



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

VINO ITALIANO NEL MIRINO DELLA CONTRAFFAZIONE?

ACQUISTI

Doppio colpo nelle Langhe: comprano Conterno e Boroli. Ecco i dettagli *pag. 2*

EXPORT

Raggiunto obiettivo 5 miliardi di euro. Ma i consumi mondiali vanno a rilento *pag. 4*

TESTO UNICO

Proposta di legge depositata alla Camera. E a Vinitaly la presentazione al pubblico *pag. 8*

FALSI

Salgono le quotazioni dei vini italiani, ma anche il rischio contraffazione. Come difendersi? *pag. 14*

L'INTERVISTA

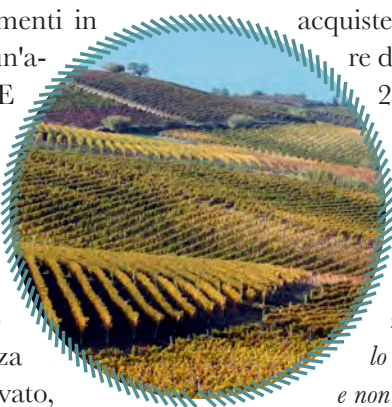
Il primo mese in Borsa di Italian wine brands: andamenti e prospettive *pag. 16*



LANGHE IN FERMENTO, SI MOLTIPLICANO GLI ACQUISTI. SI MUOVONO CONTERNO E BOROLI

a cura di Gianluca Atzeni

Grande attività nelle Langhe. Nonostante i prezzi da capogiro dei vigneti (fino a un milione di euro a ettaro), le aziende stanno dando vita a una sequenza di acquisizioni che testimoniano il forte interesse e il buono stato di salute per la Docg Barolo. Tutti movimenti in casa, nel senso che chi acquista è spesso un'azienda italiana, in gran parte confinante. E così, dopo il passaggio di Cascina Cucco a Serralunga d'Alba alla famiglia Rossi Cairo (La Raia), dell'acquisto da parte di Pio Cesare di diversi ettari a Monforte (cru Mosconi), arrivano altri movimenti importanti. L'azienda Giacomo Conterno di Monforte d'Alba, battendo la concorrenza di un importante cliente americano, ha rilevato, per circa 6-7 mln di euro (probabilmente la più alta registrata da queste parti), il vigneto 'cru' Arione di Serralunga d'Alba (3,6 ettari confinanti con Cascina Francia, per circa 20 mila bottiglie), acquistandolo dalla Gigi Rosso, dei fratelli Claudio e Maurizio. Nell'affare sono inclusi un ettaro a Barbera d'Alba, uno a Nebbiolo d'Alba e alcuni ettari di bosco da tartufo bianco. "La cessione" racconta Maurizio Rosso a Tre Bicchieri "consentirà di rafforzare la cantina di Castiglione Falletto (200 mila bottiglie, per il 70%



esportate; ndr.). Al momento stiamo piantando 3 nuovi ettari di Nebbiolo e Barbera a Roddino, 2 di reimpianto di Langhe Rosso e Langhe Bianco a Diano d'Alba e stiamo definendo accordi con fornitori di uve Nebbiolo da Barolo". L'azienda, che continuerà a distribuire il Barolo Arione 2011, 2012, 2013 e 2014, acquisterà nuovi macchinari e rinnoverà le strutture di accoglienza; e il nuovo Barolo arriverà nel 2019. Il secondo 'deal' langarolo (da oltre 4 mln di euro) riguarda Cascina Sorello, a La Morra. Qui la famiglia Boroli ha acquistato 4,5 ettari a Nebbiolo da Barolo, portando a circa 29 il patrimonio vitato, di cui 10 a Nebbiolo da Barolo: "Avevamo necessità di ampliare la produzione. Cascina Sorello è un appezzamento unico, parte alta, esposto a ovest e non è un cru", spiega Achille Boroli. È probabile che l'operazione rientri negli obiettivi di crescita dell'accordo di distribuzione con la divisione vini di Moët Hennessy (Lwmh). "C'è grande interesse verso la nostra Docg" riflette Achille "e sono convinto che siamo solo agli inizi. Nel senso che tutto questo accade senza grandi sforzi di comunicazione. È significativo come in fase di recessione per l'Italia i prezzi dello sfuso abbiano raggiunto 8 euro al litro. E penso che i prezzi dei vigneti siano destinati a raddoppiare in pochi anni. In Borgogna, del resto, sono vicini ai 7 mln. E proprio i francesi da queste parti si vedono di più".

Dopo 15 anni di Elvio Fronza, il Consorzio vini del Trentino sceglie Bertagnoli

Cambio della guardia per il Consorzio vini del Trentino. Alessandro Bertagnoli, agricoltore biologico dell'Azienda Stella Rossa di Calliano e presidente da otto anni della Cantina di Aldeno, è il nuovo presidente. Succede a Elvio Fronza (a sinistra nella foto con Bertagnoli), che lascia dopo 15 anni di mandato.



"Nonostante le differenze, occorre lavorare a una comune identità per raggiungere traguardi condivisi", ha detto il presidente uscente. "Il Consorzio", ha dichiarato Bertagnoli "deve rappresentare la sintesi delle varie esigenze, delle varie anime, della viticoltura trentina. L'obiettivo è quello di guidare un gruppo coeso, compatto, nel quale tutti devono essere ascoltati e in cui si respiri un sereno clima di fiducia". Nel cda, orfano del rappresentante dei Vignaioli indipendenti, usciti a seguito della querelle sul Pinot Grigio, siedono Alfredo Albertini, Vito Armani, Lorenzo Libera, Paolo Endrici, Marcello Lunelli, Bruno Lutterotti, Paolo Malfer, Giorgio Planchenstainer, Fabio Maccari, Luca Rigotti e Andrea Pergher.

Come comunicare il vino? Se ne è parlato al Boroli Wine Forum

Ad Alba si è appena concluso il Boroli Wine Forum nato proprio da un'idea della famiglia Boroli (la stessa che ha appena acquistato 4,5 ettari di Cascina Sorello). L'appuntamento, nato nel 2009, ogni anno si propone di affrontare temi attuali dell'universo vino, attraverso un dibattito aperto tra produttori, associazioni e stampa internazionale. Se nella prima edizione il fulcro della discussione era stato il vino come "motore di sviluppo", quest'anno il fil rouge è stato "il valore della comunicazione". Ha colto bene l'evoluzione Enrico Viglierchio di Castello Banfi, intervenuto a questo G8 vitivinicolo: "Se una volta il mercato del vino era controllato praticamente solo dal produttore e dal trade, oggi invece appartiene ampiamente anche a chi lo consuma, che cerca e si informa, soprattutto su internet. Ed è proprio lì che i produttori devono farsi trovare". A condurre questa sesta edizione è stato Franz Botré, editore di Spirito di Vino: "Comunicare bene, comunicare a tutti è il trend che deve interessare chi intende continuare a fare export. Una tendenza che in questi ultimi anni è cresciuta grazie ad una nuova generazione di eno-giornalisti capaci di fare "storytelling" soprattutto sul web".



L'eBook con tutti i Tre Bicchieri 2015

IN REGALO PER TE!

SCOPRI DI PIÙ



COMPLEANNO DA 110 MILIONI PER SANTA MARGHERITA

a cura di **Gianluca Atzeni**

Ottant'anni di Santa Margherita e un bilancio in crescita. Dopo il superamento di quota 100 milioni di euro nel 2013, l'Ad Ettore Nicoletto (foto) fa il punto con Tre bicchieri sul 2014, sulle prospettive future e sulla storia dell'azienda nata nel 1935 da un'idea del conte Gaetano Marzotto.



Partiamo dal 2014

Speriamo, intanto, che abbia rappresentato la fine della più lunga crisi economica conosciuta. In questo contesto, abbiamo registrato una crescita del 7,8%, a poco più di 110 milioni di euro, per 18,5 milioni di bottiglie vendute in 80 Paesi. L'export è cresciuto del 9%, l'Italia di oltre il 5%. Dato che ci riempiamo di orgoglio.

Quali le previsioni per il 2015?

Quest'anno - imprevisi imponderabili a parte - ci sono delle precondizioni

interessanti che ci rendono ottimisti: le politiche monetarie in Eurozona; la riduzione del differenziale euro-dollaro; la possibile soluzione in Ucraina che riapre le porte del mercato russo; l'avvicinarsi del closing dell'accordo di libero scambio fra Ue e Usa; lo stesso Expo, volano per l'economia italiana.

La domanda sul 'come eravamo, come siamo' è d'obbligo. Facciamo percorso coi numeri?

Il punto di partenza è una vasta landa nel Veneto orientale dove poche centinaia di mezzadri ottant'anni fa lavoravano per poco più di cento giornate l'anno. Adesso quella stessa zona è ricca di attività economiche, con un reddito medio per abitante sopra 1.500 euro alla media nazionale (13.608 rispetto ai 12.159 nel 2011). Il risultato dell'intuizione di Gaetano Marzotto nel 1935 sta in questo semplice dato.

Nei mille ettari acquisiti prima della Seconda guerra mondiale lavoravano 400 mezzadri; negli Anni '50 erano già oltre 1.200 i dipendenti del polo agroindustriale di Fossalta di Portogruaro; oggi siamo più di 2 mila a livello di galassia Marzotto nel Veneto orientale. Tutto grazie alla stabilità lavorativa portata e ai costanti investimenti: negli ultimi 6 anni, ad esempio, sono stati investiti 65 milioni di euro.

In 80 anni c'è tempo per fare scelte giuste ma anche errate. Quali le migliori intuizioni e quali errori?

Non sfuggo alla domanda, ma è normale che nell'agire quotidiano qualcosa non vada nel verso sperato. Vale di più, dunque, il trend di lungo periodo che vede una realtà solida, innovativa, con una grande capacità nel lavoro di squadra. Le grandi intuizioni stanno in quanto detto: condizioni che hanno portato a quelle innovazioni - il Pinot Grigio, il Prosecco spumante, la costruzione di un "mosaico enologico" rappresentativo del meglio dell'Italia del vino - alla base dei risultati economici. Poi, la sostenibilità sociale e ambientale. Si costruisce giorno per giorno, cercando di imparare dai naturali errori. Non mi sembra, però, che in questi 80 anni Santa Margherita abbia "scarrociato" dalle intuizioni e dalle scelte del suo fondatore. Pensiamo al Pinot Grigio: dopo 50 anni è ancora uno dei vini italiani preferiti al mondo.

Bilancio Campari, provvidenziale il quarto trimestre. Ma cosa ne sarà della divisione vini?

Aspettando di capire cosa ne sarà della divisione vini, il gruppo Campari chiude il 2014 in linea con le aspettative, a quota



1,56 miliardi di euro, con una crescita delle vendite del 2,4% e un'accelerazione nel quarto trimestre (+4,2%), nonostante un aumento delle spese di pubblicità e promozione (+4,6% per 260,8 milioni di euro). L'ebitda è stato di 294,4 milioni di euro, in contrazione del 10,5% e pari al 18,9% delle vendite, mentre l'utile netto del Gruppo è stato pari a 128,9 milioni, in diminuzione del 13,9%. Ma vediamo cosa è successo nei diversi mercati. L'area Americhe è cresciuta del +4,0%, mentre l'area Resto del Mondo ha registrato una performance organica pari a +1,5%. Debole l'Australia, compensata, però dallo sviluppo favorevole nei mercati emergenti, quali Nigeria, Sud Africa e Cina. In Europa la crescita organica è stata del 3,2%, grazie a una solida performance in tutti i mercati, in particolare in Russia, trainata dagli spumanti (Mondoro qui ha registrato un +24%), che ha compensato le perdite in Germania. In totale gli spumanti (Riccadonna e Mondoro) hanno registrato una performance positiva del +18,8%.

Alla luce di questi risultati, la multinazionale italiana rinuncerà davvero a quelli che considera essere gli asset meno strategici, tra cui Tenute Sella & Mosca, Teruzzi & Puthod e Enrico Serafino?

Mercato italiano. Visto che più di sei bottiglie su dieci vanno all'estero, come intendete presidiarlo?

Dobbiamo far conoscere di più questo mondo a generazioni di consumatori che non hanno più la familiarità col vino che avevano i genitori o nonni. Da qui il nostro impegno sui social network e i nuovi programmi per l'ospitalità. Apriremo sempre di più le nostre cantine: Alto Adige, Veneto, Toscana, Franciacorta. Infine, la sponsorizzazione della Mille Miglia, per rinsaldare ancor più il nostro legame coi winelover italiani.

Lauree in enologia e viticoltura? Meglio puntare sulla formazione extra-universitaria. Parola del professor Scienza che ha presentato il progetto Univir 2020

a cura di Loredana Sottile

Quale sarà il futuro della formazione vitivinicola in Italia? Se ne è parlato a Milano, alla Facoltà di Scienza Agrarie e Alimentari, nell'incontro promosso dalle società scientifiche e sostenuto dall'Uiv, sul tema dell'Innovazione Tecnologica nella Filiera Viti-Enologica Italiana. Partendo da una considerazione: la riduzione, con l'ultima legge di riforma dell'Università, delle sedi di lauree in viticoltura ed enologia. In particolare le lauree magistrali sono rimaste fisicamente due: Asti con un consorzio di più università (Torino, Milano, Palermo, Sassari, Foggia) e Conegliano (che raccoglie Padova, Verona e Udine). "Dirò di più" ha commentato nel suo intervento il professor Attilio Scienza "l'ideale sarebbe nei prossimi anni arrivare ad una sola laurea specialistica. Infatti sebbene oggi si possa pensare che il Centro-Sud sia rimasto scoperto, in realtà

si tratta solo di un retaggio ideologico, localistico. Prendiamo l'esempio della Francia: sono due le sedi principali di formazione, Bordeaux e Montpellier con alcune articolazioni locali a Digione, Reims e Nantes". La provocazione del professore in realtà è un modo per guardare oltre: valorizzare le altre modalità di formazione permanente quali dottorati anche aziendali; master, corsi di specializzazione, summer school, anche nella prospettiva delle relazioni con le altre Università europee. "Dobbiamo abbandonare il modello competitivo che avevano adottato i nostri predecessori, per inaugurare un modello cooperativo. I finanziamenti sono pochi e non provengono più dai vari Ministeri, ma dalla Comunità Europea che li concede a gruppi di ricerca europei solo se nel finanziamento partecipano le imprese". In questo contesto si colloca Univir 2020 (parola che contiene in sé Uiv e l'hashtag "unire le forze"), una grande alleanza tra tutte

le risorse scientifiche viti enologiche italiane per dare contenuti alla misura 16 dei psr 2014-2020. "Si tratta" spiega Scienza "di una cabina di regia per favorire i rapporti aggregativi. I risultati finora raggiunti sono davvero incoraggianti: in 12 regioni hanno risposto le aziende che costruiranno i gruppi operativi, 700 aziende associate a Uiv hanno risposto al questionario per decidere quali saranno i temi dell'innovazione da affrontare nei prossimi anni. Tutti i gruppi di ricerca sia universitari, sia del Cra italiani contattati hanno aderito al progetto. Ma la grande innovazione è che, contrariamente dal passato, i gruppi operativi dovranno essere costituiti dalle aziende, mentre i centri di ricerca avranno nei confronti delle tematiche da affrontare, un ruolo subordinato". Un primo banco di prova potrebbe essere un ciclo di summer school (tre in tre zone vitivinicole strategiche) dove far partecipare laureati e responsabili di aziende in dialogo ed osmosi tra loro, tra pratica e teoria. Tra i temi da affrontare, sostenibilità, cambiamenti climatici, biodiversità, competitività, governance e marketing.

Uiv: "Il vino nei programmi di educazione alimentare nelle scuole"

Inserire il vino tra le materie trattate nelle scuole nell'ambito del progetto di educazione alimentare, come elemento per fare cultura ed educare i giovani a un consumo responsabile. La proposta arriva dall'Unione italiana vini durante la tavola rotonda 'l'alcool tra ragione e sentimento' svoltasi al Mipaaf, davanti a una platea di esperti di settore. Il presidente Domenico Zonin, assieme a Sandro Sartor, coordinatore del tavolo di lavoro Uiv 'vino e salute', hanno lanciato il sasso, sottolineando

come finora i vari divieti non abbiano sortito gli effetti attesi, anzi abbiano penalizzato il settore vino. E il vice ministro delle Politiche agricole, Andrea Olivero, ha risposto positivamente: "Il Mipaaf si impegnerà a promuovere iniziative che vadano in questa direzione, a partire da Expo. È giusto che i più giovani conoscano la grande tradizione del vino italiano". - G. A.

Export a 5,11 miliardi nel 2014 (+1,4%). Consumi mondiali a +3,7% entro 2018

Non è l'incremento atteso, ma l'Italia mette a segno un altro record nell'export di vino. Il dato ufficiale Istat relativo al 2014 dice che l'Italia ha venduto vino per 5,111 miliardi di euro (+1,4% rispetto ai 5,040 del 2013). Stabili le quantità esportate: 20,54 mln di ettolitri contro 20,32 del 2013. Intanto, i consumi da qui al 2018 cresceranno ma non ad alto ritmo. Secondo l'indagine Iwv per Vinexpo Bordeaux (14-18 giugno) si raggiungeranno i 2,73 miliardi di casse (+3,7%), con gli spumanti destinati a crescere più dei fermi. Previsioni negative per Italia (-5,1%), Francia (-2,8%); in aumento gli Usa (+11,3%) che restano il primo consumatore mondiale, con la Germania (+1,1%) destinata a soffiare all'Italia il terzo gradino del podio. Balzo di Cina e Hong Kong con +24,8%. - G. A.





A Worldwide Passion



VINITALY 49ª EDIZIONE | VERONA 22-25 MARZO

organized by

together with



SEGUICI SU



VINITALY.COM

PER INFORMAZIONI

info.vinality@veronafiere.it

Quali prospettive per l'export vitivinicolo? I Buyer di Vinitaly raccontano il rapporto dei loro mercati col il vino italiano

Export, buone le prospettive. A due settimane dalla sua apertura, Vinitaly (22-25 marzo) ha raccolto il sentiment dei buyer provenienti da 15 Paesi. Dall'indagine i feedback migliori arrivano dai nostri partner storici, come Germania, Stati Uniti e la Gran Bretagna. L'India, invece, si dimostra a dir poco ostica e la Russia, che pure nel 2014 ha resistito, si trova in mezzo alla peggior svalutazione del rublo degli ultimi anni, mentre il Brasile paga dazi altissimi. Un mondo a due velocità, quindi, ma in continua evoluzione. L'importante è riuscire a capire

le i cambiamenti di passo e adeguarsi. In Cina, ad esempio, è il momento sfruttare la debolezza manifestata nel 2014 dalla Francia, così come in Corea del Sud dove “si sta sgonfiando la bolla dei vini francesi, e la gente guarda agli italiani, più accessibili”, come spiega Mang Shang Woon della World Liquor Co. Doppia ruolo per l'Australia, Paese capace di essere, allo stesso tempo, competitor e partner italiano. Dall'altra parte dell'emisfero,



in Brasile “stanno facendo molto bene i vini rossi toscani, così come le bollicine di Lambrusco e Franciacorta” racconta Almir Luppi Dos Anjos, di Epicerie De Bebidas Ltda “ma l'aspetto più problematico è quello che riguarda la pressione fiscale altissima, tanto che il prezzo medio delle bottiglie più acquistate si aggira sui due-tre euro”. Risalendo il Sud America, tra i Paesi più in salute c'è il Messico dove “la cultura del vino sta crescendo velocemente insieme ai vini italiani” dice Victor Osbaldo Treviño Rincon, della Value Wine S.A De C.V, che sottolinea anche come “il prezzo medio si attesti sui 12-22 dollari, mentre nella fascia più bassa non c'è competizione con i vini cileni ed argentini”. Bene come sempre gli Usa, anche se la sorpresa maggiore viene dal Canada dove ormai “il vino italiano è diventato più importante di quello francese” racconta Jean Louis Fortier, di Defori Selections “anche se bisogna tener presente che qui il vino è molto caro: se in Italia una bottiglia costa 4-5 euro, in Canada arriva a 25 dollari”. Infine il Vecchio Continente. Sorvolando sui soliti noti e sicuri mercati, andiamo in Svezia dove il feedback è molto buono, come ricorda Giovanni Brandimarti, della Ward Wines Sweden: “non dobbiamo guardare alla Francia, ma alla crescita della Spagna; senza timori, ma valorizzando ciò che abbiamo di buono”. Rimonta sulla Francia in Olanda, dove “il prezzo è sì una variabile importante” dice Enrico Hujbrechts, di Dewijniengel Wijnkoperij “meglio che sia al di sotto dei 10 euro, ma attenzione, perché il vero valore aggiunto è la ricchezza varietale”. Più dura in Belgio dove la concorrenza con i cugini d'Oltralpe è ancora impari, ma comincia a sentirsi. E concludiamo questo viaggio parlando proprio di Francia. L'eterna rivale certo, ma anche, perché no, un nuovo sbocco per il nostro vino. Per lo meno se parliamo di nicchie. “Qui l'Italia è salita alla ribalta dopo il boom dei prezzi di Bordeaux: il consumatore francese” rivela Olivia Baldy di Millesima “ha trovato nel vino italiano esattamente ciò che cercava. Ottimi vini al giusto prezzo”. – L. S.

YouWine Shop
the best choice for your wine
www.youwine.it

Le uniche Cantinette
rivestite in Vero Legno.
Lavorazione artigianale
tutta made in Italy.



Gourmet

EXPOFORUM | HORECA FOOD & BEVERAGE



PROFESSIONISTI, IN OGNI SENSO.

PASSIONE per:

FOOD & BEVERAGE VINI & ALCOLICI TECNOLOGIE PANETTERIA PASTICCERIA GELATERIA
CAFFÈ CIOCCOLATO MACCHINARI ATTREZZATURE ARREDI ARTE DELLA TAVOLA
INNOVAZIONE DESIGN SERVIZI FORMAZIONE LAVORO E-COMMERCE WEB MARKETING

22-24 Novembre 2015

LINGOTTO FIERE TORINO

www.gourmetforum.it



L'ENOLOGO DICE. EXPO: ALIMENTARE IL PIANETA CON LE ECCELLENZE ITALIANE

Viene spesso da chiedersi se ci sia un confine nelle conoscenze e nelle esperienze di un enologo. Ovvero, se e quando, il suo livello di professionalità possa dirsi pienamente raggiunto. Ebbene, la risposta è sempre no! E questo non solo per quella legittima ambizione a un costante accrescimento della propria "scienza", quanto per quella oggettiva e reale dimensione, nella quale l'enologo si trova a operare. Intendiamo dire che il vino vive in un contesto sociale che s'identifica sia con una larga comunità a vari livelli generazionali, sia con una geografia di territori e di settori, con i quali interferisce. Pensiamo alla gastronomia, non solo nel senso di una cucina di consolidata tradizione, bensì di un insieme di "eccellenze" che sono poi alla base dei nostri piatti più celebrati. Per esempio la pizza, di sicuro la più diffusa immagine del made in Italy, a tavola. Il pomodoro è una solonacea, e il vino non è mai stato buon vicino del latte da cui nasce la mozzarella. Così ci sia affida al mestiere, all'esperienza, proponendo di volta in volta calici consacrati dalla tradizione: Falanghina, Greco di Tufo, Fiano, senza trascurare l'Asprinio di Aversa o il frizzante Gagnano. Ma l'Italia è per nostra fortuna una miniera di prodotti di eccellenza. E l'elenco non avrebbe fine. Per cui, siamo certi che le scelte in fatto di vino – fin qui portate avanti spesso sulla lezione e la memoria delle generazioni passate – abbiano rappresentato sempre la migliore risposta a queste eccellenze? C'è solo l'ottimo Lambrusco per un Parmigiano stagionato, oppure conoscendo meglio il formaggio si è tentati dal cimentarsi nella ricerca di un nuovo abbinamento? L'occasione propizia perché le nostre eccellenze trovino non solo una straordinaria vetrina, ma un suggestivo banco di assaggi, è data dall'Expo del prossimo maggio. L'evento è di quelli che non hanno confronti, e questo non solo per consolidare la tipicità e la singolarità dei nostri prodotti più celebrati, quanto per accreditare al meglio anche quelle eccellenze, che non hanno goduto fino ad oggi di un'adeguata promozione.



Riccardo Cotarella Presidente Assoenologi | Union Internationale des Œnologues | Comitato Scientifico Padiglione Vino Expo 2015

Ecco il nuovo Comitato nazionale vini Dop e Igp

Il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali ha nominato il nuovo Comitato nazionale vini Dop e Igp per il triennio 2015-2017, confermando alla presidenza Giuseppe Martelli. Ecco chi sono i 17 esperti - esponenti dei maggiori enti di categoria - che ne fanno parte:

Michele Alessi	
Oreste Gerini	Mipaaf
Luca Lauro	
Antonella Bosso	
Gianluigi Biestro	esperto in materie tecnico/scientifico/legislative attinenti al settore della viticoltura ed enologia
Giuseppe Liberatore	
Rosa Fiore	
Michele Zanardo	coordinatore delle regioni e delle province autonome
Nicola Bux	Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura
Emilio Renato Defilippi	Associazione enologici enotecnici italiani
Ezio Pelisetti	consorzi volontari di tutela
Domenico Bosco	
Palma Esposito	organizzazioni sindacali degli agricoltori
Domenico Mastrogiovanni	
Valentina Sourin	organizzazioni di rappresentanza e tutela delle cantine sociali e cooperative agricole
Gabriele Castelli	
Ottavio Cagiano de Azevedo	organizzazioni sindacali degli industriali vinicoli
Paolo Castelletti	organizzazioni sindacali dei commercianti grossisti vinicoli

Depositato alla Camera il Testo unico sul Vino. Presentazione a Vinitaly

Lo avevamo scritto nello scorso numero: entro il 2015 il Testo Unico potrebbe diventare legge. E infatti oggi (12 marzo) è stato depositato alla Camera. Lo ha annunciato il vicepresidente della Commissione Agricoltura Massimo Florio: "Il testo base è in fase di ultimazione" ha detto "sono molto soddisfatto perché il documento è riuscito a sintetizzare, nei tempi prefissati, i contenuti delle proposte di legge presentate, recependo le indicazioni suggerite dalle associazioni di categoria e dagli attori della filiera". Lo stesso Florio ha dichiarato che la proposta di legge verrà presentata ufficialmente al pubblico nel corso del prossimo Vinitaly.

GAMBERO ROSSO




Contadi Castaldi
FRANCIACORTA



come in **Famiglia**

Ogni anno il Gambero Rosso premia con il riconoscimento dei Tre Gamberi le migliori Trattorie d'Italia.

Luoghi eccellenti per la ricerca delle materie prime, la fantasia e la creatività nel saper interpretare il territorio.

Luoghi dove ci si sente bene, come al pranzo della domenica in famiglia.

I volti che stanno dietro a queste cucine sono stati ritratti da Oliviero Toscani, le loro storie sono state raccontate dal Gambero Rosso.

Contadi Castaldi presenta il progetto con una grande cena della festa quotidiana.

CENA DEI TRE GAMBERI
lunedì 23 marzo 2015 ore 20.00
Contadi Castaldi, via Colzano 32, Adro (BS)

IN CUCINA PER NOI:

La Locanda delle Grazie Curtatone (MN)
Vecchia Marina Roseto degli Abruzzi (TE)
Sora Maria e Arcangelo Olevano Romano (RM)
Al Convento Cetara (SA)
Osteria del Treno Milano
Tischi Toschi Taormina (ME)

55 euro – compresi i vini e aperitivo di benvenuto

Prenotazione obbligatoria: now@contadicastaldi.it
Tel 030-7450126

Info: www.gamberorosso.it



Tutti i premiati di Mundus Vini Spring Tasting 2015

a cura di **Andrea Gabbrielli**

A Mundus Vini Spring Tasting il vino italiano ha conquistato 5 Grandi Medaglie d'Oro (GMD), 133 Oro (O) e 239 Argento (A). Complessivamente durante il concorso internazionale che si è svolto la scorsa settimana a Neustadt, sono state assegnate 38 Grandi Medaglie d'Oro, 731 Oro e 946 Argento. Stavolta con 408 premi è toccato alla Spagna salire sul gradino più alto del podio, seguita dall'Italia con 377, dalla Germania con 206 e ancora dalla Francia con 183. Tra le Grandi Medaglie d'Oro, la Germania con 12 ha avuto un eccezionale exploit grazie soprattutto ai Riesling, mentre per la Spagna con 6 GMD, il protagonista è stato soprattutto il Tempranillo, in purezza ma anche in blend. Tra le 5 GMD italiane ben 3 Amarone (Villabella Fracastoro Amarone Classico 2006; Rocca Sveva 2009 Cantina di Soave, premiato anche come Miglior Amarone in concorso; Monte Danieli 2010 Corte Rugolin) e poi l'A.A. Gwt Vendemmia Tardiva 2012 della Cantina di Termeno e il Vino Nobile di Montepulciano Ris. 2010 della Tenuta Trosse di Bertani Domains. Anche la Francia ha conquistato 5 Grandi Medaglie d'Oro, il Portogallo (3), l'Austria (2), l'Australia (2) e ancora una ciascuno Ungheria, Sud Africa e Israele. Per i risultati complessivi www.meininger.de/it

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,

Riccardo Cotarella

foto

Ennevi-Veronafiere, Prowein

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it | 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco | 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi | 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM



fino al 14 marzo
Anteprima Fiere Vino
seminari e degustazioni
guidati dagli esperti
del Gambero Rosso
Città del gusto
di Torino, Roma e Napoli
e entoeche d'Italia
www.gamberorosso.it/anteprima-fiere-vino

13 marzo
V Edizione di Enotica, Festival del Vino e della Sensualità
CSOA Forte Prenestino
fino al 15 marzo
15 marzo
Prowein
Dusseldorf
Germania
fino al 17 marzo
www.prowein.com

15 marzo
Prowein
Dusseldorf – Germania
fino al 17 marzo
www.prowein.com

15 marzo
Anteprima Benvenuto Vermentino
Castelnuovo Magra
(La Spezia)
fino al 16 marzo

18 marzo
Grandi Langhe Piemonte
fino al 20 marzo
www.grandilanghe.com

20 marzo
Vini Veri
Cerea (Verona)
fino al 22 marzo

20 marzo
MoMeVi – viticoltura e meccanizzazione
Fiera di Faenza
fino al 22 marzo

21 marzo
Vinnatur Villa Favorita 2015
Monticello di Fara – Sarego
Vicenza
fino al 23 marzo

22 marzo
Vinitaly
Veronafiere
fino al 25 marzo
www.vinitaly.com

18 aprile
Only wine festival
Città di Castello (Perugia)
fino al 19 aprile

14 maggio
Vino in Villa Festival
Susegana, Castello s. Salvatore
fino al 17 maggio

16-17 maggio
Terroir Marche
Ascoli Piceno

17-18 maggio
Pietrasanta vini d'autore
Chiostrò s. Agostino – Piazza Duomo
pietrasantavini.it

03-14 marzo 2015

**Anteprima
Fiere Vino
Gambero Rosso**

LE TAPPE DEL TOUR

Gambero Rosso presenta
la terza edizione di
**Anteprima Fiere Vino
Gambero Rosso**
Dal 3 al 14 marzo 2015

gli esperti del Gambero Rosso
conducono le degustazioni in 24
enoteche nelle principali città italiane.

TORINO	FIRENZE
GENOVA	FROSINONE
MILANO	PESCARA
PADOVA Campodarsego	NAPOLI
TRENTO	PALERMO
BOLOGNA	CATANIA
LUCCA	CAGLIARI
ROMA	

SEMINARI ALLE CITTÀ DEL GUSTO

Inoltre presso tutte le Città del gusto seminari
guidati dagli esperti della Redazione Vino del
Gambero Rosso, per un approfondimento sulle
novità enologiche in degustazione.

TORINO
ROMA
NOLA (NA)

GAMBERO ROSSO®


Date, orari ed enoteche aderenti: WWW.GAMBEROROSSO.IT

GAMBERO ROSSO®

vinitaly
Another love story in Verona

Verona, 22-25 Marzo 2015

trebicchieri 

della guida **Vini d'Italia 2015**

Domenica 22 Marzo 2015
dalle ore 11.30 alle ore 16.30

Sala Argento, PALAEXPO
Ingresso A2, Piano -1
Vinitaly - Fiera di Verona

I **VINI Tre Bicchieri** dalla guida del **Gambero Rosso Vini d'Italia 2015** protagonisti di un eccezionale percorso degustazione a Verona a **Vinitaly 2015**, 49° edizione del Salone internazionale dei vini e dei distillati di qualità.

L'**EVENTO Tre Bicchieri®** della guida **Vini d'Italia 2015**, guida che valuta assaggia e recensisce ogni anno la migliore produzione vinicola italiana, rappresenta in tutto il mondo l'appuntamento più atteso da professionisti ed appassionati del settore vitivinicolo (italiano e non).

I **Tre Bicchieri 2015** sono stati protagonisti a Roma, Tokyo, Shanghai, Hong Kong, Mosca, New York, Chicago, San Francisco, Melbourne e Sydney, Düsseldorf.
E il **Tre Bicchieri Tour** proseguirà il suo percorso con le due tappe di Vancouver e Toronto.

PER INFO E MODALITÀ DI PRENOTAZIONE:

Tel: 06/551121 e-mail: sponsorizzazioni@gamberorosso.it

RISERVATO A OPERATORI DEL SETTORE: TRADE, RISTORANTI, ENOTECHE E PRODUTTORI

Destinazione ProWein. Qui un vademecum



▲ a cura di Lorenzo Ruggeri e Loredana Sottile

CI SIAMO: SI APRE UFFICIALMENTE la stagione delle grandi fiere del vino. Come di consueto il “la” è dato da ProWein che è di scena a Düsseldorf dal 15 al 17 con all'attivo 5,500 espositori provenienti da 50 Paesi. L'Italia, come ormai assodato, avrà il maggior numero di presenze, 1.462 (lo scorso anno erano 1.194), seguita da Francia e Germania. I padroni di casa, quindi, non detengono il primato delle presenze. “I tedeschi sono meno del 20% degli espositori” ci ha detto Michael Degen, direttore esecutivo di Messe Düsseldorf GmbH e direttore di ProWein “E questo dimostra ampiamente la caratterizzazione del ProWein come piattaforma veramente internazionale”. Quest'anno

come Paese esordiente ci sarà la Bolivia con 10 cantine all'interno dello stand di gruppo dell'Associazione Vini della Bolivia. L'apertura ai nuovi produttori è, infatti, sempre stata una caratteristica di ProWein, che negli anni ha ospitato en primiere vini dalla Tunisia, dal Giappone, dall'Inghilterra, dal Libano e dalla Cina. I visitatori attesi potrebbero sfiorare le 50 mila presenze. Nel 2014 erano stati 49,048, provenienti da 110 Paesi. E se la fetta maggiore è, per ovvi motivi, rappresentata da tedeschi, il 45% viene da fuori confine. E, informazione non irrilevante: oltre il 70% dei visitatori è costituita da manager. **MA ANDIAMO ALLE NOVITÀ DI quest'anno.** La prima, che potrebbe stranire gli habitués della Fiera, è lo spostamento in sale più grandi, con il nuovo layout che ne consegue. “Nessu-

no stand sarà nella stessa posizione dell'anno scorso” ci ha detto Degen “Tuttavia, la logica del ProWein e la divisione per regione e nazione resterà invariata facilitando l'orientamento intuitivo come negli anni precedenti. Intanto, in questi pochi giorni che ci separano dalla Fiera, si può familiarizzare col nuovo planning sul sito, approfittandone anche per entrare in contatto con nuovi partner e prendere già degli appuntamenti”. Cambiamenti anche per i produttori di biologico che ritornano nelle aree nazionali e regionali di appartenenza: “Nel 2014 è risultato che gli espositori di vino biologico avrebbero preferito essere collocati negli spazi dedicati al loro Paese. Abbiamo accontentato questa richiesta. Il feedback per noi è la cosa più importante. Il nostro principio è ascoltare i nostri clienti per continuare a creare la piattaforma a loro necessaria, con le caratteristiche che vogliono, spesso anche prima che sappiano di volerle”.

▲ IL MIO EXPORT. Torraccia del Piantavigna – Nigel Brown

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

Anche se l'estero è cresciuto dal 44% nel 2014, rappresenta ancora solo il 16% del fatturato. L'obiettivo aziendale è di portare l'estero ad almeno il 50% del fatturato entro 5 anni.

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

Siamo all'inizio del nostro percorso di sviluppo ma i mercati europei della Svizzera, Germania e i Paesi del nord Europa sono quelli dove vendiamo di più. A parte il Giappone, non abbiamo nessuna presenza in Oriente.

3. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

Non avendo molte risorse amministrative cerchiamo di evitare mercati o distributori con poco potenziale soprattutto in mercati dove la documentazione è complicata.

4. CI RACCONTI UN ANEDDOTO LEGATO ALLE SUE ESPERIENZE ALL'ESTERO...

Ricordo un viaggio in America con il figlio di un produttore italiano che non voleva entrare in azienda perché non voleva fare l'agricoltore. Dopo due settimane vissute da "Italian Winemaker" negli Usa - forse il titolo più sexy del mondo per gli americani - la percezione del suo lavoro era decisamente cambiata.



Torraccia del Piantavigna | Ghemme | Novara | www.torracciadelpiantavigna.it

NEL PROSSIMO NUMERO
CANTINA TERENCEI

Sempre di più i fine wine italiani diventano protagonisti delle aste internazionali, finendo, però nel mirino dei contraffattori. Per correre ai ripari c'è chi si è dotato di sigilli, chi offre servizi di controllo on-line, o chi semplicemente rifiuta di regalare le etichette

Vino e frodi. Come si difende l'Italia?

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

A GENNAIO SCORSO ERA TOCCATO PURE A GIANFRANCO Fino. Sul mercato brasiliano era apparsa un'improbabile bottiglia di "Primitive di Manduria" (sic) con il nome del noto produttore pugliese stampato a bella posta sull'etichetta. Il "genio" che aveva escogitato il falso nemmeno si era preso la briga di correggere il refuso. *"Non ho nemmeno un importatore in quel Paese"* racconta Fino *"mentre sono molto conosciute le valutazioni del mio vino di Wine Spectator o di Parker. Evidentemente qualcuno ci ha voluto provare"*. È una delle tante storie di bottiglie taroccate che vede, nostro malgrado, protagonisti i nomi dei nostri produttori più famosi. In passato era toccato al Sassicaia con l'etichetta malamente falsificata e un vino da quattro soldi dentro. Poi era stata la volta del falso Amarone della Valpolicella della Cantina di Negrar che in Ontario (Canada) era addirittura arrivato sugli scaffali dei negozi del Liquor Control Board of Ontario. I consumatori canadesi dopo aver assaggiato il vino, disgustati lo riportavano indietro. E così i funzionari Lcbo si accorsero che le bottiglie, più piccole dell'originale, avevano sul collarino un unico numero di serie, mentre il vero Amarone ha un codice diverso per ognuna. Dopo i controlli, tutte le bottiglie con la serie in-

criminata sono state ritirate e i consumatori risarciti, ma il danno d'immagine è facile da immaginare. Il Rosso e il Brunello di Montalcino, grazie ai controlli, sono da poco sfuggiti ad un tentativo di truffa che avrebbe portato sul mercato 220.000 bottiglie di infima qualità etichettate con i nomi dei due grandi vini toscani. Ma il fenomeno, purtroppo, riguarda un'ampia gamma di vini, non necessariamente costosi.

SINO A QUALCHE TEMPO FA LE CANTINE ITALIANE E STRANIERE, regalavano a piene mani le etichette dei vini ai collezionisti o a semplici appassionati che ne facevano richiesta, come forma di pubblicità. Oggi quest'usanza è quasi scomparsa. D'altra parte quale modo migliore per taroccare una bottiglia se non quella di utilizzare un'etichetta originale o di riprodurla in modo perfetto? Di gran moda anche il "refill" cioè l'impiego di bottiglie vuote di vini famosi, da riempire con un vino rosso qualsiasi, per poi venderle come fossero vere. I vini francesi, da questo punto di vista, sono particolarmente sotto tiro. In Cina, una bottiglia vuota di Château Lafite vale anche 450 dollari. Non molto tempo fa Bordeaux i magistrati hanno condannato Armand Aramian a quattro mesi di carcere per la vendita su eBay di false etichette di Château Mouton Rothschild. Quando >>



IL LUSO MADE IN ITALY CONQUISTA NUOVE POSIZIONI

Nel 2014 i vini di pregio battuti nelle aste internazionali sono aumentati, sia in quantità sia in valore (+13%) e, in particolare, i vini italiani (+47%), simbolo del "lusso made in Italy", specie per i collezionisti, hanno battuto i francesi (-1%) per prezzi di battitura. (Fonte: Sotheby's)

la polizia ha perquisito il suo appartamento a Parigi, ha trovato 8.000 etichette pronte per l'uso. Un dato inquietante. Le Figaro ha raccolto una dichiarazione di Romain Vandevoorde, importatore di vino a Beijing, secondo il quale "ci sono più Lafite 1982 in Cina di quanti ne vengono prodotti in Francia". Secondo un'inchiesta del quotidiano "Sud Ouest" di Bordeaux, i vini contraffatti rappresenterebbero il 20% delle vendite di vino a livello mondiale. Particolarmente esposto - specialmente dopo il caso di Rudy Kurniawan il quale dal 2002 sino al suo arresto nel marzo 2012, ha spacciato oltre 100 milioni di dollari di vino contraffatto - il settore delle aste.

IN QUESTO QUADRO PENSARE CHE I NOSTRI FINE WINES SIANO immuni da tentativi di frode, è pura illusione tanto più che secondo Sotheby's, notissima casa d'aste, i vini italiani stanno sempre più crescendo in quantità e in valore (vedi box 1). Una tendenza confermata anche dal Liv-ex Fine Wines 100 Index cioè l'indice che calcola mensilmente le variazioni di prezzo di 100 grandi vini, tra cui anche italiani, per i quali c'è un forte mercato secondario. Ornellaia dal 2011 è corsa ai ripari. Alex Belson, Marketing & Sales Director dell'azienda bolgherese, ci racconta che "Sinora non abbiamo mai avuto notizie di contraffazioni delle nostre bottiglia, ma sappiamo che è nel novero delle possibilità.

Infatti i vini a volte, nonostante i controlli delle aziende e degli importatori, possono fare degli strani percorsi prima di arrivare al consumatore finale. Per questo ogni bottiglia è dotata di un sigillo associato ad un codice alfanumerico e ad un codice QR. Digitando il codice nel nostro sito è possibile autenticare la bottiglia". Maureen Downey della Chai Consulting che ha collaborato con l'FBI per smascherare Kurniawan, prossimamente avvierà un servizio on-line a pagamento "Wine-fraud.com" per chi desidera - collezionista, appassionato, professionista - verificare se un'etichetta di un'annata rara o antica, sia autentica oppure no. Nel caso delle vecchie annate, di vini prestigiosi - il massimo obiettivo per i falsari di tutti il mondo sono le bottiglie della borgognona Domaine de la Romanée-Conti - quando la domanda è sostenuta, i prezzi vanno alle stelle e l'offerta è necessariamente contenuta, il problema della contraffazione diventa globale. Alle aziende, pertanto, non solo si chiede di rendere le loro bottiglie più sicure dai tentativi dei falsari ma anche ai compratori di informarsi sui venditori e su dove e da chi, la bottiglia è stata conservata. Sapendo che già Plinio il Vecchio si lamentava per l'abbondanza di vino taroccato sulle tavole dei Romani. La contraffazione è una storia antica. Moderne possono, però, essere i sistemi per proteggersi.

Intervista a Simone Strocchi, vice presidente del gruppo vitivinicolo quotato a Piazza Affari che riunisce Provinco Italia e Giordano Vini. Azioni e warrant a +20% sul valore di sottoscrizione. Si lavora a un allargamento entro il 2015

Italian wine brands: ecco come è andato il primo mese in Borsa



▲ a cura di Gianluca Atzeni

A UN MESE DALL'AVVIO DELLE CONTRATTAZIONI sul mercato Aim (piccole e medie imprese) di Borsa Italiana, per Italian wine brands già il 10% delle azioni che costituiscono il capitale flottante risulta scambiato, sia per la parte azionaria, sia per i warrant, con un valore dell'aggregato superiore di circa 18-20% rispetto alla sottoscrizione. È incoraggiante l'esordio della prima società del settore vitivinicolo quotata a Piazza Affari, che ha messo assieme Giordano Vini e Provinco Italia, per un fatturato di 140 milioni di euro. Tre Bicchieri ha voluto fare un primo bilancio con il vice presidente del Gruppo Iwb, Simone Strocchi, co-fondatore del Gruppo Electa.

Partiamo dall'andamento del titolo in questo primo periodo.

Il mercato ha innegabilmente accolto positivamente la quotazione. Gli scambi sono già stati consistenti e sicuramente Iwb è la società che scambia di più su Aim. Circa il 10% delle azioni del flottante è passata di mano e più

o meno la stessa cosa è successa sui warrant. Lo spazio per un ulteriore ben più importante apprezzamento di azioni e warrant è ancora ampio se si guarda ai peers e si confida sulla nostra volontà di crescere anche per ulteriori aggregazioni.

Rispetto ad altre società quotate, siete il primo titolo interamente dedicato al vino. Quanto ci è voluto per convincere gli investitori?

Il vino ha indubbiamente attratto la curiosità degli investitori. Del resto il vino è un prodotto italiano di eccellenza riconosciuto all'estero, su cui, a determinate condizioni, è ragionevole puntare anche in termini di investimento. A convincere gli investitori è stato soprattutto il rationale di Iwb, che aggrega già da subito non vigne, ma winery con capacità produttiva importante, know how di enologi capaci di mettere a punto prodotti di livello, varietà e appetibilità. Inoltre, Iwb presidia rilevanti quote di mercato con vini di qualità destinati al segmento largo consumo/popular premium soprattutto su mercati esteri in crescita (il fatturato Iwb è realizzato all'estero per oltre il 65%).

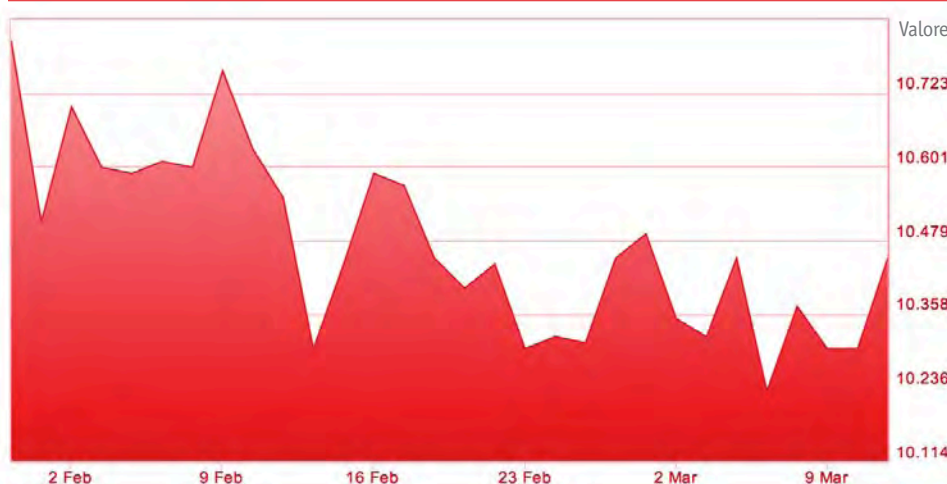
»



I NUMERI DI IWB

Iwb nasce per aggregazione di Giordano vini e Provinco Italia, grazie a Ipo Challenger, evoluzione della special purpose acquisition company (spac) ideata dal gruppo Electa. Oltre 140 milioni di fatturato, 44 milioni di bottiglie, circa 160 etichette (un centinaio Dop e Igp), due impianti di vinificazione in Puglia e in Piemonte dove si lavorano uve e mosti. Un capitale flottante superiore al 60%. Germania e Svizzera i mercati principali. Nel suo cda siedono esperti del settore consumer e marketing, tra cui il presidente Mario Resca (ex McDonald's Italia) e Gino Lugli (amministratore di Ferrero Italia).

ANDAMENTO AZIONI IWB



Quali i vantaggi di questo meccanismo di quotazione e, quindi, della spac?

I vantaggi di essere arrivati al mercato con Ipo Challenger, la nostra spac evoluta, sono evidenti: nessun percorso di Ipo tradizionale avrebbe potuto essere applicato a un build up che ha coinvolto due società distinte, con proprietari distinti. Inimmaginabile che due imprenditori/gruppi di soci diano mandato congiunto di quotazione di una holding in cui intendano far confluire le loro diverse società a condizione che vi sia un book di investitori di mercato. Ipo Challenger ha proposto una win-win solution con la forza del pre-booking e la capacità di strutturazione dell'operazione 'sartoriale', che si può applicare a un'operazione di private equity. Gli investitori professionali e istituzionali, già aggregati da Ipo Challenger attraverso la precedente emissione di un prestito convertibile, hanno aderito a un'opzione di rimborso con azioni e warrant di Iwb, cogliendo un'opportunità di investimento nel primo gruppo vinicolo italiano quotato.

Perché Provinco e Giordano vini hanno aderito?

Il fondatore di Provinco, Alessandro Mutinelli, ha colto

l'opportunità di entrare da socio e amministratore al vertice di una grande realtà di settore; i soci e i manager di Giordano Vini hanno trovato nel consolidamento in Iwb un'occasione di rilancio di una società con 115 anni di storia, leader nella vendita a domicilio, che sta evolvendo in e-commerce.

Il vostro obiettivo è arrivare presto al mercato azionario principale. Quanto tempo ci vorrà e da cosa dipende?

Per dimensione, flottante e organizzazione Iwb potrebbe chiedere l'ammissione al mercato principale. Lo sbarco all'Aim è un passaggio tecnico, con l'obiettivo di realizzare la terza aggregazione e quindi passare al principale. Del resto, lo dico con cognizione di causa, con la nostra precedente spac (Made in Italy I) abbiamo portato all'Aim la spa Sesa, che solo otto mesi dopo è passata sul principale (Mta) e ora è sul mercato Star, con un percorso di rivalutazione mercato sui listini come importante: da 130 milioni di market cap a oltre 210 milioni, al netto dei dividendi e con warrant trasformati in azioni al massimo valore di esercizio.

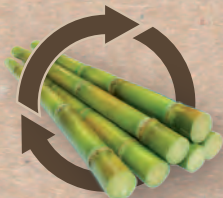
»



NOMACORC®
Select bio™

SELECT BIO È REALIZZATO CON MATERIALI BIOPLASTICI
DERIVANTI DALLA CANNA DA ZUCCHERO

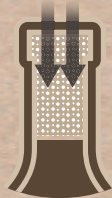
La prima chiusura al mondo senza impronta di carbonio



Polimeri
rinnovabili
di origine
vegetale



100 %
riciclabili



Gestione
ottimale
dell'ossigeno

www.nomacorc.com

» *L'Italia del vino è notoriamente fatta da aziende familiari, restie ad avvicinarsi al mercato azionario. Per molte l'investimento in Borsa obbligherebbe a fare compromessi sulla qualità che non vogliono fare: perché se un'annata non dà un buon vino, sarebbero in qualche modo obbligate a produrlo ugualmente per assecondare il mercato. È d'accordo?*

Il modello Iwb è distante da queste tematiche e dalle logiche del produttore tradizionale. Non siamo legati al singolo vigneto, che potrebbe soffrire di un'annata particolarmente sfavorevole. Vinifichiamo uve e creiamo blend da un numero consistente di regioni, limitando questo rischio. I nostri enologi, inoltre, sono abituati a ottenere ottime qualità anche quando il clima non aiuta, selezionando la materia prima. La strategia di Iwb è affrancarsi dalla proprietà delle vigne e dedicarsi all'attività di 'winery': definizione dei prodotti coi migliori enologi, produzione/cantina, imbottigliamento, capacità di vendita su canale vad (vendita a domicilio; ndr) e in Gdo, con vocazione internazionale.

Insomma, un gruppo con pochi vincoli patrimoniali

Il consumo di vino è voluttuario, segue mode, si sviluppa in mercati nuovi e Iwb può rispondere a queste evoluzioni del mercato. Chi è condizionato dalle proprie vigne ha indubbiamente vincoli maggiori. Del resto, portare in Borsa società con grande impegno di capitali in terreni/vigneti determinerebbe una proposta di investimento distante dalle logiche della finanza, che ricerca performance e redditività sull'investimento decisamente superiori rispetto a quelle che potrebbero derivare da investimenti in terreni e vigne.

All'estero quali sono i modelli di investimento cui guardare?

Sui listini borsistici internazionali, si potrebbe pensare Constellation Brands, che è un big player mondiale, però aggrega marchi e winery di ogni Paese. Per alcuni aspetti della vendita a distanza, tra i peer c'è Hawesko, che però non ha produzione di vino ma commercializza vini di terzi; oppure qualche realtà francese. Tutte società che quotano oltre 20 volte l'utile netto. Anche per questo dico che c'è tanto spazio per crescere. Noi siamo gli unici italiani e questo ci consentirà, acquisita una dimensione più rilevante, di confrontarci davvero coi big mondiali. »

» *In alcune interviste, ha parlato di "polo di aggregazione nel settore vinicolo italiano". A chi conviene investire in Iwb?*

Agli investitori di Borsa, che dovrebbero identificare in Iwb un'opportunità di investimento in un settore con prospettive di performance a medio termine interessanti: il warrant è un potenziale indicatore/acceleratore di performance, il suo valore di esercizio dipenderà dalla capacità dell'azione di apprezzarsi stabilmente sul mercato; l'azione è un titolo ben protetto da 'airbag' negoziali e con buone premesse/prospettive di rivalutazione. Poi, ai fornitori/sistema che identificheranno in Iwb una realtà trainante con cui collaborare; ad altri imprenditori/winery che potrebbero valutare positivamente di investire (per apporto delle loro realtà e quote di mercato) in Iwb, partecipando a un progetto che ha l'ambizione di essere 'il progetto' importante nel settore vinicolo italiano.

Può un grande evento come Expo influire sulle vostre strategie? E come?

Più che influire. L'Expo confidiamo possa determinare un contesto, una vetrina mondiale favorevole a incrementare l'attenzione sul food & beverage, sui prodotti italiani di diffusa eccellenza e sul vino italiano.

A breve, Iwb terrà il suo cda sul bilancio. C'è sul tavolo un possibile aumento dimensionale già nel 2015?

Il 20 marzo è atteso il cda di presentazione dei numeri 2014, sarà il primo proforma di consolidato di Iwb. A prescindere dai cda, posso dire che stiamo lavorando per trovare opportunità di incremento di dimensione già nel 2015.

OBIETTIVO: CRESCERE DEL 15% L'ANNO

"Per chi compra azioni Iwb c'è una buona protezione dell'investimento". Lo spiega il vice presidente di Iwb, Simone Stocchi. Le azioni riscattabili che qualificano la partecipazione assunta dagli ex soci di Giordano Vini per l'apporto dell'intero capitale dell'azienda piemontese in Iwb sono al servizio di un meccanismo di ristoro economico a vantaggio di Iwb, in caso di mancato raggiungimento di obiettivi di performance. Questi obiettivi sono la crescita del 15% annuo, per i primi due anni dalla quotazione, dell'utile netto consolidato rispetto allo starting point, identificato in 5 mln di utile netto di riferimento o nell'apprezzamento stabile del titolo oltre 13 euro.

 **Gourmet**
EXPOFORUM | HORECA FOOD & BEVERAGE

**PROFESSIONISTI,
IN OGNI SENSO.**

PASSIONE per:

FOOD & BEVERAGE VINI & ALCOLICI TECNOLOGIE
PANETTERIA PASTICCERIA GELATERIA CAFFÈ
CIOCCOLATO MACCHINARI ATTREZZATURE ARREDI
ARTE DELLA TAVOLA INNOVAZIONE DESIGN SERVIZI
FORMAZIONE LAVORO E-COMMERCE WEB MARKETING

22-24 Novembre 2015

LINGOTTO FIERE TORINO

www.gourmetforum.it

