



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



DAZI USA. DURO COLPO A FRANCIA E SPAGNA. CAUTI I BIG ITALIANI

OCM

Aumento del contributo e più flessibilità. Così l'Ue risponde alle incognite sui mercati target

CONSUMI

Oggi negli States si beve meno vino: ❖ non succedeva da 25 anni. A salvare le vendite sono gli over 55

UVE

Produzione in calo, ma prezzi stabili. Scendono le quotazioni di Amarone e Prosecco ❖

CONSORZI

La Franciacorta a 17,5 milioni di bottiglie. Pronto incremento del 20% del budget promozione ❖

BILANCI

La chiusura d'anno per i top brand italiani. Il 2020? ❖ Un anno di transizione. E cala la fiducia



COSTRUIRE
SALUTE

Le persone prima di tutto



quali sono le dosi giuste di alcol



Le giuste dosi della decenza: rimossa la campagna della Regione Sicilia

“Quali sono le dosi giuste di alcol per la donna?, si chiede l'Assessorato regionale siciliano alla Sanità nella campagna pubblicitaria finita al centro delle polemiche per il suo contenuto. “Quali sono le dosi giuste di pressapochismo per una campagna pubblicitaria?”, bisognerebbe chiedersi prima di ogni altra cosa.

Perché, diciamolo, già l'immagine scelta - una donna con due coppe di vino al posto dei seni - non è delle più felici per una campagna che dovrebbe invitare alla moderazione. E, poi, perché parlare solo di moderazione al femminile? Gli uomini sono, forse, esenti dal messaggio? Non da ultimo bisognerebbe, poi, chiedersi se c'è davvero bisogno di chiamare in causa il vino come principale capro espiatorio in una presunta campagna di prevenzione e di tutela della salute (ma prevenzione a cosa? Infertilità, aborto, tumore?). Infine, come possono essere sfuggite tutte insieme queste tre argomentazioni a chi ha ideato lo sfortunato spot?

Sta di fatto che, **l'immagine comparsa sul sito istituzionale “Costruire Salute”, è stata rimossa dopo appena 4 ore** per la sollevazione di cittadini, associazioni di donne, produttori di vino e medici che l'hanno bollata come “sessista”, “di cattivo gusto” e “scientificamente infondata”.

A tentare di mettere una pezza è, infine, intervenuto sui social anche lo stesso assessore regionale alla Salute Ruggero Razza: *“Una immagine infelice, che non mi è per nulla piaciuta. Una scelta infelice? O, peggio, sessista? A mio giudizio lo stesso messaggio poteva essere dato con una diversa iconografia e non a caso il post è stato poi rimosso. Certo, le polemiche scaturite in alcuni casi appaiono più come pretesto politico. Ecco perché preferisco concentrarmi sul lavoro, sulle scelte compiute a partire dall'immaginare un sistema sanitario che rispetti la donna e che ne consideri importante il ruolo sociale”*. Se queste sono gli obiettivi, allora ci sarà da ancora lavorarci. E parecchio. – **L. S.**

per la donna?

OCM VINO. Aumento del contributo al 60% e maggiore flessibilità sui programmi di promozione già dalla campagna in corso. Così la Ue risponde ai dazi Usa

Primi effetti - positivi - dei dazi Usa. L'Europa decide di aumentare il contributo alle campagne di promozione Ocm vino, in risposta all'entrata in vigore delle tariffe aggiuntive sul mercato americano che, per ora, interessano i vini di Germania, Francia, Spagna e Regno Unito. Il via libera degli Stati dell'Ue alla proposta della Commissione elaborata a dicembre scorso è, dunque, arrivato. E ci sono novità rispetto alla prima bozza. Il contributo passa, come previsto, dal 50% al 60% delle spese ammissibili (per la durata di 12 mesi dall'entrata in vigore) e, soprattutto, il regolamento approvato fa sì che il finanziamento non comprenda solo i vini fermi ma anche quelli sfusi, gli spumanti e i bag in box. Una richiesta, quest'ultima, fortemente sostenuta dal governo italiano con la ministra per le Politiche agricole, Teresa Bellanova.

I testi che hanno avuto il via libera sono tre (due regolamenti di esecuzione e un regolamento delegato). Nel dettaglio, si autorizzano più flessibilità sui programmi di promozione per le aziende vitivinicole europee, nel senso che i Paesi membri potranno modificare in corsa le attività previste nel programma nazionale di sostegno anche più di due volte in un anno. **Si potranno cambiare i mercati target delle campagne già approvate, senza alcuna limitazione per la nuova destinazione.** Si potranno anche estendere le azioni oltre il limite dei cinque anni. Queste ultime tre modifiche diventeranno strutturali, mentre l'incremento del contributo al 60% è una misura temporanea.



I tempi di entrata in vigore in Gazzetta ufficiale Ue saranno brevi. Data l'urgenza, i primi provvedimenti potrebbero essere operativi da fine gennaio e comunque non oltre metà marzo. Le regole varranno anche per la campagna in corso, ovvero per chi ha sottoscritto contratti con Agea entro il termine di scadenza dello scorso 31 dicembre 2019. - G. A.

EXPORT. Bene gli 11 mesi del vino italiano negli States a 1,6 miliardi di euro. Effetto dazi sui competitor?

A stemperare il momento di tensione negli Usa, ci pensano i numeri dell'ultima parte dell'anno dell'Osservatorio Vinality Nomisma Wine Monitor. È andato, infatti, bene il mese di novembre, per l'Italia (+9,7% l'import Usa rispetto allo stesso mese del 2018), soprattutto rispetto ai competitor diretti: la Francia è andata sotto del 36% a valore (vedi approfondimento a pag. 24 Dazi Usa affare diplomatico. Ed è già *débâcle* francese). Complessivamente gli undici mesi per il vino italiano hanno fruttato 1,6 miliardi di euro (+5,3%) per 3,2 milioni di ettolitri (+3,3%). L'incremento maggiore è stato, ancora una volta, quello degli spumanti - +13,7 a valore e +16,1% a volume - mentre i vini fermi hanno incassato un +3%

a valore, subendo una piccola battuta d'arresto a volume (-0,1%).

Le stime dell'Osservatorio prevedono una chiusura d'anno che dovrebbe sfiorare gli 1,8 miliardi di euro (circa il 5% in più del 2018). Si confermerebbe così il trend dell'ultimo quinquennio in cui gli Stati Uniti hanno registrato la maggiore crescita tra le 5 top destinazioni mondiali

per il vino italiano (+38,6% a valore). Oggi, il mercato a stelle e strisce rappresenta per i vini Made in Italy una quota del 28% sull'export globale. Per i francesi - pur essendo il principale fornitore a valore di questa piazza - la quota è del 20% per effetto di una più ampia e organica scacchiera dei mercati di riferimento.

USA: import di vino dall'Italia (cumulato gen-nov)

Import vino da Italia gen-nov	2019		Var. 19 vs 18	
	Mln €	.000 hl	Valori	Volumi
Totale import vino da Italia di cui:	1.615,64	3.198,87	5,3%	3,3%
Vini fermi imbottigliati*	1.204,51	2.272,03	3,0%	-0,1%
Vini spumanti	391,98	822,50	13,7%	16,1%
Sfusi&grandi formati	19,15	104,34	-6,3%	-8,7%

* fermi e frizzanti

fonte: Osservatorio Vinality-Nomisma Wine Monitor su dati doganali

USA. Consumi di vino in calo: non succedeva da 25 anni. L'analisi Iwswr

Ancora nubi sul fronte Atlantico. Non bastava la minaccia dei dazi: in questa lunga attesa per l'industria vitivinicola, arriva anche la notizia che per la prima volta, in 25 anni, i consumi di vino in Usa sono in calo. Lo certifica l'Iwswr-Drinks Market Analysis che per il 2019 registra una perdita a volume del -0,9% rispetto all'anno precedente. Il decremento riguarda, in particolare, i vini fermi (-1,5%), che neppure la crescita degli spumanti (+4%) è bastata a compensare.

Una buona notizia, però, c'è. Anzi due. La prima è la crescita a valore: +1,1 che porta il vino italiano a raggiungere i 38,3 miliardi di dollari. "Un chiaro indicatore di come i consumatori statunitensi siano disposti a pagare di più per i prodotti premium", sottolinea il direttore operativo Usa Iwswr Brandy Rand. La seconda good news è che il vino guida le vendite online delle bevande alcoliche che, complessivamente,



quest'anno hanno raggiunto i 3 miliardi nel 2019. Secondo Iwswr, entro il 2024 si potrebbero raggiungere i 13,4 miliardi di dollari.

Ritornando ai consumi, attualmente la maggiore concorrenza al vino viene dai cosiddetti "ready-to-drink", ovvero le bevande in lattina cresciute del 50% nell'ultimo anno, raggiungendo un valore di 8 miliardi di dollari. Fanno bene

anche gli spirits (+2,3%), grazie soprattutto a vodka, agave, whisky e cognac. La birra – che continua ad essere l'alcolico preferito dagli americani – fa peggio del vino (-2,3%), anche se sembra aver ingranato la marcia giusta il comparto craft (+4,1%).

Nonostante tutto, i consumi di alcolici complessivi del 2019 sono riusciti ad invertire la tendenza dello scorso anno, raggiungendo i 167 miliardi di dollari (+2,5% sul 2018) con una crescita a volume dello 0,3%.

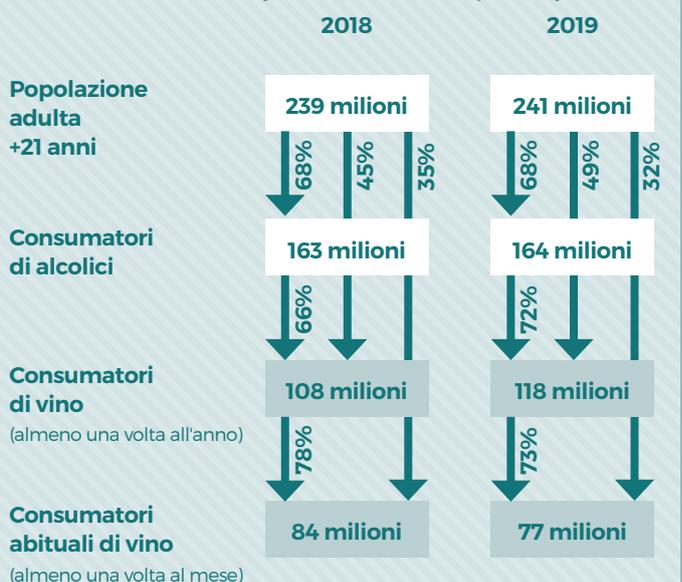
Sorpresa: a salvare le vendite Usa di vino sono ancora gli over 55

Mentre gli occhi sono puntati sul verdetto Usa, che stabilirà quai prodotti (e se anche il vino italiano) saranno colpiti dai dazi aggiuntivi a partire dal prossimo 18 febbraio, c'è un'altra congiuntura che dovrebbe far riflettere l'industria vitivinicola: negli States i consumatori regolari di vino sono in calo e a salvare la categoria ci pensano gli over 55 (altro che Millennials!).

Il quadro viene dal report The great american millennial moderation di Wine Intelligence, secondo cui in Usa dal 2015 il numero di bevitori di vino regolari (almeno una volta al mese) sia passato da 88 milioni a 77 milioni (di contro crescono quelli su base annuale). E per lo più (77% del decremento) si tratta della categoria compresa tra i 21 e i 34%. Le cause? La diffusione di trend salutistici (dal bere e mangiare sano alla maggiore attenzione al corpo) e la concorrenza di altre bevande alcoliche, tra cui birra artigianale e sidro. In questa dispersione di interessi, invece, lo zoccolo duro è rappresentato dai consumatori più agé. E questa – almeno a breve termine – secondo l'analisi di Wine Intelligence, non è una cattiva notizia, visto che si tratta di consumatori con maggiori probabilità di avere redditi più alti rispetto ai giovani bevitori di vino. Accanto a questa fascia della popolazione, appare un altro interessante trend: tra chi beve vino anche più volte a settimana (la media è di 8,8 volte al mese), sale il numero delle donne.

Ciò non significa che i Millennials siano fuori dai giochi, anche perché dall'analisi emerge come i bevitori regolari di vino di questa fascia di età siano più altamente coinvolti – ovvero più informati e attenti - rispetto ai loro genitori: sono il 28% nella fascia 21-34 anni, rispetto al 17% nella fascia over 55. E questo ci fornisce non solo un'informazione ma anche una direzione precisa da imboccare per il prossimo futuro: a sopravvivere saranno le imprese in grado di costruire relazioni più profonde e durature con questi consumatori. Consumatori che magari acquistano meno spesso, ma lo fanno con più cognizione di causa. – L. S.

Consumatori Usa (confronto 2018/2019)



PREZZI. Uve da vino a -6,5% ma prezzi stabili nel 2019. L'analisi Unioncamere e Bmti

Il mercato delle uve da vino non ha registrato particolari tensioni al rialzo sui prezzi nel corso del 2019, nonostante la diminuzione dei quantitativi raccolti rispetto all'abbondante 2018. L'analisi di Unioncamere e Borsa telematica italiana (Bmti) ha preso in esame le principali tipologie di uve scambiate al 30 novembre scorso, partendo da un dato generale: la produzione italiana di uve che è scesa del 6,5%. In breve: **sono in ribasso le quotazioni di Amarone e Prosecco, ma anche di Nebbiolo e Dolcetto, stabile il Brunello, bene il Montepulciano d'Abruzzo, forte il rialzo del Lambrusco.**

Le ragioni di questa congiuntura sono dupplici. Rispetto al grande raccolto 2018, i volumi 2019 si sono mantenuti elevati (70 milioni di quintali, terzo livello più alto nel decennio) e i valori non sono saliti. In questo, sono stati determinanti gli stock: "L'ampia produzione di uve unita alle cospicue giacenze di vino presenti nelle cantine spiegano l'assenza di aumenti per i prezzi delle uve da vino registrata in molte aree produttive".

IN VENETO si registra un calo di circa il 20% su base annua delle uve atte a Amarone e Recioto, sia zona Classica (172,50 euro/quintale, -17,9%) che zona Doc (162 euro/q,

Quotazioni uve vendemmia 2019

Uva atta a...	Piazza	Prezzo medio 2019	Var % 19/18	Var % 19/14
Amarone (zona classica)	Verona	172,5 €/quintale	-17,9	-23,3
Prosecco Conegliano				
Valdobbiadene Docg	Treviso	127,5 €/quintale	-17,7	+6,2
Franciacorta Docg	Brescia	165,5 €/quintale	-2,6	+47,1
Moscato Docg	Asti	113 €/quintale	0	+6,1
Lambruschi a Doc	R. Emilia	48,27 €/quintale	+48,3	+26,4
Chianti classico Docg	Siena	173,75 €/quintale	+2,2	+47,9
Chianti Docg	Siena	73,75 €/quintale	-21,5	+5,4
Brunello di Montalcino	Siena	425 €/quintale	0	+63,5
Montepulciano Doc	Pescara	58,56 € €/quintale	+26,6	+16

fonte: elaborazione Bmti su dati Camere Commercio

-20,7%); spicca il -14% per le uve Glera ideonee al Prosecco Doc e il -18% per le uve della Docg Conegliano Valdobbiadene.

IN LOMBARDIA, per le uve destinate a Franciacorta Docg i prezzi sulla piazza di Brescia sono scesi sui 165 euro/quintale, in lieve calo rispetto alla campagna precedente (-2,6%), ma comunque più alti rispetto a quelli registrati nelle annate 2015 e 2016.

IN PIEMONTE, segno più per le uve atte a Barbera, dopo un raccolto in calo di circa 15% sul 2018: i prezzi aumentano di circa il 14% sia per Barbera d'Asti sia per Barbera del Monferrato biologico. Segno meno per Dolcetto d'Alba (-4%) e uve atte a Langhe-Nebbiolo (-26%), mentre, complice il forte calo stimato per i volumi, si è registrata una tenuta per i prezzi delle uve Barbera d'Asti Docg (a 87,5 euro/quintale, superiore del 45% sul quinquennio);

stabile anche per quelle da Moscato Docg sui 113 euro/quintale.

IN EMILIA, si registrano consistenti aumenti per le uve atte a Lambrusco sia Igt (+55,8% a 45,8 euro/quintale) sia Doc (+48,3% sopra 48 euro/quintale).

IN TOSCANA, stabili le quotazioni per le uve atte a Brunello di Montalcino (425 euro/quintale) e Nobile di Montepulciano (165 euro/quintale). Sulla piazza di Siena, uve per Chianti classico Docg a +2,2% annui (173,75 euro/quintale), ai massimi dal 2014. Per il Chianti Docg, dopo la crescita nel 2017-2018, il prezzo medio nel 2019 ha accusato una forte battuta di arresto (-21,5% annuo, a 73,7 euro/quintale, ma sopra la media del 2014/19).

IN ABRUZZO, crescita per le uve destinate a Montepulciano d'Abruzzo (+27% e tetto massimo di 58,8 euro/quintale). In leggero rialzo le uve Pecorino (+2%). Infine, **IN PUGLIA**, segnali di rialzo solo per le uve atte a Primitivo, in crescita dell'1,6%. - G. A.



La soluzione logistica avanzata per il mercato Wines & Spirits

Wine & Spirits Logistic Solution è il pacchetto logistico personalizzato per l'industria del settore "beverages", un mercato all'interno del quale Gori ha raggiunto elevati standard in termini di competenze, partnership, risorse, capacità organizzative e tecnologie. Procedure di trasporto modulari e sicure, contratti con i vettori più affidabili, tariffe e condizioni eccellenti, sistemi di magazzino ottimali, faciliteranno il percorso dei vostri prodotti dalla linea di imbottigliamento fino al consumo finale. Soluzioni informatiche web-based, arricchite da preziosi strumenti di controllo e previsione, vi forniranno informazioni in tempo reale sull'intero processo logistico.



54th EDITION

FERRICOM

vinitaly

INT'L WINE & SPIRITS EXHIBITION



PASSION IN BUSINESS

19-22

APRIL 2020

--> VERONA <--

TOGETHER WITH

WWW.VINITALY.COM
TRADE ONLY



SOL & AGRIFOOD
TASTE OF BUSINESS

ENOLITECH
TECHNOLOGY & INNOVATION

OperaWine

GRAND TASTING
FINEST ITALIAN WINES

vinitaly
AND THE CITY



5StarWines
THE BOOK



vinitalydesign
2020

VERONAFIERE.IT



Organized by
veronafiere
Trade shows & events since 1898

FOCUS

FRANCIACORTA DOCG.

Verso 17,5 milioni di bottiglie.
Si lavora sul prezzo medio

a cura di Gianluca Atzeni

nizia una fase delicata per il Franciacorta Docg. I produttori delle celebri bollicine a metodo classico dell'area bresciana dovranno fare i conti, in questo 2020, con gli effetti meteo sul raccolto delle annate precedenti, prima di tutto la vendemmia 2017, per cui si registrò un dimezzamento dei volumi. Sul mercato, infatti, arriveranno i vini non millesimati con base 2017 che rappresentano circa l'80% dei volumi. "Sentiremo il peso di quelle gelate primaverili. Le aziende associate hanno dovuto programmare il calo delle disponibilità in parte sul 2021 e in parte sul 2019", fa sapere il presidente del consorzio, **Silvano Brescianini**, che prevede di chiudere l'anno 2019 con quantitativi venduti sostanzialmente stabili sul 2018.

PRODUZIONE STABILE. I dati dell'osservatorio (uno dei pochi in Italia a basarsi sul registro iva delle cantine) saranno resi noti a fine gennaio ma le bottiglie dovrebbero avvicinarsi ai 17,5 milioni, secondo stime preliminari. I primi dieci mesi 2019 hanno registrato 11,1 milioni di pezzi (+2% sul 2018). "Non riteniamo di chiudere il 2019 con un incremento proprio per quei motivi anche se" precisa Brescianini "la crescita potrebbe arrivare nel 2020, grazie ai primi imbottigliamenti basati sull'annata abbondante 2018, già dalla seconda parte dell'anno".

PREZZI E POSIZIONAMENTI. Non resta, quindi, che lavorare su prezzo e posizionamento. Quello attuale si aggira sui 13,5 euro (iva



esclusa per bottiglia equivalente), secondo cifre dell'osservatorio tra vendite interne ed esportazioni. "Il Consorzio sta facendo sforzi importanti su questo fronte, per valorizzare il prodotto su mercati esteri come Stati Uniti e Giappone", ricorda il presidente. Oggi la propensione all'export delle 117 aziende associate si aggira intorno al 15%: "Percentuale raddoppiata rispetto a dieci anni

fa, quando si producevano circa dieci milioni di bottiglie". L'obiettivo del consorzio resta quello di trovare un equilibrio secondo il rapporto 70% Italia e 30% estero: "Questo non significa che non stiamo facendo investimenti sul mercato nazionale. Anzi, oltre a una Milano che ci vede presenti nei principali eventi, soprattutto legati alla moda, ci interessa consolidare le nostre posizioni al centro sud: Campania, Sicilia, Puglia".

PROMOZIONE. Per il 2020 è previsto un incremento del 20% del budget per la promozione estera. Giappone su tutti ma anche attività di formazione del personale nel circuito dell'horeca in Usa, Uk, Germania, dove potrebbe chiudersi a breve un accordo con le locali associazioni dei sommelier. "Incoming di esperti e di stampa estera sono altre attività su cui crediamo di dover investire", aggiunge Brescianini. Ovviamente, Vinitaly e Prowein non potranno mancare. E il 2020 sarà, infine, anche l'anno dell'inaugurazione ufficiale della sede del Consorzio a Erbusco, nella via Verdi, dopo la ristrutturazione di uffici, sale di rappresentanza e magazzino.

in cifre

- 17,5 mln** bottiglie
- 117** soci
- 19** comuni
- 2.902** ettari a Docg
- di cui:
- 81%** Chardonnay
- 15%** Pinot nero
- 3%** Pinot bianco
- 1%** Erbatmat
- 62%** superficie biologica

LAMBRUSCO. Ermi Bagni lascia. A Modena arriva Giacomo Savorini

Dopo 12 anni alla guida del Consorzio di tutela del Lambrusco di Modena, Ermi Bagni (foto a sinistra) passa il testimone, avendo raggiunto l'età della pensione, ma resterà all'interno del Consorzio in qualità di consulente, almeno per tutto il 2020, con incarichi di vigilanza sul rispetto dei disciplinari. Gli succede **Giacomo Savorini (foto a destra), bolognese, 41 anni, laureato in Scienze e tecnologie Agrarie e forestali, che dal 2008 dirige il Consorzio vini Colli Bolognesi e dal 2013 il Consorzio Pignoletto Emilia Romagna.** Un ulteriore incarico, per Savorini, che parla di nuovi obiettivi da perseguire nel segno della continuità: "Puntiamo a costruire una vera e propria piramide qualitativa" afferma "che possa superare il concetto di Lambrusco come prodotto di massa, per arrivare a valorizzarlo come eccellenza della terra emiliana. Il Lambrusco deve riuscire a trascinare la fiducia dei consumatori". La valorizzazione delle piccole produzioni è un altro obiettivo del Consorzio, soprattutto quelle che "stanno soffrendo sul mercato globale" anche promuovendo sinergie tra grandi e piccole aziende. Si pensa,



inoltre, a un'unione di forze tra Lambrusco e Pignoletto: "Credo possa essere vincente". Dove? In mercati che premiano la qualità: Stati Uniti, Giappone ed Europa. Affrontando il problema delle imitazioni e delle frodi, con l'aiuto dello Stato.

Ermi Bagni, dal canto suo, ha vissuto il periodo del rinnovamento degli impianti, con lo studio dei nuovi cloni, con le innovazioni tecnologiche che sono state introdotte in vigna. "Abbiamo in-

crementato le attività di informazione e promozione specialmente all'estero" afferma "anche con fiere come il ProWein, a cui partecipiamo da una decina d'anni, contribuendo a far conoscere il nostro vino a un pubblico sempre più internazionale". Sul fronte interno, la soddisfazione è stata far lavorare insieme i produttori di Modena e di Reggio Emilia: "Quando si presenta un vino come il nostro" conclude "è importante fornire informazioni corrette sull'intero territorio di produzione".

SAGRANTINO. Nuove modalità di valutazione delle annate. Ecco che cosa cambia

Cambiano le modalità di valutazione delle annate del Montefalco Sagrantino Docc. In vista della presentazione alla stampa ed agli operatori della vendemmia 2016 in occasione di Anteprema Sagrantino (24 e 25 febbraio) a Montefalco (Perugia), il Consorzio presieduto da Filippo Antonelli introdurrà due novità.

La prima di queste riguarda il giudizio espresso in centesimi, sistema che va ad approfondire i singoli parametri che compongono la valutazione complessiva. E il 10% del giudizio sull'annata sarà affidato agli operatori del settore (ristoratori, enotecari, addetti horeca) accreditati all'Anteprema Sagrantino. La seconda riguarda **l'introduzione di una commissione esterna, che affiancherà quella tecnica nelle valutazioni e sarà composta ogni anno da giornalisti e sommelier di rilievo nazionale ed internazionale.** La commissione quest'anno



sarà composta da Daniele Cernilli (Doctor Wine) e Matteo Zappile (maitre del ristorante Il Pagliaccio a Roma). La prima annata a riportare il voto in centesimi sarà la 2016. Non scomparirà la valutazione in stelle, usata finora, ma andrà a comporre il borsino delle vecchie annate. La decisione è stata presa per venire incontro alle esigenze sempre maggiori della stampa nazionale ed internazionale e degli operatori commerciali, oltre che degli appassionati.

SAVE THE DATE

GAMBERO ROSSO®




MEZZACORONA

Wine Trail

WINE & DINNER EXPERIENCE

LA PROSSIMA TAPPA:

30 gennaio 2020

ore 20.30

CIBRÈO
FIRENZE

Via del Verrocchio, 8r - Firenze

INFO E PRENOTAZIONI: ☎ 055 2341100

SCOPRI DI PIÙ SU:

🌐 www.gamberorosso.it/mezzacorona-wine-trail

DEAL. In vendita la Cantina di Montalcino, realtà da 300 mila bottiglie

Aria di novità nel distretto del Brunello dove la Cantina di Montalcino potrebbe essere messa in vendita. La realtà cooperativa controllata da Cantine Leonardo, a sua volta nella galassia del gruppo Caviro (328,8 milioni di euro di ricavi stimati nel 2019), ha avviato il percorso per una possibile cessione. Il consiglio di amministrazione ha infatti dato mandato ai vertici di valutare la possibilità di azioni straordinarie tra cui la partnership o la messa in vendita.

Unica cooperativa della zona, struttura all'avanguardia, inaugurata 6 anni fa, Canti-

na di Montalcino produce 200 mila bottiglie di Brunello a cui si aggiungono altre 100 mila bottiglie di Rosso di Montalcino, con 90 soci conferitori e in pancia un magazzino di cinque annate.

Gli acquirenti per ora non ci sono. Ma per una cifra stimata attorno ai 20 milioni di euro l'affare potrebbe concludersi. Si spera entro la primavera, come fanno sapere a Tre Bicchieri fonti vicine all'operazione, in modo che gli eventuali nuovi proprietari possano partire con la vendemmia 2020. Circolano i nomi dei più grandi gruppi italiani del vino (dalle aziende familiari che già operano a Montalcino, agli imbottiglieri del centro nord Italia), ma non si esclude qualche ipotesi straniera.

I motivi della decisione sono da ricercare nella volontà di Cantine Leonardo di investire in specifici progetti nel territorio del Chianti Docg, a Vinci. Come spiega il presidente Lorenzo Melani: *"Quella di Montalcino è una cantina dalle grandi potenzialità su cui si dovrebbe investire ulteriormente, o con l'acquisto di terreni o con l'ingresso di nuovi soci. Tuttavia, insieme a Caviro, dopo l'inaugurazione del museo in primavera, stiamo conducendo un progetto molto importante a Vinci, incentrato sulla figura di Leonardo. Progetto"* dice Melani *"che impiega e necessita di molte risorse, che potremmo trovare anche attraverso la cessione di Cantina di Montalcino. Anche se non è un meccanismo irreversibile"*. – **G. A.**



MONTALCINO. Niente Brunello 2015 per Cerbaiona

Decisione quantomeno strana, o forse coraggiosa, quella dei proprietari del noto brand Cerbaiona di non mettere in commercio l'annata 2015, considerata una delle più importanti per il Brunello di Montalcino, che celebra la sua anteprima il 21 e 22 febbraio. Alla base c'è una scelta stilistica. Infatti, il passaggio di proprietà dalla famiglia Molinari a Gary Rieschel e Matthew Fioretti è avvenuto nell'autunno 2015, quando il vino era già in cantina. E i nuovi proprietari per "mettere in discussione il proprio operato, per non adagiarsi sugli allori e sugli elogi del passato" hanno deciso di declassare a Rosso il vino atto a Brunello. "Ho dovuto fare i conti col fatto che diversi aspetti di questo vino si erano formati prima del mio arrivo", spiega Fioretti convinto che "occorrerà lavorare maggiormente per determinare la giusta direzione per l'azienda". La cantina produce ogni anno fra 10 e 15 mila bottiglie di Brunello di Montalcino e, in relazione all'annata, fra 3 e 5 mila bottiglie di Rosso di Montalcino.

BILANCI. Gruppo Collis, ricavi scendono a 84 milioni nel 2018-2019

Si chiudono i conti economici di Collis Veneto wine group. L'esercizio 2018/19 segna un fatturato di 84 milioni di euro, in calo rispetto ai 93 mln del precedente esercizio, con un margine operativo lordo (Ebitda) di 5,1 milioni di euro, in lieve calo rispetto ai 5,2 milioni del 2017/18, e un utile pari a 1,5 milioni di euro, contro 1,7 milioni di un anno fa. Per valore della produzione, l'azienda supera i 96 milioni di euro, con una crescita del 3% rispetto all'anno precedente. Sul fronte dei quantitativi raccolti si registra un +15% rispetto alla media degli ultimi tre anni. **La valorizzazione dei conferimenti ai 2.400 soci viticoltori ammonta a 62,2 milioni di euro.**

Il bilancio consolidato di gruppo (Consorzio Collis e la controllata Cantine Riondo, che si occupa di commercializzare l'imbottigliato) chiude l'esercizio con 109 milioni di euro (erano 119 lo scorso anno), con un margine operativo lordo di 8,5 milioni (contro 8,7 milioni) e un valore della produzione stabile a 120 milioni di euro. – **G. A.**



FORMAZIONE. Si espande all'estero il Progetto Future di Donne del vino

Cresce e si espande all'estero il Progetto Future, l'archivio telematico lanciato dalle Donne del Vino al Vinitaly 2019, dedicato alla formazione delle under 30. Il database riunisce le proposte e le attività tra Italia ed estero (stage, visite didattiche, borse di studio, corsi) e stimola il meccanismo domanda/offerta.

L'offerta fuori confine finora in database è relativa all'Asia (un anno di tutoring gratuito), ed entro l'anno arriveranno altre proposte da Nuova Zelanda e Cile.

CONTEST. Il concorso che apre le porte ad un'esperienza formativa. A Taranto San Marzano Best Sommelier

Un premio per stimolare i giovani sommelier e per valorizzare il ruolo strategico di chi ha il compito di raccontare attraverso un vitigno la storia di un intero territorio. È nato con questo intento il contest "San Marzano best sommelier" della cantina pugliese San Marzano Vini (giunto alla seconda edizione), all'interno di Ego Festival, la kermesse dedicata alla formazione nel mondo della ristorazione. Il festival si svolgerà al Castello Aragonese di Taranto dal 16 al 18 febbraio, intanto però è possibile iscriversi al concorso compilando il modulo di adesione sul sito www.egofestival.it/concorso/



I candidati, **dopo aver superato una prima fase legata alla cultura vitivinicola generale, saranno chiamati, davanti ad una giuria di esperti, a un esercizio tecnico sul campo con simulazioni di servizio, di abbinamento e di accoglienza:** una prova quanto più possibile vicina alla realtà. Al vincitore – in virtù del legame formativo del concorso – verrà data la possibilità di scegliere tra un'esperienza in fiera di settore (in Italia o all'estero) insieme allo staff dello sponsor o un voucher per un viaggio studio in una destinazione vinicola d'interesse. *"Ci fa molto piacere far parte di un sistema che cresce"* è il commento del presidente di San Marzano Francesco Cavallo *"dare il nostro contributo per lo sviluppo della cultura dell'accoglienza presso la comunità in cui operiamo e a cui vogliamo restituire valore. Consolidato il riconoscimento della cultura culinaria pugliese, ora è molto importante indirizzare l'attenzione anche su altri aspetti dell'industria dell'ospitalità, come appunto la cultura di sala"*.

GRANDI LANGHE

2020



Alba

27-28 gennaio

Due giorni di degustazioni per operatori e professionisti di settore dedicati ai grandi vini DOC e DOCG. L'eccellenza della produzione vitivinicola delle Langhe e la ricchezza di questo territorio vi aspettano!

I R O N I K A Foto: Tino Cerbaldello

CONSORZIO DI TUTELA
BAROLO
BARBARESCO
ALBA LANGHE E DOGLIANI



CONSORZIO
TUTELA
ROERO



EVENTI. A VinNatur Genova 2020 anche i produttori spagnoli di Vella Terra



Il mondo dei “vini naturali” si dà appuntamento ai Magazzini del Cotone di Genova, il 23 e il 24 febbraio per VinNatur Genova. La manifestazione quest'anno sarà l'evento di apertura della Genova Wine Week, che si concluderà con il Genova Wine Festival, organizzato dall'Associazione Papille Clandestine. Nel mezzo, un ricco programma di eventi, convegni e cene con i produttori nei locali della città, in cui il mondo del vino naturale e quello del vino ligure si intrecceranno e dialogheranno.

Ma le collaborazioni non finiscono qui. Ha risposto all'invito di VinNatur anche la manifestazione Vella Terra di Barcellona, punto di riferimento spagnolo per i vini artigianali. A sancire il sodalizio, la presenza a Genova di undici produttori originari della Catalunya, País Vasco, Galicia e Castilla la Mancha. **Complessivamente saranno 105 i produttori di vino naturale** provenienti da Italia, Spagna, Francia e Slovenia. La lista completa degli espositori di VinNatur Genova è disponibile su

www.vinnatur.org/events/vinnatur-genova/producers/

www.vinnatur.org/events/vinnatur-genova/producers/

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Attilio Scienza

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

18 GENNAIO

❖ NOT - RASSEGNA

VINI NATURALI

Palermo

fino al 20 gennaio

rassegnanot.com

19 GENNAIO

❖ PRIMA DEL TORCOLATO

Breganze (Vicenza)

Fruttai tour 10-13 e 17-19

Cerimonia dalle 14.30

breganzedoc.it

24 GENNAIO

❖ SPUMANTITALIA

Hotel Esplanade

Piazza 1 maggio, 46

Pescara

fino al 26 gennaio

spumantitalia.fcs.it

25 GENNAIO

❖ EVOLUZIONE

NATURALE

Grottaglie (Taranto)

fino al 27 gennaio

evoluzionenaturale.org

27 GENNAIO

❖ GRANDI LANGHE

Alba

fino al 28 gennaio

grandilanghe.com

27 GENNAIO

❖ MILLÉSIME BIO

Montpellier Exhibition

Centre

Parc des expositions

Route de la Foire, Pérols

fino al 29 gennaio

millesime-bio.com

27 GENNAIO

❖ IO BEVO COSÌ

Hotel Excelsior Gallia

Milano

Dalle 11 alle 18.30

(solo operatori)

iobevocosi.it

30 GENNAIO

❖ TRE BOTTIGLIE TOUR

Cena con i vini

di Castello di Cigognola

La Baita

Faenza (Ravenna)

gamberorosso.it

1 FEBBRAIO

❖ VIGNAIOLI

DI MONTAGNA

Cineteca di Bologna

Via Riva di Reno, 72

Bologna

fino al 3 febbraio

vignaiolideltrentino.it

1 FEBBRAIO

❖ WINE&SIENA

Centro e palazzi storici

fino al 3 febbraio

wineandsiena.com

1 FEBBRAIO

❖ ANTEPRIMA

AMARONE

Palazzo della Gran guardia

Verona

fino al 2 febbraio

anteprimaamarone.it

2 FEBBRAIO

❖ VINO IN-DIPENDENTE

Sala Polivalente

Beata Cristina

Via S. Michele

Calvisano (Brescia)

fino al 3 febbraio

vinoindependente.it

7 FEBBRAIO

❖ BUY WINE

Fortezza da Basso

Viale Filippo Strozzi,1

Firenze

fino all'8 febbraio

buy-wine.it

15 FEBBRAIO

❖ PRIMANTEPRIMA

Fortezza da Basso

Pad. Cavaniglia

Viale Filippo Strozzi,1

Firenze

anteprimetoscane.it

15 FEBBRAIO

❖ ANTEPRIMA

DEL VINO NOBILE

di Montepulciano

Fortezza Medicea

Via San Donato, 21

Montepulciano (Siena)

fino al 17 febbraio

anteprimavinonobile.it

Le grandi cantine della Lombardia



CASTELLO BONOMI
FRANCIACORTA

VIA SAN PIETRO, 46 | COCCAGLIO (BS) | WWW.CASTELLOBONOMI.IT | 030 7721015

Meraviglioso microcosmo nel microcosmo di eccellenza della Franciacorta, Castello Bonomi prezioso gioiello situato in un territorio unico e inimitabile. L'eccezionale terreno di calcare e di gesso sulle pendici del Monte Orfano, accarezzato dalle tiepide correnti che ascendono dalla pianura, è l'ingrediente magico e peculiare di questo lembo di Franciacorta, dove le viti pescano in profondità i ricchi sali della terra. Repentine variazioni climatiche e pedologiche creano in pochi ettari un mosaico di microzone, che i viticoltori di Casa Paladin hanno saputo sfruttare con sapienza, anche attraverso il restauro di vigne dimenticate, come il CruPerdu.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Franciacorta Brut CruPerdu '11

Nasce da uve chardonnay e pinot noir della stessa annata. Si presenta dal colore paglierino luminoso con riflessi verde oro, dal fine perlage. Nuance delicatamente erbacee e balsamiche, naso avvincente e complesso, all'insegna del frutto tropicale, lieviti e note tostate. Un palato morbido e avvolgente con note sapide e agrumate. Uno spumante che accompagna tutto il pasto.

Franciacorta Brut Rosé

Tonalità rosa buccia di cipolla dorata molto attraente con riflessi ambrati. Al naso spiccano note di fragole selvatiche, rosa e pane tostato. In bocca è persistente, ampio e vivace. Una bollicina equilibrata con sapori di frutta rossa intensi che portano in una finitura molto pulita e fresca. Ottimo con crostacei e molluschi.



Franciacorta Brut Satèn

Il Satèn è il brut più morbido di Castello Bonomi prodotto da sole uve chardonnay. Fiori di campo, camomilla, mela susina gialla al naso con accenni di erbe aromatiche, maggiorana e mandorla fresca. Sorso cremoso ed elegante, di buon equilibrio tra l'impianto fresco-sapido. Perfetto anche con primi come i ravioli o i risotti.



INDONESIA. Stop ai vini europei in risposta al blocco dell'olio di palma

Se i dati Usa rappresentano l'acme delle guerre commerciali ai danni dell'industria vitivinicola, di certo non sono l'unico caso. Con un'eco proporzionalmente differente, l'Indonesia ha iniziato a bloccare le importazioni di vino e di prodotti caseari europei. Una sorta di ritorsione – sebbene non ci siano posizioni ufficiali in tal senso – nei confronti dei prodotti dell'Unione con cause legate al tanto discusso olio di palma. Lo scorso marzo, infatti, la Commissione Ue ha decretato che l'olio di palma provoca un'eccessiva deforestazione e che, quindi, dovrà essere gradualmente sostituito come combustibile per i trasporti, con data ultima il 2030. Ma l'Indonesia – uno dei principali produttori di questo prodotto, insieme alla Malesia – non ci

sta. Si consideri che il mercato europeo del biodiesel vale circa 9 miliardi di euro all'anno, di cui 400 milioni di euro provenienti proprio dall'arcipelago asiatico. Così, secondo quanto riporta l'agenzia Reuters, a poco a poco **il Governo locale ha iniziato a respingere le domande per entrare nel Paese ai vini europei e a negare le nuove autorizzazioni d'importazione per i prodotti caseari.** Tanto da indurre, nel mese di settembre, l'allora commissaria europea per il commercio Cecilia Malmstrom ad inviare una lettera alla sua controparte indonesiana, Enggartiasto Lukita, per esprimere una profonda preoccupazione per questi episodi. Certamente non è una notizia che sposterà le sorti dell'export vitivinicolo, anche perché parliamo di un

Paese prettamente musulmano dove, la cultura vitivinicola non ha ancora attecchito troppo, se non nel comparto turistico. In particolare, l'Italia nel 2018 ha inviato a Giacarta non più di 500 mila litri di vino per un valore di 3,28 milioni di euro, quasi il doppio dell'anno precedente (*fonte Istat commercio estero*). Ma le prime conseguenze si vedono già a partire dal 2019: tra gennaio e settembre l'export italiano verso l'Indonesia è stato di appena 623mila euro (presumibilmente a causa dei primi blocchi), contro i 2,1 milioni di euro dello stesso periodo del 2018. Non grandi numeri, ma comunque un'ulteriore barriera che si frappone pericolosamente tra l'espansione vitivinicola e la crescita dei consumi a livello mondiale. E che di certo non fa bene al libero mercato. – **L. S.**

GAMBERO ROSSO®

TRE BOTTIGLIE TOUR

Al Wine Bar si impara
5 cene da non perdere, 5 storie da scoprire



CASTELLO DI CIGNOLA

LA PROSSIMA TAPPA

GIOVEDÌ 30 GENNAIO 2020

LA BAITA

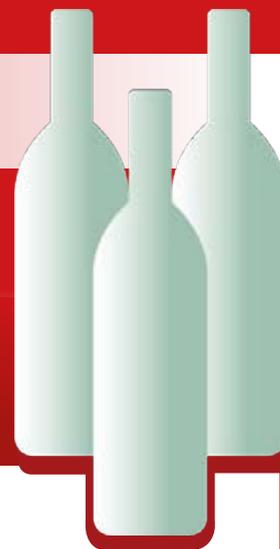
via Naviglio, 25 | Faenza (RA)

☎ 054621584

✉ labaitafaenza@gmail.com

SCOPRI DI PIÙ SU:

🌐 www.gamberorosso.it



WORLDTOUR 2020

  GamberoRossolInternational

2020

JANUARY

19-26	WINE&SEA - II EDITION	
28	MUNICH - Germany	trebicchieri
30	BERLIN - Germany	Vini d'Italia

FEBRUARY

03	STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri
05	COPENHAGEN - Denmark	Vini d'Italia
11	PARIS - France	trebicchieri Vinexpo Special
13	LONDON - UK	trebicchieri
21	MEXICO CITY - Mexico	Top Italian Wines Roadshow
24	MIAMI - USA	Top Italian Wines Roadshow
26	CHICAGO - USA	trebicchieri
28	NEW YORK - USA	trebicchieri

MARCH

02	LOS ANGELES - USA	trebicchieri
04	SAN DIEGO - USA	Vini d'Italia
05	SAN FRANCISCO - USA	trebicchieri
06	NAPA VALLEY - USA	trebicchieri Special Edition
14	DUSSELDORF - Germany	trebicchieri PROWEIN Special
30	SALZBURG - Austria	trebicchieri

APRIL

01	ZURICH - Switzerland	Vini d'Italia
	DUBAI - UAE	Notte Italiana - Best of Italy
19	VERONA - Italy	trebicchieri VINITALY Special

MAY

04	MONTREAL - Canada	trebicchieri
06	CALGARY - Canada	Top Italian Wines Roadshow
08	VANCOUVER - Canada	Top Italian Wines Roadshow
22	HO CHI MINH - Vietnam	Top Italian Wines Roadshow
27	HONG KONG - China	trebicchieri VINEXPO Special

JUNE

01	BEIJING - China	trebicchieri
----	-----------------	--------------

OCTOBER

	ROMA - Italy	trebicchieri
29	TOKYO - Japan	trebicchieri

NOVEMBER

	SEOUL - Korea	
	SHANGHAI - China	
	MOSCOW - Russia	
	ST.PETERSBURG - Russia	

Sponsor

IL MIO EXPORT

Omar Traini – Castignano, Cantine dal 1960



1 Quale è la percentuale di export sul totale aziendale?

La nostra percentuale di export sul fatturato è circa il 15%. Abbiamo iniziato solo un paio di anni fa a espandere le nostre vendite fuori dal mercato nazionale e sono nati buoni rapporti di collaborazione prevalentemente in Norvegia, Paesi Bassi, Belgio, Taiwan, Cina ed Ecuador.

2 Dove si vende meglio e dove peggio. E perché?

Nei Paesi Europei è più facile comunicare il nostro prodotto, soprattutto perché rappresentiamo un territorio ancora poco conosciuto nel resto del mondo.

3 Come va con la burocrazia?

Nel complesso abbastanza bene, bisogna imparare a conoscerla e a convivere, ma in alcuni Paesi è davvero un grande ostacolo, come ad esempio in Ecuador dove la sua complessità può scoraggiare acquisti e vendite. In questi casi è importante avere un partner che creda come te nella tua azienda e nei tuoi prodotti.

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

La situazione più strana di certo è legata a quella volta in cui abbiamo ricevuto un grande ordine da un importatore, senza mai averlo né visto né conosciuto e soltanto a ordine concluso averlo incontrato. Fossero tutte così semplici le vendite...

❖ Castignano, Cantine dal 1960
Castignano - Ascoli Piceno - cantinedicastignano.com

NEL PROSSIMO NUMERO
BORGO SAN DANIELE

TOP BRAND: IL 2019 PASSA L'ESAME, MA L'ARIA È CAMBIATA

▲ a cura di Gianluca Atzeni



L'anno appena trascorso si chiude in terreno positivo, ma il clima di fiducia per il 2020 delle imprese italiane coinvolte nel consueto sondaggio del Tre Bicchieri è decisamente più prudente: sarà un anno di transizione. Pesano le molte incognite sui principali mercati, dazi Usa su tutti



o abbiamo detto nel titolo: l'aria è decisamente cambiata, come non era mai accaduto negli ultimi dieci anni. Le grandi aziende del vino Made in Italy, dopo aver chiuso l'anno in modo sostanzialmente positivo, per questo 2020 stanno un po' alla finestra, con molti interrogativi che si fanno sempre più insistenti sul piano economico globale. In un contesto terribilmente complicato dall'incognita dei dazi americani, le prospettive sui ricavi per l'anno in corso, emerse dal consueto sondaggio del settimanale Tre Bicchieri tra alcuni dei principali brand, dipingono un quadro senza entusiasmi. Gli scenari di mercato suggeriscono prudenza, perché non sono soltanto gli Stati Uniti a preoccupare, ma anche il Regno Unito e una Cina che, per le italiane, non è ancora diventata una vera alternativa di sbocco commerciale. Con un giro d'affari di oltre 2 miliardi di euro, il gruppo di aziende che ha risposto a questa tornata dell'indagine, realizzata a cavallo tra 2019 e 2020, è intenzionato a consolidare le proprie posizioni nei grandi Paesi di sbocco, investendo risorse sia per il rinnovo delle strutture sia in azioni di mirate di marketing.

CANTINE RIUNITE&CIV-GIV

Il primo gruppo italiano, secondo l'ultimo rapporto sul settore di Mediobanca, formato da Cantine Riunite&Civ assieme alla controllata Giv-Gruppo italiano vini, stima una **chiusura del 2019 con ricavi consolidati sopra 650 milioni di euro**, di cui 237 milioni afferenti alla capogruppo. Le due società hanno festeggiato le dieci vendemmie dall'operazione di fusione: dieci anni in cui sono stati investiti su più fronti circa 200 milioni di euro. *“Possiamo definire il 2019 come anno di riflessione, per il quale prevediamo una stabilità sui volumi”* spiega **Vanni Lusetti**, direttore generale di Riunite *“con lievi flessioni nei valori dovute al calo dei prezzi registrato lo scorso anno, per via dell'abbondanza della raccolta 2018”*.

Segnali molto positivi sono arrivati da Est Europa, Australia, Russia e mercati asiatici. Negli Stati Uniti, la cooperativa emiliana ha affidato l'importazione dei vini alla Frederick Wildman & sons di New York, società controllata dal Giv, affermando la volontà svilupparsi in questo mercato che oggi vale circa il 10% dei ricavi. *“Siamo preoccupati dal tema dazi e sarebbe un duro colpo”* prosegue *“perché è uno dei mercati più redditizi. Di certo, non ci illudiamo che la Cina possa sostituire gli Usa. Nel Regno Unito, intanto, l'effetto scorte sembra rallentare”*. In Italia, è buono l'andamento degli spumanti, grazie al brand Maschio (tra i big di Prosecco) e si sta lavorando col gigante distributivo Aldi per l'assortimento dei vini di primo prezzo: *“Un canale”* precisa Lusetti *“che non possiamo trascurare, visti gli attuali trend del largo consumo, con una forte attenzione ai costi”*. Lo sguardo sul 2020 è pieno di incognite: *“Il budget predisposto è comunque superiore del 2% »*

» al 2019. Stimiamo un leggero aumento a volume ma c'è anche un po' di pessimismo per via di Brexit, dazi Usa e difficoltà in Centro e Sud America per gli alti dazi in ingresso". Sul fronte investimenti, la capogruppo Riunite prevede un impegno tra 8 e 10 milioni di euro in impianti e strutture produttive. Per il Giv, in arrivo 10 milioni di euro per sviluppo e innovazione da Cassa depositi e prestiti.

CAVIRO

Qualche chilometro più a est, Caviro stima una chiusura a 328,8 milioni di euro per l'anno solare 2019, con quota export al 28% e un mercato italiano che vale 125 milioni di pezzi, di cui 74 milioni a marchio Tavernello. "Per il 2020 prevediamo un incremento dei ricavi del 10% circa", sottolinea **SimonPietro Felice**, direttore generale del gruppo romagnolo, che ha investito lo scorso anno circa 22,2 milioni di euro in diverse voci: innovazione tecnologica dello stabilimento di Forlì, incremento della flessibilità produttiva in quello di Savignano, completamento e avvio dell'impianto a biometano attraverso la controllata Caviro extra spa, marketing e comunicazione per il brand Leonardo da Vinci, il nuovissimo impianto a biomasse di Spilamberto per Enomondo (società in partnership con Herambiente), ampliamento della cantina di Fumane per il marchio Cesari, investimento che proseguirà anche per il 2020. **In cassa arriveranno risorse anche dalla futura asta su Cantina di Montalcino, messa in vendita per 20 milioni di euro.** Guardando ai trend futuri, il dg Felice evidenzia la forte crescita per la tipologia spumanti "su cui andremo a giocare la nostra partita col brand Novebolle vigneti Romio. A livello di mercati vediamo un'importante crescita dell'area asiatica, dove registriamo un +30%. Sul fronte consumatori, c'è interesse sulle aziende realmente sostenibili, secondo un concreto modello di economia circolare come quello portato avanti dal nostro gruppo".

MARCHESI ANTINORI

La Marchesi Antinori si appresta a chiudere un bilancio 2019 meglio di quanto previsto, con ricavi a +3,5% rispetto ai 213 milioni di euro del 2018 per il comparto vino (226 mln inclusa la ristorazione). "Sono positivi sia l'estero, che per noi vale il 62% dei ricavi, sia l'Italia, che vale il 38%", afferma l'amministratore delegato ed enologo, **Renzo Cotarella**, soddisfatto in modo particolare per il trend interno, che da alcuni anni registra crescite in doppia cifra. Particolarmente buona la performance dei rosati, con la pugliese Tormaresca su tutti. Bene anche bianchi e rossi di Castello della Sala, meno bene i vini dolci. "L'area del Chianti classico sta andando benissimo, così come quella del Barolo e del Barbaresco, con il brand Prunotto", aggiunge Cotarella, che evidenzia qualche rallentamento con il Nobile di Montepulciano firmato La Braccasca. Guardando all'estero, e agli Usa in particolare,

le spedizioni della famiglia toscana sono diminuite per la mancanza di prodotto degli scarsi raccolti 2017 e 2014: "Negli Usa, la situazione è particolare, con le grandi strutture distributive (come Southern Glazer's e Rndc: ndr) in subbuglio, dal momento che i possibili dazi metterebbero a rischio le imprese locali". Gli investimenti si attesteranno intorno ai 20 milioni di euro annui, circa il 10% dei ricavi. **La novità più importante potrebbe riguardare il ritorno dell'azienda agricola Villa del Cigliano** (25 ettari a Chianti Classico e una villa del quindicesimo secolo) al ramo principale della famiglia Antinori. A meno di interessi verso Cantina di Montalcino.

MEZZACORONA

L'anno solare del gruppo Mezzacorona (il consolidato 2018/2019 al 31 luglio è di 186,6 milioni di euro) dovrebbe chiudere in terreno positivo, grazie al buon andamento da agosto a dicembre: "Rispetto a tutto il 2018" osserva il direttore generale, **Francesco Giovannini** "c'è un leggero aumento a volumi, coi valori tra +2% e +3%. Un dato particolarmente positivo, dal momento che si veniva da un'annata di sovrapproduzione". **La società trentina realizza l'80% dei ricavi all'estero, principalmente negli Stati Uniti e in Germania, dove operano due società controllate:** "Eventuali dazi al 100% negli Stati Uniti porterebbe fuori mercato gran parte della produzione italiana. Avendo noi una controllata in loco potrebbe essere un vantaggio, che ti consentirebbe di assorbire meglio i costi aggiuntivi. In Germania, osserviamo un rallentamento dell'economia ma noi stiamo crescendo". In Italia, Giovannini sottolinea il momento di stagnazione generale: "Su base annua, però, per noi crescono i consumi di Pinot grigio e stiamo valorizzando prodotti autoctoni come il Teroldego con la prospettiva di esportarlo". I piani di investimento e sviluppo per il 2020, dopo un impegno nel 2019 superiore al passato (6,5 milioni di euro), prevedono spese in pubblicità e promozione per oltre 3 milioni di euro, soprattutto in Stati Uniti, Canada, Cina e Norvegia, grazie ai fondi Ocm vino. I ricavi attesi da qui a fine anno sono superiori al 2 per cento.

CAVIT

Il recente ingresso di Lavis e Valle di Cembra nella galassia Cavit apre nuove prospettive per la crescita del grande consorzio di cantine trentine. Il bilancio 2018-19 ha visto consolidati i risultati di crescita, con un fatturato di 191,4 milioni di euro (+0,5%) e il mantenimento della ripartizione del business, sviluppato per circa l'80% all'estero. Stabili i due principali clienti: Usa e Italia. "Sul mercato interno" afferma il dg **Enrico Zanoni** "abbiamo ribadito la leadership nei vini trentini in grande distribuzione, dove la linea Matri Vernacoli primeggia con Müller Thurgau, Pinot Nero, Marzemino e Gewürztraminer". Se »

» nel canale horeca prosegue l'affermazione delle etichette di maggior pregio (linea I Masi), il segmento spumanti continua a dare buoni risultati: "Altemasi Trentodoc conferma un incremento a doppia cifra, testimoniando la costante crescita della reputazione del marchio e il crescente interesse verso la spumantistica Trentodoc". Sul fronte ricerca, è stato messo a punto il progetto Fruitipy, assieme alla Fondazione Bruno Kessler: un moderno sistema di controllo dello stato di maturazione delle uve che con l'intelligenza artificiale e il deep learning consente la stima del carico produttivo di ogni vigneto per ottimizzare la vendemmia. **Il futuro è legato all'operazione Lavis e alle acquisizioni di Cesarini Sforza e Casa Girelli:** "L'obiettivo" rimarca Zanoni "è la creazione di valore e il potenziamento dell'offerta dei vini trentini. Intendiamo orientare al meglio le scelte future, puntando sui prodotti più strategici e di qualità, in grado di generare i migliori risultati, sia in termini di ricavi che di immagine".

SANTA MARGHERITA

Un 2019 non semplice per il gruppo vinicolo Santa Margherita "complicato da un quadro di generale incertezza negli scambi internazionali" come spiega l'amministratore delegato uscente, **Ettore Nicoletto** "e di scarsa crescita nel mercato interno". Nonostante tale contesto, **l'esercizio 2019 è stimato a 188 milioni di euro, in aumento del 6% sui 177,4 milioni del 2018.** La spinta arriva dall'export (+7%) grazie a un Nord America positivo, a una Russia in robusta crescita e al consolidamento dell'Ue. "Nonostante la performance opaca dei vini europei sul mercato cinese, il gruppo ha segnato una crescita molto confortante, supportata dalle numerose iniziative sul fronte digital marketing e vendite elettroniche". In Italia, vendite stimate a +3%, sia sul canale tradizionale che sull'off trade. Tra i brand, bene soprattutto Kettmeir (+15%) e Lamole di Lamole (+10%). Per quanto riguarda gli investimenti, la spesa è ammontata nel 2019 a 38 milioni di euro. Dal 2005 a oggi, sono stati impiegati 275 milioni di euro. "Attualmente" ricorda Nicoletto "Santa Margherita possiede 668 ettari, di cui 77% di proprietà, con oltre il 50% in regime biologico". Il 2020 dovrebbe segnare un +3% nei ricavi, tra 193 e 195 milioni di euro: "Si confermerà l'attenzione agli investimenti che ammonteranno a circa 28 milioni di euro".

BOTTER

Prosegue il percorso di sviluppo di Botter, **una delle aziende italiane con la più alta propensione all'export (95%).** Il 2019 dovrebbe

registrare ricavi per 219 milioni di euro, grazie a una progressione dei mercati Usa (+15%), Germania (+20%) e Svezia (+10%), come fa sapere **Annalisa Botter**, responsabile marketing dell'azienda di Fossalta di Piave. "Nel corso del 2019, l'azienda ha sostenuto solo investimenti di mantenimento della struttura per un milione di euro. Per il 2020, il piano prevede investimenti per 8,5 milioni, concentrati soprattutto nell'acquisto di nuovi impianti ma anche per operazioni di marketing e comunicazione". Un anno in cui gli sbocchi più interessanti restano "gli Stati Uniti nonostante le preoccupazioni dovute ai possibili dazi, la Cina e il Sud est asiatico in generale", conclude Botter, che per la fine di quest'anno stima ricavi per 229 milioni di euro.

MONDODELVINO

Fortemente vocata alle esportazioni (90%) è anche Mondodelvino, che nel corso del 2019 ha registrato un fatturato totale superiore ai 113 milioni di euro (+5%), attraverso i principali marchi: Poderi dal Nespoli, Barone Montalto, Cuvage metodo classico, Acquesi e Ricossa. In crescita i mercati storici, tra cui Germania (15%), Canada (+13%), Stati Uniti (+14%), Svezia (+11%). Molto bene gli emergenti (Russia +38%, Cina +18%, Ucraina +138%). La piazza italiana, con quasi 800 mila bottiglie vendute vale circa 4 milioni di euro. Il 2019 è stato l'anno del consolidamento degli investimenti nel canale tradizionale italiano e del miglioramento delle strutture, anche ricettive come l'innovativa Wine experience di Priocca (Cuneo). I piani di sostenibilità e il miglioramento dei vigneti sono stati altri asset strategici su cui ha investito la holding guidata da Marco Martini. **Per il 2020, i ricavi sono attesi in aumento del 15% "al netto delle variabili macroeconomiche e dei rischi Paese che in questi giorni lasciano tutti col fiato sospeso".** Tra i trend di mercato da tenere sott'occhio: i rosati, i vini a basso contenuto alcolico, packaging alternativi a basso impatto ambientale, sostenibilità e bollicine di alta qualità. ❖

Ricavi 2018/2019 e stime 2020 (mln euro)

Società	Ricavi 2018/2019	Stime 2020
Riunite&Civ - Civ	650**	+2%
Caviro	328,8**	+10%
Antinori	220**	+3%
Botter	219**	+5%
Cavit	191,4*	+
Santa Margherita	188**	+3%
Mezzacorona	186,6*	+2%
Mondodelvino	113**	+15%

*dato consolidato; **dato previsionale

fonte: sondaggio Tre Bicchieri (a campione) realizzato tra dicembre 2019 e gennaio 2020

DAZI USA AFFARE DIPLOMATICO. ED È GIÀ DÉBÂCLE FRANCESE

▲ a cura di Loredana Sottile



Mentre sono in corso le missioni diplomatiche, il comparto vitivinicolo si compatta: arriva l'intesa tra il Ceev e il Wine Institute a favore del libero commercio e l'Ue conferma l'aumento del contributo Ocm. Ma intanto l'andamento di novembre non lascia dubbi: Francia e Spagna accusano il colpo delle tariffe aggiuntive. Italia favorita



Diplomazia al lavoro in questi giorni in cui il mondo vitivinicolo rimane sospeso sulla corda tesa dei dazi. Sospeso ma non di certo a guardare. E intanto il primo risultato è già arrivato: il via libera degli Stati Ue all'aumento del contributo spese ammissibili per l'Ocm promozione che passa dal 50% al 60% e permette più flessibilità sulle campagne già approvate, anche con la possibilità di cambiare mercati target in corso (*vedi articolo a pag. 4*). Una decisione da più parti sollecitata in queste settimane per permettere alle aziende vitivinicole di vivere con maggiore serenità questo momento di incertezza e non rinunciare ai programmi di promozione in Usa e negli altri Paesi terzi.

L'INTESA TRA CEEV E WINE INSTITUTE

La seconda buona notizia è che il Comité Européen des Entreprises Vins (Ceev) e l'americano Wine Institute hanno siglato un'unione d'intenti per chiedere ai rispettivi Governi l'eliminazione di tutte le tariffe sul vino, applicando il principio del "zero per zero" previsto »

I nodi della questione e i prossimi step

Scaduto il mese di tempo (dal 12 dicembre al 13 gennaio) per raccogliere i commenti degli stakeholder sul sito governativo Usa, l'Ustr (United States Trade Representative) dovrà decidere se rimuovere dalla lista alcuni dei prodotti colpiti da dazi a partire dal 18 ottobre, modificare le tariffe relative a quegli stessi prodotti e/o aggiungere nuovi prodotti, come ipotizzato nei mesi scorsi (secondo la lista già diffusa che includerebbe anche il vino italiano). Il momento è delicato e la decisione potrebbe essere questione di ore o giorni. Motivo per cui Philip Hogan è partito, lo scorso martedì, per Washington in missione diplomatica: la prima missione da commissario commerciale dell'Ue, avendo precedentemente ricoperto l'incarico di commissario per l'agricoltura e lo sviluppo rurale (materia che, quindi, conosce molto bene).

Non solo. Sul piatto, oltre ai vini europei legati alla vicenda Airbus, c'è anche un'altra questione: quella degli Champagne. In seguito alla decisione francese di introdurre un'imposta sulle vendite digitali (DST) dei giganti della tecnologia come Apple, Google e Amazon, il Governo Trump potrebbe rispondere con tariffe fino al 100% sullo champagne, nonché sul formaggio francese e su alcuni settori della moda. Una questione, quest'ultima, che in questo momento non dovrebbe riguardare il vino italiano (ma non si esclude nessuna ipotesi) e su cui, negli Usa, si sono tenute diverse audizioni tra gli importatori di vino e le amministrazioni federali.

» dal GATT. In pratica, un allineamento totale dell'industria vitivinicola Usa ed Ue a sostegno del commercio libero ed equo, così come si legge nel testo redatto dalle due associazioni, che insieme rappresentano decine di migliaia di piccole e medie imprese nelle due sponde dell'Atlantico: *“Chiediamo ai governi dell'Ue e degli Stati Uniti di aprire ulteriormente l'accesso reciproco ai mercati eliminando completamente, immediatamente e contemporaneamente tutte le tariffe sul vino. Chiediamo, inoltre, ora e in futuro, di astenersi dal prendere di mira il vino in controversie non correlate con tariffe punitive”*.

Il documento evidenzia anche come queste ritorsioni finiscano per creare incertezza economica per tutti gli attori coinvolti, comportando licenziamenti lungo la filiera (anche e soprattutto americana) e aumenti dei prezzi per i consumatori finali. Argomenti che - insieme alle 24mila dichiarazioni pubblicate sul sito del Governo americano da parte di fornitori, importatori, distributori, piccole aziende e consumatori americani per dire no all'applicazione di ulteriori dazi sul vino - dovrebbero mettere in guardia Trump dalle conseguenze in prima battuta proprio per la sua *“America first”*.

Definitive le parole di **Bobby Koch**, presidente e ceo del Wine Institute, che sigillano l'intesa: *“I mercati di esportazione sono un'opportunità di crescita chiave per le cantine statunitensi. È giunto il momento per tutti i governi di riconoscere i vantaggi unici del commercio del vino ed eliminare i dazi una volta per tutte”*.

IL RUOLO DELL'ITALIA

Intanto, anche in Italia proseguono le pressioni e i carteggi con l'Unione Europea per tentare il tutto per tutto. Come Tre Bicchieri ha raccontato nello scorso numero ([La lunga attesa del vino italiano](#)), infatti, [la petizione](#) promossa da **Michele Antonio Fino**, insieme ai vigna-

ioi **Marilena Barbera, Gianluca Morino e Paolo Ghislandi** è arrivata - corredata da quasi 18mila firme - sul tavolo dei Commissari europei all'economia, all'agricoltura e al commercio, proprio nei giorni in cui quest'ultimo, Philip Hogan, è volato a Washington per dare il via alla sua missione diplomatica negli States. Il documento, inoltre, è stato consegnato - in due incontri face to face - anche alla Farnesina e al Mipaaf, sostenuto dalle principali sigle del settore, tra cui Uiv e Fivi.

“Vi chiediamo di prendere coscienza” si legge nel testo inviato dai produttori italiani *“che molte migliaia di famiglie vedranno il loro futuro diventare incerto; molti mercati soffriranno le oscillazioni di prezzo dipendenti dalla necessità di ricollocare il vino prima destinato all'America; intere regioni d'Europa si impoveriranno e avranno bisogno di anni e di notevoli aiuti finanziari per recuperare le posizioni perdute”*.

Ma questa non è stata l'unica lettera con destinazione Bruxelles. Nei giorni scorsi, la cassetta postale del Commissario Hogan ha ricevuto anche la missiva della ministra delle Politiche Agricole italiana **Teresa Bellanova**, che ha voluto mettere nero su bianco tre priorità su tutte: utilizzare tutte le armi della diplo-

mazia politica per scongiurare la penalizzazione dell'agricoltura e dell'agroalimentare europei; costituire immediatamente un Fondo ad hoc, senza assolutamente intaccare le risorse Pac, per affrontare questa e altre crisi commerciali; mantenere l'unità d'azione europea e la coesione tra gli Stati membri che la strategia dell'amministrazione statunitense sta a colpi di dazi tentando di minare.

“Le nostre imprese” recita la lettera *“hanno già pagato l'embargo russo e non sanno cosa aspettarsi da Brexit. E noi non possiamo muoverci solo dopo che il disastro è accaduto. Dobbiamo farlo prima e dobbiamo farlo subito”*. »

LE RICHIESTE DI BELLANOVA

1

scongiurare i dazi

2

istituire un fondo ad hoc per l'emergenza Usa

3

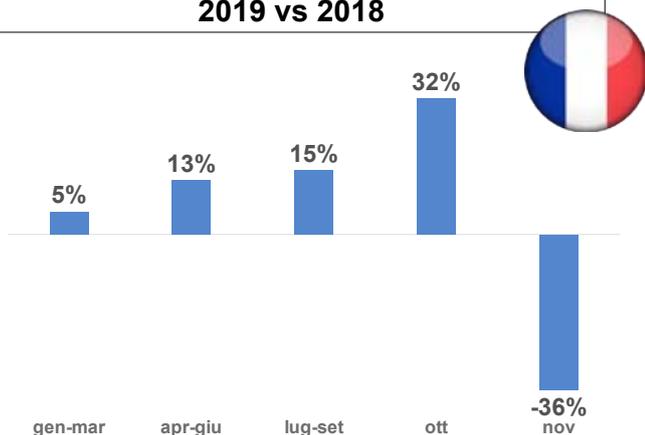
mantenere la coesione tra gli Stati Ue

Tregua Usa-Cina. Quali risvolti per l'Ue?

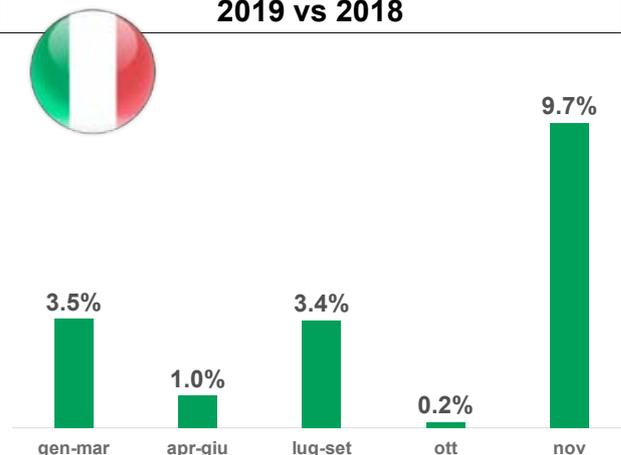
Sia gli Stati Uniti che l'Ue rappresentano reciprocamente i maggiori mercati di esportazione, con scambi totali che hanno raggiunto i 4,66 miliardi di euro nel 2018 (elaborazioni Uiv), creando posti di lavoro e investimenti su entrambe le sponde dell'Atlantico. Tuttavia, la tregua appena siglata tra Stati Uniti e Cina, potrebbe modificare gli scenari. L'accordo ha, infatti, garantito l'aumento significativo delle importazioni cinesi di prodotti agricoli americani, come carne di maiale, pollame, grano, mais, riso e soprattutto soia. E questo potrebbe modificare in futuro la domanda di materie prime con conseguenze inedite nel commercio mondiale. “Con la tregua tra Usa e Cina è guerra alla Ue”, è la lettura poco ottimistica di Coldiretti, nel sottolineare che, nel primo mese successivo all'entrata in vigore dei dazi, l'Italia - colpita dalle tariffe aggiuntive al 25% su formaggi, carni lavorate e liquori - ha già visto crollare le esportazioni complessive del Made in Italy negli States del 10,4%, con una drastica inversione di tendenza rispetto ai dieci mesi precedenti in cui erano aumentate in media del 11,3%.

Reazione ai dazi di Francia e Italia

Var. % import di vino francese* negli USA
2019 vs 2018



Var. % import di vino italiano* negli USA
2019 vs 2018



*fermi e frizzanti imbottigliati, a valore (esclusi spumanti)

Fonte: elaborazioni Osservatorio Vinality Nomisma Wine Monitor su dati U.S. Department of Commerce, Bureau of Census

» **A NOVEMBRE LA FRANCIA “PAGA DAZIO”**

Per chi avesse dubbi su quanto la chiusura delle frontiere possa fare male al vino, basti vedere il caso francese. Come evidenzia l'Osservatorio Vinality Nomisma Wine Monitor, il mese di novembre (appesantito dai dazi aggiuntivi al 25% scattati il 18 ottobre) per il nostro principale competitor negli Usa è stata una vera *débâcle*: vini fermi a -36% a valore rispetto alla stessa mensilità dell'anno precedente e proprio sotto le feste natalizie. Lo scorso novembre era stata raggiunta quota 80,8 milioni di euro, quest'anno si va sotto fino a 51,7 milioni di euro. Uno dei valori più bassi toccati negli ultimi anni. Se si osserva l'andamento del quinquennio (2014-2019) si noterà, inoltre che nel mese di novembre, le importazioni di vino francese in Usa non avevano mai subito una battuta d'arresto. Una casualità? D'altronde non è andata meglio alla Spagna, anch'essa soggetta alle tariffe aggiuntive (insieme a Germania e Regno Unito), che ha però contenuto le perdite a -9,2.

Novembre 2019.

Andamento import Usa dai primi 4 Paesi fornitori

Francia - 36%

Italia + 9,7%

Nuova Zelanda + 8,8%

Spagna - 9,2%

Come mostra la grafica, nel mese di novembre, i Paesi sottoposti a dazio (Francia e Spagna) hanno subito una battuta d'arresto, al contrario dei Paesi non appesantiti dalle tariffe aggiuntive (Italia e Nuova Zelanda)

Di contro, l'Italia (graziata dai dazi) ha messo a segno un quasi +10%, portando a casa negli 11 mesi un lusinghiero (visti i tempi) 1,6 miliardi di euro. Attenzione, però, perché se in questo ultimo periodo, il Belpaese ha, in qualche modo, tratto beneficio dalle tariffe aggiuntive che hanno colpito gli altri Paesi Ue, a lungo andare - e al netto della nuova black list - a perdere sarà il Vecchio Continente tutto, così come mette in guardia il direttore generale di Veronafi **Giovanni Mantovani**: “Con la calamità delle possibili imposte aggiuntive, la produzione interna statunitense non sarà in grado di soddisfare la domanda e l'Europa rischia così di perdere quote di mercato difficilmente recuperabili in futuro, a tutto vantaggio del Nuovo Mondo produttivo”. Oltre all'Italia, l'undicesimo mese dell'anno ha sorriso, infatti, anche alla Nuova Zelanda che - anche grazie ai segni meno dei principali produttori europei - ha potuto sfoderare un +8,8%. ❖

USA: import vini fermi imbottigliati
Confronto quinquennale
del mese di novembre

Import mensile	Francia (Mln €)	Spagna (Mln €)
nov-14	57,7	18,1
nov-15	75,0	18,5
nov-16	76,6	21,1
nov-17	76,9	19,2
nov-18	80,8	17,7
nov-19	51,7	16,1
var. 19 vs 18	-36,0%	-9,2%

A novembre del 2019 la Francia va sotto per la prima volta in cinque anni, complici i dazi. Segno meno anche per la Spagna dopo anni altalenanti.

fonte: Nomisma Wine Monitor su dati doganali

GAMBERO ROSSO®

Bella la vita



RAMAZZOTTI®

Taste Experience

**UN TOUR CHE UNISCE IL GUSTO DELL'ALTA CUCINA
ALLA VERSATILITÀ DI RAMAZZOTTI NELLA MIXOLOGY**

MILANO | LECCE | FIRENZE | ROMA | NAPOLI | ANCONA | PERUGIA | TORINO

Scopri di più su www.ramazzottiexperience.it

BEVI RESPONSABILMENTE