



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

FOCUS MESSICO. ECCO PERCHÉ CONVIENE INVESTIRE



EXPORT

Nei Paesi Terzi, vino italiano a 3,4 mld di euro nel 2017. Ma i competitor fanno meglio

pag. 2

PROMOZIONE

Possibile slittamento a marzo dei pagamenti Ocm. Tanti i progetti a rischio

pag. 3

FRANCIA

Export da record: 8,6 mld di euro nel 2017. Per lo champagne vendite totali a 4,9 mld

pag. 4

MERCATI

Proseguono i negoziati Messico-Ue. Il vino, a dazio zero, cresce grazie a giovani e turisti

pag. 14

ANTEPRIME

Gallo Nero, Vernaccia, Vino Nobile e Brunello alla prova degustazione. Le novità

pag. 18



MERCATI. Stati Uniti, l'Italia perde (di poco) la leadership a valore nel 2017. Il report Iwfi certifica il sorpasso francese. Crescono Australia e Nuova Zelanda

USA. IMPORT DI VINO (FERMI + SPUMANTI) NEL 2017				
	volumi (hl)	var %	valori (mln Usd)	var %
Italia	3.245.310	3,10%	1.732.709.000	3,10%
Francia	1.518.760	15,40%	1.753.668.000	14,70%

fonte: elaborazione tre bicchieri su dati IWFI

Con 1.75 miliardi di dollari, considerando sia i vini fermi sia gli spumanti, la Francia chiude il 2017 in testa alla classifica dei principali fornitori di vino degli Stati Uniti. Superata, quindi, l'Italia (a 1,73 miliardi di dollari), che da diversi anni era leader incontrastata in questo mercato. **I vini italiani conservano, tuttavia, il primato nelle quantità, con 3,24 milioni di ettolitri**, davanti ad Australia, Cile e Francia (vedi tabella).

Il sorpasso francese si deve all'ottima performance ottenuta sia per quanto riguarda i fermi (+15,7% in quantità e +16,9% in valore) sia dagli spumanti (+11,4% in quantità e +14,6% in valore). Mentre l'Italia, che non può lamentarsi

per l'andamento della spumantistica (+11,6% a volume e +10,6% a valore), deve fare i conti con il pericoloso stallo sui vini fermi, che sono cresciuti leggermente nelle quantità (+0,9%) e dell'1,4% a valore. Una crescita, quest'ultima, che secondo l'analisi dell'Italian wine & food institute è attribuibile *“essenzialmente alla variazione del tasso di cambio dollaro-euro”*. Quindi, vini fermi – di nome e di fatto – sui valori raggiunti nel 2016, come si evince dal consuntivo dell'Italian wine & food institute di New York per il 2017.

In un mercato statunitense che ha acquistato, nel complesso, vino fermo per 9,4 milioni di ettolitri (+7%) con una spesa di 4,2 miliardi di dollari (+5,8%), e vino spuman-

te per 1,24 milioni di ettolitri (+11,6%) e 1,17 miliardi di dollari (+10,6%), si notano le crescite dei prodotti provenienti da Australia, Spagna, Portogallo, Germania, Nuova Zelanda.

Segno meno, invece, per Cile e Argentina. Fra i sei principali fornitori del mercato statunitense ben quattro sono del nuovo mondo, mentre solo due (Italia e Francia) del vecchio. E se si considerano le prime sei posizioni, si arriva a coprire oltre l'85% della fornitura di vino Usa. Ultima considerazione sugli spumanti: l'Italia cresce ma non come negli anni passati, se si pensa che nel 2016 le percentuali di incremento a volume e a valore sono state rispettivamente del 30,8% e del 36,4%. L'Italia esporta bollicine in quantità poco più che doppie della Francia, ma poco meno della metà in valore. Se, infatti, si guarda al prezzo medio al litro degli spumanti, il confronto non è dei migliori: 5,5 dollari contro 21,7 dollari. - **G.A.**

EXPORT. Paesi Terzi, l'Italia a +5,9% nei 12 mesi, ma perde quote sui competitor

Diventa un sorriso amaro quello del vino italiano nel momento in cui concentra lo sguardo sull'andamento delle vendite al di fuori dei confini europei, ovvero nei Paesi terzi. Perché, se è vero che in 12 mesi l'Italia ha esportato 3,4 miliardi di euro di vini (il 5,9% in più di un anno prima) è anche vero che i principali competitor hanno fatto meglio. Qualche numero: Francia +9,8% (oltre 4,8 miliardi di euro), Spagna (+9,7%), Australia (+12%), Cile (+7,2%). Il risultato è che **l'Italia ha, da un lato, fatto progressi ma, dall'altro, ha perso quote di mercato**. L'analisi dell'Osservatorio Paesi terzi curato da Business Strategies e Wine Monitor, riferita agli otto principali partner commerciali (90% della domanda di vino extra Ue, su dati delle dogane), dice anche che l'Italia, considerato il quinquennio, cresce di un invidiabile 33%, ma dice anche che alcuni elementi, come la stagnazione del prezzo medio, la debolezza nei mercati in forte sviluppo come gli asiatici e lo stallo negli Stati Uniti, siano chiari segnali di *“crisi di crescita”*.



Guardando agli otto mercati (Usa, Cina, Canada, Giappone, Svizzera, Russia, Norvegia e Brasile) la Russia mostra segni di ripresa sugli undici mesi 2017 (+41%); molto bene anche Brasile (+48,6%) e Canada (+6,5%, terzo partner extra Ue per l'Italia); positivi ma sotto la media sono Svizzera (+5,4%), Giappone (3,6%) e Stati Uniti, dove l'Italia (+1,3%, 1,644 miliardi di euro) cresce dieci volte meno della Francia e meno della media di questo mercato (+4,5%). Restiamo leader in Norvegia malgrado il -2,3%, mentre migliora leggermente la quota di mercato in Cina (dal 5,6% del 2016 arriva al 5,8%), dove per ogni bottiglia italiana se ne bevono sette francesi.

E proprio sulle piazze dell'Estremo Oriente che si concentra il gap commerciale del vino made in Italy, ad avviso del ceo di Business strategies, Silvana Ballotta: *“Serve, come auspicato in più tavoli, una regia centralizzata in materia di promozione estera”* conclude *“per evitare che restino perennemente mercati di prospettiva”*.

PILLOLE DI NEUROMARKETING. IL VINO A SUON DI MUSICA

Può una musica di sottofondo modificare la percezione del gusto di un vino? È la domanda che ha spinto Charles Spence, professore di psicologia sperimentale dell'Università di Oxford, a svolgere uno dei più interessanti studi di *“gastrofisica”*, una nuova scienza che cerca di spiegare l'effetto che hanno le stimolazioni esterne (musica, luce, colori, forme, etc.) sulla percezione gustativa e olfattiva. Nello studio di Spence, un gruppo di consumatori aveva il compito di assaggiare un vino in due diverse condizioni. Nella prima, ascoltando una musica ad alta frequenza, e, nella seconda, una musica di sottofondo a bassa frequenza. I soggetti dovevano valutare il grado di dolcezza o amarezza del vino assaggiato. Il dato rilevato fu abbastanza strano, poiché nel primo caso valutarono il vino più dolce. Peccato che il vino fosse lo stesso. La musica ad alta frequenza è un po' più *“dolce”* rispetto quella a bassa frequenza. La musica, i jingle, i suoni hanno una potente capacità di influenzare la percezione della realtà, influenzando di conseguenza i comportamenti. In un'altra interessante ricerca di Spencer, si è dimostrato che un pacchetto di patatine rumoroso fa percepire il suo contenuto più croccante delle stesse patatine all'interno di un packaging meno rumoroso. Ecco perché le patatine SunChips hanno un packaging tanto rumoroso da risultare quasi fastidioso. Grazie alle numerose ricerche neuroscientifiche in questo campo, sappiamo che la percezione è il risultato di complessi processi di elaborazione, che si realizzano in maniera del tutto automatica e implicita nel cervello. Recenti studi neuroscientifici hanno, inoltre, dimostrato quanto importante sia l'effetto della musica nel produrre piacere, facilitando il rilascio di dopamina nel cervello e attivando il sistema limbico e il circuito della ricompensa, così come fanno cibo, droghe e sesso. Per questo motivo, tale elemento non può essere sottovalutato in un contesto in cui si assaggia il vino o in cui si vendono prodotti enogastronomici. L'importanza del suono è altrettanto importante nella fase di concept del prodotto. Numerosi studi hanno, infatti, dimostrato l'effetto che hanno i suoni o i semplici jingle nella percezione della qualità del prodotto.

Basti pensare alla forza di amplificazione della percezione di freschezza di una bevanda, determinata dai suoni relativi alla deglutizione di questa in uno spot pubblicitario. Il marketing del vino non può esimersi dal considerare la musica e i suoni di sottofondo come un'importante leva di marketing da valutare e testare con attenzione e accuratezza.



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

OCM PROMOZIONE. Verso una proroga dell'avvio dei programmi. Molti i progetti a rischio

a cura di Gianluca Atzeni
C'è un certo malcontento nel mondo del vino, a pochi giorni dalla scadenza dei termini per la stipula dei contratti tra Agea e aziende beneficiarie dei contributi Ocm per la promozione verso i Paesi terzi. Perché **l'organismo pagatore del Mipaaf sta valutando l'ipotesi, molto concreta, di far slittare dal 20 febbraio al 15 marzo i termini per l'avvio dei progetti sul bando 2017/2018**. Slittamento che potrebbe rendersi necessario visto il ritardo, di circa un mese, in cui sono incappate diverse Regioni (una decina da nord a sud) che non hanno ancora comunicato ad Agea gli elenchi definitivi dei beneficiari dei bandi Ocm e, come conseguenza, dai conseguenti tempi molto stretti in cui sta operando Agecontrol, l'organismo incaricato di

svolgere i controlli amministrativi sui singoli progetti per conto di Agea. Tuttavia, lo spostamento in avanti dei termini, mette a rischio una lunga serie di azioni promozionali (a valere su fondi nazionali, multiregionali e regionali) che imprese, consorzi e associazioni temporanee di imprese (Ati) avevano già programmato dal 20 febbraio in poi. Secondo il regolamento, infatti, il contratto con Agea si firma solo dopo che sono stati resi noti i beneficiari, i quali possono presentare all'organismo pagatore le necessarie garanzie fidejussorie, ottenere i fondi e dar via alla rendicontazione delle spese. Dopo i ritardi accumulati in questi

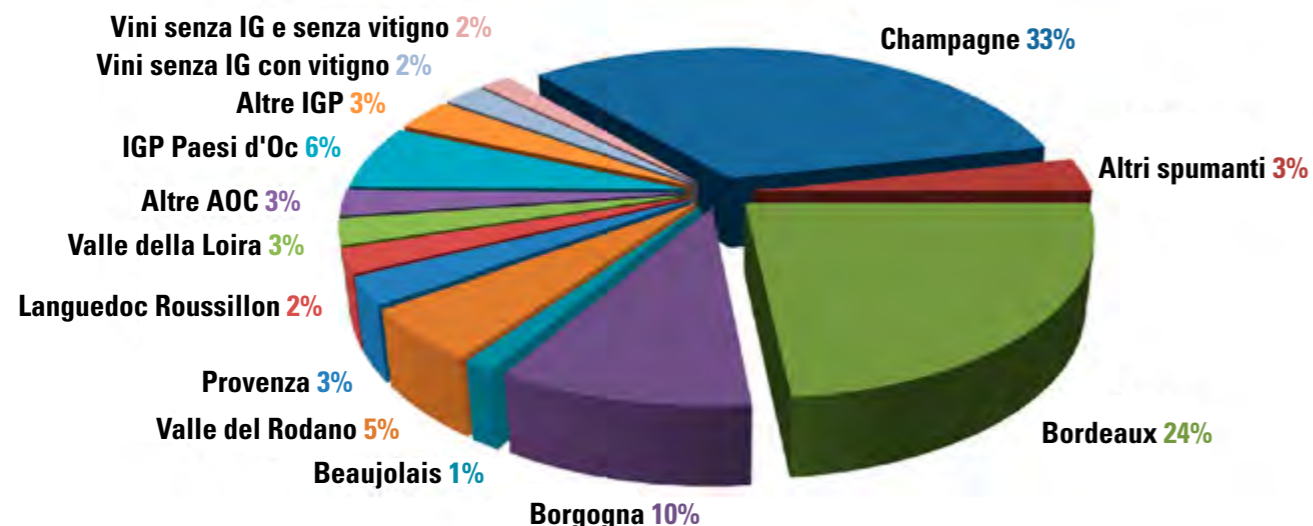


due anni, legati alla ben nota odissea dell'Ocm vino, Agea sta lavorando per scongiurare questo nuovo disagio per le imprese del vino e ha invitato le Regioni a fare presto. Decisiva, a quanto apprende Tre bicchieri, sarà una verifica finale in programma il 19 febbraio. Lì si deciderà se far scattare la proroga dei termini. Ma i tempi appaiono strettissimi. È altrettanto possibile che venga emesso un provvedimento ad hoc per quelle Regioni ritardatarie, che avranno modo di regolarci in corsa entro la nuova scadenza di marzo. E il nuovo bando 2018/2019? Se ne dovrebbe discutere proprio in questi mesi. Ma per ora tutto tace.

FRANCIA. Export vino e spirit da record: sfiorati i 13 miliardi nel 2017

DISTRIBUZIONE PER TIPO DI VINO (valore)

fonte: FEVS



a cura di Gianluca Atzeni

Francia da record nel 2017. Le esportazioni di vino e alcolici sfiorano i 13 miliardi di euro, con un incremento dell'8,5%. Si tratta del livello complessivo più alto registrato finora dall'export transalpino: merito della ripresa del mercato europeo (+4,5%), ma soprattutto delle forti crescite di Stati Uniti (+10% e un aumento del 50% in tre anni) e Cina (+25%), che con Hong Kong e Singapore hanno contribuito a circa il 60% dell'incremento del giro d'affari.

Il solo segmento vino, in particolare, totalizza 8,6 miliardi di euro, con un +9,6% in valore, ma soprattutto registra un +6% nelle quantità esportate, che tornano a salire dopo cinque anni negativi. Vini e spirit, assieme, si avvicinano ai 200 milioni di casse da 9 litri (12 bottiglie). Antoine

Leccia, numero uno della Fevs, federazione degli esportatori di vini e spirit (che rappresenta oltre l'80% dell'export di settore), ha illustrato i dati alla Maison des Polytechniciens di Parigi, evidenziando come la buonissima performance del 2017 consenta di affrontare con ottimismo un 2018 condizionato dalle incertezze nello scenario internazionale, dalle fluttuazioni dei cambi monetari e dalla raccolta scarsa dello scorso anno. Le priorità del comparto restano la stipula di accordi di libero scambio coi mercati chiave, il contrasto alle barriere commerciali e il rafforzamento della protezione delle indicazioni geografiche.

Nel dettaglio, i vini a denominazione (Aoc) progrediscono del 12,2% a 4,3 miliardi di euro. Tra questi, riprende fiato il Bordeaux che sale del 13,8%, bene anche Champagne (+7,4%),

Borgogna (+10,6%), Vallée du Rhone (+7,4%) e Provenza (+36,8%). Tra gli alcolici, che per la prima volta superano i 4 miliardi di euro (+6,3%), brillano gli incrementi di Cognac (+10,8%), Armagnac (+11%) e Rum (+28,8%). Segno meno per Vodka (-14,8%), Calvados (-7,5%) e per i liquori (-4,4%). I primi cinque mercati dei vini francesi, con oltre metà delle quote a valore, sono Usa, Uk, Cina, Germania e Singapore. L'Italia è 12esimo cliente. Verso il nostro Paese, la Francia ha esportato vino e spirit per 232 milioni di euro (+9,4%).

L'industria francese del vino e degli spirit si conferma importante da un punto di vista occupazionale, considerati i 300 mila addetti collegati. E lo è per la bilancia commerciale dello Stato (in rosso di oltre 60 mld nel 2017), visto l'avanzo di 11,5 mld di euro nel 2017.

CHAMPAGNE. Nuovo record storico di vendite: 4,9 miliardi di euro nel 2017

.Sale a 4,9 miliardi di euro, rispetto ai 4,71 miliardi del 2016, il giro d'affari delle vendite di Champagne in tutto il mondo. Un nuovo record che spazza via i 4,75 miliardi del 2015, finora il miglior risultato di sempre. La performance, secondo i primi dati del Comité, non è attribuibile al mercato interno che, come spiega Maxime Toubart, presidente del Syndicat général des vigneroni e co-presidente del Comité Champagne, risulta condizionato da un dicembre "deludente". "Lo Champagne ha realizzato un giro d'affari record grazie all'export e alla valorizzazione delle sue cuvée", sottolinea Jean-Marie Barillère, presidente dell'Union des Maisons de Cham-

pagne e co-presidente del Comité Champagne. I volumi complessivi venduti nel corso del 2017 sono pari a **307,3 milioni di bottiglie (+0,4% sul 2016), di cui 153,7 milioni destinati al mercato francese**, in calo del 2,5%, secondo un trend emerso già nel 2016. Il +3,5% delle esportazioni (a 153,6 milioni di bottiglie) ha fatto sì che vendite estere e vendite interne oggi detengano la stessa quota sul totale (il 50 per cento). In flessione anche il complesso dei Paesi dell'Ue (-1,3% a 76,6 milioni di bottiglie) superato dal gruppo dei Paesi terzi che, grazie a un +9%, raggiunge i 77 milioni di bottiglie. - **G. A.**

Colline Teramane:

il Montepulciano d'Abruzzo D.O.C.G. è uno.



Nella sua terra il vino migliore.

www.collineteramane.com



Realizzato con i fondi FEASR - PSR Abruzzo 2014/2020 sottomisura 3.2 - 2017

ENOTURISMO. Il Rapporto Città del Vino: "Stabile o in crescita per 9 Comuni su 10" Nel 2017, 14 milioni di accessi, ma Comuni ancora poco informati sulle nuove leggi

Sono circa 14 milioni gli accessi enoturistici registrati nel 2017 in Italia, per un fatturato di almeno 2,5 miliardi di euro. Il dato, che conferma le precedenti stime del 2015 e 2016, è contenuto nel Rapporto sul Turismo del Vino in Italia, giunto alla XIV edizione, curato dall'Associazione nazionale "Città del Vino" in collaborazione con l'Università di Salerno. L'antepri-ma dello studio, illustrata alla Bit di Milano, evidenzia come oltre 2 Comuni intervistati su 3 (il campione è stato di 85 enti sui 420 censiti dal database dell'associazione) non prevedano una tassa di soggiorno. Ma anche come il livello medio dei servizi offerti dagli operatori del settore (cantine, albergatori o ristoratori) sia giudicato tra il discreto e il buono. **Formazione del personale e pubblicità sono ritenute le attività su cui dovrebbero investire gli operatori.** Il 58% dei Comuni ha realizzato negli ultimi cinque anni uno o più progetti per migliorare i servizi.

Sensibile l'incidenza degli enoturisti sul fatturato delle aziende vitivinicole della zona: oltre il 31% in media; percentuale che aumenta (37,4%) se si considera l'impatto sulle altre aziende della filiera (ristoranti, alberghi, aziende agroalimentari). La qualità delle infrastrutture è giudicata sufficiente. Dal lato dei Comuni, quattro su dieci non ha un ufficio turistico e quando è presente non realizza stime ragionate sulle presenze enoturistiche.

Situazione non proprio luminosa in tema di conoscenza della legislazione di settore. Il 2017 è stato un anno fondamentale, con tre provvedimenti legislativi importanti: il Testo unico del vino, la Legge sui piccoli Comuni e l'emendamento alla legge di bilancio 2018 sulla disciplina fiscale enoturistica. Ma solo poco più della metà dei Comuni è a conoscenza delle due prime leggi, mentre appena il 37% è informato sulle nuove normative fiscali.

Considerando il focus del XVI Rapporto dedicato ai

piccoli Comuni, l'associazione Città del vino fa notare l'impegno nel supportare l'enoturismo ma, allo stesso tempo, la richiesta di maggiore collaborazione e aggregazione. Per il presidente Floriano Zambon, una delle chiavi per fare concreti passi avanti è il rafforzamento dell'Osservatorio del turismo del vino, in collaborazione con Mibact, e con altre associazioni, sia pubbliche sia private. E, in vista del prossimo appuntamento elettorale, le Città del Vino chiedono alle forze politiche un chiaro impegno programmatico per l'enoturismo. Tra i punti strategici: un osservatorio al servizio degli operatori; il rilancio e il sostegno anche economico delle Strade del Vino; una cabina di regia pubblico-privata per definire le strategie enoturistiche dell'Italia; e un portale unico che metta in rete, in più lingue, l'intera offerta enoturistica italiana.

ATTIVITÀ SU CUI INVESTIRE

Attività	Percentuale
Pubblicità	27,16%
Formazione del personale aziendale in termini di ricettività	23,46%
Accoglienza dell'azienda	17,28%
Logistica dell'azienda (accessibilità, parcheggio, servizi igienici, ecc.)	14,81%
Formazione del personale aziendale in termini di conoscenza delle lingue	12,35%
Altro*	4,94%
TOTALE	100,00%

*Altro

- "Maggiori informazioni e pubblicità su orari di apertura, chiusura, servizi offerti e costi".

- "Avviare una collaborazione permanente che faccia percepire l'unicità del territorio e l'eccellenza dei prodotti".

- "Creazione di una rete che inglobi altri operatori per offrire servizi integrati e ottenere maggiore visibilità per i propri eventi".

fonte: XIV Rapporto Turismo Vino

ALIMENTARE. Nasce il Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare

Prende forma il decreto legislativo 228 del 12 dicembre 2017, che riconfigura il Comando Carabinieri politiche agricole e alimentari. Nasce, infatti, il Comando Carabinieri per la tutela agroalimentare, a pieno titolo inserito nei reparti speciali dell'Arma. Sotto la guida del colonnello Luigi Cortellessa, è composto da militari altamente specializzati nelle fonti normative, a presidio della produzione agricola e alimentare italiana. È suddiviso in una struttura centrale con sede a Roma (uffici del comando e reparto operativo) e in una struttura periferica, fatta a sua volta da cinque reparti tutela agroalimentare, con competenza interregionale: Torino, Parma, Roma, Salerno e Messina.

PIL. In calo l'agricoltura nel quarto trimestre 2017

Lieve aumento del Pil nazionale nel quarto trimestre 2017 (+0,3% su quello precedente), ma agricoltura in calo, secondo le stime preliminari diffusi dall'Istat. Colpa di un autunno negativo: dal crollo del 23% della produzione di mele, al -11% del comparto olivicolo, al calo della raccolta di uve da vino, comprese alcune manovre speculative per sottopagare, come sottolinea Coldiretti, i prodotti agli agricoltori. Inoltre, **il quarto trimestre 2017 ha avuto tre giornate lavorative in meno** del trimestre precedente e una giornata lavorativa in meno rispetto al quarto trimestre 2016.

GAMBERO ROSSO®



I 50 ANNI DEL ROSSO PICENO

Il Rosso Piceno incontra la cucina milanese per festeggiare insieme il cinquantesimo compleanno. 50 anni di storia, tradizione, qualità, forza.

MERCOLEDÌ 21 FEBBRAIO
19:00 - APERITIVO DI BENVENUTO
20.30 - CENA DEGUSTAZIONE

OFFIDA DOCG

TERRE DI OFFIDA DOC

FALERIO DOC

ROSSO PICENO
E ROSSO PICENO SUPERIORE



Osteria del Treno | Sala Liberty | Via San Gregorio, 46 - Milano



DEAL 1. Lugana, Allegrini acquista 40 ettari. Presto al via i lavori per la nuova cantina. L'azienda veronese sceglie di investire in uno dei bianchi italiani in grande ascesa

a cura di Gianluca Atzeni

Due anni fa l'affitto di dieci ettari vitati, ora l'acquisto di altri 40 ettari da impiantare entro il 2018. Allegrini sceglie di puntare in forze sul Lugana, una delle denominazioni italiane con i più alti tassi di crescita degli ultimi anni. Il brand vitivinicolo che fa capo alla Corte Giara srl (oltre 30 milioni di fatturato nel 2016, per l'85% realizzato all'estero) sbarca così a Pozzolengo (Brescia) e acquisisce non solo terreni ma anche fabbricati, su cui nascerà a breve un nuovo sito produttivo. Una nuova cantina.

L'ammontare dell'investimento non è stato reso noto, ma l'obiettivo è quello di disporre, nel giro di cinque anni, di un potenziale produttivo di 400 mila bottiglie su 50 ettari, dieci dei quali in affitto a Desenzano e i cui vini potrebbero esordire sul mercato nel 2019. I nuovi vigneti di Pozzolengo dovrebbero essere impiantati entro il 2018. L'affare è stato concluso a gennaio scorso e a spiegare a Tre Bicchieri le ragioni di questa scelta è la stessa Marilisa Allegrini: "Si tratta di una proprietà unica, in territorio leggermente collinare. Ci siamo fatti attrarre da questo investimento perché nel nostro portafoglio vini mancava un bianco importante". Sinora, il core business della società, tranne poche eccezioni col Soave o coi bianchi toscani, si è concen-



trato sulle grandi Dop rosse del Made in Italy: Amarone della Valpolicella (Allegrini e Corte Giara), Brunello di Montalcino (San Polo) e Bolgheri (Poggio al Tesoro). "Se penso al vino Lugana penso soprattutto alla Germania come primo mercato di riferimento", aggiunge Allegrini "ma sono convinta che così come c'è stata molta curiosità per i nostri varietà - è il caso del nostro Vermentino di Bolgheri - penso ci sia la possibilità di conquistare mercati importanti con il Lugana come quello americano e soprattutto quello asiatico. Non faremo vini di pronta beva, ma punteremo a valorizzarne la longevità". Si lavorerà su rese inferiori a quelle del disciplinare della Doc. Da un punto di vista qualitativo, l'obiettivo, come spiega Franco Allegrini, è "occupare anche all'interno di questa denominazione il segmento di alta qualità. È una Doc che ci piace, non molto vasta (circa mille ettari), non ci sono cantine sociali, e la competizione tra i produt-

tori è indirizzata all'alta qualità". La nuova cantina, i cui lavori dovrebbero iniziare in tempi relativamente brevi, sarà affidata ai membri più giovani della famiglia: "Daremo una grande responsabilità ai nostri figli" aggiunge Marilisa "che verranno coinvolti fin dall'inizio sia nelle decisioni operative sia in quelle strategiche".

Altra novità: da aprile Allegrini si occuperà dell'importazione e della distribuzione nel mercato italiano di Olivier Leflaive, che gestisce un domaine di 20 ettari di proprietà (Abbaye de Morgeot, Clos Saint-Marc, Batard-Montrachet, Chevalier-Montrachet, Les Pucelles, Les Folatières, Meursault Blagny Sous Le Dos d'Ane, Les Poruzots) e una maison che vinifica uve provenienti da 80 ettari di vigneti di altri conferenti, oltre al brand di Champagne Valentin Leflaive, frutto di un progetto condiviso con Erick De Sousa, ad Avize.

BILANCI. Tenuta Ornellaia chiude il 2017 con un +3,5% di ricavi



Salgono del 3,5% i ricavi per Tenuta Ornellaia, brand del gruppo toscano Marchesi Frescobaldi che nel suo complesso ha chiuso il 2017 con un incremento di fatturato del 5%, oltre i cento milioni di euro. Giovanni Geddes da Filicaja, amministratore delegato, ha escluso l'intenzione del gruppo di quotarsi in Borsa. Ornellaia si focalizzerà, in particolare, sul mercato cinese. Prova ne sono gli accordi con tre négociants francesi, firmati a seguito del Salone di Bordeaux: "Siamo l'unica azienda vinicola italiana ad essere proposta da négociants francesi", precisa Geddes da Filicaja.

Il prossimo 19 febbraio sarà resa nota la base d'asta per Anamorfosi, creazione dell'artista sudafricano William Kentridge per la Vendemmia d'Artista 2015 Carisma di Tenuta Ornellaia. L'asta di beneficenza di Sotheby's si terrà il 23 maggio prossimo insieme ad altri nove lotti.

CONSORZI. Barbera d'Asti e Monferrato: nel 2017 imbottigliamenti in crescita del 3,6%

Tira le somme dell'anno appena trascorso il Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato. Reduce da un 2017 in cui la raccolta è stata scarsa (con un -17,2% di uve in meno) ma "di alta qualità". Grazie all'ingresso di Grignolino d'Asti, Loazzolo e Terre Alfieri, le Dop tutelate dal consorzio sono salite a dodici. Tra gennaio e dicembre 2017, il numero complessivo di bottiglie ha superato i 66,5 milioni, di cui 35,7 milioni di Piemonte Doc

(+2% rispetto a un anno prima), 21,1 milioni di Barbera d'Asti Docg (+6,3%), 5 milioni di Monferrato Doc (+5%), un milione di Grignolino d'Asti (+6,8%). Continua la crescita del Nizza Docg (tredicesima denominazione in attesa del riconoscimento ufficiale) che, con 369 mila bottiglie, segna un +17% sul precedente anno. Buona la performance del Ruchè di Castagnole Monferrato Docg (+7,6 a 834 mila bottiglie) che sta vivendo un momento di rinascita



sul mercato. Segno meno per la Malvasia di Castelnuovo Don Bosco (-32,7%, a 271 mila bottiglie): il dato risente dello "scarso appeal dei vini dolci". Ed è negativo anche

il bilancio per il Cortese dell'Alto Monferrato Doc (-21%, a circa 876 mila bottiglie).

"Siamo comunque soddisfatti dell'andamento della vendemmia e in particolare dei dati di imbottigliamento, che registrano un incremento del 3,6%", ha commentato il presidente del consorzio Filippo Mobrì nell'incontro di Palazzo Mazzetti, ad Asti, ricordando come la metà dei 21 milioni di bottiglie di Barbera d'Asti raggiunga i mercati esteri. Le vendite fuori confine per questo grande gruppo di aziende piemontesi (530 cantine imbottigliatrici di cui 360 nell'Astigiano, su un totale di 11 mila ettari) si concentrano, considerando tutte le denominazioni, in Gran Bretagna, Paesi scandinavi e Germania (60%), con un 30% di quote rappresentate dai mercati americani (in prevalenza Canada e Stati Uniti), un 9% dall'Asia e un 5% dalla Russia.

DEAL 2. DeA Capital (Gruppo De Agostini) entra in Botter per il 22,5%. Si va verso la quotazione in Borsa

Nell'indagine annuale sul settore vitivinicolo di Mediobanca 2017, Casa vinicola Botter spa, è la settima azienda italiana per fatturato, con circa 180 milioni di euro, un margine lordo di 24 milioni di euro e 86 milioni di bottiglie vendute per il 97% all'estero; ed è anche tra le imprese che realizzano le migliori performance economico-patrimoniali, soprattutto per redditività. In dieci anni, la casa fondata da Carlo Botter nel 1928 a Fossalta di Piave è riuscita a triplicare il proprio fatturato. E i vertici aziendali, Annalisa, Alessandro e Luca Botter, esponenti della terza generazione di famiglia, hanno deciso di rafforzare la compagine sociale aprendo all'ingresso nel capitale sociale (quota del 22,5%) del fondo "IdeA Taste of Italy", gestito da DeA Capital alternative funds sgr, controllata da DeA Capital spa, società del Gruppo De Agostini.

Rafforzamento societario che prelude alla quotazione in Borsa "nel medio periodo" che "consentirà di accelerare la nostra penetrazione in nuovi mercati" affermano i manager di Botter "accrescendo ulteriormente la presenza all'estero". La società veneta è oggi partner strategica di diversi retailer internazionali, è focalizzata su prodotti come Prosecco, Pinot Grigio e Primitivo, e intende espandersi ulteriormente in Usa e Cina. Annalisa, Alessandro e Luca mantengono il controllo della società e continueranno a gestire l'azienda. "In Botter" dice Pierluca Antolini, managing director di IDEA Taste of Italy "abbiamo riconosciuto un'azienda dotata di un modello di business vincente e nella famiglia Botter un partner imprenditoriale che gode della stima incondizionata da parte degli operatori del settore vitivinicolo italiano e della distribuzione estera. È nostra ambizione supportarla nell'ulteriore sviluppo nei principali mercati mondiali anche tramite acquisizioni". - G. A.



OBITUARY. Il mondo del vino saluta Luigi Pasetto

Ha guidato per 25 anni (dal 1983 al 2008) la cantina di Soave ed è stato il primo presidente del settore vitivinicolo della Fedagri-Confcooperative, dal 1992 al 2007. Il mondo del vino ricorda così Luigi Pasetto, dirigente veneto, scomparso all'età di 88 anni. "Un cooperatore attento alle istanze del suo territorio" afferma il presidente di Fedagri-Confcooperative, Giorgio Mercuri "ha saputo rivestire con merito incarichi a livello nazionale, facendosi apprezzare per la sua competenza e la sua fedeltà ai principi della cooperazione".

EVENTI. Sesta edizione per Anteprima Fiere Vino. Dal 26 febbraio in tutta Italia

Ritorna, dal 26 febbraio al 14 marzo, Anteprime Fiere Vino, l'appuntamento che anticipa le tendenze in scena ai prossimi ProWein e Vinitaly. Come ormai da sei anni, l'iniziativa – firmata Gambero Rosso – è itinerante e coinvolge enoteche, cantine e consorzi di tutte le principali città italiane, dove gli appassionati saranno guidati nelle degustazioni dagli esperti della nostra redazione vino.

Oltre **170 le etichette coinvolte nell'operazione, proposte a rotazione negli appuntamenti sul territorio**, con le degustazioni gratuite in enoteca o in occasione degli eventi a pagamento: i Seminari (Lecce, Milano, Palermo) e i Grandi Wine Tasting (Lecce, Milano, Napoli, Roma e Torino). In particolare, il seminario meneghino (il 12 marzo, dalle 16, allo Spazio Marcopolo 4) vedrà la collaborazione del Consorzio di tutela Vini del Sannio.

Per maggiori informazioni e per il calendario completo gamberorosso.it/it/anteprimafierevino



supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,

Vincenzo Russo

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Freepik (cover), Consorzio Chianti Classico,

Consorzio Vernaccia di San Gimignano,

Consorzio Vino Nobile di Montepulciano,

Consorzio Brunello di Montalcino

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 17 febbraio
Anteprime di Toscana
Firenze e altre province
anteprimetoscane.it

16 febbraio
Vini d'Abruzzo,
espressione di un territorio
Hotel Rome Cavalieri
via Cadlolo, 101 - Roma
dalle 16 alle 21

17 febbraio
Beer attraction
Rimini
beerattraction.it
restipica.net
fino al 20 febbraio

17 febbraio
Vini ad Arte - Anteprima
del Romagna Sangiovese
Faenza (Ravenna)
consorziovinidioromagna.it
fino al 19 febbraio

19 febbraio
Anteprima Sagrantino
Montefalco (Perugia)
consorzioMontefalco.it
fino al 20 febbraio

21 febbraio
I 50 anni del Rosso Piceno
degustazione e cena
Osteria del Treno
Milano

26 febbraio
Grande Wine Tasting
di Anteprima Fiere Vino
Torre del Parco
Lecce
gamberorosso.it

26 febbraio
Anteprime Fiere Roma
degustazioni in enoteca
gamberorosso.it/it/anteprimafierevino
fino al 14 marzo

2 marzo
masterclass per aspiranti
Master of Wine
presso Umani Ronchi
Osimo (Ancona)
istitutograndimarchi.it
fino al 4 marzo

3 marzo
Live Wine
Palazzo del Ghiaccio
via G.B. Piranesi, 14
Milano
livewine.it
fino al 5 marzo

4 marzo
Terre di Toscana
Una Hotel Versilia
lungomare
di Lido di Camaiore (Lu)
fino al 5 marzo

11 marzo
Anteprima Chiaretto
Dogana Veneta
piazzetta A. Partenio, 13
Lazise (Verona)
ilbardolino.com

11 marzo
300% Wine experience
Villa Emo
Fanzolo di Veduggio (Treviso)

22 marzo
DiVinNosiola
Trento e la Valle dei Laghi
fino al 22 aprile

GRANDI CANTINE ITALIANE/SICILIA 3



Le grandi cantine della Sicilia



Rallo

Via Vincenzo Florio, 2 | Marsala (TP)

www.cantinerallo.it | 0923721633

Andrea Vesco, come patron dell'azienda, si è sempre posto come obiettivo quello di arrivare nel più breve tempo possibile a produrre vini biologici di qualità, esclusivamente con uve proprie, coltivate nel rispetto del naturale equilibrio delle diverse varietà. I risultati di questo lungo e impegnativo lavoro, che ha completamente rivoluzionato l'azienda, sono sotto gli occhi di tutti e, soprattutto, si sentono nel bicchiere. Oggi l'azienda ha raggiunto un'autonomia produttiva assicurata da un centinaio di ettari vitati su tre diversi siti, tra Alcamo, Marsala e Pantelleria ed è riuscita a realizzare un progetto agronomico per la salvaguardia della biodiversità della tenuta. I vini di questa storica cantina, infatti, negli ultimi anni, convincono sempre più per eleganza, complessità e affidabilità nel tempo.



Beleda

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Catarratto in purezza, proviene dal comune di Alcamo. Note di agrumi, pompelmo, bergamotto e pera si susseguono nel bicchiere, mentre in bocca è fresco e fragrante, di elevata acidità. Ideale per accompagnare la pasta con le sarde.



Bianco Maggiore

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Un elegantissimo grillo dai profumi floreali, di frutta esotica e agrumi, fresco, sapido e persistente. Consigliato come aperitivo, speciale con le sarde alla beccafico.



Al Qasar

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Versione secca dello zibibbo, si porge con gradevoli profumi di sambuco, mandorla e zagara. Equilibrato e pieno chiude con un finale aromatico ed elegante. Un bel bianco da aperitivo, ottimo anche con i tipici piatti mediterranei a base di pesce e crostacei.

Vini d'Italia Worldtour 2018/2019



2018

GENNAIO

16	STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri
18	COPENHAGEN - Denmark	Vini d'Italia Experience
22	BERLIN - Germany	Vini d'Italia Experience
25	MUNICH - Germany	trebicchieri

FEBBRAIO

08	LONDON - U.K.	trebicchieri
28	CHICAGO - Usa	trebicchieri

MARZO

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

APRIL

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
09	PARIS - France	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

OTTOBRE/NOVEMBRE

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



CINA. In cinque anni raddoppiato l'import di vino. L'Italia quinto fornitore



IN CINQUE ANNI LA DOMANDA cinese di vino straniero è raddoppiata: se, nel 2013, l'import fu di 3,7 milioni di ettolitri, nel 2017 per la prima volta gli ettolitri sono diventati 7,5 milioni. Il dato emerge da un'analisi Ismea sul mercato orientale che lo scorso anno ha incrementato del 18% i volumi di vino importato, per un corrispettivo di 2,5 miliardi di euro (+15%). Netta la predominanza, anche nel 2017, per i prodotti in bottiglia che, con 5,5 milioni di ettolitri, hanno segnato un +15% su base annua. Crescono del 28% gli sfusi che, con 1,8 milioni di ettolitri, hanno raggiunto il 24% del

totale importato. Prevalgono, in questo segmento, i prodotti in cisterna, col bag in box che ancora ha un peso molto limitato. La Spagna detiene oltre un terzo delle quote di sfuso, con spedizioni doppie sul 2016 (630 mila ettolitri), e la prima posizione davanti al Cile. Per quanto riguarda il solo vino imbottigliato, osservano gli analisti di Ismea, **la Francia domina il mercato con circa il 40% delle quote a volume**, 2,2 milioni di ettolitri e una crescita del 14%. Quinta posizione per l'Italia, molto distante dalla Francia, e ritmi di crescita che non le consentono di colmare, in parte, il gap con

gli altri Paesi concorrenti. Nel dettaglio, sul mercato cinese, la Francia ha venduto, nel 2017, oltre 2,3 milioni di ettolitri di vino (+18,4%) per una spesa di 973 milioni di euro (+7,7%), seguita dall'Australia con 1,44 mln di ettolitri (+37,5%) e 640 mln di euro (+23,5%), dal Cile con 1,3 mln di ettolitri (-10,6%) e 290 mln di euro (+19,5%), dalla Spagna con 1,34 mln di ettolitri (+43,3%) e 171 mln di euro (+18,6%). L'Italia precede gli Stati Uniti, il Sudafrica e la Nuova Zelanda ed è quinta con 0,37 mln ettolitri esportati (+15,9% sul 2016) e un importo pari a 142 mln di euro (+18,6%).

IL MIO EXPORT. Marzia Varvaglione - Varvaglione 1921

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

La percentuale relativa all'export sul totale della nostra produzione aziendale è di circa l'88%. I principali Paesi in cui siamo concentrati in questo periodo sono Germania, Svizzera, Giappone, Vietnam, Usa, Olanda, Cina.

2. COME PROMUOVETE IL VOSTRO VINO NEI MERCATI INTERNAZIONALI?

Siamo molto presenti in ognuno dei mercati in cui esportiamo. Non siamo mai stanchi di portare in giro i nostri vini e di essere al servizio e al fianco dei nostri clienti. Io e il nostro direttore commerciale viaggiamo per almeno 150 giorni all'anno senza mai trascurare nessuno.

3. AVETE UN EXPORT MANAGER - O PIÙ DI UNO - DEDICATO? COME LO AVETE SELEZIONATO?

Abbiamo un direttore commerciale, che si occupa solo dei mercati internazionali.

La sua è stata una candidatura spontanea e, come ogni cosa nella nostra azienda, è stato amore a prima vista.

4. CI RACCONTI UN ANEDDOTO (POSITIVO/NEGATIVO) LEGATO ALLE SUE ESPERIENZE ALL'ESTERO.

È risaputo che quello giapponese è un popolo molto riservato: il loro saluto prevede un semplice inchino. Io, nella mia ingenuità di 23enne, dopo ogni meeting davvo a ciascuno due baci per salutare. Ovviamente loro arrossivano da morire. Oggi però questo resta un mio "segno distintivo" sul quale facciamo ogni volta ironia.



Varvaglione 1921 | Leporano | Taranto | varvaglione.com

NEL PROSSIMO NUMERO
PIAGGIA

Dall'ultimo accordo commerciale Messico-Ue sono passati 18 anni. Oggi, in attesa di concludere le nuove trattative, il vino è ormai diventato un prodotto ampiamente diffuso, con l'Italia al quarto posto tra i Paesi esportatori. A far salire i consumi, classe media e turisti. Ecco perché conviene investire da queste parti

Il Messico è una nuova frontiera per il vino italiano?

▲ a cura di Loredana Sottile

LA REVISIONE DEL TRATTATO MESSICO-UE

La geografia non sempre è una scienza esatta. Oggi, ad esempio, il Messico appare sempre più distante dagli Stati Uniti, mentre sembra avvicinarsi un po' di più all'Europa. A dividere i due Paesi americani ci pensa, infatti, il "muro" innalzato da Trump sui negoziati dell'accordo commerciale Nafta (Usa-Messico-Canada), mentre potrebbero concludersi a breve quelli tra Messico e Unione Europea. Ad onor del vero, né uno nell'altro sono accordi nuovi: il trattato con l'Ue c'è già e regola i rapporti tra i due Paesi sin dal 2000, così come c'è quello tra i tre Paesi americani che risale al 1994. La novità è che oggi il Messico non è più la faccia triste dell'America: è una nazione stabile (da vedere come andranno le prossime presidenziali del primo luglio 2018), rappresenta la seconda economia dell'America Latina (dopo il Brasile) e mostra una marcata apertura commerciale, tanto che ha già stipulato trattati commerciali con ben 45 Paesi. Per l'Europa quello del 2000 col Messico, è stato il primo accordo

in Sud America. Già allora venne stabilito che il dazio sul vino fosse pari a zero. D'altronde il Messico non è un Paese produttore (qualcosa si sta muovendo solo in questi ultimi anni), quindi non ha nessun interesse a proteggere il prodotto interno. E su questo punto, l'aggiornamento del Trattato non dovrebbe portare nessuna sorpresa, come conferma l'Unione Italiana Vini: *"Non essendoci barriere tariffarie, le nostre preoccupazioni sono più che altro rivolte a colmare il vuoto legislativo, che non riconosce le nostre indicazioni geografiche. Per questo è stata proposta una lista di denominazioni europee da proteggere"* (vedi box).

I CONSUMI DI VINO NEL PAESE DEI MAYA

Nell'arco temporale trascorso tra i vecchi e i nuovi negoziati, il commercio Ue-Messico è quasi triplicato, toccando quota 53 miliardi di euro l'anno. E anche il vino - totalmente ignorato dai messicani 18 anni fa - si è ormai fatto strada fino a diventare un'abitudine. Abitudine, s'intende, ben lontana dai numeri delle altre bevande nazionali: si calcola che circa due milioni e mezzo di persone consumino vino con una certa regolarità, di »



IL "QUESO" CHE BLOCCA L'ACCORDO

Sarebbe un formaggio a far rallentare la rinegoziazione degli accordi di libero scambio tra Messico e Unione Europea. Il 'queso' incriminato si chiama Manchego: stesso nome sia in Spagna sia in Messico. Ma le somiglianze finiscono qui: latte di pecora di razza manchega per quello Dop spagnolo; latte di mucca e pasta molle per quello messicano, che viene venduto a prezzi bassissimi nei supermercati, principalmente per farcire le quasadillas. Una questione che somiglia molto a quella del nostro Parmigiano e dei suoi sosia - parmesan - sparsi nel mondo. Oltre al Manchego, la Ue avrebbe presentato al Messico una lista con oltre 400 indicazioni geografiche, chiedendone il riconoscimento. Tra questi, birre, insaccati e anche vini. Ed è su questa lista che si giocheranno anche i prossimi round di negoziazione.

» questi solo il 15% lo consuma quotidianamente, un altro 80% lo consuma almeno una volta la settimana. Il vino d'altronde è una bevanda piuttosto costosa da queste parti, sia per i rincari dei vari intermediari commerciali, sia per il peso della tassazione e per il costo degli adempimenti burocratico-amministrativi.

Al momento, nella classifica delle bevande più bevute, al primo posto c'è la birra, con più di 60 litri pro capite annui, seguita dai superalcolici, soprattutto tequila, con più di 2 litri annui pro capite e dai cocktail. Il vino è fermo a 0.75 litri pro capite (dati Italian Chamber in the Caribbean). Ma presenta buoni margini di crescita: basti pensare che negli ultimi dieci anni le importazioni si sono praticamente triplicate. Quando parliamo di vino, infatti, il riferimento è per lo più al vino da importazione: quasi 60 milioni di litri l'anno.

Per quanto riguarda il vino italiano, secondo i dati Wine Monitor-Nomisma, da gennaio a ottobre 2017, il nostro Paese ha spedito in Messico, complessivamente 114,7 mila ettolitri di vino (+10,3%, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno), per un valore di »

» 29,2 milioni di euro (+10,6%). Ad andare bene sono soprattutto i vini fermi imbottigliati: 23,6 milioni di euro, mentre gli spumanti seguono a distanza: 5,4 milioni di euro (vedi grafico).

EXPORT DI VINO DALL'ITALIA IN MESSICO (gen-ott '17/gen-ott '16)				
TIPOLOGIA	VALORI (.000 €)	VAR. 17/16 (%)	VOLUMI (HL)	VAR. 17/16 (%)
Spumanti	5.460,9	6,1%	15.942,0	-1,8%
Fermi imbottigliati	23.638,4	12,7%	98.576,0	13,8%
Sfusi e grandi formati (>2 litri)	137,1	-54,9%	240,8	-78,9%
TOTALE VINO	29.236,4	10,6%	114.758,8	10,3%

fonte Nomisma Wine Monitor

SPAGNA, FRANCIA E CILE I MAGGIORI ESPORTATORI

“Il Messico” spiega a Tre Bicchieri **Monica Beltrami**, segretario generale dell'associazione Italian Chamber in the Caribbean (vedi box) “è un Paese molto protezionista se si toccano prodotti di cui è tradizionalmente produttore: birra, carne, formaggi. Semmai, la politica degli ultimi anni, sta cercando di attrarre sempre maggiori investimenti stranieri, favorendo i finanziamenti per chi, ad esempio, voglia trasferirsi da questi parti e comprare un proprio ranch. Ben diversa la situazione se si parla di vino. Esiste, sì, una piccola produzione vitivinicola locale, ma è molto marginale: a stento riesce a soddisfare il 30% della domanda interna”.

Il principale esportatore di vino in Messico è la Spagna con una quota di mercato, in valore del 30%, seguita, in ordine decrescente, da Francia, Cile, Italia, Argentina e

Stati Uniti. Se ci spostiamo al settore bollicine, il testa a testa è, invece, tra Francia e Italia. “La classifica è presto spiegata” continua Beltrami “la Spagna è avvantaggiata dai legami storico-culturali-linguistici con il Messico. Il Cile si avvantaggia della vicinanza geografica, del buon rapporto qualità/prezzo dei suoi vini e delle aggressive campagne promozionali messe in atto. La Francia gode di una sorta di rendita, in quanto è considerata, per definizione, il Paese che produce vini di maggiore qualità. E poi, i francesi sono stati bravi in questi anni a farsi conoscere”.

VINO ITALIANO E RISTORAZIONE

E l'Italia? Anche il Belpaese gode di una buona fama e del crescente successo, ma la vera carta in più è rappresentata dalla ristorazione tricolore. “Soprattutto sulla costa sono tantissimi i ristoranti italiani e sicuramente rappresentano il canale migliore anche per i vini. Da non sottovalutare, in questo senso, la presenza dei nostri connazionali: sono oltre 10 mila quelli che vivono stabilmente a Playa del Carmen e che sono intenzionati ad investire in questo Paese, portando anche i prodotti italiani. Ben diverso il discorso Gdo (sostanzialmente rappresenta dalla statunitense WalMart, con i suoi 2 mila punti vendita messicani; ndr), dove possono entrare solo grandi gruppi che abbattano i prezzi, o vini di bassa qualità a prezzi già molto bassi. Gli scaffali sono per lo più occupati da vini cileni. L'Italia, per fortuna, si colloca in altre fasce di prezzo. Quello che stiamo cercando di fare, come Icc” conclude la nostra interlocutrice “è creare dei corner italiani nei supermercati per far conoscere e degustare i prodotti”.

Guardando ai numeri: il vino in termini di valore si vende per il 63% nel canale on trade e per il 37% nel canale off trade. La classifica dei vini più venduti, vede nettamente in testa i rossi (63% delle vendite), seguiti da bianchi (24%), spumanti (12%) e rosati (1%). Il clima particolarmente caldo del Paese, in teoria dovrebbe favorire i vini bianchi ma non è così, quasi due terzi dei consumi si orientano sui rossi, anche se va detto che le nuove fasce di consumatori giovani e le donne, preferiscono sempre più i vini leggeri e, soprattutto, quelli »

ESPORTARE VINO IN MESSICO TRAMITE L'ITALIAN CHAMBER IN THE CARIBBEAN

Italian Chamber in the Caribbean è un'associazione (a partecipazione mista, istituzionale e privata) nata per favorire l'internazionalizzazione delle imprese italiane e promuovere il made in Italy in alcune aree caraibiche. La sua sede principale è in Messico, a Playa del Carmen. Dallo scorso anno ha inserito anche il vino nel suo portfolio e, grazie allo stanziamento fondi, è in grado di erogare ad un numero limitato di aziende un percorso di internazionalizzazione del-

la durata di sei mesi. Lo ha già fatto con una ventina di cantine italiane. Nello specifico, mette a disposizione la propria licenza di importatore e distributore in Messico e in alcuni Stati Usa; un supporto commerciale durante le fiere di settore; degli accordi di groupage con gli spedizionieri italiani; un export manager nel territorio per i sei mesi in questione, in modo da buypassare la figura dei buyer locali.

Tra i prossimi appuntamenti fieristici che coinvolgono e attira-

no un vasto pubblico di messicani, Icc sarà presente a Nra Show Chiacago (19-22 maggio) e a Expo Hotel Cancun (12-14 giugno). Tra i prossimi progetti, in via di realizzazione, ci sono l'ampliamento della wine room nella stessa sede Icc di Playa del Carmen e la creazione di un canale e-commerce dedicato ai vini italiani e rivolto, in modo mirato, al pubblico messicano.

italianchamberinthecaribbean.com

» spumanti: un segmento in crescita costante. Per ciò che riguarda le principali varietà consumate, per i vini rossi: Cabernet Sauvignon (54%), Tempranillo (29%), Merlot (11%), Shiraz/syrah (4%), a seguire tutti gli altri. Per i bianchi: Chardonnay (37%), Riesling (29%), Sauvignon Blanc (30%).

“Per quanto riguarda i vini italiani” spiega l'export manager **Andrea Romano** “di primo acchito vengono chiesti i più blasonati all'estero: Chianti, Barolo, Brunello e Amarone. Sta a noi, in quanto importatori, far conoscere anche gli altri. Bisogna dare loro quel che chiedono, ma allo stesso tempo proporre altro. Negli ultimi tempi, poi, si sta molto affermando anche il Prosecco. E non solo: l'Italia è riuscita ad esportare, nel Paese della birra Corona e della Tequila, perfino la moda dello spritz”.

L'INCIDENZA DEL TURISMO SUI CONSUMI

Ma chi è il consumatore-tipo messicano? Si tratta prevalentemente di uomini di mezza età con un livello socio-economico medio alto e alto, a seguire ci sono i giovani delle classi medie. Proprio per questo interesse da parte delle nuove generazioni, molti ristoranti hanno cominciato a inserire nelle loro carte vini con prezzi più moderati. La comparsa di vini con prezzi più contenuti e il miglioramento della distribuzione commerciale dovrebbero portare a un aumento dei consumi nei prossimi anni, modificando la percezione del vino da bevanda di lusso a bevanda sempre più “trendy”, soprattutto tra il pubblico femminile e i giovani. C'è, poi, un altro target importante. Quello dei turisti stranieri. Il Messico registra complessivamente circa 30 milioni di presenze

GLI SCAMBI ITALIA-MESSICO

L'export italiano verso il Messico, dopo un calo nel 2014, è cresciuto nei due anni successivi, attestandosi a 3,7 miliardi di euro. L'Italia esporta verso questo Paese, beni della meccanica strumentale (38% dell'export italiano), autoveicoli (12%), prodotti chimici (8%), prodotti metallurgici (7%). Al contrario, importiamo dal Messico prodotti minerali (33%), mezzi di trasporto (16%), prodotti chimici (11%) e metalli (10%).

turistiche annue, con la maggior parte degli arrivi concentrata nella Riviera Maya: 300 km di costa con alberghi e hotel, con in media tre attracchi al giorno di navi crociera, come ci spiega Romano “Il flusso di visitatori non conosce sosta in ogni periodo dell'anno. Nei 12 mesi, cambia solo il target: un turismo più di massa in estate, un turismo più altolocalo e con maggiore capacità di spesa in inverno. Bisogna anche considerare che il Messico è cambiato: non è più il Paese pericoloso dedito solo allo spaccio di droga e al malaffare. L'economia adesso sta girando velocemente, per questo non è sbagliato parlare di 'Nuovi Emirati Arabi' dell'area caraibica. Con una differenza: Dubai è 'nata' e cresciuta in tempi vertiginosi e dopo l'Expo, dovrà inventarsi qualcosa'altro per non perdere attrattività; il Messico sta crescendo e guardando al futuro, ma con un passato solido alle spalle e un grande rispetto per le bellezze naturali che fanno parte del Paese”.

Oltre ad essere tutte Docg toscane, c'è un'altra caratteristica che accomuna Chianti Classico, Vernaccia di San Gimignano, Vino Nobile e Brunello: la difficile vendemmia 2017. E se a Montalcino c'è attesa per l'arrivo di Sting, a Montepulciano emerge un certo malcontento sulla promozione

Anteprime Toscane 2018. Dopo Firenze è l'ora dei territori

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

12 e 13 febbraio

CHIANTI CLASSICO COLLECTION

"È il terzo anno consecutivo che si registrano vendite di oltre 37 milioni di bottiglie, un dato storico, mai accaduto, che conferma il trend positivo delle vendite degli ultimi 7 anni con una crescita complessiva del periodo di circa il 50%, raggiungendo il livello più alto degli ultimi 20 anni". È stato questo lo sfondo della Collection 2018 (12 e 13 febbraio) – giunta alla 25a edizione - descritto dal presidente del consorzio, **Sergio Zingarelli**. La difficile annata 2017 comunque pesa, tanto che all'appello mancano 80 mila ettolitri (-27%) rispetto al 2016, mentre la qualità è stata definita da Zingarelli come "più che accettabile con punte molto interessanti". Le quotazioni dello sfuso (solitamente rappresenta 20-25% del totale prodotto) stanno aumentando: il prezzo è compreso tra 280/320 euro/q.le, ma il mercato è quasi fermo. Nell'ambito della Collection 2018 è stato scelto di

proporre un gioco denominato *La prova del 9*, che ha consentito di provato ad individuare – attraverso un sistema automatizzato di votazione - da quale dei 9 Comuni del Chianti Classico provenivano i 9 Chianti Classico 2015, posti in assaggio. Un modo per indagare su quale veramente sia, seppur tra un pubblico di esperti, la percezione della diversità dei vini dei 9 areali. Per ognuno dei vini, il 30% dei partecipanti ha correttamente abbinato vino e Comune.

"Il confronto al nostro interno su questo tema (le "menzioni geografiche" basate sui terroir comunali; ndr) è iniziato ormai da tempo" ci ha detto il presidente Sergio Zingarelli "e anche le associazioni territoriali che stanno nascendo (Viticoltori di Gaiole, di Panzano, di Castenuovo Berardenga, di San Donato in Poggio, ecc.) vanno proprio nella direzione di evidenziare l'unicità e le caratteristiche di ogni zona". Il Consorzio, infatti, sta favorendo la loro nascita proprio per evidenziare le caratteristiche geologiche e pedoclimatiche, ma anche le identità vitivinicole dei territori del Chianti Classico. L'argomento sarà all'ordine del giorno del prossimo consiglio, il 20 >>



>> maggio. Tanti produttori d'accordo, ma altrettante le perplessità su varie questioni: precisa delimitazioni delle aree, ruolo del sangiovese, utilità di un'ulteriore verticalizzazione, ecc. Se Lamole (Greve in Chianti) è entrata a far parte del Registro nazionale del paesaggio rurale storico, per fare sistema, attrarre investimenti e promuovere la qualità territoriale è nato il Distretto rurale del Chianti, di cui fa parte il Chianti Classico, mentre è già fase avanzata sia la costruzione del Distretto del cibo sia del dossier per la tentative list dell'Unesco.

I NUMERI DEL CHIANTI CLASSICO DOCG

Complessivamente su 70 mila ettari di estensione dell'area di produzione, 10 mila sono a vite, dei quali 7200 sono iscritti all'albo del Chianti Classico. La produzione media annua (ultima decade) è di 270 mila ettolitri, mentre in bottiglia la produzione è di 35-38 milioni esportate in 130 Paesi del mondo (Canada 8%, Germania 12%, Italia 23%, Usa 33%). I soci del Consorzio sono 523 di cui 315 imbottigliatori.

14 febbraio SAN GIMIGNANO

"Ci troviamo ad affrontare un anno complicato perché, a causa dell'ultima vendemmia molto scarsa, si perderanno quote di mercato e peggiorerà la remunerazione del nostro lavoro" ha detto **Letizia Cesani**, presidente del Consorzio di tutela "l'aumento dei prezzi di listino non sarà certamente sufficiente a coprire la perdita di produzione, e ciò avrà ripercussioni sull'intero settore in termini di investimenti e di programmazione". Il calo produttivo del 2017 (-25,69%) è frutto di eventi particolarmente distruttivi:

le gelate primaverili a fronte del germogliamento anticipato prima, la siccità e la calura, poi. In sostanza, dell'annata mancherà 1 bottiglia su 4. Secondo la stima della Commissione Mercato del Consorzio di tutela, la quotazione dello sfuso attualmente si aggira sui 150-170 euro/ettolitro. "Ci stiamo avvicinando alla nostra soglia di prezzo ideale, ma è evidente che l'incres- >>

» mento è dovuto alla minore produzione. In ogni caso c'è da evidenziare" dice Cesani "che grazie al confronto con la filiera negli ultimi 10 anni siamo riusciti ad aumentare gradualmente il prezzo dello sfuso (+30%), permettendoci di guardare al futuro con ottimismo. Per quanto riguarda il prezzo delle bottiglie, stimiamo un +10%, quindi, nei margini 'fisiologici', vista la situazione generale. Intanto vedremo come andrà nel 2018" conclude la presidente del Consorzio.

Da segnalare il bilancio positivo del primo anno del Vernaccia di San Gimignano Wine Experience, il centro comunale di documentazione e degustazione di tutti i prodotti nella denominazione, presso la Rocca di Montestaffoli. Al 31 dicembre scorso, hanno partecipato alle degustazioni guidate 25 mila consumatori, mentre gli incassi, rispetto alle esperienze precedenti, segnano +15%. Quest'anno è stata presentata la Vernaccia di San Gimignano 2017 e la Riserva 2016, mentre per il ciclo di degustazioni *Il vino bianco e i suoi territori*, giunto alla XIIIa edizione, il confronto è avvenuto con Collio Friulano, Custoza Superiore, Greco di Tufo, Sicilia Grillo, Soave Classico e Verdicchio di Matelica.

14 e 15 febbraio ANTEPRIMA VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO

Montepulciano sempre più proiettata verso la sostenibilità. "L'obiettivo su cui si sta muovendo il Consorzio, affiancato dai partners scientifici" dice il presidente **Piero Di Betto** "è di arrivare ad una certificazione del distretto vinicolo poliziano in base alle norme *Equalitas*. Ciò ci permetterà di dare ulteriore valore aggiunto alle nostre produzioni". Il territorio poliziano, forse più di altri, ha sofferto la vendemmia 2017, con gravi perdite di produzione,

I NUMERI DEL VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO DOCG



Su 16.500 ettari di superficie del Comune di Montepulciano, circa 2 mila ettari sono vitati (16% del territorio). Di questi 1.250 sono Vino Nobile di Montepulciano Docg e circa 400 Rosso di Montepulciano. Nel 2017 sono state immesse nel mercato circa 7 milioni di bottiglie di Nobile e circa 2,8 milioni di Rosso, complessivamente + 10 per cento rispetto 2017. La quota export è pari al 78% - Italia 22% - con in testa Germania (44,5%), Usa (21,5%), Svizzera (16%), extra Ue (7%). Tra valori patrimoniali (un ettaro vitato vale sui 150 mila euro), fatturato e produzione (circa 65 milioni di euro) il Vino Nobile di Montepulciano vale 500 milioni di euro.



I NUMERI DI SAN GIMIGNANO

Nella vendemmia 2017, dai 720 ettari di vigneto rivendicati, sono stati prodotti 31,6 mila ettoliti di vino. Nel 2017 sono state prodotte 5,1 milioni di bottiglie di Vernaccia di San Gimignano 2016 e precedenti, in leggera flessione rispetto alla media degli anni passati. Pressoché invariata anche la percentuale destinata all'export, pari al 52%, di cui il 27,5% al mercato europeo, il 18,9% al mercato americano, il 4,7% a quello asiatico. In Europa, in testa la Germania (9,8%), seguita da Svizzera (3,8%), Inghilterra (2,7%) e Olanda (2,6%). Da soli gli Usa assorbono il 16,3%. Il giro di affari del vino di San Gimignano è di 16 milioni di euro, circa il 40% del valore totale del settore vinicolo locale.

comprese tra il 30 e il 45% rispetto al 2016. Una nota stonata che provocherà minori ricavi, ma non rallenterà gli investimenti. Secondo una rilevazione effettuata da Consorzio (76 aziende associate) negli ultimi 10 anni, il 42% delle aziende ha cambiato proprietà.

È un segnale di quanto il territorio e il Vino Nobile siano appetibili per gli investitori, dei quali il 60% è venuto da fuori Toscana, il 25% direttamente da Montepulciano e il 15% dall'estero. Una realtà dove la dialettica interna è vivace e ha come argomento principale quello di incrementare ulteriormente il valore del vino e del territorio, attualmente sottostimato, se paragonato ad altre denominazioni, Brunello in primis. La novità di quest'anno è la nascita di una nuova associazione di 10 produttori, »

vinitaly
INT'L WINE & SPIRITS EXHIBITION



52° EDIZIONE
VERONA
15-18
APRILE 2018

WWW.VINITALY.COM
TRADE ONLY

TOGETHER WITH



OperaWine

GRAND TASTING
FINEST ITALIAN WINES
Verona, 14 Aprile 2018



5StarWines
THE BOOK



» denominata Terra Nobile Montepulciano (Podere Casanuova, Croce di Febo, Casale Daviddi, Fassati, Il Molinaccio, Metinella, Monte Mercurio, Talosa, Tiberini, Romeo), che si va ad affiancare all'Alleanza (Avignonesi, Salcheto, Braccasca, Dei, Poliziano, Boscarelli, Salcheto), fondata un anno fa. Ma perché dar vita a due diverse associazioni, in aggiunta al Consorzio, nello stesso territorio e a distanza di così poco tempo? Entrambe sono d'accordo nel sintetizzare il nome Vino Nobile di Montepulciano in solo Nobile, evitando così la confusione con il Montepulciano d'Abruzzo. Inoltre, sono d'accordo nel valorizzare il ruolo del prugnolo (sangiovese), anche creando nuove tipologie specifiche nell'ambito della Docg. **Luca Tiberini**, presidente della neonata Terra Nobile Montepulciano non ci gira intorno: "Dobbiamo recuperare l'identità del Nobile, messa in discussione 10 anni fa quando sono stati introdotti i vitigni internazionali nel disciplinare", mentre **Max de Zarobe**, portavoce di Alleanza, osserva: "Condividiamo gli obiettivi di fondo sul prugnolo anche se con un percorso diverso, a partire dai progetti di promozione in Usa e in Europa". Conclude il presidente **Piero Di Betto**: "Credo sia importante capire le motivazioni del malessere. Dopo l'Anteprima (14 e 15 febbraio) ci incontreremo, visto che la valorizzazione Nobile è un tema di interesse comune". To be continued.

16 e 17 febbraio

BENVENUTO BRUNELLO

La formella celebrativa dell'annata 2017, disegnata dal cantante Sting e dalla moglie Trudy Styler, titolare dell'azienda vinicola Il Palagio in provincia di Firenze,

sarà murata nella parete del trecentesco palazzo comunale di Montalcino, sabato 17 alla fine della mattinata. La cerimonia, alla quale presenzierà la coppia inglese, è destinata a diventare l'evento glamour dell'edizione 2018 di Benvenuto Brunello. Al centro dell'attenzione il Brunello di Montalcino 2013, la Riserva 2012, il Rosso di Montalcino 2016 oltre a Moscadello e Sant'Antimo. L'assegnazione delle stelle all'annata 2017 - 4 su 5 - è scaturita, per la prima volta, dal confronto tra i tecnici e un gruppo di giornalisti di settore: "Le valutazioni hanno dimostrato che i giudizi degli enologi e della stampa sono vicini" ha commentato il presidente del Consorzio, **Patrizio Cencioni**. Quanto ai temi dei due incontri, Cencioni ha detto: "Vogliamo offrire ai nostri soci motivi di conoscenza e di riflessione su tutto quanto riguarda il web, visto che ormai ha un influsso su tutte le attività, dal commercio alle notizie al turismo, per questo interverranno gli esponenti dei vari portali. Inoltre, ci occuperemo anche di clima e del futuro del vino, con l'intervento delle nuove generazioni di produttori di Brunello che si confronteranno con gli esperti".

Intanto, è di questi giorni la notizia che Biondi Santi - entrata a far parte del gruppo francese Epi - ha deciso che il Brunello Riserva 2012 e l'annata 2013, frutto di anni caldi e poco piovosi, non saranno messi in vendita, se non nel 2019, rispettivamente 7 e 6 anni dopo la vendemmia, per rispettarne l'espressione e l'eleganza. Il direttore del Consorzio **Giacomo Pondini**, a proposito delle nuove aziende, anche di proprietà straniera ha sottolineato come abbiano "colto la diversità di Montalcino e in particolare lo stretto legame che esiste tra il nostro territorio, il Brunello, i produttori. In molti casi abbiamo un dialogo continuo e tutti sono molto interessati alle nostre attività così come ad integrarsi nel tessuto produttivo locale".

Infine, uno sguardo ai dati produttivi, in forte calo per il 2017: dai 1964 ettari iscritti, si sono raccolti poco più di 100.000 q.li di uva, da cui la stima prevede oltre 68 mila ettolitri di vino, cioè una media di 51 q.li/ha, con un calo del 25% rispetto al 2016 (fonte *Valoreitalia*).

I NUMERI DEL BRUNELLO



Brunello 9 milioni bottiglie (erano appena 13 mila nel 1967 e 7 milioni nel 1992), Rosso 4,6 milioni, Sant'Antimo 250 mila e Moscadello 40 mila. Tutti vini prodotti dalle 254 aziende associate al Consorzio. I vigneti di Brunello sono sempre fermi a 2100 ettari ma i rivendicati oscillano tra i 1900 e i 2000. La differenza di annate a Montalcino può significare una variazione anche di 20 mila ettolitri in più o in meno, vale a dire una differenza di 2,6 milioni di bottiglie. Complessivamente, il giro d'affari del vino di Montalcino con 180 milioni di euro ha ripreso quota, dopo che nel 2017 erano stati 170, in leggero calo rispetto al 2015.



LE TAPPE DEL TOUR 2018

DAL 26 FEBBRAIO AL 14 MARZO 2018

TORINO	1 marzo ROSSO RUBINO 10 marzo SIGNOR VINO	PORTO S. GIORGIO	10 marzo ENOTECA PASQUALE GIULI
		NAPOLI	6 marzo SCAGLIOLA 7 marzo ENOTECA MERCADANTE
MILANO	1 marzo WINERIA 2 marzo ENOCLUB 3 marzo SIGNOR VINO	AVELLINO	9 marzo DE PASCALE
		PALERMO	26 febbraio VINO VERITAS
		CAGLIARI	26 febbraio CUCINA.EAT
VERONA	3 marzo SUGNOR VINO	I GRANDI WINE TASTING	
PADOVA	12 marzo OSTERIE MODERNE	LECCE	26 febbraio TORRE DEL PARCO
(CAMPODARSEGO)		TORINO	4 marzo A.C. HOTEL MARRIOT
TRENTO	7 marzo ENOTECA GRADO 12	ROMA	7 marzo SHERATON ROMA HOTEL & CONFERENCE CENTRE
BOLOGNA	12 marzo ENOTECA ITALIANA	MILANO	12 marzo MARCOPOLO4
LUCCA	10 marzo ENOTECA VANNI	NAPOLI	14 marzo HOTEL ROYAL CONTINENTAL
FIRENZE	9 marzo ENOTECA ALESSI DAL 1952	ROMA	7 marzo SHERATON ROMA HOTEL & CONFERENCE CENTER
ROMA	10 marzo ENOTECA VIGNOLI	I SEMINARI	
	27 febbraio TRIMANI	PALERMO	2-9 marzo CITTÀ DEL GUSTO
	2 marzo LUCANTONI		
	8 marzo COSTANTINI		
	13 marzo IMPERATORI		

ANTEPRIMA FIERE VINO 2018

INFO: VINI, CANTINE, ORARI E INDIRIZZI SU WWW.GAMBEROROSSO.IT