancio ad un anno dalla nascita

Un ferro da gondola, emblema di Venezia, con tre denti, che simboleggiano le tre regioni (Veneto, Friuli Venezia Giulia e Provincia autonoma di Trento). È questo il nuovo simbolo del consorzio Doc delle Venezie presentato a Vinitaly, ad un anno dalla nascita della realtà che rappresenta il Pinot Grigio del Triveneto per una produzione di 2,5 milioni di ettolitri.



"Sfida vinta" è stato il commento dell'as-

sessore all'agricoltura del Veneto, Giuseppe Pin che ricorda come "quando il percorso ebbe inizio, due anni fa, c'erano molte incognite e titubanze. Oggi anche gli scettici devono riconoscere che, aver ricondotto sotto un unico marchio il vino bianco italiano per eccellenza prodotto nelle Tre Venezie, è una riuscita operazione di promozione, valorizzazione e marketing".

"È stato un anno inteso e difficile" gli fa eco il presidente del Consorzio Bruno Lutterotti "con un grande lavoro soprattutto di intermediazione". Per l'assessore all'agricoltura del Friuli Venezia Giulia Cristiano Shaurli: "è inutile negare le tensioni territoriali che ci sono state, ma oggi è tutto superato e ci godiamo questo successo". Conclude il governatore del Veneto Luca Zaia: "14 mila ettari su 27 complessivi della Doc, parlano Veneto e oggi abbiamo la responsabilità di 30 mila piccoli piccoli viticoltori che hanno creduto nell'operazione".

Il Consorzio oggi rappresenta l'85% del Pinot Grigio italiano, ed è quindi il primo produttore al mondo di questa denominazione apprezzata soprattutto all'estero. - L. S.

## COOP. Wine Net raddoppia: 5 regioni, 6 soci e 27 milioni di bottiglie

Lo scorso anno a Vinitaly c'era stata la presentazione ufficiale, quest'anno l'annuncio del raddoppio. Così, Wine Net, la prima rete italiana della cooperazione vitivinicola, è passata da tre a sei soci. Nello specifico, a Cantina Valpolicella Negrar (230 soci, 700 ettari), Cantina Produttori di Valdobbiadene-Val D'Oca (600 soci, 954 ettari) e Cantina Pertinace (17 soci, 100 ettari), si sono aggiunti Cantina Vignaioli Scansano (160 soci, 600 ettari), Cantina Frentana (400 soci e circa 800 ettari) e Cva Canicattì (480 soci e circa 1000 ettari). Tutte esperienze differenti da territori differenti per una produzione complessiva di 27 milioni di bottiglie. E per il 2019 non si escludono nuove adesioni.

L'obiettivo del progetto è mettere insieme prodotti, territori e competenze complementari per conquistare tutti insieme i mercati. Non a caso, la rete si presenterà compatta ai prossimi appuntamenti internazionali, da Cibus alla all'International Wine and Spirit Fair di Hong Kong. Non solo. Nelle prossime settimane, inizierà la presentazione di Wine Net a rotazione in tutte le cantine della rete. Si inizia da Negrar. - L. S.

## ENOTURISMO. Coldiretti: acquisto in cantina per il 74% degli italiani

Quasi 3 italiani su 4 hanno acquistato almeno una volta nel 2017 il vino direttamente dal produttore in cantina o nei punti vendita degli agricoltori, in un mercato, quello enoturistico, che è stimato in 2,5 miliardi di euro.



Un'indagine online, presentata dalla Coldiretti a Vinitaly, spiega che **tra coloro che hanno acquistato dal produttore il 68% lo ha fatto in cantina, il 25% in un mercato degli agricoltori, il 6% in un punto vendita gestito direttamente dal produttore e l'1% dal sito internet aziendale.** Secondo l'organizzazione degli agricoltori, l'acquisto diretto è un fenomeno in rapida espansione, favorisce il risparmio, garantisce un acquisto di qualità ed è un'occasione per le imprese agricole che possono vendere senza intermediazioni: "Un'opportunità anche per promuovere il turismo e l'occupazione e combattere lo spopolamento nelle aree interne di una Italia considerata a torto 'minore', nell'anno nazionale del turismo dedicato proprio all'enogastronomia".

## SOLIDARIETÀ. In crescita le etichette provenienti dalle fattorie sociali

Per vino solidale s'intende una realtà produttiva che alla vitivinicoltura affianca contenuti sociali e di welfare. E di vini solidali ha voluto parlare la Cia-Agricoltori italiani in uno specifico evento che ha fatto il punto assieme al Forum nazionale agricoltura sociale. Attualmente, **sono oltre 1.500 le fattorie sociali sul territorio italiano, con un 50% dedito alla cura dei vigneti e alla produzione di vino.** E una tendenza alla crescita costante nell'ultimo decennio. Molte di queste aziende hanno attivato progetti sul sostegno e sul recupero delle persone in difficoltà, non soltanto disabili ma anche detenuti, vittime di violenza, anziani, immigrati. E le etichette si sono moltiplicate "con un aumento dei volumi e del valore, quantificabile rispettivamente in un +10% e un +5%", scrive la Cia. Alla solidarietà, queste imprese uniscono una propensione al metodo di coltivazione biologico. La stima emersa dall'incontro, tenutosi a Vinitaly, è che il 25% di tutte le fattorie sociali abbandonerà il metodo convenzionale entro il 2020. Gli elementi etici e ambientali sono sempre più in testa alle preferenze dei consumatori. "In quest'ottica" conclude Cia "il segmento del vino solidale è una frontiera da difendere e valorizzare".



# VICARA

VITICOLTORI IN MONFERRATO



## 1° Grignolino Tre Bicchieri

Dedicato a tutti i Grignolinisti

## CINA. Alibaba lancia il modello integrato: online e offline insieme. A Verona delegazione cinese alla ricerca di vini per la catena di new retail Hema

a cura di Loredana Sottile

“Futuro dell'e-commerce? Tra qualche anno sarà morto”. Parola di **Jack Ma**, il fondatore del colosso di vendite online Alibaba. Ovviamente questa vuole essere una paradossale provocazione, ma dietro le parole dell'uomo più ricco della Cina si può leggere una certa lungimiranza, come in ogni cosa fin qua predetta e fatta da questo genio del commercio. Non a caso, **l'ultima novità dell'universo Alibaba si chiama “new retail” e vede l'e-commerce e la vendita fisica funzionare all'unisono con l'obiettivo di creare un più profondo brand engagement e una migliore esperienza di acquisto.**

Ci spiega meglio il concetto **Manfredi Minutelli** (foto), il senior business development manager di Alibaba, che si occupa del settore vino per l'Europa. Lo abbiamo incontrato, con una delegazione di buyer cinesi, tra gli stand di Vinitaly, la fiera scelta due anni fa Jack Ma per lanciare la giornata del vino di Alibaba, meglio conosciuta come il 9/9 (di cui a settembre di svolgerà la terza edizione).

Quest'anno, però, bolle in pentola un nuovo progetto – il new retail, appunto - che si andrà ad affiancare a quelli già rodati e per il quale Verona è stato terreno di scouting. Non

per l'online – non soltanto – ma per la nuova catena acquistata lo scorso anno: Hema. “Si tratta di una catena di supermercati a metà tra l'americana *Whole Foods* e l'italiana *Eataly*” ha spiegato a Tre Bicchieri Minutelli. Il valore aggiunto non è tanto nei prodotti – comunque tutti prodotti selezionati di fascia medio alta - quanto nel modo di venderli. “È previsto un sistema integrato” ci ha spiegato il nostro interlocutore “il cliente entra nel negozio fisico, vede i prodotti, li compra tramite codice Qr ed entro mezzora (i tempi variano in base alla distanza fisica; ndr) si ritrova il prodotto a casa. Ecco perché il nostro fondatore parla di fine dell'e-commerce. Il sistema è destinato ad evolversi, anzi lo sta già facendo: si andrà sempre più verso l'integrazione tra online e offline. Se dal lato cliente risulta un sistema molto più comodo, dall'altra parte è un modo per conoscere i gusti del consumatore e fidelizzarlo”. Nello specifico, nei negozi Hema tutti gli acquisti vengono fatti esclusivamente tramite alipay, il sistema di pagamento online di Alibaba. Oggi la catena registra 35 punti vendita, ma l'obiettivo è arrivare a 2 mila in cinque anni. Per iniziare, nel corso del 2018, saranno 30 i punti vendita previsti nella sola Pechino. “Siamo venuti a Verona” è stata la chiosa di Minutelli “perché il vino in Hema è ancora sottorappresentato e vorremmo che diventasse sempre più importante. Ad oggi, quello italiano è presente, ma con le stes-



se percentuali di mercato rispetto a quello francese. L'obiettivo è, quindi, portare i vini italiani in Cina, ma senza cedere alla battaglia di prezzo”.

Battaglia che vale sia per l'online sia per l'offline. Perché, mentre l'Italia stenta ancora a stare dietro all'e-commerce, il mondo (sicuramente il mondo cinese) è già al livello successivo. E in quel livello, l'e-commerce, come insegna Jack Ma, è solo una parte del tutto: quello che potrebbe sembrare un modello futuristico, nel Paese del Dragone è già realtà.

## GRANDI CRU. Valentina Argiolas nuovo presidente del Comitato

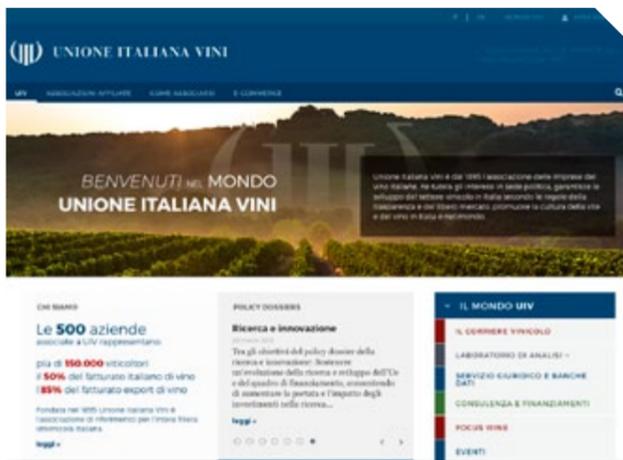
Valentina Argiolas raccoglie il testimone dal Conte Lucio Tasca d'Almerita e viene eletta presidente del Comitato grandi cru d'Italia, l'associazione nata nel 2005 per promuovere il made in Italy enologico all'estero. La nuova presidente, secondo quanto deciso dall'Assemblea dei soci riunita al Vinitaly, **sarà affiancata dal vice presidente esecutivo, Paolo Panerai**, e sarà chiamata a rappresentare circa cento tra le grandi etichette italiane, che da almeno 20 anni producono vini con i più alti rating secondo la media delle principali guide e riviste di settore. Terza generazione dell'omonima cantina sarda, Valentina si è detta onorata della carica: “Dalle piccole cantine alle dinastie del vino, tutte accomunate da una ricerca costante della qualità, di una sostenibilità ambientale, di tutela dei territori e delle denominazioni. Cantine che raccontano la nostra grande bellezza in giro per il mondo”.

## GRANDI MARCHI. Confermato Mastroberardino alla guida

Sarà Piero Mastroberardino a guidare ancora una volta, per il suo secondo mandato, l'Istituto Grandi Marchi. L'assemblea dei soci riunita a Vinitaly ha eletto come consiglieri Albiera Antinori, Michele Bernetti, Pio Boffa, Sandro Boscaini, Michele Chiarlo, Giovanni Folonari, Chiara Lungarotti e Alberto Tasca. **Il presidente onorario è Piero Antinori, alla guida dell'associazione dalla sua nascita fino al 2015.** Non cambiano gli obiettivi dell'associazione: operare con programmi specifici per promuovere il vino italiano di qualità nel mondo. L'Istituto esprime da solo il 7% dell'export vinicolo nazionale, rappresenta 12 regioni e ha organizzato oltre 330 eventi.

## GIV. Dopo 47 anni, Maule lascia la Nino Negri. Arriva Danilo Drocco

Casimiro Maule lascia il timone della Nino Negri (Giv-Gruppo italiano vini), dove l'enologo e storico direttore era approdato nel 1971, dopo essere stato scelto tra i giovani enologi proprio da Carlo Negri, all'epoca proprietario della cantina. Al suo posto arriva Danilo Drocco, cuneese, classe 1965, manager ed enologo d'esperienza nell'universo Nebbiolo, con trascorsi in aziende come Fontanafredda e Prunotto. “Porterò la mia esperienza di trent'anni di lavoro con il Nebbiolo in Valtellina” afferma Drocco “territorio che ha dato i natali a questo grande vitigno, cercando di interpretarlo nella sua versione più alta”. Per il dg del Giv, Roberta Corrà, l'ingresso di Drocco contribuirà ulteriormente “all'evoluzione stilistica dei vini della cantina”. **Tuttavia, Maule (enologo dell'anno per Gambero Rosso nel 2007) non uscirà completamente di scena.** il presidente del Giv, Corrado Casoli, gli ha chiesto di confermar la sua presenza nel consiglio di amministrazione del gruppo. Pertanto, Maule continuerà a mettere a disposizione la propria conoscenza del settore.



## UIV. Il nuovo portale è online. Migliora la fruizione per l'utente

Si rinnova il sito internet dell'Unione italiana vini, organizzazione di settore che riunisce 500 aziende che **rappresentano il 50% del fatturato complessivo del comparto e l'85% dell'export italiano di vino.** Il nuovo portale, grazie a una tecnologia integrata, sarà un agile strumento di comunicazione, consentendo una consultazione degli argomenti più semplice e immediata. Il sito [www.unioneitalianavini.it](http://www.unioneitalianavini.it) prevede anche un accesso unificato a tutti i servizi sottoscritti dagli utenti. La testata *Corriere Vinicolo* e le Banche dati di legislazione, in particolare, saranno consultabili attraverso le credenziali in possesso degli utenti che potranno accedere direttamente in una sezione della homepage.

Ribolla Gialla.

The Queen of Oslavia.



## Primosic Ribolla di Oslavia riserva 2013

Abbiamo catturato il sole, abbiamo imbottigliato il cru. È vera identità, arancio caldo, raro terroir, oro puro.

[www.primosic.com](http://www.primosic.com)

PRIMOSIC  
OSLAVIA

## BILANCI 1. Lungarotti, ricavi sopra 8 milioni e produzione a 2,4 milioni di bottiglie



Ammonta a otto milioni di euro il fatturato 2017 di Lungarotti. La cantina umbra chiude l'anno con 2,4 milioni di bottiglie prodotte e un incremento del 3%. Numeri positivi in un "anno difficile", fa sapere l'azienda penalizzato dalla stagnazione delle vendite dirette e del turismo in Umbria, nel primo quadrimestre, a causa degli effetti del terremoto del 2016. **L'azienda ha operato una riorganizzazione della rete commerciale sul territorio nazionale**, che vale il 60% dei ricavi, consentendo un recupero nella seconda parte dell'anno. Per quanto riguarda le esportazioni, a brillare sono i mercati Usa, Cina e Brasile, che torna a crescere dopo un anno di stasi. Per Olanda, Austria e Thailandia si registra un raddoppio del valore delle vendite. Aperto anche il mercato del Camerun. Le due cantine Lungarotti contano complessivamente su 250 ettari vitati tra la Tenuta di Torgiano (230 ettari) e quella di Turruta di Montefalco (20 ettari), certificata bio dal 2014. Le 29 etichette realizzate sono presenti in circa 50 Paesi in tutto il mondo.

## BILANCI 2. Ruffino, ricavi 2017 superano i 100 mln di euro

Per la prima volta nella sua lunga storia, l'azienda vinicola Ruffino supera i cento milioni di euro di fatturato. Fondata a Pontassieve nel 1877, dal 2011 nella galassia di Constellation Brands, l'azienda toscana registra **nel 2017 una crescita del volume d'affari dell'8% rispetto all'anno precedente**, con risultati operativi (Ebit) che si attestano intorno al 21% del fatturato. Fortemente orientata all'export (93% sui ricavi), Ruffino ha chiuso l'anno con un +11% del mercato italiano. Fuori confine, continua la crescita del principale mercato, gli Stati Uniti (+2%) che da soli valgono 12 milioni di bottiglie. Bene anche il Canada (+15%), dove Ruffino è diventata, fa sapere l'azienda, il primo marchio italiano di vino in assoluto. Tra le strategie premianti negli Usa, l'attenzione al trend di crescita sui vini rosati. L'azienda ha anche siglato un accordo per la gestione agronomica, enologica e commerciale per l'Italia e l'Europa della cantina maremmana La Corsa, grazie a cui Ruffino potrà entrare sul mercato con due rossi toscani che mancavano in portafoglio: il Bolgheri classico e il Morellino di Scansano.



## CORTONA. Tenimenti d'Alessandro lascia la Doc. Dialogo ancora possibile?



La Doc Cortona perde un pezzo. Tenimenti d'Alessandro, a partire dalle annate in uscita a settembre 2018, declasserà, da Cortona Doc a Toscana Igt, l'intera produzione dei vini a base del vitigno Syrah. L'azienda, nata con i fratelli d'Alessandro nel 1967, oggi convertita a biologico e di proprietà della famiglia Calabresi (attiva nel settore del noleggio bus), ha comunicato al consorzio di tutela la propria decisione in una lettera. Filippo Calabresi parla di "scelta sofferta che sancisce una divergenza di visione rispetto alle logiche della valorizzazione del territorio. La decisione non allontana l'azienda dalla sua storia ma la colloca sempre di più nel solo della propria tradizione". **La Doc Cortona è giovane, nata nel 2000, conta circa un milione di bottiglie** (per un 80% a base Syrah), e deve molto al contributo dato dalla Tenimenti d'Alessandro. Il presidente del consorzio, Marco Giannoni, si dice "dispiaciuto per l'uscita dalla Doc di una cantina storica e fondatrice". Divergenze sul disciplinare di produzione potrebbero essere tra le ragioni dell'uscita. "Il dialogo è ancora possibile. Vorremmo" osserva Giannoni "che il confronto fosse costruttivo e che avvenisse nelle sedi opportune". Da ricordare che dal 2016 la Tenimenti ha scelto di non ricandidarsi per un seggio nel consiglio di amministrazione del consorzio. - **G. A.**



**BRILLIANT, STRONG,  
UNBREAKABLE. LIKE YOU.**



**Drink Safe** è la linea di prodotti per vino, birra e cocktail che seduce senza rischi: trasparente come il vetro, ma infrangibile perché creata con tecno-polimeri di ultima generazione. Perfetta per eventi outdoor, sicura per alimenti e riciclabile.

**DRINK SAFE**

Venite a trovarci allo stand di Gambero Rosso - PAD.9 TOSCANA STAND C16

Visita [goldplast.com](http://goldplast.com) e unisciti a noi anche sui social: [#thisisgoldplast](https://www.instagram.com/thisisgoldplast)



**GOLDPLAST**  
premium tableware

## CONCORSI. Wine and Sardinia, presentata la quinta edizione



Quinta edizione per *Wine and Sardinia*, concorso enologico promosso dalla Pro Loco di Sorgono (Nuoro), con il patrocinio del Mipaaf. L'edizione di quest'anno, presentata al Vinitaly, ha annunciato tra i giurati Luca D'Attoma (fondatore di Wine evolution consulting), Emiliano Falsini, enologo toscano e Andrea Moser, enologo della cantina altoatesina Kaltern. Si ritroveranno dal 27 al 29 luglio nel paese del Mandrolisai per assaggiare il meglio della produzione vinicola sarda, assieme ai giornalisti Marco Pozzali e Pierluigi Gorgoni. Info: [www.wineandsardinia.it](http://www.wineandsardinia.it)

### supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli  
 coordinamento contenuti  
 Loredana Sottile  
[sottile@gamberorosso.it](mailto:sottile@gamberorosso.it)

### hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,  
 Servizio giuridico Uiv  
 progetto grafico  
 Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto  
 creativeart/freepik; dashu83/freepik;  
 cocoparisienne/pixabay

### contatti

[settimanale@gamberorosso.it](mailto:settimanale@gamberorosso.it) | 06.55112201

### pubblicità

direttore commerciale  
 Francesco Dammicco | 06.55112356  
[dammicco@gamberorosso.it](mailto:dammicco@gamberorosso.it)  
 resp. pubblicità  
 Paola Persi | 06.55112393  
[persi@gamberorosso.it](mailto:persi@gamberorosso.it)

## ENO MEMORANDUM

21 aprile

**Orcia Wine Festival**  
 San Quirico d'Orcia (Siena)  
 fino al 25 aprile  
[orciawinefestival.wordpress.com](http://orciawinefestival.wordpress.com)

21 aprile

**Vinum Alba**  
 fino al 1 maggio  
[vinumalba.com](http://vinumalba.com)

23 aprile

**"Le Contrade dell'Etna 2018"**  
 Castello Romeo  
 via Montelaguardia, 15  
 Randazzo (Catania)  
 dalle 9 alle 17

28 aprile

**Only Wine Festival**  
 Città di Castello (Perugia)  
 fino al 29 aprile

3 maggio

**Spatium Pinot Blanc**  
 Appiano (Bolzano)  
 fino al 4 maggio  
[spatium-pinotblanc.it](http://spatium-pinotblanc.it)

3 maggio

**Sicilia en primeur**  
 Palermo  
 fino al 7 maggio

6 maggio

**Giornate altoatesine del Pinot Nero**  
 Egna/Montagna (Bolzano)  
 fino al 7 maggio

6 maggio

**Anteprima Vini della Costa Toscana**  
 Real Collegio – Lucca  
 fino al 7 maggio

6 maggio

**Vignaioli Contrari**  
 Rocca Rangoni  
 Spilamberto (Modena)  
 dalle 10.30 alle 19.30

6 maggio

**Docg wine experience**  
 Abbazia di Praglia  
 di Teolo (Padova)  
 dalle 10.00 alle 20.00

12 maggio

**Vulcani**  
 Castello di Lispida  
 Monticelli di Monselice (Padova)  
 dalle 11.00 alle 19.00  
 fino al 14 maggio

15 maggio

**Soave Preview**  
 fino al 20 maggio

sabato 19 maggio

**Vino in Villa**  
 Castello di San Salvatore  
 Susegana (Treviso)  
 fino al 20 maggio

19 maggio

**Mercato Fivi**  
 Cinecittà, Roma  
 fino al 20 maggio

19 maggio

**Spirits & more**  
 Fiera di Roma  
 fino al 21 maggio  
[spiritsandmore.it](http://spiritsandmore.it)

20 maggio

**Terre d'Italia**  
 Una Hotel Versilia  
 lungomare di Lido di Camaiore (Lucca)  
 fino al 21 maggio

## GRANDI CANTINE ITALIANE/VENETO 4



## Le grandi cantine del Veneto



### Zenato

Fraz. San Benedetto di Lugana | via San Benedetto, 8 | Peschiera del Garda (VR)

[www.zenato.it](http://www.zenato.it) | 0457550300

Sulla sponda veneta del Lago di Garda si estendono i 40 ettari di vigneti della tenuta S. Cristina a San Benedetto di Lugana, vocati al Trebbiano di Lugana, e in Valpolicella i 50 ettari della tenuta Costalunga, di cui 35 con i rinomati vitigni corvina, rondinella e oseleta. Nel 1960 Sergio Zenato, con energia e ambizione e animato dal suo profondo legame con il territorio, ha sperimentato nuove tecniche di vinificazione e investito sui vitigni autoctoni, fino ad ottenere vini di qualità altissima. Oggi i figli Alberto e Nadia, con la stessa determinazione, diffondono l'eccellenza dei vini Zenato in oltre 65 paesi del mondo.



### Lugana Sergio Zenato Riserva

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Un bianco che si avvale di un lungo affinamento in legno proprio per esaltarne la longevità. Ha maturità olfattiva e un palato equilibrato e minerale. Provatelo con i ravioli al magro.



### Amarone della Valpolicella CI.

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

I suoi profumi sono dominati da un frutto rosso dolce e polposo che inebria per intensità e nitidezza. Sullo sfondo pepe e cioccolato che anticipano un sorso di grande pienezza e armonia. Abbinamento perfetto: risotto all'Amarone.



### Valpolicella Ripasso Sup. Ripassa

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

I suoi profumi di frutto rosso appassito e spezie trovano sviluppo in un palato di grande sapidità, dove il corpo possente è ben controllato dal tannino. A tavola la sua ricchezza richiama uno spezzatino di manzo.

# Vini d'Italia Worldtour 2018/2019



## 2018

### MARZO

02	NEW YORK - Usa	trebicchieri
06	LOS ANGELES - Usa	trebicchieri
08	SAN FRANCISCO - Usa	trebicchieri
17	DÜSSELDORF - Germany	trebicchieri PROWEIN Special

### APRILE

05	SÃO PAULO - Brazil	Top Italian Wines Roadshow
09	HOUSTON - Usa	Top Italian Wines Roadshow
15	VERONA - Italy	trebicchieri VINITALY Special
25	DUBAI - EAU	Notte Italiana Vini d'Italia Experience

### MAGGIO

07	ZÜRICH - Switzerland	Vini d'Italia Experience
22	SINGAPORE - Singapore	Top Italian Wines Roadshow
24	BANGKOK - Thailand	Top Italian Wines Roadshow
31	HONG KONG - China	Top Italian Wine&Spirits Experience - Vinexpo Special

### GIUGNO

04	SEATTLE - Usa	Top Italian Wines Roadshow
06	VANCOUVER - Canada	trebicchieri
08	TORONTO - Canada	trebicchieri
12	WASHINGTON DC - Usa	Vini d'Italia Experience
14	BOSTON - Usa	Vini d'Italia Experience
20	PARIS - France	Vini d'Italia Experience

### OTTOBRE/NOVEMBRE

TOKYO - Japan	trebicchieri
BEIJING - China	trebicchieri
SHANGHAI - China	trebicchieri
HONG KONG - China	trebicchieri
MOSCOW - Russia	trebicchieri

## 2019

### GENNAIO

STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri
COPENHAGEN - Denmark	Vini d'Italia Experience
BERLIN - Germany	Vini d'Italia Experience
MUNICH - Germany	trebicchieri

### FEBBRAIO

LONDON - U.K.	trebicchieri
CHICAGO - Usa	trebicchieri
NEW YORK - Usa	trebicchieri
LOS ANGELES - Usa	trebicchieri
SAN FRANCISCO - Usa	trebicchieri

### MARZO

DÜSSELDORF - Germany	trebicchieri PROWEIN Special
----------------------	---------------------------------

Sponsor



## FRANCIA. Borgogna, export record. Aspettando la Cité des vins

**L**A CITÉ DES VINS ET DES CLIMATS de Bourgogne in fase di progettazione, da inaugurare nella primavera 2021, gli oltre 20 mila visitatori nella Maison des climats aperta a luglio 2017, le due nuove denominazioni approvate lo scorso anno (Bourgogne Vézelay e Bourgogne Cote d'or). Per i vini di Borgogna è un momento di cambiamenti e di crescita. La vendemmia 2017 ha riportato i volumi complessivi nella norma (1,5 milioni di ettolitri), il 5% sopra la media del decennio 2007-2016. E il mercato si è dimostrato subito più vivace, con scambi a volume sul mercato francese, nel semestre agosto

2017-gennaio 2018, superiori del 20% al primo semestre della campagna precedente, che subiva gli effetti di uno scarso 2016, soprattutto per la Doc Chablis. Per quanto riguarda l'export, che rappresenta il 49% del mercato dei vini di Borgogna, **il terzo anno consecutivo di crescita nel giro d'affari porta il valore totale a 906 milioni di euro** (+10,7%), con volumi a +0,7% che, se si esclude la Doc Chablis, crescono del 6%. I dati del Bureau interprofessionnel des vins de Bourgogne (Bivb) segnalano anche che il 65% dei volumi è fatto da tipologie bianche, anche se i rossi, con il

26% dei volumi valgono il 45% del fatturato. Cosa è successo negli ultimi anni? La Borgogna, già da un decennio, si sta spostando su mercati a più alta redditività: a fronte di un calo di quote in Germania, Svezia e Uk si registra un aumento in Usa, Giappone e Canada. Per quanto riguarda il Crémant de Bourgogne, la Doc vive un buon momento con un incremento a volumi di quasi il 20% nel 2017 (con 7,2 milioni di bottiglie esportate). In Italia, i vini di Borgogna circolanti sono decisamente pochi: il nostro mercato vale lo 0,8% del giro d'affari (7,5 milioni di euro) con appena 529 mila bottiglie. – **G. A.**

### IL MIO EXPORT. Gabriele De Falco – De Falco Vini



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

L'export occupa il 20% della nostra produzione ed è in costante aumento. I Paesi dove esportiamo sono: Giappone, Stati Uniti, Messico, Australia, Inghilterra, Germania, Belgio e Olanda.

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

La rotazione dei nostri prodotti è più costante in Giappone, Australia ed Inghilterra mentre è più lenta nei restanti Paesi. La differenza naturalmente è data dalle dimensioni degli importatori. In questi anni sta diventando sempre più difficile trovare importatori "capaci".

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

La burocrazia diventa sempre più "invadente" e questo sicuramente ci svantaggia nei confronti degli altri Paesi produttori emergenti come il Cile, l'Australia, l'Argentina...

#### 4. COME PROMUOVERETE IL VOSTRO VINO NEI MERCATI INTERNAZIONALI?

Partecipiamo costantemente a Fiere del settore e ad incontri BTB con buyer stranieri.

De Falco Vini | San Sebastiano al Vesuvio | Napoli | defalco.it

NEL PROSSIMO NUMERO  
CAPANNELLE

*Paesi di sbocco per il futuro, fondi Ocm, strategie di crescita, realtà virtuale e aumentata. Sono solo alcuni dei temi di cui si è parlato a Verona, tra una sfilata politica e un giro di bicchieri. E mentre Coldiretti ha lanciato il Comitato di supporto alle politiche di mercato, Valoritalia ha presentato il progetto europeo Internet of Food&Farm 2020*

# Vinitaly 2018. Ecco cosa è successo nei quattro giorni dedicati al vino

▲ a cura di Loredana Sottile

**N**ESSUN MINISTRO DELLE POLITICHE AGRICOLE, tanti “ministri” delle Politiche Agricole. È stato questo il paradosso della 52esima edizione di Vinitaly. Gli ex come Luca Zaia; i dimissionari come Maurizio Martina; quelli ad interim come Paolo Gentiloni; i vice come Andrea Olivero. E poi tutto il corteo di possibili premier e cariche dello Stato: Matteo Salvini, Luigi Di Maio, Maria Elisabetta Alberti Casellati. C'erano tutti a Verona, all'appuntamento più importate per il comparto vitivinicolo. Così, il vino si è ritrovato, suo malgrado, sotto i riflettori della politica nazionale, ma adesso, proprio a quel mondo politico che ha bevuto mediaticamente alla sua fonte, chiede delle risposte che non possono più attendere (vedi approfondimento di pag 22 *Da Vinitaly la filiera chiede di cambiare passo*). Politica a parte, la fiera del vino appena conclusa, è stato un momento importante di riflessione su tanti temi attuali per il settore. Ne abbiamo scelti tre,

che spaziando dagli scambi internazionali alla ricerca tecnologica, ci sono sembrati rappresentativi del momento.

## IL FUTURO DEI MERCATI

Partiamo dalle esportazioni, cui Veronafiere ha dedicato anche l'inaugurazione di questa edizione, con la ricerca *Il futuro dei mercati, i mercati del futuro. Italy first in America?*. Sì, perché l'America di Trump, che nel 2017 ha tanto fatto pensare i nostri produttori (con crescita a rallenti e sorpasso della Francia), è ancora il mercato da presidiare. La contraddizione, evidenziata nell'indagine Vinitaly-Wine Monitor, è che siamo davanti a dei consumatori maturi, in un mercato per nulla maturo. Gli States, infatti, accelerano sui consumi di vino, grazie ai Millennials (69%) e alle metropoli (a New York i wine addicted sono il 71%), ma i margini di crescita sono ancora enormi. I due terzi delle importazioni di vino made in Italy, infatti, si concentrano in cinque soli Stati. Tra le regioni emergenti, si distingue >>



>> il Mid West, con il Minnesota che in dieci anni ha aumentato del 277% l'import tricolore di vino, e l'Illinois che nel decennio ha messo a segno un +98%. Ma cosa manca al nostro vino per fare il grande salto? Non lascia adito a dubbi, la risposta dei consumatori cosiddetti “non user”: 4 su 10 non bevono vino italiano perché non lo conoscono. La denuncia che viene, infatti, dagli stessi consumatori riguarda il deficit nell'informazione del prodotto made in Italy rispetto a quelli degli altri Paesi. Consigli? Puntare la comunicazione verso l'abbinamento cibo-vino (per il 29%), verso l'italian style (18%), verso la narrazione di vino (18%) e territorio (14%), più che sulla singola azienda (8%). Si vanno delineando, poi, nuovi trend di consumo: dal boom degli eno-cocktail ai pre-mixati, fino alla tendenza green. Quest'ultima, ormai la quarta discriminante nella scelta dell'etichetta (11%), dopo brand reputation, varietale e prezzo basso.

“L'approccio al vino negli Usa è decisamente meno integralista e più innovativo rispetto a quello del consumatore me- >>

## I NUMERI DI CHIUSURA DI VINITALY 2018

Come nel 2017, il Vinitaly chiude i battenti registrando complessivamente 128mila presenze, con visitatori da 143 Paesi. Ad aumentare è 'la qualità e il numero dei buyer esteri accreditati che quest'anno registrano un +6% per un totale di 32mila presenze'. Rispetto a un anno fa sono in incremento gli operatori da Usa (+11%), Cina (+34%), Nord Europa (Svezia, Finlandia, Norvegia e Danimarca) con +17%, Paesi Bassi (+15%), Polonia (+27%). Triplicati quelli da Israele. Nei quattro giorni erano presenti oltre 4.380 aziende espositrici (130 in più dello scorso anno) da 36 Paesi. Bene anche "Vinitaly and the City", con quasi 60 mila appassionati e wine lover tra Verona e Bardolino, Valsugana sul Mincio e Soave.

TENUTE DEL CERRO

VINO NOBILE  
DI MONTEPULCIANO  
2014

Un grande  
successo  
che vogliamo  
condividere  
con voi!



» *dio europeo*” ha rilevato il responsabile di Wine Monitor **Denis Pantini** “*Primeggiano, infatti, i cocktail a base di Prosecco (57% dei consumi di vino mixato), i Frosé cocktail (42%) e i Bourbon barrel-aged wine (41%)*”. A tracciare le linee future ci ha pensato **Maurizio Forte** (Ice di New York e coordinatore della rete Usa): “*Gli Usa assorbono già un quarto del nostro export e cresceranno del 4-5% l’anno nel prossimo quinquennio. I nostri prezzi medi, tuttavia, restano ancora bassi, nonostante il 94% dei consumatori ritenga che il vino italiano abbia una qualità uguale o superiore a quello francese. Abbiamo, quindi chiari margini per migliorare*”. Tolti gli Usa, quali sono gli altri mercati a cui guardare? Prova a disegnare una mappa futura delle esportazioni il direttore generale **Giovanni Mantovani**: “*Al di là dell’America che continua ad essere il nostro mercato di riferimento, punterei su tutta l’Asia: dalla Cina alle Filippine, passando per la Corea. Mercati che abbiamo solo iniziato a frequentare, ma dove investiamo ancora poco. Non dimentichiamoci, poi, la Russia, che è tornata a crescere dopo anni bui. Infine, l’Africa, ancora tutta da esplorare. In questi mercati nuovi dobbiamo correre più degli altri. Non ci deve bastare arrivare secondi o terzi: dobbiamo essere i primi*”.

Intanto, Coldiretti, diffondendo i dati (su base Istat) dell’export italiano di vino nel mese di gennaio (+13% a valore, rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente), ha presentato a Verona il neonato Comitato di supporto alle politiche di mercato del vino, che sarà coordinato dall’enologo Riccardo Cotarella e potrà contare sulle competenze del professore Attilio Scienza e del direttore generale di Ismea Raffaele Borriello. Di queste tavole faranno parte anche le aziende Bellavista, Donnafugata, Mastroberardino, Ceretto, Cantina Albino Armani, Cantele, Librandi, Casanova di Neri, Pasetti, Ermacora, Futura 14, Cantine Due Palme.

#### OCM VINO: LE STRATEGIE VINCENTI

Strettamente legata ai mercati, è prepotentemente entrata nell’agenda di Vinitaly anche l’Ocm. Non dimentichiamo, infatti, che sono attualmente in corso le negoziazioni sulla prossima Pac, con la prospettiva preoccupante della riduzione del budget messo a disposizione dall’Unione Europea. A Verona ha fatto il punto sul tema, **Michele Alessi** (Mipaaf), nell’incontro in collaborazione con Ismea Ocm, *il denaro conta*, ricordano che nell’Ocm 2014-2018 l’Italia è stata la »

#### USA IN PILLOLE (dati Vinitaly/Winemonitor)

Il **65%** degli statunitensi (21-65 anni) ha consumato vino nell’ultimo anno, il 39% vino mixato

**New York (71%) e millennials (69%)** le incidenze maggiori nei consumi. I millennials (48%) californiani (45%) hanno bevuto più vino mixato

La birra è ‘divertimento/convivialità’ (28%) e ‘monotonia’ (11%). Il vino ‘relax’ (19%) e ‘status symbol’ (12%)

‘Prezzo basso’ (18%) ‘varietale’ (16%) e ‘brand reputation’ (15%) sono i principali criteri di scelta

Il **28%** ha bevuto vino italiano lo scorso anno, il 36% a New York, il 32% in California, il 34% tra i millennials

» nazione cui è andata la quota maggiore delle risorse: 28%, seguita da Spagna (27%) e Francia (23%). Il plafond italiano è stato, pertanto di 1,3 miliardi di euro che il nostro Paese ha usato principalmente per la ristrutturazione (158 milioni di euro l’anno), con in testa Sicilia, Veneto e Toscana. Cento milioni l’anno sono andati, invece, alla promozione, con caso emblematico la Valle d’Aosta, che ha usato il 100% delle risorse per questa misura. Ma la domanda è: perché l’Europa dovrebbe continuare a dare queste risorse? Ci sono dei ritorni tali da giustificarli? “*Ci sono prima di tutti i dati sulla superficie, che dal 2015 in poi vede un incremento di circa 6 mila ettari annui*” dice Alessi “*Inoltre, per l’Italia la stabilità di produzione è corrisposta ad una crescita del valore*”. Senza dimenticare l’incremento delle esportazioni, che nel 2017 hanno raggiunto quota 6 miliardi di euro.

Il futuro, però, è tutto da costruire. In attesa di sapere se le negoziazioni sulla Pac porteranno gli esiti sperati (senza tagli ai fondi da assegnare), è necessario avere le idee chiare sulle strategie da adottare per rendere sempre più proficuo l’utilizzo di questi fondi. Le linee guida sono state illustrate a Verona dal professore **Eugenio Pomarici** del Cirve. “*In*

**Tradizione’ e ‘relax’** sono i sinonimi del vino italiano; ‘eleganza’ e ‘creatività’ per quello francese

**Non conosco il vino italiano’ (37%)**, ‘costa troppo’ (22%) ‘preferisco i vini americani’ (21%) tra i motivi dei non user (72%) del prodotto made in Italy

**Qualità’ (52%) e ‘versatilità’ (45%)** i punti di forza del vino italiano rispetto ai concorrenti. ‘Promozione/pubblicità’ (51%) e ‘prezzo’ (40%) i punti di debolezza

L’**88%** di chi consuma vino italiano è disposto a pagarlo di più (93% i millennials)

**‘Biologici’ (25%), ‘flavoured’ (23%), ‘autoctoni’ (22%), ‘sostenibili’ (20%), ‘sparkling’ e ‘premium’ (15%) i trend a 5 anni.** Il packaging sarà ecosostenibile (46%)

*futuro*” ha detto “*sarà necessario avere delle strategie di sviluppo regionale ben differenziate per fascia di prezzo, ricordandoci che l’Italia, al contrario ad esempio delle Francia, non è specializzata in vini di fascia alta. Dobbiamo, quindi mettere da parte l’idea che nei prossimi 10 anni si venderanno solo Brunello o Barolo. È vero che è in atto una premiumizzazione dei consumi, ma bisogna considerare il valore (oggi basso) da cui si parte. Insomma, i cosiddetti vini economici non scompariranno affatto*”. Anzi, se si vuole essere competitivi sui mercati, si dovrà sviluppare delle strategie specifiche per ogni tipologia di vino. “*In particolare*” ha spiegato il professore “*Per i vini di alto prezzo, bisogna coltivare un esprit de finesse, puntare sull’enologia varietale/territoriale, avere accesso a canali di distribuzione elitari e dotarsi di un soft chic branding. Diverso il discorso per i vini di fascia media, dove occorre creare relazioni con i grandi buyer; investire in logistica e cool branding; puntare a quello che viene definito esprit geometrique. Lo stesso che è necessario per la promozione e dei vini economici, insieme all’ottimizzazione delle varie fasi e allo smart branding. La politica*” chiosa Pomarici “*oggi ha il compito di superare la discontinuità. No al paradigma unico. Bisogna lavorare dando legittimità e dignità a tutte le fasce di prodotto, adottando, in base a queste, strategie multicanale*”.

## » INTERNET OF THINGS IN VIGNA

Dai fondi europei allo sviluppo delle nuove tecnologie, il passo è breve. Mai come quest'anno l'argomento Internet of Things ha trovato tanto spazio all'interno della Fiera di Verona. Parliamo di un fenomeno sempre più diffuso nel mondo, per il quale si stima complessivamente un giro d'affari di 3 mila miliardi di dollari entro il 2020, e che solo in Italia vale 2,8 miliardi di euro. In particolare, per quel che riguarda le cantine si è parlato delle sue applicazioni pratiche, sia dal punto di vista dei controlli, sia di quello della produzione vitivinicola.

Per quanto riguarda quest'ultimo ambito, ha affrontato l'argomento da un punto di vista più scientifico, L'Informatore Agrario, chiamando in causa il professore **Attilio Scienza**. "L'Iot" ha detto quest'ultimo "è l'unica vera rivoluzione del settore dopo quella dovuta alla fillossera. E questa volta nessuna parte della filiera ne rimane esclusa". Il processo, tuttavia, non è estraneo a ostacoli, come ricorda Scienza: "La viticoltura italiana ha una forte parcellizzazione dei vigneti e una classe agricola anziana, che raramente va d'accordo con le nuove tecnologie. Dobbiamo, dunque, coinvolgere la cooperazione e i contoterzisti. Nei prossimi anni, il prezzo medio del vino non aumenterà, per cui l'unica possibilità per i viticoltori è aumentare la produttività, ridurre i costi e rendere le aziende più efficienti, anche grazie all'Internet delle Cose". Secondo i dati presentati dalla rivista, in Francia, l'utilizzo dell'Iot per la mappatura del vigore vegetativo ha consentito di risparmiare dal 10 al 30% sui costi per la fertilizzazione e migliorato l'efficienza nella selezione dei lotti, con l'attribuzione del rosé a quelli con maggiore vigore, dei rossi corposi a quelli di vigore moderato, e dei rossi fruttati quelli di minore vigore vegetativo. Passando alla parte controlli, è stata Valoritalia a intervenire sul tema, presentando a Verona il programma finanziato dall'Unione Europea "Internet of Food&Farm 2020 (Iof2020)": un investimento di 35 milioni di euro (30 milioni dall'Ue, 5 dagli sponsor) per 71 partner, 19 sperimentazioni già sparse in tutta Europa e una durata di 4 anni. Il progetto mette insieme realtà virtuale e realtà aumentata per semplificare - tra le altre cose - il sistema dei controlli in cantina. Immaginiamo di indossare occhiali 3D ed entrare virtualmente dentro una cantina in cui poter interagire tramite joystick con gli oggetti presenti (a Verona Tre Bicchieri ha avuto la possibilità di provare l'esperienza). Al di là dell'effetto scenico, tra le applicazioni pratiche pensiamo alla possibilità per un ente certificatore (ma anche per



lo stesso enologo della cantina) di misurare il vaso vinario o controllare le temperature. "Valoritalia ha da subito creduto all'iniziativa" ha detto il presidente **Giuseppe Liberatore** "Ormai siamo consapevoli che non esiste solo l'industria 4.0: anche il nostro settore è entrato in quella che possiamo definire agricoltura 4.0". Il caso studio Iot come strumento di certificazione e di comunicazione Valoritalia, verrà sviluppato in tre cantine biologiche presenti in Franciacorta, a Trento e nelle Marche. "Con questo progetto" ha spiegato **Matteo Balderacchi** di Valoritalia "potremo superare l'era dei fascicoli cartacei e delle misurazioni manuali, dotando l'ispettore di strumenti hi-tech costantemente connessi con il Sian e con i sensori posizionati in cantina". Non solo. "Realtà virtuale e aumentata" continua Balderacchi "rappresentano un binomio strategico anche per le aziende. Pensiamo agli agronomi che possono, così, interrogare la stazione meteo per essere informati sulle condizioni climatiche. O all'ufficio commerciale, che può consultare le giacenze di magazzino anche da remoto. O, ancora all'enologo, che può interrogare i sensori delle vasche per conoscere volume e temperatura, senza entrare fisicamente in cantina. In ultima analisi, in futuro, non è escluso che la ricostruzione virtuale della cantina possa consentire a buyer, importatori e consumatori di camminare nel vigneto, visitare l'azienda, scegliere i vini da degustare, magari rimanendo fermi dentro uno stand di VeronaFiera". Siamo nel campo del futuribile, certo, ma se il prossimo passo fosse un Vinitaly totalmente virtuale? Dopotutto, le vie della tecnologia sono infinite.



## Gli specialisti dei formaggi DOP e tipici italiani



castelligroup.com

*Compatte le associazioni del vino, nel richiedere un'attenzione più assidua allo sviluppo del settore: dalla ricerca scientifica alla promozione all'estero. Il presidente Gentiloni rassicura: "Stiamo lavorando ai decreti attuativi. Bando Ocm pronto tra pochi giorni". E invita a continuare sulla strada del commercio libero*

## Da Vinitaly la filiera chiede di cambiare passo

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

**I**NVESTIMENTI IN TECNOLOGIE, SEMPLIFICAZIONE delle procedure, strategie promozionali mirate per la valorizzazione della cultura del vino made in Italy e del bere responsabile, ricerca scientifica. Queste le richieste durante il consueto incontro che, a Vinitaly, mette a confronto tutti i vertici delle associazioni del settore. L'incontro, aperto dal presidente di Veronafiere Maurizio Danese, ha visto la partecipazione del presidente del Consiglio uscente Paolo Gentiloni e del vice ministro delle politiche agricole Andrea Olivero. Ma entriamo nel vivo dei temi sul tavolo. **Massimiliano Giansanti**, presidente di Confagricoltura, ha sottolineato che "le aziende del settore rispondono attivamente agli stimoli proposti dalle moderne tecnologie, ma occorre sostenere il loro lavoro con contesti normativi efficienti e le opportune semplificazioni amministrative". Un concetto che è stato ribadito da **Dino Scanavino**, presidente della Cia,

che ha richiesto "strumenti strategici per la competitività attraverso cui le imprese possono sostenere investimenti, promuovere all'estero i loro prodotti e valorizzare la componente sostenibile e paesaggistica del vino. L'Ocm vino" ha poi proseguito "è un'esperienza importante e vincente che va difesa e rafforzata nella prossima riforma della Pac".

Secondo **Ruena Santandrea**, coordinatrice vino dell'Alleanza cooperative agroalimentari, "Negli ultimi anni stiamo assistendo all'adozione di tecniche sempre più sostenibili per provare anche a mitigare gli effetti dei cambiamenti climatici. Ma gli sforzi da soli non bastano: è necessaria una ricerca scientifica diffusa e condivisa, che sia in grado di fornire soluzioni concrete ed efficaci. Ostacolare o rifiutare la ricerca e il progresso scientifico, in nome di una tradizione intoccabile, è un rischio che non possiamo permetterci". Un appello a diffondere la cultura e il nostro approccio al vino è venuto da **Ernesto Abbona**, presidente Uiv: "Il vino e la sua cultura rispecchiano il nostro Paese in maniera totale. Come filiera, abbiamo il dovere di impegnarci sul fronte del consumo responsabile e di contrastare la demonizzazione del vino che >>



### FEDERVINI, I CINQUE NODI

Sono cinque, per la Federvini, i nodi da sciogliere "per garantire trasparenza, qualità e semplificazione burocratica". Il primo non può non essere il Testo unico del vino, al quale ancora mancano importanti decreti attuativi: schedario, analisi e controlli, contrassegni. Il secondo punto: è la nomina dei membri del Comitato vini del Mipaaf (oltre 50 le richieste di modifica di disciplinare in attesa). Terzo punto: la promozione nei Paesi terzi coi fondi Ocm su cui pesano la riduzione dei fondi 2016 e il ritardo del bando 2017. Quarto punto: i dazi e il protezionismo su cui la federazione presieduta da Sandro Boscaini chiede l'impegno del futuro governo per garantire la libera circolazione delle merci. Quinto punto: il riassetto dei conti pubblici, che dovrà essere realizzato con manovre fiscali ponderate senza danneggiare settori trainanti come il vino.

>> potrebbero danneggiando l'immagine del nostro prodotto e quindi il nostro export", mentre **Sandro Boscaini**, presidente Federvini, ha sottolineato l'importanza di "concentrare le energie sul valore dei nostri territori, delle produzioni vitivinicole e dei nostri prodotti, nei mercati internazionali. Per farlo, però, è necessario migliorare il sistema di promozione dei nostri vini, evitando gli errori del recente passato". Secondo **Riccardo Ricci Curbastro**, presidente Federdoc, c'è bisogno "di strumenti idonei da parte delle istituzioni per far crescere le nostre denominazioni sui principali mercati target, ma bisogna proteggerli dalle usurpazioni e dalle contraffazioni che avvengono, proprio sui mercati più strategici".

**Renato Defilippi**, vice presidente di Assoenologi, ha toccato l'annoso tema della burocrazia che colpisce in modo particolare i tecnici del settore: "Chiediamo un serio impegno nella semplificazione. Dell'ambiente vitivinicolo abbiamo una visione di un settore da controllare, frutto di trascorsi negativi che la storia e l'evoluzione qualitativa dei nostri prodotti hanno oggettivamente superato. Chiediamo che ci venga riconosciuto anche a livello legislativo il ruolo di garante e di

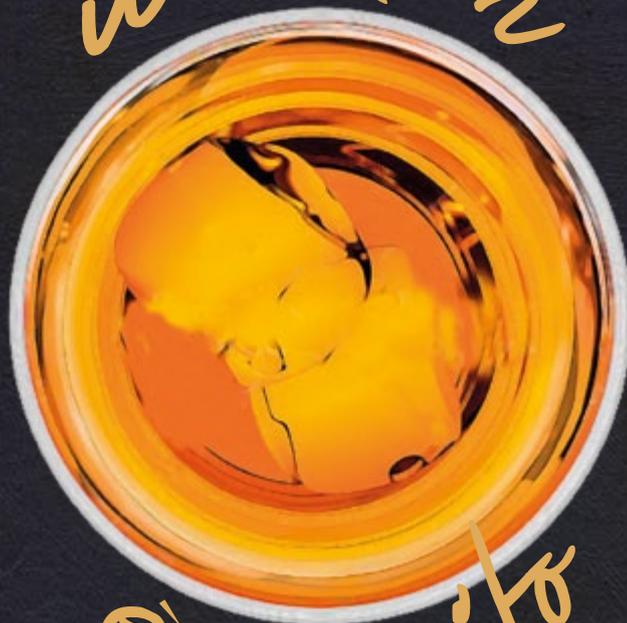
responsabile di produzione, al pari della fiducia che molti imprenditori ci riconoscono per la programmazione dei loro investimenti". Sono, inoltre, intervenuti nel dibattito Joao Onofre, capo unità vino della Commissione Europea; Felice Assenza, direttore generale Politiche Internazionali del Mipaaf e Paolo De Castro vice presidente della Commissione agricoltura del Parlamento Europeo, tutti concordi nel ribadire il sostegno al settore e alle sue richieste.

A chiusura dei lavori l'intervento del presidente del Consiglio, **Paolo Gentiloni** che ha annunciato "la prosecuzione dell'impegno, nel tempo che rimane al Governo, per il varo dei decreti attuativi del Testo Unico e in particolare su alcuni dei 28 decreti si cui stiamo ancora lavorando e del bando Ocm che uscirà nei prossimi giorni. Nell'ambito dell'internazionalizzazione delle imprese" ha poi proseguito "è prioritario sostenere, con la diplomazia, la penetrazione sui mercati esteri del made in Italy. È necessario che gli scambi proseguano senza dazi, chiusure o tariffe, ma con la tutela dei prodotti originali di cui il nostro Paese ha bisogno".

GAMBERO ROSSO®

Ron  
*Zacapa*  
Centenario

*il Rum*



*è servito*

RON ZACAPA E LA CREATIVITÀ DI 11 CHEF  
PER UN INCONTRO ALL'INSEGNA DEL GUSTO

I PROSSIMI APPUNTAMENTI:

MISERIA E NOBILTÀ - Chef MARIASSUNTA  
PALAZZO E LUCA EMANUELE  
Campobasso - Via Sant'Antonio Abate, 16

BELLAVISTA - Chef ROBERTO CAMPO  
Messina - loc. Torre Faro - Via Circuito, 126

INKIOSTRO - Chef TERRY GIACOMELLO  
Parma - via San Leonardo, 124

DIMORA ULMO - Chef MICHELE CASTELLI  
E VIRGINIA CARAVITA  
Matera - Via Pennino, 28

AL CONVENTO - Chef PASQUALE TORRENTE  
Cetara (SA) - Piazza S. Francesco, 16

CASA VICINA - Chef CLAUDIO VICINA  
Torino - Via Nizza, 224

