



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



ROSATI. SE ANCHE IL PROSECCO ADESSO CI CREDE

SOFTWARE

Valoritalia lancia il sistema "Dioniso". E il Gruppo Zucchetti acquisisce Maxidata

pag. **4**

MERCATI

Redditività del vino in crescita tra 2018 e 2019. Le previsioni del Food industry monitor

pag. **6**

FIERE

Si rinnova l'intesa tra Verona e Bordeaux per favorire i buyer. Il nuovo calendario 2019-22

pag. **6**

CONSUMI

Niente più ferie per vini ed enoteche. Il turnover sugli scaffali per resistere alla bella stagione

pag. **16**

ROSATI

Il mondo, e i Millennials, li chiedono. L'Italia ci prova col Patto degli autoctoni

pag. **20**

LA FOTONOTIZIA



FOOD. LO SGUARDO DELLA COOPERAZIONE SUL FUTURO DEL CIBO TRA 2025 E 2050

Nel 2050, un consumatore nel mondo su dieci mangerà cibo italiano, per il 90% degli italiani le eccellenze Made in Italy saranno sempre in cima ai preferiti (formaggi, salumi, pesce e carne, pasta, pane e pizza) e se novel food e alimenti stampati in 3d saranno sulle nostre tavole non ci sarà alcuna invasione. Il quadro emerso dal focus "A portata del futuro", durante l'assemblea della Cooperazione dice che **il mercato del food sarà spinto dall'e-commerce, che entro il 2025 crescerà di 5 volte raggiungendo il 20% del mercato totale**, con un giro d'affari di cento miliardi di dollari. Contro il fardello dell'Italian sounding (75 miliardi di euro), l'export sarà un'arma a disposizione, dal momento che nei prossimi 3 anni sarà spinto dall'innovazione per 15 miliardi di euro. E se la cooperazione agroalimentare italiana vede sempre più aggregazioni e occupati (+3,7% tra 2007/17), con fatturati a 28,5 miliardi di euro (+13,8% in 10 anni), resta un gap col resto d'Europa: tra le 20 coop del food non ci sono italiane.

E il rapporto coi consumatori del futuro, i millennials? Non si fidano della pubblicità (solo l'1% della tv), perché le principali fonti di informazione sono le recensioni online di amici e altri clienti, social media e blog, consultati dal 33% di essi prima di fare un acquisto.

foto: confcooperative

CERTIFICAZIONE. Nasce Dioniso, la piattaforma digitale di Valoritalia



a cura di Andrea Gabrielli

È diventata operativa *Dioniso*, la piattaforma digitale di Valoritalia per la certificazione e la tracciabilità dei vini Dop e Igp. "Abbiamo messo a punto un servizio sistematico di raccolta dati che, malgrado l'enorme complessità" ha detto il presidente Francesco Liantonio nella presentazione "fornisce risposte valide sia per il piccolo viticoltore sia per gli addetti dell'agroindustria, attraverso la figura dell'operatore documentale in supporto". **Il progetto, realizzato con le aziende informatiche Cisco e Hitachi, permette un interscambio continuo tra utente e gestore** con la possibilità di elaborare, interrogare e sintetizzare tutte le informazioni che poi saranno messe a disposizione dei Consorzi, degli enti e delle aziende che hanno accesso diretto al sistema. L'interscambio automatico comprende anche il registro Sian e permette di creare una relazione diretta fino all'ottenimento della certificazione online. La piattaforma Dioniso è configurata con i parametri di circa 5 mila tipologie di vino di 228 Do (133 Doc, 46 Dog e 49 Igt), rappresentando così le specificità dell'intero territorio nazionale.

Ma non è l'unica novità per il più importante ente di certificazione del vino italiano. Che adesso può contare anche su un nuovo sito internet (www.valoritalia.it) consultabile sia dagli addetti ai lavori sia dai consumatori finali, anche in versione mobile, per le informazioni sullo stato delle Do. Tra le possibilità offerte dal sito la tracciabilità di ogni bottiglia certificata da Valoritalia. "Ad oggi sono già censite, e dunque tracciabili, le bottiglie a partire dal 23 gennaio 2017, ma dal 1 gennaio 2019 saranno tracciate tutte quelle munite di contrassegno e gestite da Valoritalia dal 2008 in poi" ha spiegato Liantonio. Infine, è stata presentata la rivista ValoriMag (cartacea e digitale) che racconta il funzionamento del mondo del vino e le notizie dalle e sulle Dop e Igp nazionali.

SOFTWARE. I gestionali Zucchetti entrano nel vino con l'acquisizione di Maxidata



Il Gruppo Zucchetti entra nel vino. E lo fa con l'acquisizione di Maxidata, società che dal 1987 si occupa dello sviluppo di software gestionali specifici per il settore vitivinicolo. Un'operazione che consentirà al gruppo di Lodi, che nel 2017 ha fatturato 466 milioni di euro (raddoppiato in dieci anni), di "innovare il settore vitivinicolo", ha detto il presidente Alessandro Zucchetti. Maxidata, system house con sede a Casteggio (Pavia), porta in dote oltre 6.300 stabilimenti enologici (più del 30% del totale nazionale) che, grazie ai software gestionali sviluppati negli anni, possono oggi interfacciarsi col Mipaaf. – G. A.

Il 2017 di Valoritalia

Valoritalia nel 2017 ha certificato Dop e Igp per un valore i **6,3 miliardi** di euro (franco cantina). Ha effettuato oltre **13mila** visite ispettive in vigna e in cantina, **45mila** analisi chimiche e **2950** commissioni di degustazione. Il **98%** dei campioni è risultato idoneo, lo **0,3%** non idoneo e il **2%** rivedibile. Le verifiche di regolarità si sono concretizzate in **353** segnalazioni di non conformità grave inviate all'Icqr e in oltre **2mila** segnalazioni di non conformità lieve gestite direttamente da Valoritalia. Nel 2017 sono state certificate **1,5 miliardi** di bottiglie e consegnati circa **950 milioni** di fascette/contrassegni.

foto: Hitachi Systems CBT

CANTINA SAN DONACI



CANTINA SAN DONACI
1933 > 2018

85 anni

CANTINA
SAN DONACI



VIA MESAGNE, 62 - 72025 SAN DONACI (BR) - ITALY

www.cantinasandonaci.eu

facebook.com/cantinasandonaci

ALIMENTARE. Crescita doppia rispetto al Pil. Lo studio del Food industry monitor. Per il '18-'19, previsto aumento della crescita e della redditività del vino



a cura di Gianluca Atzeni

Con un valore aggiunto paragonabile a quello del settore del lusso, l'alimentare italiano cresce oltre il doppio del Pil, con un +3,6% nel 2017, e fa meglio di abbigliamento, legno e mobili. Ad affermarlo è l'Osservatorio sul settore alimentare Food industry monitor, curato dall'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo (foto), col sostegno di Gruppo Banca del Ceresio, su 815 aziende tra 2009 e 2016, per un fatturato aggregato di 61 miliardi di euro, rappresentative del 71% delle società di capitali operanti nel food italiano. Farine, food equipment, surgelati, olio, caffè, packaging, e vino hanno realizzato le migliori performance di lungo periodo, considerando i parametri come crescita, redditività, produttività e struttura finanziaria.

REDDITIVITÀ E PERFORMANCE. Nell'analisi sull'incidenza del valore aggiunto sui ricavi, il food equipment si conferma il migliore settore con un valore del 37,9% nel 2016; seguito da distillati (30,1%), acqua (25,8%), dolci (24,8%), packaging (24,3%), birra (24,3%), pasta (24%), caffè (23,4%) e surgelati (22,4%). Il vino, in particolare, ha un valore del 19%, poco al di sotto della media del settore (21,7%). Il Food industry monitor ha elaborato anche un indice di crescita sostenibile (Ics) che viene calcolato sulla base della crescita dei ricavi, della marginalità commerciale e della struttura finanziaria su un arco pluriennale (2009-2016). Ebbene, caffè (Ics 27,5), il food equipment (Ics 25), i distillati (Ics 20,7) sono i comparti migliori, seguiti dal vino (Ics 10,8) che è riuscito ad associare all'aumento delle vendite e della marginalità un tasso di indebitamento contenuto.

FIERE. Bordeaux e Veronafiere rinnovano l'intesa quadriennale sui calendari

Union des grands crus de Bordeaux (Ugcb) e Vinalty rinnovano l'accordo quadriennale che evita le sovrapposizioni degli eventi fieristici. **Per consentire a buyer e media di ottimizzare la presenza alle rispettive fiere del vino**, anche per i prossimi quattro anni (2019-2022, con opzione di proroga biennale) i calendari verranno armonizzati. "Un ruolo decisivo hanno giocato i buoni risultati ottenuti a partire dalle edizioni del 2013. Ugcb e Veronafiere" riferiscono Giovanni Mantovani, dg di Veronafiere-Vinalty, e Olivier Bernard, presidente Ugcb "hanno agito nell'ottica di rafforzare sempre di più l'internazionalità delle proprie manifestazioni. L'auspicio è di dare vita nei prossimi anni anche ad altre iniziative congiunte". Pertanto, Semaine des Primeurs di Bordeaux e Vinalty di Verona si terranno secondo il seguente calendario: .

Semaine des Primeurs
1 - 4 aprile 2019
30 marzo - 2 aprile 2020
29 marzo - 1 aprile 2021
4 - 7 aprile 2022

Vinalty
7 - 10 aprile 2019
19 - 22 aprile 2020
18 - 21 aprile 2021
10 - 13 aprile 2022

IL VINO. Buona la crescita, in flessione la redditività commerciale e quella del capitale investito. Tra 2009 e 2016, le aziende vitivinicole che adottano il modello di business del trader (ovvero gli imbottiglieri) registrano crescita pluriennale più alte, anche se la redditività commerciale è attorno al 3%, al di sotto di quella delle cantine, piccole e medie, con produzione integrata (7%). Le cooperative si confermano trainanti ma con redditività bassa e margini commerciali al di sotto del 2%. Secondo il rapporto dell'Università di Pollenzo, il vino ha difficoltà a sostenere un certo posizionamento di prodotto e adeguati prezzi di vendita. Come emerge, ad esempio, dai dati sulle esportazioni, l'Italia supera la Francia ma con valori inferiori del 40%. Un segno che "le aziende hanno puntato sulla crescita a discapito della marginalità".

LE PREVISIONI 2018-19. La crescita e la redditività nel biennio presentano un tasso cumulato del 6,5%. Guardando ai comparti, caffè (13,9%), farine (12,2%), vino (7,9%), olio (7,8%) e conserve (7,3%) faranno meglio. Mentre latte (2,4%), distillati (2,5%) e dolci (2,5%) cresceranno meno. Per il vino, in particolare, è prevista una crescita della redditività commerciale assieme a caffè, olio, dolci, acqua. Sul fronte delle esportazioni, tutti i comparti del food osserveranno una crescita, che sarà particolarmente positiva per acqua (14,7%), salumi (8,4%) e vino (6,4%). "I nostri modelli ci confermano anche per il 2018-2019 una crescita in linea con quanto registrato finora e un trend estremamente positivo per l'export", ha sottolineato Carmine Garzia, relatore dello studio, coordinatore scientifico dell'Osservatorio e docente di Management a Pollenzo.

VENTURINI BALDINI

DALL'ANIMA ALLA TERRA,
DALLA TERRA ALL'ANIMA

VISITA CANTINA E ACETAIA
CON DEGUSTAZIONE PRODOTTI
NEL NOSTRO WINE SHOP

WWW.VENTURINIBALDINI.IT | INFO@VENTURINIBALDINI.IT |

VIA FILIPPO TURATI, 42 | 42020 RONCOLO DI QUATTRO CASTELLA (RE)

RIBOLLA GIALLA. Urgente tavolo di lavoro in Friuli Venezia Giulia a tutela del vitigno

La Ribolla Gialla non può più aspettare. Per tutelare questo vitigno un tavolo di lavoro sarà convocato entro l'estate dalla Regione Friuli Venezia Giulia, per condividere strategie di tutela e gestione. L'annuncio dell'assessore alle Risorse agroalimentari e forestali, Stefano Zannier, si affianca a un appello ai produttori e ai consorzi delle Doc: "Avanzino proposte, osservazioni, integrazioni alla bozza di lavoro ad oggi presentata; ritengo necessario condividere le strategie con tutti gli operatori del comparto vitivinicolo ma i primi attori chiamati ad esprimere le loro scelte devono essere proprio i produttori". Il problema, per questo storico vitigno autoctono, che ha trovato la sua consacrazione prevalentemente nell'area del Collio, riguarda l'espansione dell'area coltivata nei territori del Friuli occidentale, ai confini con il Veneto. Eventualità molto temuta da quegli imprenditori che ne hanno fatto una bandiera

posizionandolo in fasce medio alte di prezzo e che ora paventano il **rischio deprezzamento**. "Partendo dal presupposto che ogni prodotto deve raggiungere un livello minimo di qualità" ha detto Zannier "dobbiamo costruire strumenti che tengano conto della diversificazione territoriale e

soprattutto delle necessarie azioni di tutela. Su tutte queste tematiche i produttori devono esprimersi proponendo una sintesi, l'assessorato parteciperà attivamente a questo percorso dando anche i necessari indirizzi ma ribadendo la necessità di una azione collegiale dei produttori".



BILANCI. Cantine Riondo, ricavi primi mesi a +15%. Pietro Zambon nuovo presidente

Cambia l'assetto di Cantine Riondo. La società di Monteforte d'Alpone, controllata al 100% dal Gruppo Collis, ha rinnovato il consiglio di amministrazione e nominato il nuovo presidente, Pietro Zambon.



"Si prospetta un anno in forte evoluzione e di crescita sostanziale del tessuto produttivo. Volgiamo lo sguardo oltreconfine" afferma Zambon "dove la qualità della nostra produzione è molto richiesta e riscontriamo un notevole sostegno da parte dei mercati di tutto il mondo". Con **oltre 23 milioni di bottiglie vendute e una crescita del 15% nei primi mesi del 2018** (39 mln i ricavi nel 2017), l'azienda conferma la politica di espansione oltreconfine. La propensione all'export supera il 65%, con Stati Uniti e Nord Europa (Svezia e Norvegia, Germania e Regno Unito). In crescita Russia e Far East (Corea e Cina).

SOAVE. Imbottigliamento in zona per la Doc. Audizione mercoledì 4 luglio

Giro di vite per la Doc Soave che mercoledì 4 luglio, a Soave, terrà una riunione di pubblico accertamento coi funzionari Mi-paaf per la modifica del disciplinare e l'inserimento dell'obbligo di imbottigliamento in zona. **Ad oggi, oltre il 20% della Doc è imbottigliato fuori zona**, in particolare in Germania, mercato principale per la Doc veronese con quasi il 30% dei volumi. Obiettivo del consorzio presieduto da Sandro Gini è evitare il proliferare di ulteriori richieste.



L'ESPERTO RISPONDE. Governo all'uso toscano: in cosa consiste?



Di questa pratica enologica tradizionale per i vini rossi toscani non esiste un'unica esaustiva definizione a livello normativo. Rientra tra le menzioni tradizionali protette riconosciute per l'Italia, cioè tra quelle diciture che si accompagnano a una Dop o a una Igp per indicarne il metodo di produzione o di invecchiamento oppure la qualità, il colore, il tipo di luogo o ancora un evento particolare legato alla storia del prodotto. Sul sito E-Bacchus, che elenca tutte le menzioni tradizionali dei singoli Stati Membri, si legge: "Inizialmente la menzione era collegata esclusivamente ai vini delle Dop Chianti e Chianti Classico; in seguito il suo uso fu esteso ai vini Igp Colli della Toscana Centrale, prodotti nella stessa zona. Si riferisce al particolare processo produttivo usato in Toscana alla fine dell'inverno, che comporta l'aggiunta al vino di uve appassite che avviano una rifermentazione".

Tale formulazione non appare esaustiva in quanto non riflette esattamente, come dovrebbe, quanto previsto dai disciplinari nazionali, non descrivendo tutti gli elementi caratteristici di tale pratica e non indicando tutte le Do o Ig che la possono legittimamente utilizzare. Nel tempo, infatti, si sono aggiunte a quelle originarie sopra citate anche le Do Colline Lucchesi, Valdinievole rosso e Sangiovese e le Ig Colli dell'Etruria Centrale, Costa Toscana e Toscana o Toscana. Dall'insieme di questi disciplinari è possibile individuare ulteriori caratteristiche. Pare che sia stato il Barone Bettino Ricasoli tra 1834 e 1837 a intuire la potenzialità di tale particolare tecnica di vinificazione che consiste nella rifermentazione del vino mediante l'aggiunta (entro il 31 dicembre dell'anno di vendemmia) di uva rossa leggermente appassita che, previa ammostatura, ha iniziato la fermentazione. Sostanzialmente il "governo all'uso toscano" è una rifermentazione del vino rosso, in epoca immediatamente successiva alla svinatura, mediante l'aggiunta di una percentuale variabile (intorno al 5%) di uve leggermente appassite e ammostate, nel rispetto di una quantità non inferiore a 5 kg/ettolitro. Gli effetti di tale pratica, definiti all'articolo 8 del disciplinare della Igt "Toscana o Toscana", consistono nella facilitazione della fermentazione malolattica, nella stabilizzazione naturale e nel raggiungimento precoce dell'armonia organolettica del prodotto pronto al consumo.

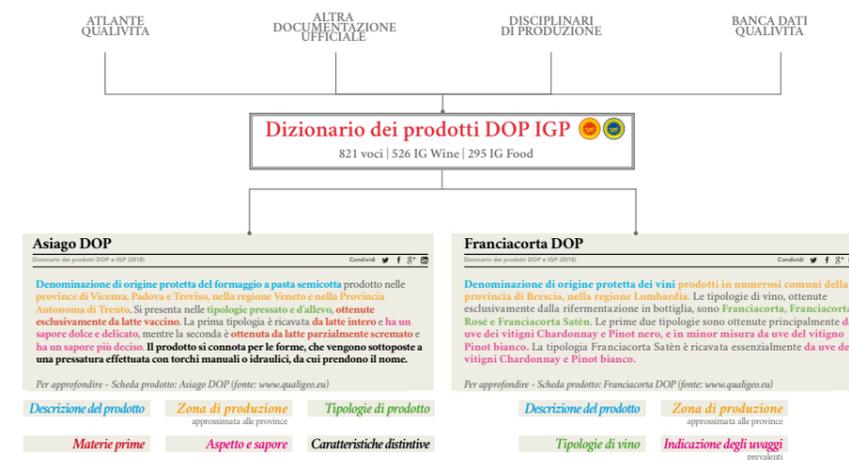
– a cura del Servizio Giuridico dell'Unione Italiana Vini – focuswine.net

Per porre delle domande al Servizio Giuridico Uiv, scrivete a settimanale@gamberorosso.it

DENOMINAZIONI. È online il primo Dizionario Dop e Igp: un progetto nato dalla collaborazione tra Treccani Gusto e Fondazione Qualivita

Con 821 lemmi (526 riferiti a vini e 295 ad alimenti), i prodotti agroalimentari entrano per la prima volta nel patrimonio della lingua italiana. Dal 27 giugno è infatti, online il *Dizionario dei prodotti Dop e Igp italiani* a cura di Treccani Gusto in collaborazione con Fondazione Qualivita. Per ogni prodotto presente - dalla A di Abbacchio Romano alla Z di Zampone di Modena - è **prevista una scheda con descrizione generale e zona di produzione**, a cui si aggiungono dati più dettagliati relativi all'uvaggio e alle tipologie di vino (nel caso delle denominazioni vinicole) o riguardanti le caratteristiche distintive e organolettiche (nel caso delle quelle agroalimentari)

"Nell'anno del cibo italiano ho il piacere e l'onore di accogliere i prodotti agroalimentari Dop e Igp nel sistema dei con-



tenuti digitali Treccani" è il commento di Massimo Bray, direttore generale Treccani "In questo modo, le eccellenze italiane del settore agroalimentare hanno a disposizione un nuovo, importante strumento per una tutela delle loro caratteristiche identitarie".

Per Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita: "Questo lemmario è solo la prima pietra su cui costruire l'ambizioso obiettivo del progetto Treccani Gusto: una nuova educazione alimentare italiana in cui porre al centro il territorio e la qualità".

E-COMMERCE. E se le cantine si appoggiassero ad un responsabile e-commerce? Il progetto Gr@pes

a cura di Loredana Sottile

Che l'e-commerce di vino in Italia abbia enormi potenzialità, lo abbiamo sempre detto. Che le piattaforme di vendita siano in continua evoluzione ed espansione lo abbiamo registrato in questi ultimi cinque anni. Ma c'è una paradigma che inizia a cambiare: se una volta erano le piattaforme di e-commerce a rincorrere le aziende, spiegando loro le potenzialità del web, adesso avviene il contrario. Si capovolgono, quindi, i ruoli e se ne creano degli altri. E, in questa catena di vendita, c'è un anello che, fino ad ora sottovalutato, potrebbe invece diventare indispensabile per tutto il sistema. Ne è convinta **Letizia Sebregondi** (una laurea in Economia e Marketing, un passato da export manager e tanti anni di esperienza nel mondo dell'e-commerce), che pochi mesi fa ha lanciato Gr@pes, un servizio completo per lo sviluppo delle vendite online che, di fatto, istituisce una figura inedita per il settore.

Cos'è Gr@pes e qual è la novità per il mercato dell'e-commerce?

L'idea alla base del progetto è molto semplice: così come esi-



ste il responsabile delle vendite in Gdo o in Horeca, l'export manager o il social media manager, ho pensato di "creare" una figura che fino ad ora è mancata: il responsabile della gestione vendite online. Un consulente esterno che faccia da ponte tra la cantina e le diverse piattaforme: dalle enoteche virtuali ai siti web aziendali già esistenti. D'altronde il mercato sta cambiando...

Non solo il mercato. Come son cambiati nel tempo i ruoli di cantine e piattaforme e-commerce?

Oggi le enoteche online più affermate preferiscono evitare la sovrapposizione di prodotto e le loro selezioni sono sempre più restrittive. Il rapporto appare, quindi, rovesciato rispetto al passato e anche per questo motivo bisogna trovare nuovi modi - un po' più convincenti - per proporsi: sconti speciali, lanci in esclusiva per una o per l'altra piattaforma, incentivi di vario tipo. E le cantine da sole non sempre riescono a farlo. O comunque a farlo bene.

Come definirebbe oggi il rapporto tra le cantine e le vendite online?

»

» Da migliorare. In molte hanno ormai capito che è una grande opportunità, ma non tutte riescono a sfruttarla nel migliore dei modi: o per mancanza di tempo o di conoscenze. A volte si rischia di finire nel calderone senza saper gestire la propria presenza sul web. Poi, ci sono ancora le cantine che hanno paura della novità e preferiscono non essere online. Ma ormai, in un modo o nell'altro ci sono tutte, quindi tanto vale esserci bene.

E qui entra in gioco Gr@pes...

Esatto. Il nostro servizio si occupa di definire gli obiettivi aziendali (usare il web come vetrina o per aumentare le vendite?); di fare analisi di mercato; di gestire il database clienti e gli eventuali canali online già attivi; di coordinare i rapporti con le piattaforme di e-commerce con campagne di marketing e prodotti mirati.

Dal suo punto di vista, considera più proficuo avere una propria piattaforma destinata all'e-commerce o essere presente sulle altre piattaforme, come ad esempio Tannico o Vino75, giusto per citare le più famose?

Di solito sconsiglio all'azienda di diventare competitor di altre enoteche online. Senz'altro, queste ultime sono avvantaggiate, rispetto ad una singola cantina, per tutta una serie di servizi su cui hanno investito a monte, come informazioni seo o posizionamento. Al massimo, si può lavorare in modo coordinato, a patto che ci sia coerenza, anche di prezzo. La coerenza è fondamentale non solo rispetto alle piattaforme online, ma anche rispetto al canale offline. È importante, ad esempio, che l'online non diventi una sorta di discount. Per questo servono strategie.

Un consiglio per le cantine che volessero avvicinarsi all'e-commerce: meglio essere presenti su più piattaforme online o è preferibile puntare su una soltanto?

Ovviamente essere presenti ovunque è controproducente, ma senz'altro essere su più piattaforme è consigliabile. Se non fosse altro, per una questione di visibilità e per creare una certa familiarità con il consumatore. Su ogni piattaforma, però, bisogna lavorare in maniera mirata, con prodotti specifici. Faccio un esempio. Ci sono siti di e-commerce che lavorano esclusivamente su prodotti naturali o su vini di nicchia, così come ci sono quelli che lavorano su prodotti civetta, con prezzi e qualità molto bassi. Per questo torno a sottolineare l'importanza di avere una strategia ed essere coerenti con quella. E per lo stesso motivo considero fondamentale una figura che lavori in maniera specifica su tutto questo.

AREV. Garcia-Page Sanchez riconfermato alla presidenza



L'Associazione europea delle regioni viticole (Arev) ha riconfermato alla presidenza lo spagnolo Emiliano Garcia-Page Sanchez. Il congresso tenuto a Hainburg-ander-Donau (Austria) ha ce-

lebrato il trentennale dell'associazione, che rappresenta una cinquantina di regioni del Vecchio Continente, e che è un importante interlocutore della Commissione europea in materia di politiche vitivinicole. Il piano di riforma della Pac, l'etichettatura, gli accordi di libero scambio, i cambiamenti climatici sono stati i temi toccati nel congresso. "Fare il vino significa fare l'Europa" ha detto Sanchez, sottolineando il peso del settore vitivinicolo nell'economia comunitaria. **Sono tre milioni gli occupati diretti nella filiera del vino europea, che conta 2,5 milioni di aziende** viticole, mentre i territori vitati rappresentati dalle regioni aderenti ad Arev sono 2 milioni, a fronte dei 3,3 milioni di ettari di tutta l'Europa.

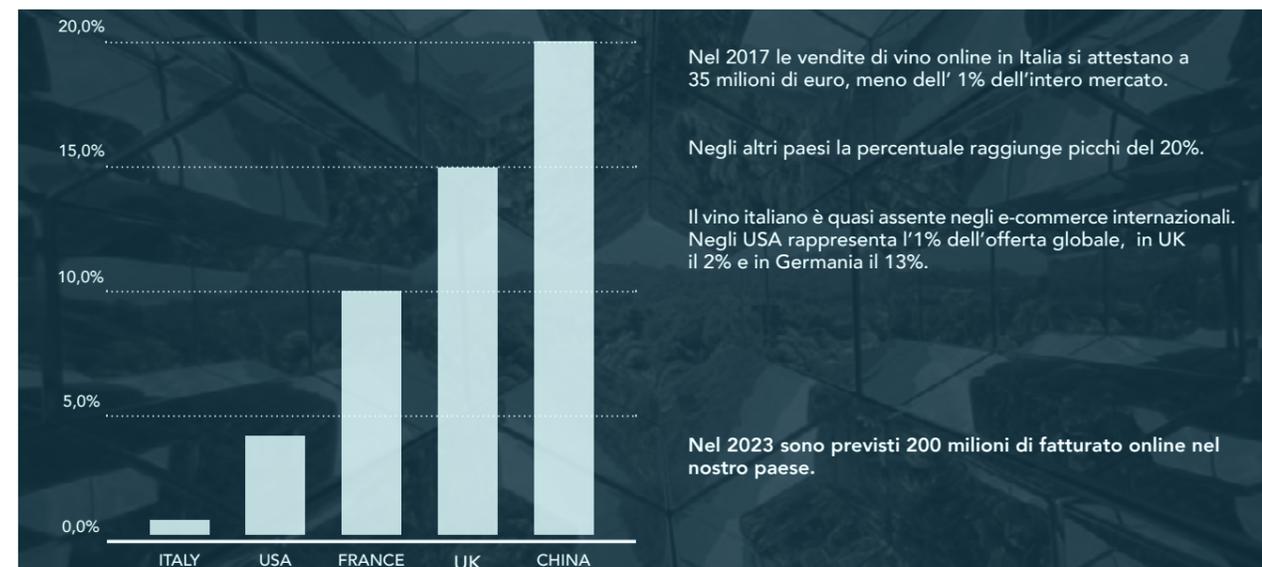
AIS. Nuovo mandato per Antonello Maietta

Con oltre 4.500 preferenze, Antonello Maietta sarà ancora il presidente dell'Associazione nazionale sommelier (Ais). Per lui è il terzo mandato consecutivo. Il vicepresidente è Roberto Bellini



(riconfermato). A guidare l'associazione ci saranno anche Giuseppe Baldassarre, Mauro Carosso, Giorgio Rinaldi, Manuela Corneli, Nicola Bonera, Marco Ricciardi e Francesco Guercilena, a cui si aggiungono altri 22 presidenti sui territori. "Il futuro" ha detto Maietta "sarà incentrato su formazione e comunicazione". Si punta all'aggiornamento continuo dei docenti, al miglioramento della preparazione dei sommelier. Ma **ci sarà spazio anche per approfondire il tema dell'olio considerato ormai materia di interesse**. Pronto un programma per potenziare il ruolo di Ais nel Centro-Sud Italia.

Presenza del vino italiano online - Previsioni



APPUNTAMENTI. Il mondo del vino si ritrova a Barolo per Collisioni 2018

Estate è tempo di Collisioni, il festival agrirock che ormai da 10 anni trasforma il paese di Barolo in un palcoscenico a cielo aperto, dove vanno in scena musica, cibo, vino, arte e cultura. Si



inizia il 29 giugno per proseguire fino al 28 luglio. Tanti gli artisti che parteciperanno all'evento - da Erri De Luca a Gene Gnocchi, da Francesca Michielin a Ligabue - ma **tanti anche i consorzi e le associazioni vitivinicole che, da tutta Italia, arriveranno fino in Piemonte per prendere parte alla rassegna Progetto Vino (26 giugno-2 luglio)**, ideato da Ian D'Agata, direttore creativo di Vino&Food di Collisioni. Tra questi, al loro esordio in quel di Barolo, ci sono il Movimento Turismo del Vino Puglia, il Consorzio Vini d'Abruzzo e il Consorzio del Prosecco Docg. Tra gli ormai veterani dell'evento partecipano - oltre ai consorzi che giocano in casa - anche le Famiglie Storiche dell'Amarone, il Consorzio della Franciacorta e l'Istituto Marchigiano di Tutela vini. In attesa, quest'ultimo, dell'edizione business di Collisioni, che si terrà a Jesi a fine agosto, quando si festeggerà anche il 50esimo anniversario del Verdicchio dei Castelli di Jesi.

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Stefania Annese, Gianluca Atzeni,

Andrea Gabbrielli, Lorenzo Ruggeri,

Servizio Giuridico dell'Unione Italiana Vini

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 24 LUGLIO

❖ I MERCOLEDÌ DEL NOBILE

Enoliteca del Consorzio del Vino Nobile Fortezza via di San Donato, 21 Montepulciano (Siena) dalle 18 alle 19.30

28 GIUGNO

❖ MÜLLER THURGAU: VINO DI MONTAGNA

Valle di Cembra (Trentino) fino al 1 luglio

28 GIUGNO

❖ COLLISIONI - IL FESTIVAL AGRIROCK

Barolo collisioni.it fino al 29 luglio

29 GIUGNO

❖ TUTTI GIÙ IN CANTINA

sede Crea via Cantina Sperimentale Velletri (Roma) fino al 1 luglio

3 LUGLIO

❖ BEREROSA

Palazzo Brancaccio viale del Monte Oppio, 7 Roma

4 LUGLIO

❖ NUTRIMENTI SETTIMANA DELLA CULTURA GASTRONOMICA

Isola di San Giorgio Maggiore (Venezia) fino al 7 luglio

5 LUGLIO

❖ "SERE D'ESTATE FRESCHE DI VINO... A CORTE"

Rocca di Dozza (Bologna) enotecaemiliaromagna.it fino al 26 luglio

5 LUGLIO

❖ NOTTE BIANCA DEL GUSTO

Farra di Soligo (Treviso) primaveraprosecco.it fino al 7 luglio

6 LUGLIO

❖ EIN PROSIT GRADO

Grado (Udine) fino all'8 luglio

7 LUGLIO

❖ VERMENTINO CHALLENGE

Borgo Magliano Resort Magliano in Toscana (Grosseto) ore 19.30 consorziovinimaremma.it

12 LUGLIO

❖ JAZZ AND WINE IN MONTALCINO

Montalcino (Siena) fino al 22 luglio

24 LUGLIO

❖ VINO È MUSICA

Crottaglie (Taranto) fino al 28 luglio vinoemusicait

27 LUGLIO

❖ FIERA DEI VINI D'ALSAZIA

Parc des Expositions de Colmar Colmar (Francia) fino al 5 agosto

2 AGOSTO

❖ CALICI DI STELLE IN TUTTA ITALIA

movimentoturismovino.it fino al 12 agosto

31 AGOSTO

❖ UVA E DINTORNI

Avio (Trento) fino al 2 settembre

GRANDI CANTINE ITALIANE. Lombardia/3



Le grandi cantine della Lombardia



F.lli Giorgi

Fraz. Camponoce, 39 a | Canneto Pavese (PV) |

www.giorgi-wines.it | 0385262151

Questa grande cantina si conferma tra le più solide e affidabili realtà dell'intero comprensorio oltrepadano. Ciò non è dovuto solo al prezioso contributo di professionisti e seri enologi ma anche, e soprattutto, alla convinzione di poter raggiungere punte di eccellenza che Fabiano Giorgi ha ereditato dal padre Antonio e dallo zio Gianfranco. Oggi, col supporto della sorella Eleonora e della moglie Ileana, la Fratelli Giorgi presenta una gamma di vini impeccabile. Soprattutto nel campo del Metodo Classico, se si pensa che solo pochi anni fa la produzione era di poche migliaia di bottiglie mentre nelle ultime vendemmie ne sono state prodotte in numeri notevoli.



OP Pinot Nero Brut Giorgi 1870

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Pinot nero proveniente dalle zone più vocate, site nei comuni di Montecalvo Versiggia, S. Maria Della Versa, Rocca De' Giorgi. Al naso è ricco e avvolgente, raffinato nel proporre aromi di burro, nocciole, agrumi. Morbido e sottile nel perlage, fresco e sapido. Buona la struttura. Ottimo da aperitivo, eccellente a tutto pasto.



OP Riesling Il Bandito

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Perfetta la riconoscibilità del riesling, ove prevalgono profumi di pesca e note floreali e accenni di mineralità. Al palato è morbido e pieno. Si consiglia l'abbinamento con delle fettine di vitello al finocchietto.



Top Zero

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Naso di felce e rosmarino con lieve finale di erbe aromatiche. Intenso e luminoso nel colore, si distingue nell'assaggio perché avvolgente e vellutato ed equilibrato da una venatura sapida. Da servire fresco con trenette al pesto.

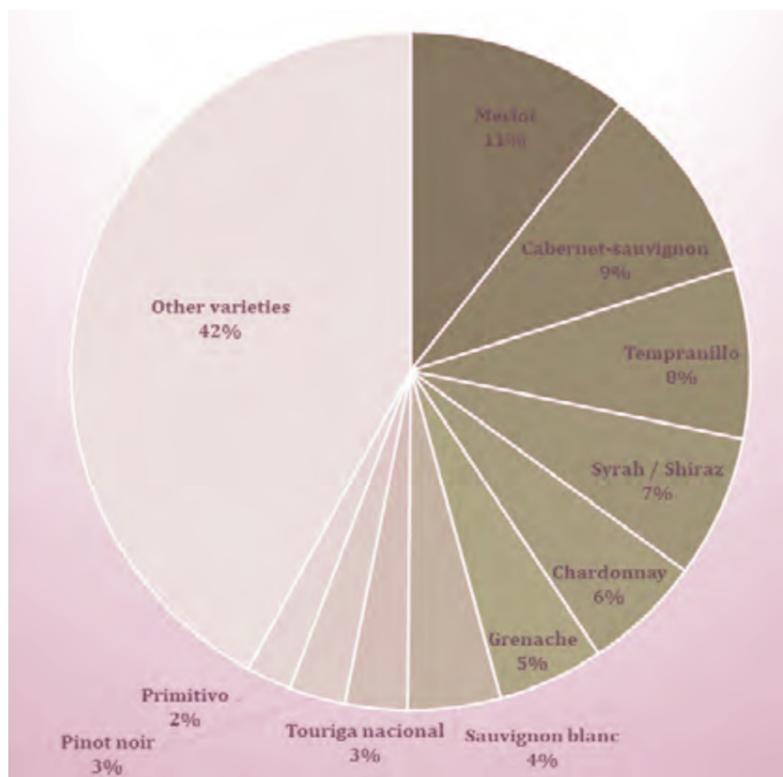
VITIGNI. La mappa delle varietà, indigene e internazionali, del Concours Mondial de Bruxelles

Tra i 9180 vini degustati nell'edizione cinese del 25esimo Concours Mondial de Bruxelles (10-13 maggio scorso a Beijing-Distretto di Haidian), le varietà internazionali dominano sempre, registrando un incremento significativo, ma sono i vitigni indigeni a conquistare nuovo spazio. La Top Ten CMB 2018 comprende merlot, cabernet sauvignon, tempranillo, syrah, chardonnay, grenache, sauvignon blanc, touriga nacional, pinot nero e primitivo.

Ma vediamo la provenienza di queste varietà, nella mappa dei vincitori del concorso. La Francia ha ottenuto il maggior numero di medaglie per il merlot (214), seguita dalla Cina (15) e dall'Italia (10). Il 51% delle medaglie attribuite al cabernet sauvignon provengono dai 3 Paesi: la Cina (61 medaglie), la Francia (38) e il Cile (33). In Cina è piantato su oltre 60.000 ha, si tratta della più grande zona viticola mondiale coltivata con questa varietà.

Per il tempranillo, il 98% delle medaglie ha premiato i vini della Spagna e il 2% del Messico. Il tempranillo è la quinta varietà più coltivata al mondo, sebbene per l'88% sia localizzato Spagna. I Paesi con cui il syrah ha ottenuto il maggior numero di medaglie sono la Francia (66), il Portogallo (32), la Spagna (26) e l'Australia (14), dove è la varietà più diffusa. La Francia ha ottenuto grandi riconoscimenti anche per i suoi chardonnay (59 medaglie), seguita dall'Italia (14) e dalla Cina (13). In Francia è presente in 51mila ettari, in Italia in 20mila ha e in Cina in solo 3mila. Ricordiamo che si tratta

Top 10 vitigni premiati nel 2018 in %



dell'uva bianca più diffusa al mondo. La Francia e la Spagna hanno ottenuto successi con il grenache (147 per la Francia, 52 per la Spagna). Il 67% di tutte le medaglie ottenute sono state attribuite a questi due Paesi che producono l'87% del grenache nel mondo. Le medaglie relative al sauvignon blanc appartengono in larga parte a Francia, Sud Africa, Spagna, Cile, Italia, Slovacchia, Grecia, Romania e Nuova Zelanda. Le 80 medaglie del touriga nacional sono andate esclusivamente al Portogallo. I due Paesi con il maggior numero di medaglie per il pinot nero sono, invece, la Francia (35) e la Svizzera (10). Seguono Italia (3), Australia (3), Bulgaria (3), Cina (3).

Le varietà indigene italiane come il sangiovese (34 medaglie) e il montepulciano (30 medaglie) sono arrivate al secondo e terzo posto tra i vini italiani, preceduti soltanto dal primitivo (58 medaglie). Quest'anno si è anche distinta la varietà italiana glera, che dal 2000 al 2015 è praticamente triplicata. La Grecia ha ottenuto i maggiori risultati con l'assyrτικο, l'agiorgitiko e il savatjano, seguiti dal cabernet sauvignon e dal sauvignon blanc, mentre il Portogallo con touriga nacional, castelão, touriga franca e braga. Nel 2017, il carménère ha ottenuto più medaglie del primitivo e si è classificato decimo della lista, mentre nel 2018 il primitivo ha preso il suo posto. - **Andrea Gabrielli**

IL MIO EXPORT. Mauro Fontana - Cantina Valtidone



1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Cantina Valtidone concentra la sua attività prevalentemente sul mercato nazionale, riservando comunque una percentuale, di circa il 10%, al mercato estero, sia tramite propria etichetta sia tramite accordi di collaborazione con altri produttori del settore.

2 Dove si vende meglio e dove peggio e perché?

Stiamo registrando un crescente interesse per la nostra tipologia di prodotto sui mercati nordeuropei, dove stiamo concentrando la nostra attività estera e dove riscontriamo una più agevole possibilità di azione commerciale.

3 Come sono cambiati l'atteggiamento e l'interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano?

Grazie alla globalizzazione, alla maggiore informazione, alla partecipazione a saloni internazionali e concorsi enologici, abbiamo riscontrato un maggiore interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano. Ma, soprattutto, abbiamo riscontrato un interesse per i vini frizzanti, che sono proprio i vini più caratteristici dei colli piacentini e della Val Tidone.

4 Salutiamoci con un aneddoto legato alle sue esperienze all'estero.

Più che un aneddoto, mi piace ricordare un cambiamento di atteggiamento nei confronti della nostra tipologia di vini che ho registrato in 30 anni di attività. In passato, quando ci presentavamo alle fiere, il nostro vino veniva accolto con diffidenza, perché il fatto che fosse frizzante faceva pensare a una rifermentazione secondaria in bottiglia, cosa che non era apprezzata: per gli stranieri il vino frizzante poteva essere solo spumante. Oggi, siamo riusciti a far comprendere che i nostri vini sono naturalmente frizzanti e questa caratteristica è sempre più apprezzata sui mercati e dagli addetti ai lavori. Su questo tema ho speso personalmente negli anni anche scontri dialettici con persone che poi sono diventate amiche, prima ancora che clienti, della nostra cantina.

❖ Cantina Valtidone - Borgonovo Valtidone (PC) - cantinavaltidone.it

NEL PROSSIMO NUMERO
MONTECAPPONE

VINI ITALIANI ALLA "PROVA COSTUME"

▲ a cura di Loredana Sottile

Cosa succede da giugno a settembre sugli scaffali delle enoteche italiane? Esiste una stagionalità anche per le diverse denominazioni? Secondo Vinarius, non solo non è più il tempo per i vini di andare in ferie, ma nel 2018 ci sarà un incremento delle vendite fino al 18%. E Tannico stila la wine top list dell'estate

Con l'arrivo dell'estate è tempo anche per le enoteche italiane di fare il cambio stagione? Magari mettendo in prima fila vini più leggeri che meglio si adattano ad affrontare le alte temperature? O addirittura riservando più spazio a birre artigianali o distillati? La situazione va analizzata contesto per contesto, ma di certo sono ben lontani i tempi in cui da giugno a settembre gli enotecari preferivano andarsene in ferie, consci della battuta d'arresto che gli affari avrebbero inevitabilmente subito. Al contrario, per l'estate 2018, Vinarius - l'Associazione delle Enotecche Italiane che conta un centinaio di iscritti in tutta Italia - stima una crescita delle vendite, da giugno a settembre, fino al 18%. Complice l'arrivo dei turisti stranieri, ma anche nuove tendenze, nuovi abbinamenti e soprattutto nuove tipologie di vino che sembrano intenzionate a prendersi il ruolo di protagoniste dell'estate.

L'estate è appena iniziata, ma siamo ottimisti sui trend di vendita: non si prevedono cali e circa la metà delle nostre enoteche stima un aumento delle vendite, con tendenza media tra il +13 e il +18%

— Andrea Terraneo

L'ESTATE DELLE ENOTECHHE

A tal proposito non possiamo fare a meno di far riferimento all'ottimo momento dei vini rosati (vedi articolo a pag. 20). Il motivo? "Sono vini freschi, leggeri e facili da abbinare" spiega **Andrea Terraneo**, presidente Vinarius "tant'è che negli ultimi tre anni abbiamo registrato un aumento della richiesta anche del 20%". Tutta un'altra storia rispetto a solo dieci anni fa: "adesso è il cliente - soprattutto quello giovane - che spinge verso questa tipologia di prodotto e noi enotecari, quindi, cerchiamo di ampliare le nostre proposte. I più venduti? Senz'altro quelli del Salento (60% delle richieste), territorio che in questi anni ha lavorato molto bene su questa tipologia, seguiti dai rosati del Garda e dell'Abruzzo". Se i rosati rappresentano la novità delle ultime estati, di certo sono e rimangono una certezza i vini bianchi. "Durante l'estate oltre la metà delle vendite in enoteca è rappresentata dai bianchi, con punte in alcuni casi anche del 70%. Da sottolineare l'impennata, negli ultimi tre anni, degli aromatici: dal 2014 ad oggi, il 65% delle enoteche Vinarius intervistate registra per le varietà Gewürztraminer, Moscato e Malvasia un aumento medio del 20/30% con punte anche del 50%". Inutile sottolineare, poi, il trend in continua ascesa delle bollicine: Prosecco su tutti. L'estate è la >>



Le bollicine hanno una stagionalità annuale più forte rispetto ad altre tipologie con una crescita nei mesi estivi di +35% contro +20% per i vini bianchi

— Marco Magnacavallo

» stagione migliore per l'aperitivo. E l'aperitivo, va da sé, è il momento migliore per il Prosecco. La domanda è se, in questa "cartolina" affollata da bollicine-rosati-bianchi, ci sia ancora spazio anche per i vini rossi. "Le cose sono cambiate anche per questa categoria: una volta d'estate in automatico si chiedeva il rosso più leggero, con meno alcol. Adesso il cliente non si fa più problemi a comprare un Nebbiolo anche ad agosto". E qui entra in gioco sia la maggiore conoscenza delle denominazioni, sia il forte richiamo della componente territoriale. Cosa molto evidente anche e soprattutto con i turisti, sempre più presenti sia in Italia sia in enoteca, come sottolinea Terraneo: "Una cosa è certa: le zone che sono riuscite a comunicare meglio l'enoturismo, hanno registrato un incremento di vendite maggiore, con richieste precise e puntuali su vini del territorio. Per le enoteche della Calabria rosati da Cirò, per l'Alto Adige, Lagrein; per la zona Brescia, la preferenza va sul Chiaretto. Insomma,

anche il turista adesso conosce la nostra territorialità: per noi, che su questo abbiamo sempre lavorato, è un grande risultato".

Merita una menzione a parte, anche il buon momento che stanno vivendo altri due prodotti sempre più presenti in enoteca: le birre artigianali e il gin. Di entrambi, ormai, anche negli esercizi più piccoli, si possono trovare 3-4 referenze a rotazione.

IL CAMBIO STAGIONE SUGLI SCAFFALI ONLINE

Se questa è la situazione nelle enoteche fisiche, vediamo qual è il turnover estivo sugli scaffali virtuali. Ne abbiamo parlato con il ceo di Tannico, **Marco Magnacavallo**, la cui piattaforma, in soli 5 anni dalla nascita è diventata la prima enoteca italiana al mondo, con un'offerta di 13mila etichette, 25mila cantine e 85mila clienti. "Ad avere una stagionalità più forte rispetto alle altre tipologie di vino sono senz'altro le bollicine che nel periodo maggio/luglio registrano un +35% rispetto ai tre mesi precedenti e scendono in maniera netta solo nel mese di agosto". In particolare, sono Champagne e Franciacorta a tenere banco durante l'estate: +38% e +35% tra maggio e giugno rispetto ai tre mesi precedenti, mentre cresce di poco il Trento Doc: +8%.

Per quanto riguarda i vini bianchi, il picco delle vendite si concretizza nel mese di maggio: +40% rispetto alla media mensile dell'anno, per poi iniziare un »

Consumi nei winebar. Il parere di Fabrizio Pagliardi

Come scorre, invece, l'estate dei winebar? Ne abbiamo parlato con **Fabrizio Pagliardi**, che dopo l'esperienza romana di Remigio Champagne e Vino, ha deciso di fare il bis sempre nella Capitale, con l'apertura di Barnaba, locale che ha subito conquistato le Tre Bottiglie e il premio Novità dell'anno della nostra guida Roma 2019. "Calo dei consumi?" commenta a Tre Bicchieri "Direi di no. Al massimo scende un po' la spesa media, ma questo dipende dalle tipologie di vini scelti e dalle modalità di consumo che, in questo periodo dell'anno, tendono a cambiare, spostandosi decisamente dalle cene agli aperitivi". Le tipologie più richieste sono anche qua le bolle e i vini fre-



schi, con una predilezione per i bianchi campani che stanno vivendo un periodo particolarmente felice. Alla stagionalità dei vini corrisponde, poi, anche la stagionalità della clientela. Nessun timore, quindi, per la fuga dalla città dei clienti abituali: "Adesso inizia il boom dei turisti" spie-

ga Pagliardi "un tipo di clientela molto giovane e sempre più preparata, che ormai arriva in Italia con le idee chiare sulle nostre denominazioni. Tra le richieste più frequenti rientra senz'altro quella dei vini naturali, soprattutto da parte dei consumatori nordeuropei".

La scommessa di Tannico per l'estate: il Double Decker Summer Edition

Quest'estate non solo Tannico non va in ferie, ma scommette nuovamente - dopo l'esperimento di Vinality - sull'integrazione offline/online, con il suo Double Decker Summer Edition Vintage: il tipico bus inglese a due piani, riconvertito in Wine & Cocktail Bar d'eccellenza, con un déhor all'aperto e una terrazza di degustazione. Dove? Al Base di Milano, fino al 9 settembre, con un programma ricco di eventi. Dal martedì alla domenica (ore 18.30



Per il calendario completo e in costante aggiornamento tannico.it/double-decker-summer-edition

- 20.30), l'appuntamento è con "Soup of the day: Champagne!", fresco happy hour a base di bollicine francesi. Ogni lunedì, invece,

la serata sarà dedicata ad una cantina particolare per l'appuntamento "Wine Monday". Si inizia il 2 luglio con Cantina Tommasi, per

poi proseguire con Bisol (lunedì 9/7), Donnafugata (lunedì 16/7), Casa Rojo (lunedì 23/7) e Cantina Antinori (lunedì 6/8).

» graduale decremento. Complessivamente, il periodo estivo porta in media un +20% rispetto ai tre mesi precedenti. Nessun dubbio sulla top list delle denominazioni. "In testa troviamo Lugana Doc che a giugno registra un secco +62% rispetto alla media degli altri mesi" continua Magnacavallo "bianchi siciliani e dell'Alto Adige (siamo sopra il +50%). Tra i bianchi quello che cresce meno è il Vermentino di Sardegna (+20%), ma in questo caso la spiegazione va ricercata nelle performance dei 12 mesi: il picco non è forte perché questa denominazione viene consumata regolarmente anche negli altri periodi dell'anno".

Battuta d'arresto, almeno online, per i vini rossi, le cui vendite da maggio a luglio calano del 33% rispetto ai tre mesi precedenti, con agosto che tocca il minimo annuale dei consumi: -50% rispetto alla media. "Se la maggior parte dei vini rossi ha un consumo stabile durante la primavera, prima di iniziare a scendere verso giugno" chiosa il fondatore di Tannico "le vendite di Barolo, invece, iniziano a scendere da gennaio per arrivare al loro minimo annuale a luglio e agosto (-65% in confronto con il mese medio dell'anno). L'Amarone, ha un trend simile, scendendo però con meno velocità (Barolo -52% nei mesi maggio-luglio, contro Amarone -37%)". Quali sono, quindi, i rossi che reggono anche alla prova-estate? Lambrusco, Toscana Igt e rossi dell'Alto Adige, tutti con cali che non superano il 25%. ❖

Identikit del consumatore estivo

Secondo l'analisi di Vinarius, nella bella stagione, il **50/60%** del consumatore è generalmente compreso nella fascia di età **dai 30 ai 50 anni**, mentre per il **25/30%** si tratta di giovani **tra i 18 e i 30 anni** e per l'altro **25/30%** di consumatori **over 50**.

Si tratta per lo più di uomini (in media: **65% uomini e 35% donne**), ma il rapporto cambia in base alla zona: al centro-nord la presenza è paritaria, al **centro-sud** si rileva un **70%** di presenza maschile un **30%** di presenza femminile. Inoltre, nei tre mesi d'estate, la clientela composta da **turisti** è destinata a subire una forte impennata.

DA LECCE AL PROSECCO. COME SI STA MUOVENDO L'ITALIA DEI VINI ROSATI

Il trend mondiale segna ancora una crescita. Segnali positivi dall'Italia, dove fa ben sperare il "Patto" tra Chiaretti del Garda, Cerasuolo, Castel del Monte e Salice Salentino. Dal Roséxpo di Lecce la conferma che si deve lavorare meglio sui mercati internazionali, a cominciare dagli Usa. E, intanto, anche il Prosecco Doc è pronto a introdurre il rosé

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Se anche la Doc Prosecco sta pensando all'opportunità di introdurre una tipologia rosato all'interno della propria gamma, qualcosa vorrà pur significare. In primo luogo, che il rosato ha fatto finalmente breccia in una denominazione da oltre 440 milioni di bottiglie, che continua la sua ascesa sui mercati internazionali anche in questa prima parte del 2018. In secondo luogo, che la febbre da vini rosati, quest'onda lunga che sta interessando fasce via via più ampie di consumatori, a partire dai "millennials", sta coinvolgendo anche il nostro Paese, tradizionalmente poco avvezzo al consumo di rosati. Un dato su tutti: solo il 5% dei consumi italiani di vino comprende oggi tale tipologia, a fronte di una media mondiale di oltre 10%. Se si guarda, poi alla Francia, questa percentuale supera il 30%. In questo, l'Italia è molto indietro, ma sta progredendo sensibilmente sul fronte della consapevolezza delle proprie potenzialità di mercato. La stipula del "Patto" tra i cinque maggiori distretti dei rosati autoctoni italiani (Bar-

I produttori stanno prendendo coscienza che avere un vino rosato è importante

— Carlo Alberto Panont (Consorzio Valtènesi)

— Carlo Alberto Panont (Consorzio Valtènesi) a dimostrare. "L'Italia è fanalino di coda nei consumi, siamo quarti produttori mondiali" ricorda **Franco Cristoforetti**, presidente del Consorzio del Bardolino, capofila del progetto "e con questo patto a cinque vogliamo fare conoscere le peculiarità del rosato italiano nel mondo e diventare attori importanti". C'è, in sostanza, la volontà di scommettere e unire le forze per cambiare la percezione dell'Italia, come Paese non solo di vini rossi, bianchi e bollicine. Lo hanno fatto organizzando il primo evento nazionale "Oggi rosé" del 22 giugno scorso (300 microeventi a tema), in concomitanza con l'International rosé day. Per dare un messaggio chiaro, come nota **Valentino Di Campli**, presidente del Consorzio Vini d'Abruzzo: "Il primo passo concreto per dimostrare che i cinque consorzi si stanno già impegnando in una promozione unitaria".

TREND POSITIVO

Il mercato è in discreta salute. Se si guarda ai numeri relativi alle vendite nel canale della grande distribuzione organizzata italiana, nel 2017, sono stati venduti 28 milioni di litri di rosato fermo (+1,9%) e quasi 8 milioni di litri di rosato frizzante (+3,9%), con incrementi a valore rispettivi del 3,6% e del 2,3%. »

Se il Prosecco Doc diventa anche rosé. Parla il presidente Stefano Zanette

Ormai è molto più che una discussione, un'ipotesi, un semplice pour parler. Il Prosecco Doc sta ponendo le basi per la nascita di una versione rosata, a base di uve Glera e Pinot Nero (che dovrà incrementare notevolmente l'ettaraggio). I volumi non sono per ora stimabili, ma all'interno del Consorzio il tema è caldo. Il presidente Stefano Zanette, riconfermato di recente, è al lavoro per capire, dialogando con le cantine e coi grandi imbottigliatori del di-

stretto, se ci sono i presupposti per dare vita a quella che è un'esigenza sentita già da alcuni anni: avere un Prosecco rosa. La grande Doc quest'anno supererà 440 milioni di bottiglie e non è stato facile gestire l'ipertrofia di mercato. Paradossalmente, il +7% registrato nel 2017 e nei primi 5 mesi del 2018, dopo anni consecutivi in doppia cifra, viene considerato una manna. Bisognerà mettere mano al disciplinare, che potrebbe scattare dalla vendemmia

2019. "La nuova tipologia" spiega Zanette a Tre Bicchieri "andrebbe incontro alle richieste del mercato estero, dove si vende il 75% dei volumi della Doc. Ma non vogliamo svilire l'identità del prodotto, che dovrà essere riconoscibile". Le indagini a disposizione del consorzio dicono che gli Usa (secondo mercato) sono "ben disposti a raccogliere un prodotto di qualità e un Prosecco rosato. Ma teniamo conto" precisa "anche di Uk e Germania".



» Le stesse enoteche, secondo le rilevazioni dell'associazione nazionale Vinarius, trovano nei rosati una valida alternativa: "Dieci anni fa, un enotecario che vendeva rosati era fuori dal coro.

Oggi il consumatore" fa notare il presidente **Andrea Terraneo** "accetta con molta più facilità un rosato come consiglio per una cena, rispetto agli anni passati, in cui era molto radicato il concetto di vino scadente, ottenuto dal taglio tra vino rosso e vino bianco". Dal 2014 a oggi, le enoteche del circuito hanno registrato un crescendo di richieste: l'83% degli esercizi commerciali associati stima aumenti tra il 10% e il 20%: "Un evidente cambio di mentalità".

Il momento è positivo anche a sentire alcuni diretti interessati, ovvero i consorzi di tutela dei rosati autoctoni italiani. Il Charetto di Bardolino segna +8,2% tra gennaio e maggio 2018, rispetto ai cinque mesi del 2017. E nel solo mese di maggio, gli aumenti toccano il 40%. In Valtènesi, dai 10 mila ettolitri del 2016 si è passati ai 12 mila ettolitri del 2017: "Il segno che i produttori stanno prendendo coscienza che avere un vino rosato è importante, così come fare selezione in vigna per partire da grandi uve di qualità", osserva **Carlo Alberto Panont**, direttore del Consorzio Valtènesi.

In Puglia, a Castel del Monte, dove insiste l'unica Doc italiana per il rosato, a parità di numero di aziende la produzione è raddoppiata in tre anni: dalle 86 mila bottiglie del 2013 alle 169 mila del 2016, con un 2017 (annata scarsa) in cui è scesa a 122 mila. "Tutti i no-

C'è bisogno educare l'utente finale e lo dobbiamo fare tramite enotecari e ristoratori

— **Ilaria Donateo** (deGusto Salento
— Associazione del Negroamaro)

stri associati" fa sapere **Sebastiano De Corato**, rappresentante del consorzio pugliese "hanno creato un'etichetta di rosato Docg, che si sta affermando ma senza intaccare le quote della versione Doc.

E quando ciò accade è perché il prezzo si sta livellando verso l'alto, con incrementi del valore aggiunto".

IL QUADRO INTERNAZIONALE

La domanda mondiale in crescita sta stimolando sia la produzione sia la commercializzazione. La Francia resta il primo consumatore mondiale, con oltre un terzo delle quote, seguita da Stati Uniti (14%) e Germania (8%) che nel lungo termine registrano un trend di aumento dei consumi. In tutto il mondo, si bevono 24 milioni di ettolitri di vino rosato, secondo gli ultimi dati disponibili (riferiti al 2016) forniti dall'Osservatorio economico mondiale dei vini rosati, di France Agrimer e Civep-Conseil interprofessionnel des vins de Provence. L'Italia, che è quarto produttore, secondo esportatore a valore dopo la Francia e terzo esportatore in volume sempre dopo la Francia e la Spagna, occupa una quota molto bassa nei consumi: il 4%. Se si guarda, alle importazioni totali, queste ammontano a 1,8 miliardi di euro, con Stati Uniti e Regno Unito che a valore detengono la prima e la seconda posizione. In quantità, la Francia è il mercato che importa più rosati (22% delle quote), per soddisfare la domanda interna con vini di gamma più bassa. »

» I PIANI DEI CONSORZI ITALIANI

In un contesto di mercato nel quale promozione e comunicazione si rivelano, e si riveleranno, fondamentali, così come l'individuazione di percorsi qualitativi ad hoc, i produttori di Veneto, Lombardia, Abruzzo e Puglia si stanno attrezzando. Il loro obiettivo è soprattutto l'estero, perché ancora oggi valorizzare i rosati in un Paese, come l'Italia, che non sembra apprezzarli e consumarli in maniera sistematica, non è facile. L'ultimo Roséxpo di Lecce ha evidenziato come sia importante il rilancio dell'immagine del made in Italy negli Stati Uniti, dove i vini di Provenza spadroneggiano, conquistando la fiducia della fascia target: i millennials. E dove – manco a dirlo – i rosati francesi spuntano prezzi medi di 48 dollari a bottiglia rispetto ai 18 dollari di quelli italiani. **Ilaria Donateo** (deGusto Salento, organizzatrice di Roséxpo) riflette sul ruolo decisivo sul mercato Usa dei grandi brand italiani: "L'idea del rosato si sta via via sdoganando. Notiamo come anche i più blasonati marchi del Made in Italy stiano insistendo su questa tipologia. E questo è importante. La Puglia, in particolare, sta crescendo ed è molto richiesta". Rimane, tuttavia, irrisolto un nodo strategico: l'informazione al consumatore. "C'è bisogno educare l'utente finale e lo dobbiamo fare tramite enotecari e ristoratori che, tuttavia, sono spesso i primi a non crederci. In questo senso, il Patto tra i cinque consorzi dei rosati autoctoni ci darà sicuramente una mano e ci farà contare anche di più da un punto di vista politico". Uno dei primi effetti del Patto è la partecipazione al bando europeo (a valere sui fondi del Reg. Ue 1144/2014) per strutturare attività di promozione unitaria fuori confine. Sarebbe una prima volta. Sul fronte della comunicazione di sistema, si »

Da Roséxpo le parole degli esperti

Stevie Kim,
managing director di Vinality International



Il 60% degli Americani beve vino americano e sebbene il vino italiano offra più diversità, continuano a bere vino del loro Paese. Ma quando il loro palato viene istruito ad altri sapori allora

cominciano a preferire nuovi vini. Anche il mercato cinese sta cominciando a dare attenzione a produzioni interne, soprattutto Cabernet per un consumo interno. La regola è che dove c'è la curiosità aumenta il consumo.

Ylenia Lucaselli,
global advisor Sgwf



Il problema delle aziende italiane è l'incapacità di affrontare il mercato. Per questo, abbiamo deciso di collegare il vino italiano al lusso e ora abbiamo più di 600 mila bottiglie italiane

sul mercato americano. Qui, il consumatore non ha l'esperienza della qualità. E se un prodotto costa di più viene acquistato. Otto volte su 10 il vino è acquistato da una donna, quindi il vino italiano in America è donna. Una strategia vincente nella vendita è riportare il vino alle storie. Gli americani ne sono affascinati.

Jean Marc Ducasse,
ideatore Pink Rosé Festival



La Francia è un modello da imitare per le esportazioni. Importo in America dal 1980 e il primo mercato è stato la California, dove si bevevano solo vini californiani. Oggi importiamo

5 milioni di vini di cui 2 milioni sono italiani. Tra 2015 e 2016 registriamo un +56% del commercio di rosati da tutto il mondo. I buyer chiedono rosati francesi e italiani. Dall'Italia: Abruzzo e Puglia. Il nostro evento Pink Rosé ha raccolto lo scorso anno 96 produttori italiani per 88 buyers.

— a cura di **Stefania Annese**

» valuta l'opportunità di stilare "una carta informativa sui rosati italiani, che spieghi le peculiarità dei vini e dei territori", osserva Franco Cristoforetti. E il lavoro comune sarà anche convincere sempre più ristoratori a inserire un maggior numero di rosati italiani nelle carte vini. Si ragiona, infine, su possibili iniziative di informazione ai clienti nelle grandi catene della distribuzione organizzata. Ma se, a un certo punto, il gigante Prosecco facesse il suo esordio sul mercato nella versione rosa? "Non c'è da avere paura. Anzi" risponde Cristoforetti "potrebbe darci una grossa mano per dire al mondo che l'Italia fa anche i rosati".

Col Patto tra i consorzi vogliamo far conoscere le peculiarità del rosato italiano nel mondo e diventare attori importanti

— Franco Cristoforetti
(Consorzio Bardolino)

GLI EVENTI

Roséxpo, Italia in Rosa e Anteprema del Chiaretto restano le tre grandi manifestazioni chiave sul territorio nazionale. Appuntamenti che

segnano il tutto esaurito già da alcuni anni (2.500 le presenze a Roséxpo di Lecce, oltre 8 mila a Moniga del Garda in tre giorni). C'è fermento. Sabato 23 giugno si è tenuta la prima del Trasimeno rosé festival. A Roma il 7 luglio in calendario c'è Bere-rosa (a Palazzo Brancaccio). E anche il Gambero Rosso celebrerà questa tipologia con **due serate di degustazione Drink Pink** (a Napoli e Roma, il 12 e 13 luglio) che vedranno protagoniste molte tra le migliori etichette italiane. ❖

»

Dario Stefàno ambasciatore del rosato



Roséxpo e l'Associazione deGusto Salento hanno consegnato il titolo di Ambasciatore del Vino Rosato al senatore Dario Stefàno. Premiato l'impegno storico di Stefàno: da assessore alle Politiche Agroalimentari della Regione Puglia, prima, e da senatore della Repubblica, poi, non ha "mai fatto mancare il suo sostegno alla promozione dei rosati".

Vini d'Italia Worldtour 2018/2019

GAMBERO ROSSO



2018

OCTOBER

27 ROMA - 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

STOCKHOLM - Sweden **trebicchieri**

COPENHAGEN - Denmark **Vini d'Italia**

21 MUNICH - Germany **trebicchieri**

23 BERLIN - Germany **Vini d'Italia**

FEBRUARY

07 MEXICO CITY - Mexico **Top Italian Wines Roadshow**

11 LOS ANGELES - Usa **trebicchieri**

13 SAN FRANCISCO - Usa **trebicchieri**

18 CHICAGO - Usa **trebicchieri**

20 NEW YORK - Usa **trebicchieri**

MARCH

07 LONDON - U.K. **trebicchieri**

16 DÜSSELDORF - Germany **trebicchieri PROWEIN Special**

MAY

6 SINGAPORE - Singapore **Top Italian Wines Roadshow**

15 BORDEAUX - France **trebicchieri VINEXPO Special**

CALGARY - Canada **Vini d'Italia**

TORONTO - Canada **Vini d'Italia**

MONTREAL - Canada **Top Italian Wines Roadshow**

JUNE

WASHINGTON DC - USA **Top Italian Wines Roadshow**

BOSTON - USA **Top Italian Wines Roadshow**

Sponsor



PHOTOGALLERY. Parigi, La Vie en Rose

La Vie en Rose. Ristoranti e rosati italiani alla conquista di Parigi

a cura di Lorenzo Ruggeri

Chiaro, Cerasuolo, Crusé. Tutta la complessità dei rosati italiani all'ombra del Louvre per l'evento La Vie en Rose dello scorso 20 giugno, all'interno della Salle des Mariages al Marie du 1er arrondissement. In abbinamento, variazioni di pizze e focacce di Gennaro Nasti e del suo Bijou, locale premiato con i Tre Spicchi in guida. Per l'occasione abbiamo fatto il punto sul mercato parigino con ristoratori, sommelier e importatori.

"È difficile vendere rosati italiani con colori carichi qui a Parigi, sono abituati allo stile della Provenza e partono scettici", commenta **Massimo Mori**, che dirige il Mori Venice Bar e l'Emporio Armani, entrambi valutati con Due Forchette nella Top Italian Restaurants. "A livello di vendite, è davvero eclatante il caso del Prosecco sulla scia del successo dello spritz, che negli ultimi 5 anni si è imposto anche qui. A livello regionale, vendiamo molta più Sicilia, mentre fatica tutto il metodo classico italiano". Le carte dei vini vanno a distretto, come anche le cucine, con segmentazioni piuttosto marcate. I ristoranti del 5,7,15,16 arrondissement sfoggiano liste di stampo classico e convenzionale, mentre tra 9,11,18 e soprattutto 20, si vedono solo vini naturali.

"Negli ultimi due anni anche gli over 50 più scettici si sono avvicinati a questi vini. Hanno voglia di provare altro, di conoscere cosa c'è dietro. È vero, ci sono tanti eccessi, ma la maggior parte dei vini italiani presenti nelle carte parigine sono naturali", ci dice **Pietro Russano** di Retròbottega, l'anima dell'enoteca e bistrot di soli vini naturali premiato con Due Bottiglie in guida. Grandi protagonisti i pétillant, ovvero i vini leggermente mossi, prodotti da piccolissimi vigneron italiani. "C'è una deriva che sta portando a bere vini, giovanissimo, che sono succhi di melograno con alcol", sorride **Michele Farnese**, premiato con i Tre Gamberi per il suo delizioso Dilia. Mentre sul settore fine dining, completano il quadro Simone Zanoni, chef de Le George, e Giovanni Passerini con l'omonimo ristorante. Entrambi strappano le Tre Forchette.

