



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



DAL WINE BUSINESS FORUM DI MILANO 21 IDEE PER IL VINO ITALIANO

EXPORT

In Usa vino italiano fermo. Mantovani (Veronafiere) mette in guardia: servono nuove strategie

pag. **4**

CONSORZI

Cambiare nome e tipologie? Così la piccola Doc Pinerolese prova a rilanciarsi

pag. **6**

TERRITORI

Sannio Falanghina sarà la Città europea del vino 2019. Approvato il dossier

pag. **12**

MWW

Big data e basket bond tra gli strumenti per migliorare il sistema. Le richieste al Ministro

pag. **18**

DENOMINAZIONI

Spunta l'idea di una Dcog per la Ribolla di Oslavia. Ecco la proposta di disciplinare

pag. **24**

LA FOTONOTIZIA



SE IL VINO SI FA IN CITTÀ. ANCHE MILANO ADESSO HA LA SUA CANTINA URBANA

C'è grande fermento in questi giorni a Milano, diventata capitale del vino grazie alla Wine Week. Ma se il ruolo di questa città è sempre relativo alla commercializzazione e non alla produzione, l'inaugurazione della prima Cantina Urbana (che è un marchio registrato) è arrivata a colmare questo "vuoto". Siamo in zona Naviglio Pavese (via Ascanio Sforza) in un ex fabbrica di conduttori di gas e dietro il progetto c'è Michele Rimpici, che conosce bene il mondo del vino, grazie alle esperienze da SignorVino e Cavit. La sua idea viene da lontano. E nello specifico nei progetti già inaugurati all'estero, come Brooklyn Winery, Renegade London e Les Vignerons Parisiens. Per l'Italia, invece, è la prima volta. **La prima volta che dentro le aree urbane di una grande città viene aperta una cantina** (*"All'Isqrf siamo registrati come "Stabilimento enologico, vendita e somministrazione"*) che, oltre a produrre vino, accoglierà i consumatori che potranno degustare, comprare la propria bottiglia o anche partecipare ai tanti eventi previsti in calendario. Ad "arredare" lo spazio: 5 anfore, 5 barrique, 9 tini in acciaio, ma anche pigiatrice e impianto di imbottigliamento. Ogni bottiglia diventa così "taylor made", nel senso che il cliente può riempirla direttamente dalle botti, tapparla e, poi, etichettarla. Chiaramente nessuna indicazione geografica in etichetta, ma solo genericamente "Vino Rosso" e "Vino Bianco" di Cantina Urbana. Allo sfuso si aggiungono, poi, le linee di alta gamma: selezioni di vini già imbottigliati e vini in anfora (da uve Croatia e Barbera) sotto l'etichetta Naviglio. Prezzi? Da 5 a 30 euro. Per una capacità produttiva di 25mila bottiglie. Le uve al momento verranno da sei regioni italiane: Lombardia, Toscana, Veneto, Emilia Romagna, Trentino e Sicilia. E da cantine selezionate per lo più biologiche. *"Ma anche in questo caso"* spiega Rimpici *"non possiamo dichiararlo in etichetta"*. Dentro la Wine Collective di Cantina Urbana ci sono anche l'enologo Valentino Ciarla, i cantinieri Francesco Priore e Denis Monelli, la gastronomo Chiara Bettini e la responsabile accoglienza Martina Venturini. *"Siamo sicuri che l'idea piacerà ai milanesi"* dice l'ideatore *"e noi saremo qua ad attenderli tutti i giorni"*. Esclusa la domenica. **L.S.**

foto di Cantina Urbana

EXPORT. In Usa vino italiano al palo. Bene solo gli sparkling. L'allarme del dg di Veronafiere: "Cambiare strategia"

Attenzione a non perdere di vista l'obiettivo export. È un po' questo il monito lanciato dal direttore generale di Giovanni Mantovani, che a Milano ha convocato 40 produttori vitivinicoli per analizzare gli ultimi dati del commercio fuori confine e rivelare le prossime attività di Vinitaly. "Siamo sempre più convinti" ha detto "che il vino italiano abbia bisogno di una scossa per incrementare le proprie performance all'estero, specie ora che sul mercato interno si riscontra un nuovo calo dei volumi venduti nella Gdo. Vinitaly farà la sua parte, ma serve un upgrade nel modo di fare internazionalizzazione che parta dal governo del settore, dove per fortuna il ministro Centinaio mostra di avere le idee chiare". È vero che l'Italia è uno dei player che è cresciuto di più nell'ultimo decennio, ma come ricorda Mantovani "non basta. Il nostro osservatorio" ha proseguito "ci segnala nei primi 7 mesi di quest'anno una crescita in valore rallentata se confrontata con gli altri top player mondiali". Nel mirino dei Paesi obiettivo ci sono soprattutto Stati Uniti e Cina, mercati dove, però, adesso occorre essere ancora più incisivi. "Secondo le dogane" continua il dg di Veronafiere "nei primi 8 mesi di quest'anno c'è stata una brusca frenata nelle importazioni dagli Stati Uniti, dove il nostro mercato è di fatto in recessione, mentre la Francia nello stesso periodo cresce bene". E, infatti, l'Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor, mostra un vino italiano fermo a +0,7% a valore nel secondo quadrimestre, per un corrispettivo di 1,11 miliardi di euro. Un indicatore che assume maggior rilevanza se accostato al forte rialzo francese (+8,2%, a 1,18 miliardi di euro), in controtendenza rispetto a un valore globale delle importazioni di vino che vira in negativo (-0,6%). **A tenere a galla il vigneto Italia sono ancora una volta gli sparkling con un ulteriore balzo del 16,3%**, con gli champagne transalpini in calo del 5,2%. Succede, invece, l'inverso nella categoria vini fermi (che rappresenta i 3/4 delle importazioni statunitensi), dove l'Italia perde a valore il 2,9%, mentre la Francia vola a +15,1%.



Fonte: Osservatorio Vinitaly Nomisma Wine Monitor su base dogane



Per Vinitaly fine anno internazionale

Un wine2wine rinnovato nella forma e nella sostanza; un nuovo premio - il Vinitaly Trade Award - che celebra i campioni internazionali della distribuzione nel mercato Horeca; le tappe in Cina, Canada e Russia. È questo il "piano d'attacco" varato da Vinitaly per accelerare sulle rotte internazionali. Nello specifico, sarà "Sharing business ideas", il claim di wine2wine, il forum internazionale in programma a Verona il 26-27 novembre prossimi. Che quest'anno sarà sempre più centrato sul networking, con la partecipazione di 60 speaker, di cui oltre la metà esteri. Tra i temi da affrontare: la comunicazione dei brand di lusso; come costruire una wine community in Cina; il volto mutevole del 'direct to consumer' per i vini Super Premium negli Stati Uniti; enoturismo: norme ed opportunità. Il nuovo premio - Vinitaly Trade Award - è, invece, un modo per riconoscere il ruolo di chi in Italia o all'estero si è distinto nel settore della distribuzione e del posizionamento commerciale del vino, dei liquori e dei distillati, con particolare riguardo ai buyer e ai responsabili degli acquisti per il settore Horeca.

PILLOLE DI NEUROMARKETING. L'attenzione e le etichette del vino



I nostri sensi sono bombardati da una gran quantità di informazioni. I consumatori sono esposti mediamente a 11 milioni di bit al secondo, che interessa soprattutto il nostro senso visivo, e a una media tra 3 e 5 mila pubblicità al giorno. Il visual marketing, l'uso strategico di segni e simboli visivi per comunicare il messaggio, oltre a promuovere la brand identity, ha un ruolo fondamentale nel rendere più efficaci le vendite. I nostri sensi analizzano tutte le stimolazioni, ma non abbiamo né le energie, né l'organizzazione cerebrale per percepire consapevolmente tutte le informazioni. La capacità umana si ferma a 50 bit, disperdendo il resto (Wilson, 2002). Pertanto, non attira l'attenzione tutto ciò che è davanti ai nostri occhi ma solo ciò che riesce ad "uscire" dagli scaffali o rimanere in memoria, grazie a specifici accorgimenti visivi, come la grafica dell'etichetta, forma, dimensione, texture, colori, caratteristiche del punto di vendita. Nello sviluppo di stimoli efficaci, un ruolo importante è attribuito a neuromarketing ed eye tracking (che misura il movimento oculare). Confrontiamo due etichette, una vecchia ("Old" - verde) e una nuova ("New" - blu). Come si evince dalla figura, nell'analisi degli elementi attrattivi in soli 6 secondi, i primi sono per di più guidati dall'attenzione Bottom-Up. La prevalenza del verde indica che l'attenzione è stata rivolta alla bottiglia "Old" a sinistra, per via della salienza dello stimolo e della posizione. Infatti, si rileva un errore visivo (bias) determinato dall'abitudine a guardare con maggiore intensità ciò che è alla sinistra del campo visivo, per l'abitudine di lettura (da sinistra a destra). Tuttavia, dopo una fase di orientamento, entrano in gioco le variabili grafiche per guidare l'attenzione e preferenza. In questo caso, la prevalenza del blu indica che gli elementi grafici dell'etichette di destra sono stati in grado di generare attenzione. È, questo, un semplice metodo di studio dell'etichette che, però, potrà rendere sempre più efficace la comunicazione del vino.

– Vincenzo Russo, Coordinatore Centro di Ricerca Neuromarketing Behavior and Brain Lab Iulm



GIAPPONE. L'Italia guadagna posizioni. Starace: "Pronti ad affrontare la concorrenza"



"L'Italia è pronta a fare la sua parte in vista dell'apertura totale del mercato nipponico, grazie all'accordo di libero scambio, quando le bottiglie di vino saranno tra i primi prodotti ad avere un azzeramento delle tariffe". Lo ha detto Giorgio Starace, ambasciatore italiano in Giappone, che ha tracciato un primo bilancio della campagna promozionale 'Seimila anni di vino italiano', in corso in diverse città del Paese asiatico. Un nome che prende le mosse dal ritrovamento nel 2017, in Sicilia, sul Monte Kronio (Sciaccia) di giare per il vino. "Stiamo crescendo sempre di più" ha aggiunto Starace "e intendiamo prendere una grossa fetta di questo mercato perché la qualità dei vini italiani non è seconda a nessuno". I numeri

del primo semestre 2018 sono positivi: **il valore dell'export vitivinicolo italiano in Giappone è cresciuto del 14,2%, a un ritmo più sostenuto della concorrenza**, dopo il +10,2% del 2017. L'Italia, in particolare, ha raggiunto il Cile al secondo posto tra i paesi esportatori in Giappone, con il 16,1% della quota di mercato, avvicinandosi alla Francia, che guida la classifica con oltre il 40 per cento. Sul mercato nipponico, il vino italiano ha la possibilità di fare ancora meglio, dal momento che è considerato un vino da intenditori ed è meno diffuso a livello popolare. In ogni caso, l'interesse per la campagna promozionale è in aumento, come ha sottolineato **Aristide Martellini**, direttore dell'Ufficio promozione scambi dell'Ambasciata d'Italia, con 68 nuovi eventi ufficiali registrati su tutto l'arcipelago quest'anno e aspettative di un ulteriore sviluppo in vista delle Olimpiadi di Tokyo del 2020. "L'Italia" ha concluso Starace "ha il passato, la ricchezza dei vitigni: quello che i nostri competitor non possono esibire. Siamo molto ambiziosi e intenzionati a batterci duramente con la concorrenza".

PINEROLESE DOC. I produttori piemontesi puntano a nuove tipologie, mentre si discute su un cambio di nome.

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Nuovo disciplinare, alta qualità, vini di nicchia. Tre direttrici che la Doc Pinerolese sta cercando di percorrere per muoversi al passo coi tempi e intercettare il mercato. Questa denominazione del Piemonte, tra le province di Torino e di Cuneo, si sta scrollando di dosso un ventennio difficile che, paradossalmente, è stato registrato dopo l'ottenimento della Doc nel 1997, anni in cui, in funzione di un rilancio, si scelse di ampliare la gamma delle denominazioni dell'area attorno al capoluogo sabauda, inserendo anche Valsusa, Canavese, Collina Torinese. Più di un secolo

fa, questa zona collinare, tra le pianure e il Monviso, contava oltre 20 mila ettari. Poi, la fillossera, il forte sviluppo della grande industria manifatturiera a Torino, con la conseguente fuga dalle campagne, cambiarono le carte in tavola. Nel Pinerolese, l'attività vitivinicola si è mossa, quindi, con meno alti e più bassi, divenendo una viticoltura a prevalenza hobbistica, tranne poche eccezioni. La forte concorrenza anche interna alla regione, unita alle difficoltà economiche incontrate dalla grande cooperativa sociale di Bricherasio, che con 58 soci deteneva oltre metà delle produzioni, hanno fatto il resto. La

cantina, nel 2013, è stata rilevata da Vignaioli Piemontesi. "Abbiamo acquistato perché crediamo nella viticoltura di questo territorio" afferma **Andrea Gamba**, responsabile per la Vignaioli Piemontesi delle produzioni a Bricherasio: "Qui c'è una storia che rischiava di andare persa. In questi anni, abbiamo lavorato a educare i soci alla qualità e ci stiamo riuscendo, anche attraverso strade nuove, come i rosati ottenuti dalla combinazione di autoctoni, come *Doux d'Henry* o *Chatus*, e i classici *Barbera*, *Freisa* e *Dolcetto*, anche se non sono vini rivendicati a Doc Pinerolese, come invece accade per *Bonarda* e *Rosso Doc*".

DOC PINEROLESE - DATI PRODUTTIVI 2013/2017 - confronto annate

annata	superficie rivendicata mq	produzione uva kg	vino potenziale lt	vino imbottigliato	fascette vendute
13/14	351614	242525	169771	58075	62344
14/15	241576	124685	87281	74582	81703
15/16	188707	79223	55459	52601	69796
16/17	290974	203457	142423	61319	61678
17/18	301452	190904	133633	n.d	n.d.

fonte: Consorzio di Tutela su dati Camera di Commercio di Torino

GLI AUTOCTONI. Un obiettivo, quello del miglioramento qualitativo, su cui punta il Consorzio di tutela della Doc Pinerolese, presieduto da **Luca Trombotto**, che oggi conta 21 soci (metà dei quali rivendicano la denominazione): "Il rilancio passa sia dal nuovo ruolo della cantina di Bricherasio sia dal lavoro dei produttori piccoli o medio piccoli. Per il futuro, stiamo ragionando su una modifica al disciplinare che faccia entrare dei vitigni piemontesi, come il *Nebbiolo*, che oggi non si possono vinificare in purezza. È chiaro che per fare buona qualità andrebbe, a mio avviso, legato alle zone più vocate". Altra strada è rappresentata dagli autoctoni, quella nicchia che alcune cantine custodiscono gelosamente da tempo. "Anche questi, assieme ad altri" aggiunge Trombotto "sono una chiave di rilancio in un mercato assetato di novità". Il Pinerolese, che nel 1881 alla Esposizione ampelografica forniva a Torino la gran parte degli oltre 300 vitigni autoctoni, è terra del *Ramie* e del già citato *Doux d'Henry* (nome legato dai primi del 1600 al re francese Enrico IV).

IL NOME. Cambiare nome alla Doc potrebbe essere, secondo alcuni soci, una soluzione per trovare nuova linfa e ripartire con in mano una novità importante. Ma se sul miglioramento dei vini le voci sono concordanti, la discussione è aper-

ta su quale termine individuare. Se una parte dei soci pensa a un nome che comprenda un'area vasta (si parla di Monviso), un'altra guarda al legame storico del ramo delle famiglie Savoia-Acaja col territorio. Qualcosa, comunque, si muove.

I NUMERI. I segnali positivi per il territorio arrivano dai numeri. Oggi, le superfici rivendicate a Doc sono 30 ettari e sono tornate ad aumentare dopo gli appena 18 ettari registrati nel 2015 (nel 2010, si contavano 67 ettari vitati e 230 mila bottiglie). In crescita anche i soci aderenti al consorzio. Tra le new entry, la Cantina Bea di **Franco Romano**, prima imprenditore edile e poi vitivinicolo: "Gli autoctoni sono una risorsa, ma occorre impegnarsi nella promozione e fare comunicazione all'estero. Di sicuro, non bisogna svendere la Doc che, considerati i costi di produzione, non deve stare sotto i 7 euro a bottiglia. Qualcosa qui sta cambiando, anche la ristorazione chiede più Pinerolese rispetto a prima". Lo conferma **Franco Turaglio** (ristorante La Nicchia), uno dei più assidui sostenitori delle eccellenze locali: "Grazie a una ricerca costante della qualità dei vini, quest'area sta rialzando la testa. Il consorzio dovrà lavorare per portare in alto il livello dei prodotti, che il circuito della ristorazione deve saper promuovere". Un suppor-

Raccolta fondi

Claudio Rivoira, ex presidente della cantina di Bricherasio e membro della vignaioli Piemontesi, è scomparso prematuramente nei giorni scorsi a 55 anni. La Vignaioli ha costituito un comitato e ha promosso una raccolta fondi per sostenere gli studi dei tre figli, con una borsa di studio annua. Le donazioni possono essere fatte sul conto di Banca Unicredit e intestato a «Eredi di Claudio Rivoira». IBAN: IT 44 I 02008 22502 000105369312.

to al lavoro del consorzio sta arrivando dalla Scuola Malva Arnaldi, istituto di formazione e sperimentazione in agricoltura, che ha recuperato decine di vitigni autoctoni e che aderisce al consorzio con la sua cantina. **Dario Possetto**, responsabile per la parte vitivinicola, parla di opportunità per la Doc dall'inserimento dello spumante: "Sarebbe un'arma in più per i produttori, ad esempio dai vitigni *Preveiral* o *Blanchet*, così come sarebbe utile il via libera al Pinerolese *Nebbiolo* o l'introduzione delle tipologie bianche da *Malvasia Moscata* in purezza. In ogni caso, il disciplinare andrà rinnovato". Discussione aperta, quindi. E territorio di nuovo in fermento.

TERRITORI. Il "Sannio Falanghina" sarà Città europea del vino nel 2019

Il territorio del Sannio Falanghina sarà Città europea del vino 2019. Il via libera definitivo da parte di Recevin è arrivato da Bruxelles mercoledì 10 ottobre. Approvato, quindi, il dossier elaborato dai cinque Comuni campani di Castelvenere, Guardia Sanframondi, Sant'Agata dei Goti, Solopaca e Torrecuso, che è stato presentato il 25 settembre scorso. Recevin è la rete europea della Città del vino ed è formata dalle associazioni nazionali presenti negli 11 Paesi membri (Germania, Austria, Bulgaria, Slovenia, Spagna, Francia, Grecia, Ungheria, Italia, Portogallo e Serbia) per un totale di quasi 800 città europee. Dal 2012, Recevin assegna il ruolo di capitale della cultura enologica ogni anno a un Paese diverso, ponendolo al centro dell'attenzione dell'Europa e del mondo. La candidatura 'Sannio Falanghina - European Wine City 2019' ha



coinvolto una rete di Comuni sanniti che rientrano nella Valle del Calore, da cui arriva il 40% dell'intera produzione viticola della Campania. Il dossier è stato realizzato chiedendo il supporto anche della Regione Campania, della Camera di commercio di Benevento, del Consorzio tutela vini del Sannio e dell'Università del Sannio.

Per questo territorio, duramente colpito qualche anno fa da un'alluvione, ci sarà la possibilità di promuovere cultura, identità, paesaggi e territori del vino. In otto anni queste sono state le Città del vino designate: Palmela (Portogallo, 2012), Marsala (Italia, 2013), Jerez de La Frontera (Spagna, 2014), Resguengos de Monsaraz (Portogallo, 2015), Valdobbiadene-Conegliano (Italia, 2016), Cambados in Galizia (Spagna, 2017), Torres Vedras/Alenquer e Rethimnos (rispettivamente Portogallo e Grecia, 2018).

RICERCA. Accordo imprese-Università di Udine: al via progetto su resistenza

Ottenere nuove selezioni di uve Pinot nero, resistenti e altamente tolleranti a malattie funginee. Nove aziende friulane hanno firmato un'intesa con l'Università di Udine, Dipartimento di scienze agroalimentari, ambientali e animali secondo cui le cantine si impegnano a ospitare nelle rispettive vigne dei cloni di Pinot nero, per consentire ai ricercatori di svolgere attività di monitoraggio e di studio sul vitigno. Le nove aziende appartengono alla Rete di impresa Pinot nero Fvg e sono: Castello di Spessa, Conte d'Attimis Maniago, Masùt da Rive, Rusolo, Zorzettig, Gori, Jermann, Antico Borgo dei Colli e Antonutti. *"Nonostante si abbiano testimonianze sulla presenza del Pinot nero in Friuli-Venezia Giulia sin dalla fine del 1800, questo vitigno rimane ancora molto particolare e tra i più complessi da coltivare e vinificare. Per questo"* ha detto il presidente di Rete di impresa Pinot nero Fvg, Fabrizio Gallo *"vogliamo contribuire concretamente allo sviluppo di questo vitigno e invogliare sempre più viticoltori a raccogliere la sfida con un vitigno difficile ma in grado di dare vita a vini unici, nordici e mediterranei allo stesso tempo"*. **Nell'ambito del progetto è prevista anche l'erogazione di borse di studio, finanziate dalle cantine della Rete**, a favore di studenti del corso di laurea in Viticoltura ed enologia dell'Università di Udine per tirocini o tesi di laurea da svolgersi in zone dove vocate per il Pinot nero, come l'Oregon o la Nuova Zelanda. A livello mondiale, secondo i dati (2015) della relazione del professor Enrico Peterlunger (Università di Udine) durante



l'incontro che si è tenuto a Ruda (Udine), si coltivano 118 mila ettari di Pinot nero. La Francia ne detiene il maggior numero (32,3 mila), seguita da Stati Uniti (25 mila), Germania 11,8 mila, Moldavia (6,5 mila), Nuova Zelanda (5,5 mila) e Italia (4,7 mila). - **G. A**

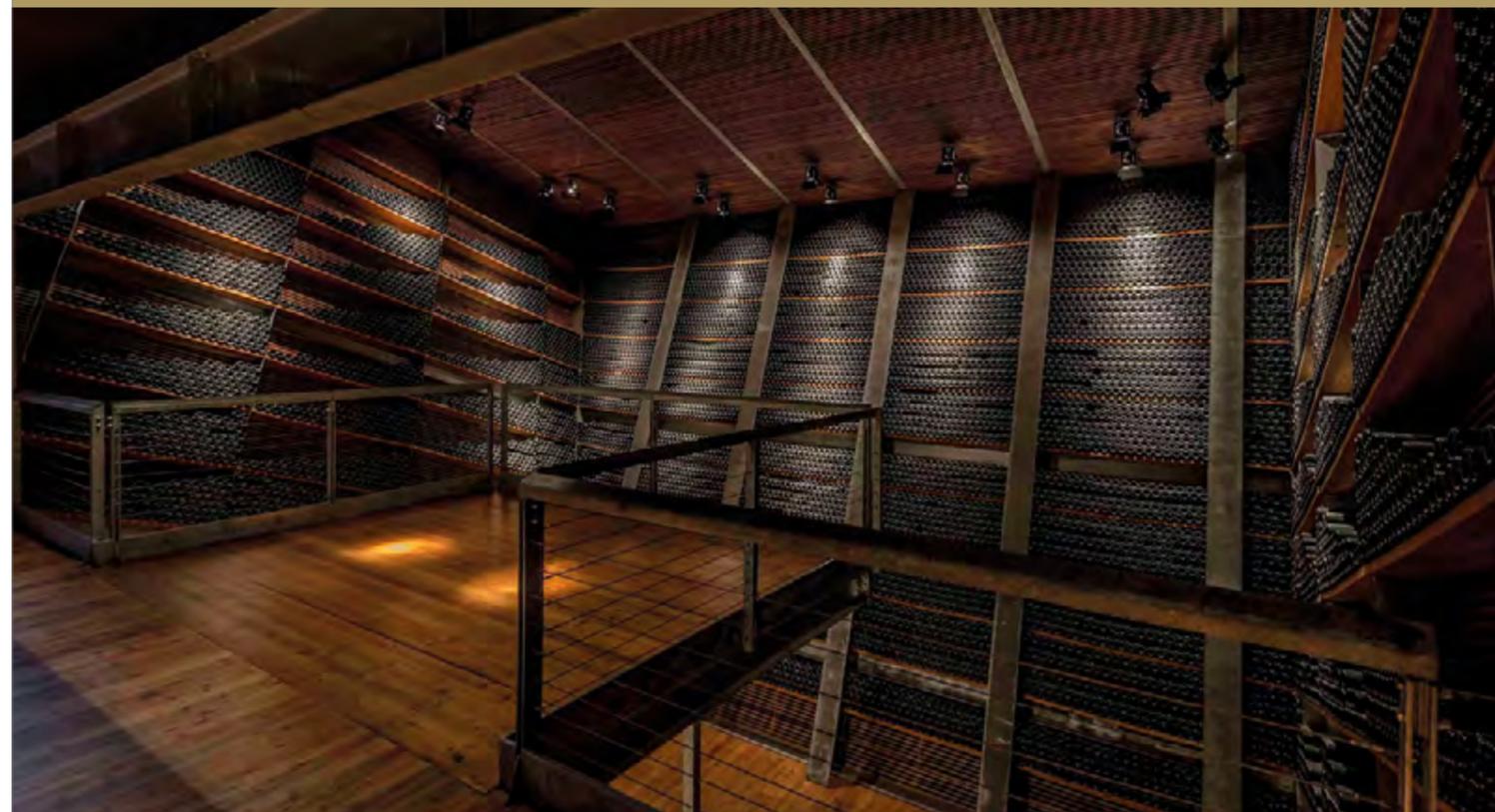
GAMBERO ROSSO

MEZZACORONA

presentano

TASTING
EXPERIENCE

16 OTTOBRE 2018 ORE 19-23
CHORUS CAFÈ
Via della Conciliazione, 4 - Roma



FIRMIAN

ROTARI
TRENTO DOC

Feudo
Arancio

IMPRESE. Riassetto proprietario per Santero: la spa resterà della famiglia



Conclusa il 4 ottobre scorso la fase di riassetto proprietario per la Santero. L'azienda di Santo Stefano Belbo (Cuneo), nel sessantesimo anniversario dalla sua fondazione, ha reso noto che resterà interamente alla famiglia omonima. Oggi, il board è composto dal presidente e amministratore delegato Gianfranco Santero, e dai cugini Pierpaolo, Fabrizio e Lorenza, i discendenti del fondatore Pietro. Assieme, assistiti da Ersel (in qualità di coordinatore e advisor finanziario) **hanno acquisito la totalità delle quote di partecipazione societaria**, controllata tramite la holding Novecinqueotto spa. "Con i miei soci" ha detto il presidente e ad del gruppo "abbiamo respinto senza esitazioni le proposte provenienti da soggetti esterni, non in grado di comprendere le complesse dinamiche che legano la Santero al suo territorio e alle sue persone". Pertanto, la proprietà è "saldamente in mano alla famiglia Santero", che ora si concentrerà sugli obiettivi futuri.

La cantina piemontese, attiva nel segmento dei vini e degli spumanti, registra fatturati in crescita costante da fine anni Novanta, oggi arrivati a cifre superiori a 50 milioni di euro. "La Santero" ha concluso Gianfranco Santero "è oggi un'azienda solida sia dal punto di vista industriale sia da quello proprietario". - G. A.

CONCORSI. Master Sommelier 2018 Per i giudici la prova è da rifare

È considerato uno degli esami più difficili. Per un sommelier è spesso una ragione di vita, che occupa anni di preparazione meticolosa. Ebbene, l'ambito titolo di Master sommelier (Ms), istituito nel 1969 e superato solo da 274 persone, quest'anno è stato annullato. **In 24 avevano superato la sezione di degustazione** (a cui seguirà quella di servizio), ma i giudici hanno deciso che si dovrà ripetere per 23 candidati (l'unico superstita aveva già superato il test lo scorso anno). Il sospetto è che uno dei giudici abbia rivelato informazioni riservate. La reputazione di questo titolo, come ha spiegato il presidente di giuria, Devon Broglie, è più importante di ogni altra cosa.

EDITORIA. Esce l'undicesima edizione del Codice delle denominazioni

Dopo quattro anni dalla precedente pubblicazione, Unione italiana vini ha dato alle stampe l'11ma edizione del Codice denominazioni d'origine dei vini. Il corposo volume (1.760 pagine), curato da Antonio Rossi, raccoglie i testi aggiornati dei disciplinari vigenti, dei provvedimenti approvati in sede nazionale e di quelli inviati alla Commissione Ue in attesa di approvazione definitiva, ma già applicabili grazie al via libera del Mipaaf all'etichettatura transitoria. **Spazio anche alle principali disposizioni Ue e nazionali collegate alle Dop e Igp, comprese le circolari ministeriali interpretative che sono consultabili online.** Il Codice, strumento di lavoro per le aziende del vino, ha un prezzo di 180 euro e può essere richiesto all'Unione italiana vini.

FRODI. Sequestri di vino fasullo in tre regioni. Le operazioni di Gdf e Icqrf

Tre sequestri in tre regioni diverse. In tutti i casi, si è trattato di vino fasullo. Le operazioni, non collegate tra loro, sono state eseguite da Guardia di Finanza e da Ispettorato repressione frodi del Mipaaf. La prima, la più importante, in Emilia Romagna ha portato al sequestro di circa 2 milioni di litri di vino, tra rosso e rosato, pronti per essere imbottigliati e destinati alla vendita al dettaglio. Settecento mila euro di valore che sono costati una multa di 1,8 milioni di euro a un imprenditore di Imola, che non ha saputo giustificare la presenza del prodotto in cantina coi dovuti riscontri nella contabilità aziendale. Un secondo intervento ha riguardato la provincia di Treviso: la Gdf ha scoperto in un'azienda vinicola della Marca 200 mila litri di spumante, che riportava in etichetta la produzione italiana, ma che invece era stato preparato con uve extra europee. Il titolare della cantina veneta è stato multato per un importo di 240 mila euro. La terza operazione, nelle Marche, arriva come sviluppo dell'indagine che portò al sequestro di 150 mila litri di Doc Verdicchio ad aprile scorso. Stavolta, circa 15 mila litri di falso Verdicchio dei Castelli di Jesi (3.000 dame da 5 litri) in due centri di una nota catena internazionale della grande distribuzione a Perugia e a Monsampolo del Tronto (Ascoli Piceno). I militari e gli ispettori hanno rilevato anomalie nel prezzo, al di sotto di quello normale di mercato. L'imprenditore vinicolo dovrà rispondere di frode in commercio. E di contrasto alle agromafie si parlerà proprio ad Ancona l'8 novembre, con il procuratore Giancarlo Caselli, presidente del Comitato scientifico dell'Osservatorio agromafie, durante il convegno "L'agroalimentare italiano punta sulla legalità". - G. A.



TRE BICCHIERI 2019

Aspettando la presentazione della guida Vini d'Italia 2019, prevista per il 27 ottobre, ecco le prime anticipazioni dei Tre Bicchieri. Le altre regioni saranno svelate nei prossimi giorni su www.gamberorosso.it

UMBRIA

- Adamando '16 - Giampaolo Tabarrini
- Cervaro della Sala '16 - Castello della Sala
- Fiorfiore '16 - Roccafiore
- Montefalco Rosso Ziggurat '16 - Tenute Lunelli
- Montefalco Sagrantino 25 Anni '14 - Arnaldo Caprai
- Montefalco Sagrantino Collenottolo '14 - Tenuta Bellafonte
- Montefalco Sagrantino Sacrantino '14 - Flli Pardi
- Orvieto Cl. Sup. Il Bianco '17 - Decugnano dei Barbi
- Orvieto Muffa Nobile Calcaia '15 - Barberani
- Spoleto Trebbiano Spoletino Anteprema Tonda '16 - Antonelli - San Marco
- Todi Grechetto I Rovi '16 - Cantina Peppucci
- Torgiano Rosso Rubesco V. Monticchio Ris. '13 - Lungarotti

EMILIA ROMAGNA

- Callas Malvasia '15 - Monte delle Vigne
- Colli di Rimini Cabernet Sauvignon
- Montepirolino '15 - San Patrignano
- Lambrusco di Sorbara del Fondatore '17 - Cleto Chiarli Tenute Agricole
- Lambrusco di Sorbara Leclisse '17 - Alberto Paltrinieri
- Lambrusco di Sorbara V. del Cristo '17 - Cavicchioli
- Reggiano Lambrusco Brut Cadelvento Rosé '17 - Venturini Baldini
- Reggiano Lambrusco Concerto '17 - Ermete Medici & Figli
- Romagna Albana Secco I Croppi '17 - Celli
- Romagna Sangiovese Modigliana
- I Probi di Papiano Ris. '15 - Villa Papiano
- Romagna Sangiovese Predappio Godenza '16 - Noelia Ricci
- Romagna Sangiovese Sup. Bartimeo '16 - Stefano Berti
- Romagna Sangiovese Sup. Biagio Antico '16 - Ancarani
- Romagna Sangiovese Sup. Predappio di Predappio V. del Generale Ris. '15 - Fattoria Nicolucci
- Romagna Sangiovese Sup. Sigismondo '17 - Le Rocche Malatestiane



VINVENTIONS

Complete
Closure Solutions

EVERY BOTTLE BETTER

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



WWW.VINVENTIONS.COM

CONCORSI. In Giappone la prima Sake selection a firma Cmb

Da qualche anno il sake sta conquistando importanti spazi di mercato, divenendo una bevanda di tendenza. E il Concours mondial de Bruxelles (Cmb) non ha perso tempo per intercettare questa novità, mettendo in piedi la prima Sake selection, in programma a Ise-Shima da giovedì 11 a sabato 13 ottobre, in collaborazione con la Fondazione Hri e la prefettura giapponese di Mie. **Un concorso indipendente, con una giuria internazionale per l'80% straniera**, in cui siederanno anche giudici italiani, ma anche i massimi esperti mondiali del settore, che sarà chiamata a valutare giornalmente alla cieca diverse batterie di sake (non più di 35 sake per panel). Le tipologie in gara saranno sette: Honjoso-shu (include Honjoso e Tokubetsu Honjoso), Ginjo-shu (include Ginjo e Daiginjo), Junmai-shu (include Junmai e Tokubetsu Junmai), Junmai Ginjo-shu, Junmai Daiginjo-shu, Sake frizzante e Jukusei-shu (sake invecchiato). I premi: un Masu in platino, oro e argento assegnato in ogni categoria, ma non sistematicamente. I risultati saranno annunciati a novembre prossimo. www.sakeselection.com



supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,
Vincenzo Russo
foto
Milano Wine Week
progetto grafico
Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

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

ENO MEMORANDUM

FINO AL 14 OTTOBRE

❖ **MILANO WINE**
Weekpalazzo bovara
e centro città
milanowineweek.com

FINO AL 14 OTTOBRE

❖ **"LA VIGNA ECCELLENTE.**
Ed è subito Isera"
Isera (Trento)
www.tastetrentino.it/lavignaexcellente

12 OTTOBRE

❖ **LA VIGNA ECCELLENTE. ED È SUBITO ISERA**
Isera (Trento)
fino al 14 ottobre
tastetrentino.it/lavignaexcellente

12 OTTOBRE

❖ **"IL VINO IN ITALIA. C'ERA UNA VOLTA..."**
tavola rotonda per 90 anni
del Corriere Vinicolo
Palazzo Bovara,
corso Venezia, 51 - Milano
ore 17

13 OTTOBRE

❖ **GUSTUS 2018**
Villa Rigon
Ponte di Barbarano
(Vicenza)
fino al 15 ottobre 2018

15 OTTOBRE

❖ **LA VENDEMMIA DI ROMA**
Centro storico - Roma
fino al 20 ottobre
lavendemmiaroma.it

19 OTTOBRE

❖ **LA VENDEMMIA A TORINO GRAPES IN TOWN**
palazzi storici, residenze
reali e musei - Torino
fino al 21 ottobre

20 OTTOBRE

❖ **BASSANO WINE FESTIVAL**
polo fieristico Bassano Expo
Bassano del Grappa
(Vicenza)
fino al 22 ottobre
bassanowinefestival.it

20 OTTOBRE

❖ **BASSANO WINE FESTIVAL**
polo fieristico Bassano
Expo
Bassano del Grappa
(Vicenza)
fino al 22 ottobre
bassanowinefestival.it

27 OTTOBRE

❖ **DEGUSTAZIONE TRE BICCHIERI- DELLA GUIDA VINI D'ITALIA 2019**
Gambero Rosso
Sheraton Rome Hotel and
Conference Center
Roma
16.00 - 20.00
store.gamberorosso.it/eventi

27 OTTOBRE

❖ **VINOÈ**
Stazione Leopolda
Firenze
fino a lunedì 29 ottobre

27 OTTOBRE

❖ **DURELLO & FRIENDS**
Villa Bonin (Vicenza)
fino al 28 ottobre

28 OTTOBRE

❖ **LIFE OF WINE**
Hotel Radisson Blu
Roma
www.lifeofwine.it

18 NOVEMBRE

❖ **BACK TO THE WINE**
Faenza
fino al 19 novembre 2018

24 NOVEMBRE

❖ **LA TERRACOTTA E IL VINO 2018**
Fornace Agresti -
Impruneta (Firenze)
fino al 25 novembre
<http://www.terracottaevino.com>

GAMBERO ROSSO HD

Solo su
sky | Canale
412



SOLO SU GAMBERO ROSSO CHANNEL IN ONDA LA QUINTA SERIE DI



Senza glutine con Gusto



Marcello Ferrarini torna in una serie sempre più scoppiettante, con nuove ricette sfiziose per tutti. Tante ricette gluten free per condividere la tavola in libertà, perché essere celiaci non significa rinunciare al gusto.

IN ONDA DAL 13 OTTOBRE, OGNI SABATO E DOMENICA ALLE 14.30 E ALLE 20.30

IN COLLABORAZIONE CON



WEST AMERICA. Lo “smoke taint” nel vino preoccupa i produttori



Non ci sono soltanto le vittime, gli ingenti danni alle abitazioni e alle aziende tra gli effetti degli incendi registrati, da un anno a questa parte, tra California, Oregon e British Columbia. Per l'industria vitivinicola della costa ovest del Nord America il problema principale, come spesso accade in questi casi, e come sanno bene anche nella lontana Australia, è legato ai sentori di fumo nel vino. La cosiddetta “smoke taint” (macchia o traccia di fumo) spaventa le cantine, che stanno cercando di correre ai ripari. Diversi laboratori specializ-

zati sono stati coinvolti dalle associazioni dei produttori locali in una operazione di rilevazione dei composti potenzialmente dannosi e contaminanti. Il problema è di natura tecnica. Perché se è vero che gli strumenti a disposizione consentono di rilevare i marcatori chimici associati ai sentori di fumo, che possono manifestarsi come precursori non volatili ma anche come composti volatili, è altrettanto vero che non si ha una precisa conoscenza di quali siano i livelli minimi che possono determinare, soprattutto dopo lunghi affinamenti in legno, il tipico sentore di fumo nel vino.

Ovviamente, **il problema diventa di natura commerciale**, perché le grandi cantine che acquistano le uve dai viticoltori vogliono essere sicure di non acquistare partite di uve da zone interessate dagli incendi che poi, dopo le fermentazioni, determineranno l'odiato smoke taint. Ci sono casi di partite di uve che sono state rifiutate. Ciò che manca agli statunitensi, come riferiscono i media locali, è una base di riferimento per questi composti potenzialmente contaminanti. L'Australia, in questo campo, ha più esperienza.

- G. A.

GAMBERO ROSSO®

GRANDE DEGUSTAZIONE

trebicchieri

2019



premiati dalla guida VINI D'ITALIA 2019

SABATO 27 OTTOBRE 2018

ore 16.00-20.00

Per info e prenotazioni:

<https://store.gamberorosso.it/>

SHERATON ROME HOTEL AND CONFERENCE CENTER
viale del Pattinaggio 100 - Roma





2018

OCTOBER

27	ROME - Italy	trebicchieri
30	TOKYO - Japan	trebicchieri

NOVEMBER

01	SEOUL - Korea	Top Italian Wines Roadshow
05	TAIPEI - Taiwan	Top Italian Wines Roadshow
07	HONG KONG - China	trebicchieri HKTDC Special
12	SHANGHAI - China	trebicchieri
15	BEIJING - China	Vini d'Italia
20	ST. PETERSBURG - Russia	Top Italian Wines Roadshow
22	MOSCOW - Russia	trebicchieri

2019

JANUARY

21	MUNICH - Germany	trebicchieri
23	BERLIN - Germany	Vini d'Italia
28	STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri
30	COPENHAGEN - Denmark	Vini d'Italia

FEBRUARY

27	CHICAGO - Usa	trebicchieri
----	---------------	--------------

MARCH

01	NEW YORK - Usa	trebicchieri
05	SAN FRANCISCO - Usa	trebicchieri
07	LOS ANGELES - Usa	trebicchieri
11	MEXICO CITY - Mexico	Top Italian Wines Roadshow
16	DUSSELDORF - Germany	trebicchieri PROWEIN Special
26	LONDON - U.K.	trebicchieri

APRIL

07	VERONA - Italy	trebicchieri VINITALY Special
	DUBAI - UAE	Notte Italiana - Best of Italy

MAY

06	SINGAPORE - Singapore	Top Italian Wines Roadshow
	ZURICH - Switzerland	Vini d'Italia
15	BORDEAUX - France	trebicchieri VINEXPO Special
28	MONTREAL - Canada	Top Italian Wines Roadshow
30	TORONTO - Canada	Vini d'Italia

JUNE

03	WASHINGTON DC - USA	Top Italian Wines Roadshow
05	BOSTON - USA	Top Italian Wines Roadshow
	SAN DIEGO - USA	Vini d'Italia
	ATLANTA - USA	Vini d'Italia

IL MIO EXPORT. Harald Cronst - Cantina Kurtatsch

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Attualmente esportiamo circa il 25%, ma è un trend in crescita. I Paesi europei in cui ci concentriamo di più sono Germania, Svizzera e Benelux, mentre per quanto riguarda i Paesi extra Ue, al primo posto ci sono Usa e Russia.

2 Dove si vende meglio e dove peggio?

L'Alto Adige è in forte crescita soprattutto negli Stati Uniti, dove ora siamo conosciuti come regione di vini di montagna. La qualità del nostro Pinot Grigio porta spesso all'introduzione di altre tipologie di vino, anche se il più richiesto rimane ancora l'Alto Adige Pinot Grigio Doc, proveniente da zone collinari. Grazie a questo, possiamo vantare una qualità che ci distingue dal resto delle regioni d'Italia.

3 Come va con la burocrazia?

È davvero molto importante avere una conoscenza del sistema legale del Paese di riferimento. Se in alcuni Paesi, come per esempio la Polonia, è necessario applicare a mano dei contrassegni di stato (banderole), è essenziale esserne a conoscenza prima, in modo da includere il lavoro nel prezzo di vendita per evitare costi imprevisti.

4 In che modo promuovete il vostro vino nei mercati esteri?

Lo facciamo solo nel Canale Horeca e tramite importatori di alto livello. Li cerchiamo alle fiere, tramite ricerche e contatti. Vogliamo posizionarci in ogni Paese nella gastronomia di alto livello.

5 Ci racconti un aneddoto positivo/negativo legato all'export

Quello che conta davvero è lavorare direttamente nei mercati e non da lontano. Nella mia esperienza di export manager è un aspetto che considero fondamentale. Qualche anno fa, un grande cliente in Cina aveva difficoltà a vendere 300 bottiglie l'anno del nostro Pinot Bianco, dopo una mia visita ci siamo resi conto che per essere venduto bene in Cina, il vino doveva avere come minimo 6g/l di residuo zuccherino ed essere molto fruttato. Subito dopo il viaggio abbiamo proposto all'importatore di cambiare e di provare con il nostro Merlot Cabernet Soma, una riserva che costa tre volte di più ma che rispondeva perfettamente alle esigenze di quel mercato: l'importatore ne ha prenotate subito 4000 bottiglie. Questo è un ottimo esempio di come il mercato debba essere capito per avere successo.



❖ Cantina Kurtatsch - Cortaccia - Bolzano - www.kellerei-kurtatsch.it

NEL PROSSIMO NUMERO DAMILANO

Sponsor



21 PROPOSTE PER IL VINO ITALIANO. STAKEHOLDER A CONFRONTO NEL PRIMO WINE BUSINESS FORUM

▲ a cura di Loredana Sottile

Un ministero del Made in Italy e un Big data per la promozione; una governance per l'internazionalizzazione; dei basket bond per reperire fondi. Sono alcune idee nate dalla Milano Wine Week e presentate al ministro Centinaio. Che rassicura: "Nel Def nessun taglio all'agricoltura"

Cinque tavole rotonde, 100 professionisti del settore a confronto e un unico documento con le 21 proposte e richieste che il mondo del vino rivolge al ministro delle Politiche Agricole e del Turismo **Gian Marco Centinaio** (vedi foto). È questa la sintesi del primo Wine Business Forum che si è svolto il 9 ottobre all'interno dell'edizione zero della Milano Wine Week (7-14 ottobre).



"Un modo di affrontare la questione in ottica molto milanese" è il commento dell'ideatore della manifestazione **Federico Gordini** "di mattina due ore di confronto e in serata tutto già scritto nero su bianco". Cotto, mangiato e già presentato al ministro Centinaio, che ha risposto all'appello di Gordini, arrivando a Palazzo Bovara per chiudere l'evento e ascoltare le proposte. Oltre

che per tranquillizzare il settore sull'argomento più controverso delle ultime settimane: la manovra finanziaria e le sue conseguenze sull'economia italiana.

"Ho chiesto al ministro Tria di non prendere altri soldi da agricoltura e turismo" ha detto il Ministro "noi abbiamo già dato. Non so ancora se otterremo quello che abbiamo chiesto in aggiunta, ma possiamo stare tranquilli sul fatto che non saranno tagliati fondi: l'agricoltura non si tocca. Se così non fosse non avremmo davvero capito niente". E ci tiene, poi, a chiarire che se sui giornali si parla solo di Fornero, reddito di cittadinanza e flat tax "non è perché le proposte sull'agricoltura siano ferme, ma solo perché ci sono argomenti che vanno più di moda di altri e big della politica (il riferimento è ai ministri Di Maio e Salvini; ndr) più incisivi nel far parlare di loro".

Tra le priorità portate avanti da Centinaio, c'è il progetto di agricoltura 4.0, ovvero: "più fondi per la ricerca, più fondi per la promozione, più fondi per i giovani. Ma anche la sempre maggiore connessione tra il mondo dell'agricoltura e quello del turismo. È da sempre stato un mio sogno" spiega "unire questi due settori ed è, infatti, stato il primo provvedimento che ho preso. Ma la strada è ancora lunga: ad esempio, vorrei trasformare Enit in un ente che muova anche l'enogastronomia". Resta, poi, il nodo di quella bozza di legge sull'enoturismo, scritto un anno fa a sei mani da Movimento Turismo del Vino, Città del Vino e Uiv insieme alla precedente legislatura (in particolare il senatore Dario Stefàno) e rimasto sul tavolo di via XX Settembre in mezzo alle carte accatastate nel cambio della guardia. Un re-taglio del governo a guida Pd certo, ma oggi più che mai una base da cui partire per un ministero che vuole davvero celebrare l'unione, non solo su carta, tra turismo e agricoltura. "La legge si farà" ha detto il Ministro interpellato sull'argomento da Tre Bicchieri "anzi è un po' l'essenza del mio Ministero. Per cui è pronta una task force per affrontare la questione e andare avanti". Intanto, però, è tempo dell'ascolto. Ecco, che cosa hanno chiesto i rappresentanti della filiera vino al Ministro. »



Le proposte

INTERNAZIONALIZZAZIONE

- Individuazione di un sistema di Governance e di strategia internazionale del vino italiano
- Usare il turismo come volano del Made in Italy
 - Posizionamento dell'immagine e della reputazione del Brand vino Italia
- Creazione di strutture per il potenziamento delle competenze trasversali: cultura, formazione, comunicazione e innovazione

FINANZA E CREDITO

- Esigenza di una innovazione normativa che affronti il tema del "magazzino" agevolando strumenti come la cartolarizzazione
- Facilitare soluzioni come "Elite Wine Basket Bound" con forme di agevolazioni per le emissioni collettive
 - Innovare il ruolo dei consorzi di tutela come strumenti di internazionalizzazione ai quali associare forme di finanziamento per l'export
- Dare priorità all'economia reale attraverso gli investitori istituzionali utilizzando la normativa sui PIR

ha più senso". Ma non basta. Le proposte del tavolo sull'internazionalizzazione abbracciano, infatti, anche il tema della formazione di aziende e consumatori e una maggiore attenzione al settore enoturistico, perché per dirla con Ballotta: "la vera internazionalizzazione di deve fare in Italia".

TAVOLO FINANZA E CREDITO

Nella capitale italiana della finanza non poteva mancare un tavolo ad essa dedicata. Tavolo da cui è emerso un interrogativo su tutti: come dare liquidità ad un settore che ne ha costantemente bisogno? All'incontro, partendo dagli esempi delle cantine Tasca d'Almerita e Velenosi - che hanno appena emesso dei minibonbd da 3 milioni di euro - si è avanzata l'ipotesi del cosiddetto "elite wine basket bond" per forme di agevolazioni per emissioni collettive. Sono, poi, stati individuati i consorzi come possibili strumenti di internazionalizzazione a cui associare forme di finanziamento per l'export. Senza dimenticare, come ha ricordato il coordinatore del tavolo, l'advisor del Fondo Idea Agro **Ezio Castiglione**, "l'importanza della quotazione in borsa anche per piccole e medie imprese". Al momento, infatti, i gruppi vitivinicoli che hanno fatto questo passo sono solo due: Masi Agricole e Italian Wine Brands. Un po' troppo pochi, per un settore in costante crescita che rappresenta la scommessa per il futuro. "Il vino è in questo momento il vero traino dell'agricoltura" ha ricordato, infatti il ministro. Che ha sottolineato "il bisogno di semplificare l'accesso al credito per il settore", facendo riferimento alla cassa depositi e prestiti come risorsa, fin qui, poco sfruttata.

TAVOLO COMMERCIO E LEGISLAZIONE

Tema caldo di questo tavolo, legato alle vendite e alle difficoltà burocratiche, è stato il commercio online: quello che cresce sì, ma restando ancorato a dinamiche ormai considerate obsolete. "Come facciamo a spedire il vino all'estero?", è stata la premessa riportata dalla coordinatrice del tavolo **Simona Lertora**, managing director marketing and business development DHL. "Un turista europeo in visita nel nostro Paese" ricorda "può portarsi a casa fino a 60 litri di vino senza dover pagare altre accise, ma se è la cantina a doverglielo spedire la situazione cambia totalmente. Come possiamo, quindi, agevolare l'invio online e sgravare l'operatore?". Risposta e proposta sono contenute già nella domanda: creando un mercato libero. "Magari" propone Lertora "si potrebbe pensare a definire una franchigia per piccole spedizioni, dando la possibilità di assolvere eventuali accise nel Paese di acquisto - l'Italia nel nostro caso - ma senza chiedere a chi vende di andare a registrarsi e assolvere l'iva nel Paese di destinazione. Pratica, quest'ultima, che finisce per scoraggiare la vendita". "Che impedisce la vendita", ci tiene a sottolineare il ministro Centinaio: "L'Europa è nata per garantire il libero movimento di merci e persone. Al momento, però, siamo fermi a quello delle persone. Per questo motivo dobbiamo spingere il più possibile per arrivare a nuovi accordi che abbraccino anche l'online. È una battaglia in cui dobbiamo farci promotori in sede comunitaria". >>

TAVOLO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Un tavolo particolarmente partecipato quello legato alle esportazioni, con al seguito tutte le sigle principali del settore: Uiv, Federvini, Veronafiere (la cui partecipazione è alquanto significativa vista l'annosa concorrenza Milano-Verona). A coordinarlo la ceo di Business Strategies **Silvana Ballotta**, che a Tre Bicchieri ha spiegato come "il problema principale emerso sia la frammentazione del sistema, con troppi giocatori in campo che sembrano aver perso la palla". Motivo per cui la prima proposta fatta al ministro è una governance, un unico capofila che faccia da guida per aziende, associazioni e consorzi. "Questo significa, però, che bisogna un po' rinunciare alla propria individualità, mettendosi in gioco non come singoli, ma come sistema vino, per agire nel nome della collettività. Intento che, non in modo scontato, ha trovato d'accordo praticamente tutti i partecipanti al tavolo". Trovata la coesione d'intenti, bisogna, però, trovare il capofila preposto. Un ente ex novo o magari Ice? Quest'ultima, in particolare, l'ha tirata in mezzo il Ministro, sottolineando, però, come ci sia bisogno di una totale ristrutturazione dell'ente di promozione governativo: "Serve una trasformazione strutturata, con attori autorevoli capaci di coordinare il tutto. O ci muoviamo in questa direzione o fare promozione non

MILANO. PROMOSSA O BOCCIATA?



Alla Milano Wine Week (ancora in corso fino al 14 ottobre) sono arrivati produttori, associazioni di categoria, rappresentanti di enti e fiere (particolarmente significativa la presenza del dg di Veronafiere Giovanni Mantovani) e perfino il ministro delle Politiche Agricole, Gian Marco Centinaio. Tra i grandi assenti, invece, spicca il produttore Angelo Gaja (pare impegnato con le riprese di un film sul vino proprio nella sua cantina), che per primo aveva parlato dell'esigenza di creare un evento vitivinicolo nuovo e trasversale. Ma, al di là di tutto, la vera protagonista è e rimane lei: la città italiana della moda, del mobile e della finanza, che adesso aspira a diventare anche capitale del vino. Le basterà questo evento per conquistare l'ambito titolo? Le aspettative sono altissime, così come la posta in gioco. Soddisfatto l'organizzatore Federico Gordini: "Il mondo del vino ha risposto alla chiamata in modo tempestivo e Milano ha dimostrato di essere all'altezza del compito. Vi aspetto, quindi, tra un anno: stesso posto, stesso periodo". Abbastanza concordi gli altri pareri, che dimostrano come probabilmente il mondo vitivinicolo fosse in attesa di ritrovarsi all'ombra della Madonnina. Ed ecco, direttamente dalla MWW, i commenti di chi c'era.

A Milano si riesce a coniugare tutto quello che è il mondo del vino e soprattutto l'eccellenza del vino nel nostro Paese

Gian Marco Centinaio, ministro delle Politiche Agricole e del Turismo

Oggi Milano è diventata veramente una città turistica: per la prima volta ci sono più turisti qua che a Roma.

Vittorio Moretti, presidente del Consorzio Franciacorta

Milano è una città vibrante, l'hub economico e finanziario italiano, la città della moda, una riscoperta dopo Expo. Cosa manca?

Ettore Nicoletto, ad Santa Margherita

I tavoli di confronto si sono rivelati molto interessanti.

Credo che Milano sia pronta ad ospitare eventi come questo

Riccardo Cotarella, presidente Assoenologi

Milano, capitale italiana aperta: un palcoscenico per il vino italiano. Le 3mila presenze al brindisi inaugurale MWW di sabato sembrano essere stato il prologo perfetto

Luciano Ferraro, giornalista RCS Mediagroup

Milano è la piazza giusta perché è la capitale dell'eccellenza, del buono, del bello e del ben fatto. Un triangolo perfetto tra moda, design e ristorazione italiana. E qui il vino può accompagnarsi ai grandi ristoranti stellati e ad una crescente clientela internazionale

Matteo Lunelli, presidente Cantine Ferrari

Milano è la vera capitale del commercio e quindi anche del vino. Un luogo neutro per la produzione che può diventare complementare a Verona. Fin qui, ho visto un evento di grande portata - con tutti i limiti legati al poco tempo a disposizione per organizzarlo - che speriamo possa avere un seguito.

Silvana Ballotta, ceo di Business Strategies

Le proposte

COMMERCIO E LEGISLAZIONE

- Considerare l'Italia come una piattaforma che attrae turismo e il vino come uno degli asset da valorizzare per sviluppare business
- Sfruttare le potenzialità dell'Unione Europea come primo mercato di riferimento per il mercato italiano
 - Creazione di una franchigia per la vendita e l'acquisto di un numero ridotto di bottiglie – anche online – solvendo l'eventuale accisa nel Paese membro di spedizione
- Snellimento dei flussi di logistica e trasporto per le piccole spedizioni attraverso la semplificazione dei processi

INNOVAZIONE

- Supporto economico anche attraverso tecnicismi e sgravi fiscali per strutturare un modello di comunicazione nel "sistema Italia"
- Investire su formazione degli operatori di settore
- Supportare il progetto di digitalizzazione delle aziende produttrici
- Creare una nuova piazza virtuale dove produttori e consumatori possono incrociare domanda - offerta

COMUNICAZIONE

- Programma di educazione degli alunni della scuola dell'obbligo sulla cultura e la storia del vino
- Promuovere l'istituzione di un ministero per la tutela del Made in Italy, dal vino al cibo, alla moda
- Fondi per programmi di comunicazione all'estero, continuando i programmi già avviati in Stati Uniti, Cina e Giappone
- Raccolta mondiale di informazione per decidere in quali Stati Investire (Big Data), i dati andranno poi messi in Rete, a disposizione delle aziende
 - Incentivi per la promozione sia con l'arrivo in Italia di giornalisti e opinion maker, sia con l'assunzione di giovani leve della comunicazione per aumentare la presenza in Rete e sui social media

TAVOLO INNOVAZIONE

Sorprenderà, probabilmente, scoprire che l'innovazione di cui il mondo vitivinicolo ha bisogno non è tanto quella tecnologica - sostenibilità, viticoltura di precisione, Iot e compagnia cantante sono materie in cui il settore si destreggia già abbastanza bene – bensì quella della comunicazione.

"Il 50% delle cantine italiane non ha un sito internet" ha spiegato il coordinatore del tavolo e presidente di Assoenologi **Riccardo Cotarella** "e questo basta per capire come il nostro Paese sia indietro in questo settore in modo davvero peccaminoso". L'appello rivolto al ministro Centinaio è, quindi, una quasi richiesta di aiuto: "Chiediamo un contributo politico affinché le aziende possano accedere a delle convenzioni volte alla digitalizzazione: dalla formazione vera e propria agli sgravi fiscali".

Per il capo del Mipaft "la digitalizzazione è una priorità e per questo servono più fondi. In ogni caso, trovo molti siti internet di aziende e consorzi quasi aged. Sulla loro costruzione bisognerebbe investire di più e meglio: non dobbiamo subire la globalizzazione, ma giocare all'attacco. Anche per questo motivo, sto chiudendo un accordo con Google per dare più visibilità agli agriturismi italiani. Perché non aggiungere nel pacchetto anche le cantine?". Per Cotarella, che si parli di innovazione tecnologica o digitale, l'atteggiamento deve comunque essere aperto al futuro: "Forse abbiamo paura di essere troppo tecnologici, come se tutto questo contrastasse con un settore antico come quello del vino. Meno paura, quindi, e più innovazione".

TAVOLO COMUNICAZIONE

Tante, infine, le proposte arrivate dal tavolo della comunicazione: dalla formazione scolastica alla comunicazione social (che passa anche dall'assunzione di più giovani in cantina), dalla creazione di un Big data per sapere dove promuovere e dove portare il vino italiano, alla nascita di un Ministero del Made in Italy. Un assist, quest'ultimo lanciato al titolare del Mipaft e a tutta la Lega che di un ministero unico per moda, enogastronomia e desing avevano parlato in campagna elettorale, accontentandosi, poi, di ripiegare sulla semplice unione tra ministero delle Politiche Agricole e del Turismo. È tempo di riprendere quel progetto? "Di sicuro" propone il coordinatore del gruppo, il giornalista **Luciano Ferraro** "si può iniziare a parlare con il Ministero dell'Istruzione per portare nelle scuole l'insegnamento della materia vino, come già avviene in Francia. Ma non basta. La formazione deve andare in una doppia direzione: italiana, ma anche estera, con l'incoming e la formazione sul campo di giornalisti e opinion leader stranieri". Per farlo, servono dei fondi, come sa bene anche il numero uno di via XX Settembre: "Parliamo di almeno 10 milioni di euro. Gli altri fondi sono tutti allocati, quindi in attesa di vedere se nel Def ci sarà posto per le richieste che abbiamo fatto, non resta che mettere tutto ciò che già c'è a sistema, senza sprechi".

GAMBERO ROSSO®

CENA IN PUNTA DI TRE FORCHETTE 2019

(fuori dagli schemi)



LUNEDÌ 29 OTTOBRE 2018

ore 19.30 | Brindisi con Trentodoc

ore 20.30 | Cena

Per info e prenotazioni:
<https://store.gamberorosso.it/>

SHERATON ROME HOTEL AND CONFERENCE CENTER | Salone delle Signorie
viale del Pattinaggio 100 - Roma

TRENTODOC
Bollicine di Montagna

Pastificio dei Campi
GRANVINO

BARONE PIZZINI
FRANCIAVILLA 1878

ACQUA PANNA S. PELLEGRINO
THE FINE DINING WATERS

CASTELLI
DAL 1892

illy

CIRCUITO
DEL VINO
ABBELLIMENTO ED ACCESSORI NUCLEI IN FAY

LA BELLA ESTATE
VINO CORTI

FERZO
WINES

QUAGLIA
Petra
www.farina.com/carte

ARTIGIANCASSA
GRUPPO BNP PARIBAS
La banca per un mondo che cambia

RIBOLLA DI OSLAVIA, LA PRIMA DOCG "ORANGE"

Sei produttori goriziani hanno appena presentato una proposta di disciplinare che potrebbe elevare il vino di Oslavia a Docg. Un riconoscimento alla storia di questo vitigno, ma anche un modo per legare la denominazione al territorio e marcare le differenze con chi produce la Ribolla fuori regione per la spumantizzazione

▲ a cura di Andrea Gabbrielli



Il legame tra Oslavia, località lungo la strada per San Floriano del Collio, ad un paio di chilometri dal centro di Gorizia, e l'uva Ribolla gialla, è molto radicato e va al di là del rapporto, seppur stretto, tra vitigno e territorio. Fa parte della vita delle persone che qui hanno sempre vissuto – alcune famiglie sono le stesse presenti nel catasto asburgico del 1752 - e rappresenta un'orgogliosa rivendicazione identitaria. Durante la Grande Guerra (1915-1918), Oslavia, per la sua posizione sul crinale, fu teatro di sanguinosi scontri – ben 16 battaglie - tra truppe italiane e austro ungariche: divenne una "collina morta" dove non rimasero abitanti né case né coltivazioni, nulla, solo una terra massacrata e contesa.



Così come racconta **Silvan Primosic** (foto), storico produttore della zona: *"Finita la guerra, le nostre famiglie pensarono, prima di tutto, a ricostituire le aziende e a dissodare i campi. In quella che era diventata una landa desolata di cumuli di detriti, in primavera spuntarono dei tralci di vite. Era la Ribolla che nonostante tutto ricominciava a vegetare"*. Una sorta

di messaggio di speranza per le famiglie di contadini che iniziarono a ricostruire i poderi e i vigneti distrutti, proprio a partire dalla Ribolla. *"Durante il dominio asburgico noi eravamo il sud dell'impero ed esportavamo frutta, verdura e vino al nord"* continua a raccontare Primosic *"poi noi siamo diventati il nord dell'Italia e i nostri prodotti non li abbiamo più esportati. Solo negli anni Sessanta dello scorso secolo, il nostro vino ha iniziato ad essere nuovamente commercializzato prima in Lombardia e in Veneto, poi anche nelle altre regioni"*. Qui sulla ponca (il caratteristico suolo poco fertile ma ricco di minerali, di strati di marna e arenaria), la Ribolla ha sempre espresso le sue caratteristiche migliori, grazie ad alcune condizioni particolari, » quali l'escursione termica e la ventilazione che riduce i ristagni di umidità e i pericoli di marciume, anche in presenza di 1400 millimetri di pioggia all'anno. In questo panorama se le Prealpi Giulie, poste a nord della zona collinare, costituiscono un riparo dai venti freddi di settentrione, la prossimità della costa adriatica – distante circa una ventina di chilometri - ha l'effetto di mitigare le temperature.

"L'uva nasce sulla sommità della colline" spiega **Stefano Bensa** (La Castellada) *"dove le viti sono meno vigorose, più equilibrate, con grappoli più piccoli e spargoli, ricchi di zuccheri e di sostanze nobili che maturano lentamente e che si raccolgono tra la fine di settembre ed i primi di ottobre"*. Grazie alle condizioni favorevoli e alla capacità dei vignaioli, Oslavia è diventata uno dei luoghi di elezione per la produzione della Ribolla gialla.



APRO

L'Associazione produttori Ribolla di Oslavia (APRO) raccoglie 6 aziende vitivinicole di Oslavia accomunate dalla volontà di condividere l'obiettivo di valorizzare e tutelare l'uva, il vino e la tradizione della Ribolla gialla. Aderiscono all'Associazione e ne sono parte attiva, Dario Prinčič (Prinčič), Franco Sosol (Il Carpino), Saša Radikon (Radikon), Silvan Primosic (Primosic), Nicolò Bensa (La Castellada), Rinaldo Fiegl (Fiegl).

LA TECNICA DELLA MACERAZIONE

A suggellare ulteriormente il legame tra Oslavia e la Ribolla, ha contribuito il recupero della pratica della macerazione sulle bucce anche delle uve bianche, un metodo tradizionale utilizzato almeno sino all'avvento della tecnologia del freddo in cantina (impianti per il controllo della temperatura di fermentazione). Nel Triveneto, in particolare, la consuetudine di produrre il "Ramato" da uve Pinot grigio, pur rappresentando una nicchia assai ridotta, ha resistito a lungo, mantenendo un trait d'union tra presente e passato. Oggi Oslavia è una delle capitali mondiali della

produzione degli "Orange Wines", secondo la definizione anglosassone riferita al colore dei vini macerati.

Dario Prinčič, parlando della Ribolla di Oslavia di oggi, l'ha descritta come un "vino con la struttura e i tannini di un rosso dovuta alla macerazione". D'accordo Saša Radikon, che dopo la scomparsa di suo padre Stanko, continua la tradizione di famiglia: "Per una grande Ribolla di Oslavia, le uve devono essere molto mature e magari colpite da un po' di muffa (*botritis cinerea*) per poi fermentare senza lieviti selezionati e macerare per almeno 15 giorni sulle bucce ma anche sino a 4 mesi".

Gli Orange Wines. Una mappa

Oltre a Kakheti, Georgia e naturalmente Oslavia in Friuli, è possibile trovare orange wines provenienti da Brda, Slovenia; Swartland Region Western Cape, Sudafrica; Long Island, New York, Sierra Foothills e Napa Valley, in Usa; Adelaide e Victoria, in Australia; Strohmeier, Austria. Diversi i vitigni, ma stessa tecnica produttiva. (Fiegl).



La proposta di disciplinare Docg

Il vino "Collio Ribolla di Oslavia" o "Ribolla di Oslavia" deve essere ottenuto con il 100% dalle uve del vitigno Ribolla gialla coltivate nell'omonima località (circa 300 ettari). La resa è max 9 tonnellate di uva per ettaro. La resa dell'uva in vino 70%. Nei vigneti non è consentito il diserbo chimico e le operazioni di vinificazione e di invecchiamento solo in zona o nei Comuni di Gorizia e San Floriano del Collio. Non è previsto l'utilizzo di lieviti selezionati e 90mg/l di solforosa totale nell'imbottigliato. Consentito il raffreddamento nel caso la temperatura della massa in fermentazione superi i 28°C. La macerazione prevede un minimo di due settimane di contatto con le bucce. L'invecchiamento è di minimo 12 mesi in contenitori di legno superiori ai 5 ettolitri e un minimo di sei mesi in bottiglia. L'uscita in commercio dell'ultima annata è regolamentata dopo 24 mesi dalla vendemmia ed avviene nella prima decade di ottobre. È ammessa la colmatatura con un massimo del 5% di altri vini, dello stesso colore, aventi diritto alla denominazione di origine controllata "Collio Goriziano" o "Collio" in tutte le sue tipologie. Ed ecco, infine, le caratteristiche al consumo. Colore: dorato intenso, ambrato fino al pantone 159/C; odore: caratteristico tipico; sapore: caratteristico tipico; alcol minimo: 12%; acidità totale minima: 4 g/l; estratto non riduttore minimo: 17 g/l.

LA PROPOSTA DELLA DOCG "COLLIO RIBOLLA DI OSLAVIA" O "RIBOLLA DI OSLAVIA"

Nell'ultimo lustro, la Ribolla, che viene prodotta anche nel resto della regione, è diventata molto di moda, perché se coltivata con altri criteri, specialmente in pianura, può dare vita a bianchi tranquilli e leggeri, da rese elevate, oppure essere spumantizzata. Questa versatilità ha fatto sì che, specialmente con la vendemmia 2017, l'uva fosse molto ricercata dagli spumantizzatori veneti e piemontesi, favoriti dalla sovrapproduzione e dai prezzi bassi. Lo sfondo della proposta di disciplinare (vedi box) per far diventare la Ribolla di Oslavia Docg – attualmente classificata Igt – da parte dell'Associazione Produttori di Oslavia (APRO), è questo.

Martin Fiegl dell'omonima azienda ha ribadito che "in questo momento è ancora più necessario fare chiarezza perché la Ribolla solo qui assume queste caratteristiche particolari. Una peculiarità che va difesa con la Docg ma è anche una proposta per il futuro del nostro territorio". La proposta di disciplinare è stata ufficialmente consegnata a Robert Prinčič, presidente del Consorzio di tutela dei vini del Collio e titolare dell'azienda Gradis'ciutta di San Floriano, che conosce bene la realtà dei produttori di Oslavia. Questo il suo commento "La proposta di disciplinare dovrà essere approvata dall'assemblea dei soci del Consorzio: sarebbe il primo passo per avviare l'iter previsto dalla legge. Quanto al merito, abbiamo la necessità di differenziare le nostre produzioni e la denominazione è l'unico modo per difenderle. Sono ottimista". Difendere le peculiarità, significa difendere il territorio e il suo vino. Oslavia ha un diritto che si è conquistata sul campo.

Due pionieri della macerazione in Italia

Il metodo di produzione degli "orange wines" è molto antico e, nell'area vinicola di Kakheti (Georgia, nel Caucaso), i vini da almeno 5000 anni vengono macerati in grosse anfore interrate dette Qvevri. A ravvivare e reinterpretare la tradizione della macerazione, Josko Gravner e Stanko Radikon (purtroppo prematuramente scomparso), entrambi vignaioli di Oslavia. Dopo essersi imposti come eccellenti produttori di quel vino che oggi si definirebbe "convenzionale", negli anni 1996-1997 iniziarono a cimentarsi – con la Ribolla in primis – con questa antica pratica. Di fatto, sono stati i capostipiti di una nuova stirpe di vini, gli "orange wines", secondo la definizione anglosassone che fa riferimento al colore ambrato/aranciato che li caratterizza. Un'impresa di cui furono pionieri e che si intersecò all'esaltazione dell'artigianalità, alla rivendicazione della naturalità dei vini, alla (ri)scoperta delle anfore (Gravner acquistò la prima nel 2007), al diffondersi sempre più ampio delle pratiche biologiche, biodinamiche e altro ancora, tuttora temi oggetto di dibattito e discussione.