



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



## VINITALY L'EDIZIONE DEI RECORD. TRA MERCATI E POLITICA

### AUTORIZZAZIONI

Plafond superato di 10 volte: chiesti oltre 65 mila ettari. La mappa regionale

### DAZI

❖ Guerra commerciale Usa-Europa: quanto rischia di perdere il vino italiano?

### TAVOLA ROTONDA

❖ Bene l'enoturismo, preoccupano i prezzi. A Verona il confronto tra le associazioni

### PROSECCO DOCG

❖ Stop alla crescita dei volumi. E arriva il nuovo disciplinare che introduce l'Extra Brut

### MONDO

❖ Produzione record e mercato sempre più internazionale. La congiuntura 2018 dell'Oiv

## LA FOTONOTIZIA



## LA VITICOLTURA È SEMPRE PIÙ GIOVANE. L'AVANZATA DELLA "Z" GENERATION

Sempre più under 25 nei campi. È la "Z" generation che prende piede soprattutto nel settore vitivinicolo, cercando nella terra e nella vigna, in particolare, il proprio futuro. Il +38% registrato nel corso del 2018, come, da Vinitaly, fa notare la Coldiretti sulla base di proiezioni su dati Agea, certifica questo ritorno al settore primario per le giovani generazioni. Col vitivinicolo particolarmente dinamico, se consideriamo che i produttori under 25 sono saliti a quota 1.200 in 12 mesi, con un aumento che va in controtendenza rispetto al -6% registrato a livello generale. L'organizzazione degli imprenditori agricoli, presieduta da Ettore Prandini, non esita a parlare di **nuova stagione del vino italiano e di imprese che guardano alla sostenibilità ambientale, al marketing attraverso i social network, al rapporto con i consumatori**. Il trend si conferma anche ampliando lo sguardo fino alle società under 35, che registrano un +19%. La Coldiretti fa sapere che sono quasi 7.300 le aziende con un titolare sotto i 35 anni, pari al 13% delle 56 mila imprese agricole italiane. E registrano migliori performance: possiedono una superficie superiore di oltre il 54% sulla media, un fatturato più elevato del 75% della media e il 50% per cento di occupati per azienda in più.

Foto di: Consorzio San Gimignano

## NUOVI IMPIANTI. Plafond autorizzazioni superato di 10 volte: chiesti oltre 65 mila ettari

a cura di Gianluca Atzeni



Il copione è lo stesso di un anno fa. Le autorizzazioni per i nuovi impianti richieste dalla filiera italiana del vino per il 2019 ammontano a 65.716 ettari, che equivale a circa 10 volte le superfici disponibili assegnate dal Mipaaf, pari a 6.602 ettari. Un esito fotocopia rispetto al 2018 che, come è lecito attendersi, **lascierà con l'amaro in bocca molti dei 26.700 richiedenti**, che potranno far crescere solo limitatamente il proprio vigneto. Il boom di richieste per il vigneto italiano, quindi, non si arresta. Nel 2016, primo anno di applicazione del nuovo regolamento europeo, le richieste di nuovi impianti furono pari a 66 mila ettari, superiori di dieci volte il plafond; nel 2017 gli ettari chiesti furono 165 mila sui 6.600 a disposizione (25 volte); lo scorso anno sui 6.500 ettari disponibili ne sono stati chiesti 63.500.

Undici le Regioni che applicheranno dei criteri di priorità nell'assegnazione delle nuove autorizzazioni, che saranno rilasciate entro il prossimo 1 giugno. Criteri molto diversificati, che vanno dalla conduzione biologica ai territori sottratti alle mafie, dalle pendenze dei terreni ai vigneti delle piccole isole (come nel caso di Toscana e Sicilia) o di montagna. Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Trento, Bolzano, Liguria, Umbria, Abruzzo, Molise e Basilicata hanno scelto di non applicare alcun criterio di priorità.

Guardando ai singoli territori, in Puglia (con oltre 25 mila ettari e quasi 4 mila domande) sono stati chiesti più ettari, ma va tenuto conto che la Regione aveva fissato a 20 la superficie massima richiedibile. Il Veneto è la regione con più domande in assoluto (oltre 8 mila) per 6.600 ettari e un limite per domanda fissato a un ettaro. La Sicilia conta 3 mila richieste per 12 mila ettari. L'Emilia Romagna va oltre 2.600 domande con richieste per 5.700 ettari (soglia a 3 ettari). La Toscana ha chiesto oltre 5.100 ettari con poco più di mille domande. Mentre il Friuli Venezia Giulia ha chiesto poco più di 1.700 ettari di superficie, a fronte di 1.859 domande.

### Richieste impianti

Regione	domande	superficie totale
ABRUZZO	1.103	2.194,70
BASILICATA	136	403,76
CALABRIA	114	261,96
CAMPANIA	668	1.022,41
EMILIA ROMAGNA	2.657	5.725,87
FRIULI V.G.	1.859	1.703,59
LAZIO	123	287,79
LIGURIA	132	159,67
LOMBARDIA	679	867,89
MARCHE	156	356,70
MOLISE	220	756,92
P.A. Bolzano	765	167,55
P.A. Trento	545	254,63
PIEMONTE	949	1.064,14
PUGLIA	3.912	25.581,29
SARDEGNA	371	922,01
SICILIA	3.081	12.121,32
TOSCANA	1.031	5.143,95
UMBRIA	60	95,56
VALLE D'AOSTA	35	16,03
VENETO	8.105	6.608,65
<b>TOTALE</b>	<b>26701</b>	<b>65.716,38</b>

dati Agea

## USA. I dazi annunciati sul Made in Italy colpirebbero un comparto da 2,2 mld di euro. E il vino sarebbe il più a rischio. Gli imprenditori: "scongiurare guerra commerciale"



Vino, pasta, olio d'oliva e formaggi. Se gli Stati Uniti, come prospettato dal presidente Donald Trump, decidessero di introdurre dei dazi aggiuntivi sull'agroalimentare, in risposta agli aiuti Ue al gruppo Airbus, metterebbero a repentaglio ben 2,2 miliardi di euro di Made in Italy. E **il vino, che vale da solo circa 1,5 miliardi, sarebbe il settore ad avere la peggio**. L'Ismea, col suo direttore generale, Raffaele Borriello, ricorda che gli Usa rappresentano il terzo mercato di destinazione per il food & beverage italiano, dopo Germania e Francia e il 10% del totale delle esportazioni agroalimentari italiane, per un valore di 4,25 miliardi di euro. "L'introduzione dei dazi per le nostre produzioni agroalimentari" avverte "potrebbe avere pesanti conseguenze per le imprese". L'export vinicolo verso gli Usa vale un quar-

to del totale delle esportazioni enologiche italiane nel mondo. Il Prosecco, con crescita del 440% negli ultimi 10 anni, ricorda l'Ismea, vale da solo 334 milioni di euro. E le bollicine del Nord Est stanno anche affrontando le incognite della Brexit. "Mettere dazi è stupido e non tutela l'economia", ha detto il ministro per le Politiche agricole, Gian Marco Centinaiò "perché dazio chiama dazio e ci saranno problemi per tutti coloro che importano ed esportano". Preoccupate le associazioni agricole. "Con i dazi aumenterebbero i prezzi dei prodotti italiani sul mercato americano" fa notare la Coldiretti "e sarebbero più competitive le falsificazioni ottenute sul territorio statunitense e quelle provenienti da Paesi non colpiti dalle misure di Trump". Secondo la Cia-Agricoltori Italiani occorre "evitare di arrivare allo scontro e aprire un negoziato con gli Usa.

### BREXIT. Il rinvio di sei mesi tranquillizza il settore. Vantaggi per Pac e agroalimentare

Tirano un sospiro di sollievo, per ora, le associazioni del settore vitivinicolo. La Brexit è rinviata al 31 ottobre e chissà se, nel frattempo, non ci siano ripensamenti da parte di governo e popolo inglese. Gli analisti economici e politici parlano di situazione in totale divenire aperta a qualsiasi esito. Nel frattempo, il recesso immediato e senza regole è stato evitato. L'augurio, come sottolinea il presidente di Confagricoltura, Massimiliano Giansanti, è che questo tempo possa essere utile a far adottare alla Ca-

mera dei Comuni la decisione che porti ad aprire il negoziato con l'Europa. Gli scambi agroalimentari tra Ue e Ue garantiscono un saldo attivo di 21 miliardi di euro a favore dell'Ue: "Superiore a quello che si registra per l'interscambio con il resto del mondo", sottolinea Giansanti. Per la Coldiretti, il rinvio significa maggiori garanzie del rispetto degli obblighi del



È necessario lavorare per vie diplomatiche, scongiurando allarmismi, per non rischiare di mettere in pericolo un patrimonio consolidato". La Confagricoltura, con il presidente Massimiliano Giansanti, ricorda che i danni da compensare, secondo Washington, ammontano in 11 miliardi di dollari l'anno. I dazi potranno essere effettivamente applicati solo dopo una valutazione formale da parte dell'Organizzazione mondiale del commercio. "Pertanto, non c'è un pericolo immediato" sottolinea "in quanto la pronuncia del Wto si avrà entro l'estate. Tuttavia, i rischi sono elevati, in quanto gli Usa hanno fatto ricorso alla procedura già utilizzata per applicare i dazi aggiuntivi sulle importazioni dalla Cina". Sempre in tema di guerra doganale, il governo Trump dovrà affrontare quella con il dirimpettaio Canada. Il ministro degli Esteri di Ottawa, Chrystia Freeland, ha annunciato che il suo Paese pensa di allargare la lista dei prodotti americani colpiti dai dazi in risposta a quelli Usa su acciaio (25%) e alluminio (10%). A luglio 2018, il Canada aveva replicato con dritti doganali su 12,6 miliardi di dollari Usa di prodotti americani con il ketchup, il bourbon e il succo d'arancia. Ora, come riferito dall'ambasciatore americano a Washington, David MacNaughton, potrebbero aggiungersi le mele, i suini e il vino. - G. A.

Regno Unito in materia di contribuzione al bilancio Ue, con risvolti positivi per il mantenimento delle risorse per la Pac "essenziale" afferma la Coldiretti "per il nostro Paese".

## CONVEGNI. Temi e presidenti a confronto. Da Vinitaly la "squadra vino" chiede coesione e regia unica. Bene l'enoturismo, preoccupazione sui prezzi

a cura di Loredana Sottile

Innovazione tecnologica, competitività, prezzi, sostenibilità, enoturismo. Sono i maggiori temi emersi dall'ormai annuale tavolo di lavoro di Verona dal titolo *Parlano i Presidenti: conversazione con le organizzazioni della filiera vitivinicola*. Se il campo da gioco è stato, come di consueto, Vinitaly (che per estensione quest'anno avrebbe potuto ospitare ben 14 campi da calcio), la squadra è sembrata compatta e affiatata nell'affrontare le sfide del settore. "Ma c'è un problema" ha subito lanciato la palla al centro il presidente di Federdoc **Riccardo Ricci Curbastro** "i giocatori ci sono, ma troppo spesso manca l'allenatore". Lupus in fabula, si è subito palesato il ministro delle Politiche Agricole

**Gian Marco Centinaio**, ribadendo come il gioco di squadra sia fondamentale: "troppi enti in giro per il mondo non fanno bene alla promozione italiana". Il titolare del Mipaaf ha, quindi, sottolineato, in questo quadro frammentato, il ruolo di Vinitaly "che racchiude in sé le due parole che piacciono di più in giro per il mondo: vino e Italia".

E sulla promozione, ha subito preso la palla al balzo il presidente Cia **Dino Scanavino**, sottolineando l'importanza dei Trattati internazionali: "Il vitivinicolo rappresenta uno dei settori che ha meglio utilizzato le risorse della politica agricola comune ed è spesso 'apripista' degli accordi internazionali di libero scambio. Ovviamente non tutti possono essere sempre vantaggiosi in toto per l'Italia, ma per lo più ci mettono nella condizione di giocare all'attacco. Penso al Ceta tra Ue e Canada ma anche il Jfta tra Ue e Giappone, accordi che rappresentano un messaggio potente anche contro la preoccupante crescita dei protezionismi e delle politiche di chiusura commerciale". Ha raccolto l'assist di Scanavino, il presidente di Federvini **Sandro Boscaini**, che ha ricordato come in questi anni le cantine abbiano "investito molto sul mercato, anche grazie alle risorse messe a disposizione dalla Ue attraverso l'Ocm, triplicando in pochi anni il valore globale delle esportazioni. Tuttavia," ha sottolineato Boscaini "ad oggi l'80% delle vendite estere si concentrano solo in quattro mercati. Un grosso rischio, viste le difficoltà legate a Paesi come Usa e Regno Unito, ma anche un'opportunità, che ci indica come di mercati da esplorare ce ne siano ancora tanti".

Sul fronte produttivo, è subito andato in profondità il presidente di Assoenologi **Riccardo Cotarella**, facendo notare come "alla luce della positiva vendemmia 2018 non si comprende come si siano alimentate interpretazioni scorrette da parte dei mercati, che stanno portando a una valutazione dei vini assolutamente inadeguata rispetto ai costi di produzione". Le soluzioni per i produttori? "Uscire da una mortificante economia incrementando la produzione, con ogni comprensibile riflesso sul piano della qualità, oppure chiudere un'attività non più remunerativa" ha detto senza mezzi termini il numero uno degli enologi, in un passaggio



teso e perfetto verso la coordinatrice vino di Alleanza delle cooperative agroalimentari **Ruena Santandrea**. "Ci sono rischi che il settore vino non può permettersi" è subito entrata in gioco lei, evidenziando come le oscillazioni nei livelli di produzione e la volatilità dei prezzi stiano determinando incertezza per il reddito dei viticoltori. "Motivo per cui, come cooperazione, abbiamo pensato a un pacchetto di proposte per un'azione ordinata e coordinata. Tra questi: la riduzione delle rese massime di produzione di uva per ettaro per i vini senza Ig con indicazione della varietà; una migliore gestione dei superi, dei declassamenti e delle stesse riclassificazioni e su eventuali usi alternativi al vino".

Il secondo tempo dell'incontro, si è, invece, spostato sul campo dell'innovazione. "Il vigneto 4.0" ha sottolineato il presidente di Confagricoltra **Massimiliano Giansanti** "è una realtà radicata in molti territori, ma occorre ancora lavorare per superare molte criticità, sia strutturali sia politiche e culturali. La viticoltura IT non è contro la tradizione o riservata alle grandi aziende, ma un'opportunità per rilanciare la competitività di tutto il comparto e per favorire la crescita e l'occupazione dell'agricoltura e del Paese". Va di pari passo al progresso tecnologico, la tutela ambientale, così come ha ricordato Ricci Curbastro: "il cambiamento climatico sta imponendo di riesaminare le logiche che stanno alla base del nostro modo di agire per garantire la qualità del prodotto. La sostenibilità è un driver strategico di sviluppo e parte da una viticoltura ragionata".

Tra i goal già messi in rete dalla squadra vino, il presidente Uiv **Ernesto Abbona** ha voluto ricordare l'appena approvato decreto sull'enoturismo, attività che rappresenta "una calamita potentissima capace di influenzare la scelta delle destinazioni di viaggio. In questo modo, grazie alle nostre proposte" ha concluso Abbona "sono state introdotte sia la definizione di attività enoturistica sia alcune importanti semplificazioni fiscali". Un esempio da seguire, quello dell'enoturismo, che dimostra come il gioco di squadra possa portare risultati tangibili. E la partita è destinata a continuare. A partire dalla prossimo "match" in calendario: la pubblicazione del bando Ocm atteso entro fine maggio.

GAMBERO ROSSO®



La guida che racconta i migliori extravergine

In libreria e su [www.gamberorosso.it](http://www.gamberorosso.it)

Iniziativa realizzata con il supporto del Ministero dello Sviluppo Economico e in collaborazione con l'Agenzia-ICE

GAMBERO ROSSO

# VINI D'ITALIA Tour 2019

Gambero Rosso con ITA, insieme per la Promozione del Vino Italiano nel mondo, vi invitano di partecipare a due tappe speciali del Gambero Rosso World Tour, per accrescere l'immagine e la distribuzione del Vino Italiano in USA.

ATLANTA  
10 Giugno 2019

SAN DIEGO  
12 Giugno 2019

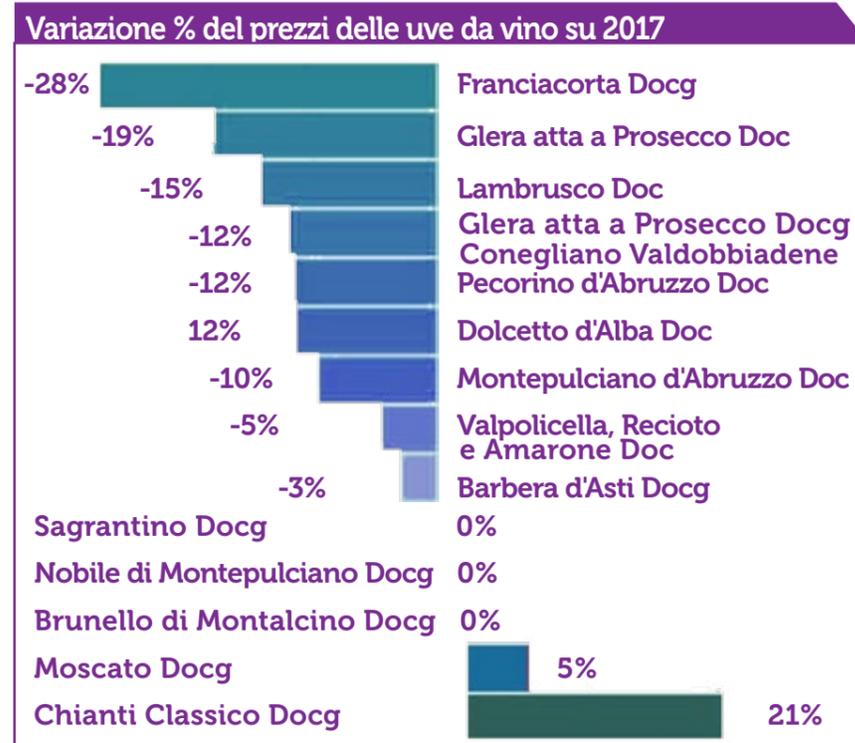
## CONSUMI. Rialzo dei prezzi in Gdo è trend positivo. Ora dare il giusto valore al vino

Non tutte le cattive annate vengono per nuocere. A giudicare dall'andamento dei prezzi nella grande distribuzione organizzata italiana nel 2018, i rialzi provocati dalla scarsità di prodotto hanno in qualche modo giovato al settore. Nel senso che l'aumento del prezzo medio a scaffale (+6,5% a fronte di un calo degli acquisti del 3,8%) è considerato sia dalle cantine sia dalle insegne distributive un trend positivo. Il concetto è stato ribadito durante la tavola rotonda sul mercato del vino in Gdo, tenutasi a Vinitaly e organizzata da Veronafiere in collaborazione con Iri, con una postilla non da poco: "I prezzi del vino devono essere adeguati al suo valore e stabilizzati, per consentire lo sviluppo di strategie di medio e lungo periodo". Si tratta della cosiddetta 'scommessa sul valore': obiettivo comune ma difficile da raggiungere. "Vendemmie abbondanti o scarse" ha spiegato Virgilio Romano, business insight director di Iri "hanno effetto sui prezzi delle uve destinate ai vini, in particolare ai quelli da tavola, che pagano le forti oscillazioni al rialzo con importanti cali dei volumi. I disciplinari delle denominazioni proteggono da tali oscillazioni permettendo alle aziende di mantenere politiche commerciali e di

marketing stabili nel tempo". Una crescita delle Dop che è avvenuta negli ultimi 20 anni: all'inizio del duemila, la percentuale Docg/Doc/Igt era inferiore al 60% rispetto al 70% di oggi. "La strada è questa" ha detto Romano "continuare a valorizzare territori e produzioni", come accaduto, per esempio, al Negroamaro, tra i vini più performanti del 2018. Dalla tavola rotonda a Vinitaly sono arrivati messaggi importanti per il settore. "Nel 2019" ha avvertito Alessandro Masetti (Coop Italia) "non bisogna disperdere quanto di buono costruito nella relazione col consumatore. Una vendemmia abbondante potrebbe portare a una maggiore aggressività promozionale che stimola il consumatore all'acquisto ma rischia di svalorizzare il prodotto". Dalla parte industriale del settore vino è arrivato l'auspicio, con Enrico Zanoni (Uiv), di "una politica di prezzo correlata al posizionamento del vino e meno influenzata dagli aumenti della materia prima". Massimiliano Capogrosso (Federvini) invita ad "andare ancora più in profondità perché ogni segmento raggiunga il giusto punto di equilibrio. Abbiamo, ad esempio, destagionalizzato il Prosecco, ma rischiamo di riportare gli altri spumanti nell'ambito delle festività".

## MERCATI. Rapporto Borsa merci telematica: "Prezzi uve in calo dopo annata abbondante"

Con 70 milioni di quintali di uve prodotte nel 2018, e un aumento del 13,8% su base annua, l'Italia ha registrato un deciso aumento produttivo, che ha provocato, a sua volta, un generale ribasso dei prezzi delle uve da vino. Lo evidenzia il Rapporto della Borsa merci telematica italiana (Bmti) sulle quotazioni del 2018 rilevate dalle Camere di commercio, presentato a Vinitaly. In particolare, risultano in deciso calo le quotazioni delle uve per produrre la Docg Franciacorta (-28%), dell'uva Glera atta a Prosecco Doc (-19%) e a Prosecco Docg Conegliano-Valdobbiadene (-12%). In **Toscana**, considerando i grandi rossi, i prezzi sono rimasti stabili per le uve atte a Brunello di Montalcino (425 euro/quintale) e Nobile di Montepulciano (165 euro/quintale); mentre risultano in forte crescita per il Chianti Classico (+21%) e sono in calo per Chianti (-16,1%) e per l'uva atta alla produzione di vini Igt (-28%). In **Piemonte**, bene le uve per la produzione del Moscato (+5%), in calo quelle per Barbera d'Asti (-3%). In Emilia Romagna, è marcato il calo per le uve atte a Trebbiano Doc (-15,8%) e per le uve Sangiovese Doc (-5,3%). Per le uve **Lambrusco**, i listini sulla piazza di Reggio



Emilia hanno mostrato una flessione nell'ordine dei 15 punti percentuali rispetto al 2017 per le uve destinate sia agli Igt che ai Doc. In Umbria, stabili le uve per **Sagrantino Docg** (180 euro/q) così come quelle per il Torgiano rosso riserva Docg (195 euro/q). In **Abruzzo**, in ribasso le uve per il Montepulciano, più

marcato per la tipologia a denominazione (-9,8%) e in trend negativo (-4%) anche rispetto alla media del quinquennio 2013-2017. In **Puglia**, tra le uve per vini Doc, il calo è stato sensibile sia per quelle a bacca bianca (-41,8%) sia a bacca nera (-34,8%). Ribasso meno accentuato per le uve Moscato (-11,5%).

## PROSECCO DOCG. Stop alla crescita dei volumi. Ora si aspetta l'Unesco

a cura di Gianluca Atzeni

Il Prosecco superiore Conegliano-Valdobbiadene Docg sembra aver raggiunto uno dei limiti strutturali: quello dei volumi. I 90,6 milioni di bottiglie registrati nel 2018 (in lieve flessione dello 0,9% sul 2017) potrebbero rappresentare una sorta di barriera fisiologica, per poter puntare alla valorizzazione piena del prezzo. I 5,76 euro a bottiglia (+4,8%) e i 521 milioni di euro (+3,8%), così come recita il Rapporto di distretto, sono un risultato molto importante raggiunto nel 2018. È vero che sui prezzi si sentono gli effetti di un'annata povera come la 2017, ma la denominazione sembra aver trovato un equilibrio, destinando meno vino per le tipologie fermo e frizzante, incrementando la tipologia Rive (+27,9% a volume e +43,8% a valore) e superiore di Cartizze (+2,7% a volume e +9,3% a valore). *"I risultati confermano che la strada della qualità che stiamo percorrendo ci conduce al traguardo"*, ha spiegato Innocente Nardi, presidente del Consorzio di tutela, soffermandosi sul trend delle vendite interne durante la conferenza stampa al Vinitaly: *"La crescita delle vendite nazionali, +6,3%, e del valore corrispettivo, +12,2%, è la risposta che ci aspettavamo al lungo e impegnativo lavoro per promuovere l'eccellenza di questo prodotto"*. Nardi non ha dubbi: *"Per tutelare la qualità del prodotto non è più possibile pensare di aumentare la produzione"*. Significa che occorre suonare altri tasti. Quello dell'impegno ambientale, innanzitutto, che si è concretizzato nel divieto di uso del glifosato nei fitofarmaci a partire dal gennaio 2019. L'espansione sui mercati internazionali, in secondo luogo, con nuovi clienti e nuove frontiere raggiunte, come ha osservato il professor Vasco Boatto, responsabile del Centro studi di distretto: *"Cina e Hong Kong (+36,6% a volume e 57% a valore); Australia e Nuova Zelanda (+18,5% a volume e l'equivalente a valore); Federazione Russa (+14,8% a volume e 17,2% a valore)"*. Il mercato italiano, in terza battuta, dove la crescita è stata significativa nel 2018, con +7,5% a valore e +4,9% a volume, ben superiore a quella del mercato complessivo degli spumanti (+4,7% e +1,2%). Il momento, inoltre, è buono in Gdo, con valori a +13,3% e volumi a +10,1% nelle centrali d'acquisto; ma anche nella vendita diretta (+12% e +11,1%) e in enoteche e horeca (+13,3% e +3,1%). A crescere è l'attenzione alla qualità della materia prima, come ha fatto notare Boatto. La filiera ripone molta fiducia nel possibile riconoscimento Unesco per le Colline del Prosecco: *"Questo è l'anno dell'Unesco"* ha detto il governatore del Veneto, Luca Zaia *"a luglio, a Baku, contiamo di consegnare il titolo a un'area naturalistica straordinaria"*.



### IL NUOVO DISCIPLINARE DELLA DOCG PROSECCO

Vinitaly è stata l'occasione per presentare il nuovo disciplinare del Prosecco Docg, che mira a valorizzare il prodotto. Per la tipologia Rive, cambia la superficie in favore dei territori più impervi e, inoltre, sarà obbligatorio commercializzarla dal 1 marzo dell'anno successivo alla vendemmia. Inoltre, sono state inserite due tipologie: "Sui lieviti", per tutti gli spumanti rifermentati in bottiglia, che recupera la storicità del prodotto e la profondità della storia spumantistica del territorio; "Extra Brut" per incontrare i gusti dei consumatori che virano su gradazioni zuccherine meno accentuate.



## Gli specialisti dei formaggi DOP e tipici italiani



## PROSECCO. La versione Doc rosé a Verona. Zanette: "Mercato pronto e interessato"

Il mercato ha sete di Prosecco rosato. Il dato dell'indagine Wine Monitor Nomisma, presentato a Vinitaly, dice che se le bollicine venete e friulane fossero in vendita verrebbero acquistate da nove americani su dieci e da oltre sette italiani su dieci. Addirittura, una certa percentuale dei quattromila consumatori di Prosecco intervistati tra Italia, Regno Unito, Germania e Stati Uniti pensa di averlo già assaggiato, come ha spiegato Emanuele Di Faustino, project manager dell'area agroalimentare dell'istituto di ricerca.

Il prototipo di quella che è una delle più importanti novità in arrivo sul mercato del vino è stato presentato dal Consorzio del Prosecco Doc. "Una prima versione molto probabilmente non definitiva, ma sicuramente assai vicina a quella che sarà approvata", ha spiegato il presidente, Stefano Zanette, che al settimanale Tre bicchieri aveva illustrato i progetti in rosa del gigante italiano delle bollicine. **L'obiettivo del consorzio è far sì che il nuovo**

**disciplinare contempi la versione rosa** ma uniformando la produzione sotto un unico nome. Da un punto di vista strettamente economico, la Doc interregionale, nel 2018, ha sfornato 464 milioni di bottiglie (+5,6%), di cui l'83% di spumante (con una crescita della versione brut) e il 17% di frizzante, per un fatturato di circa 2,4 miliardi (+13,4% sul 2017), di cui 1,8 miliardi provenienti dalle esportazioni. La vendemmia 2018 dovrebbe portare a una produzione di 3,65 milioni di ettolitri (+12%), con 650 mila a riserva vendemmiale. Tra i mercati esteri, primo



posto confermato per il Regno Unito (-0,2%), seguito da Stati Uniti (+4,2%) e Germania (+3,1). Il professor Vasco Boatto (Università di Padova) ha segnalato anche le performance di Francia (+12,4%), Belgio (+19,3%) e Svezia (+29,1%), tutte e tre tra i primi sette mercati.

## SOSTENIBILITA'. Equalitas e Doc Prosecco assieme per la sfida ambientale. Si pensa a un Distretto per la promozione vini pugliesi

Presentato al Vinitaly il progetto PRO.S.E.C.C.O. DOC, acronimo di **Programma della sostenibilità e del controllo della competitività della filiera vitivinicola Prosecco Doc**. Si tratta del prototipo di gestione sostenibile della denominazione, che prende le mosse dal protocollo Equalitas (la società nata nel 2015 su iniziativa di Federdoc e Uiv, partecipata da Gambero Rosso, Valoritalia, Csqa Certificazioni



e 3AVino). Nella prima fase, un gruppo rappresentativo di aziende opererà a vari livelli in ambito agricolo, ambientale e di prodotto uva/vino, e sul fronte degli indicatori della biodiversità, dell'impronta carbonica e idrica, in un'ottica di inclusione sociale ed economica. "L'iniziativa", come ha spiegato il presidente del Consorzio del Prosecco Doc, Stefano Zanette "consente di verificare direttamente, sia con le aziende agricole sia con le cantine che potranno certificare il prodotto, le eventuali criticità e le reali possibilità di miglioramento, compresa la gestione dei costi a livello aziendale". Il presidente di Equalitas, Riccardo Ricci Curbastro, ha ricordato l'importanza di un percorso del genere "per poter essere competitivi sui mercati internazionali. Non è un caso se sono sempre di più gli attori che aderiscono o guardano con interesse al modello Equalitas". E ha fatto anche un passo indietro al Vinitaly 2018: "Abbiamo premiato i primi pionieri di Equalitas, consapevoli della necessità di porre l'accento su un tema prioritario per il settore. Oggi, nel 2019, ci presentiamo a Verona con una compagine ulteriormente rafforzata (dagli ingressi di Allegrini, Caprai e Tedeschi: ndr) e soprattutto con la ferma convinzione" ha concluso Ricci Curbastro "che la sostenibilità sia ormai un volano indispensabile per il futuro del nostro comparto".

## PILLOLE DI NEUROMARKETING. Perché i profumi di un vino riescono ad emozionare e a fare rivivere esperienze del passato?



Come scriveva un noto psicologo dei consumi, Ferdinando Dogana (1993), "quando ascoltiamo alcuni parlare delle loro reazioni di fronte agli odori e ai profumi, ciò che colpisce è la grande ricchezza di associazioni che emerge relativamente a sensazioni, emozioni e a momenti di particolare significato affettivo". Sempre più ricerche neuroscientifiche dimostrano quanto profumi e fragranze siano in grado di migliorare il nostro umore ed il nostro senso di benessere, di potenziare i sapori e rinforzare la memorizzazione. Ciò vale sia nel caso dei sentori del vino, sia dei profumi edibili, che vengono aggiunti o nei cibi o nel tovagliame e nell'ambiente. L'obiettivo è creare un'atmosfera positiva o di produrre un umore migliore, oppure di stimolare gradevoli ricordi della propria infanzia e le corrispondenti emozioni. Così, se il profumo di vaniglia ci permette di viaggiare nel tempo e risentire i profumi di casa, o della nonna che preparava la torta, quello del gelsomino è in grado di proiettarci in una gradevole serata d'estate in riva al mare. Oggi, sappiamo che il processo di attivazione emozionale è strettamente legato ai profumi attraverso un meccanismo di attivazione immediato ed istintivo, senza consapevolezza. Le molecole odorose vengono, infatti, tradotte in vere e proprie "immagini dell'odore" nel "Bulbo olfattivo". Questo ha la funzione di fare passare solo gli odori più intensi e forti. Immediatamente dopo il superamento del "Bulbo olfattivo", l'informazione arriva alla "Corteccia olfattiva" che, benché si chiami corteccia, non ha nulla di consapevole. Si tratta, infatti, di un'area del cervello deputata al riconoscimento dei profumi già sentiti e memorizzati in passato. In quest'area, ritroviamo le nostre tracce mnestiche odorose. È qui che riconosciamo i profumi dell'infanzia o delle esperienze passate, riprovando le medesime sensazioni gradevoli o sgradevoli. Si tratta di un'area molto prossima al Sistema Limbico, l'area deputata alla gestione delle emozioni. L'olfatto è l'unico senso la cui struttura periferica ha una veloce ed immediata connessione con il Sistema Limbico. Ecco perché possiamo dire che questa parte del cervello ha il compito di "migliorare" la percezione degli odori. Solo alla fine del viaggio, l'informazione giunge alla "Corteccia Orbito-Frontale", ovvero quell'area del lobo prefrontale deputata all'elaborazione consapevole delle stimolazioni olfattive. È qui che riusciamo a dare un nome alla nostra sensazione ed a decidere di muoverci verso la fonte dello stimolo o ad allontanarci.

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

## SICILIA. Produzione 2018 in aumento per la Doc Pantelleria: +14%

Supera quota 17.800 quintali la produzione di uve Zibibbo atto a produrre la Doc Pantelleria. I dati relativi al 2018 sono stati illustrati al Vinitaly dal consorzio di tutela presieduto da Benedetto Renda (Cantine Pellegrino): "I nostri soci hanno prodotto 17.823 quintali di uve, segnando un +14% sull'anno precedente. Il Passito si conferma la tipologia principale, con oltre l'80% dell'imbottigliato". Con 325 viticoltori e 8 soci (Salvatore Murana, Pellegrino, Vinisola, Donnafugata, De Bartoli, Fabrizio Basile, Coste Ghirlanda ed Emanuela Bonomo), il consorzio ha presentato le iniziative previste per la seconda edizione del Pantelleria Doc Festival, in programma dal 29 agosto al 7 settembre prossimi. Presentato in anteprima anche l'annunciato Passito della Solidarietà, prodotto con l'uva appassita donata dai consorziati alle cantine



Marco De Bartoli, vittima di un furto di uve a settembre 2018. Le vendite del Passito della Solidarietà finanzieranno fino a 10 borse di studio da mille euro ciascuna per giovani studenti di Pantelleria che decideranno di iscriversi all'Istituto agrario.

## IRPINIA. Brand unico e produzione Dop che sfiora 10 milioni di bottiglie

L'Irpinia al Vinitaly ha fatto le prove di una promozione integrata, sotto un unico brand ombrello, Irpinia goccia a goccia. Con 90 espositori, di cui 83 cantine vitivinicole, l'agroalimentare di quest'area campana si è presentato a Verona e intende, con la stessa formula, presentarsi sui mercati internazionali.

Il vino rappresenta il motore trainante, considerando i quasi dieci milioni di bottiglie prodotti nel 2018, con vendite estere che a valore hanno totalizzato circa 18 milioni di euro. Taurasi, Greco di Tufo e Fiano di Avellino (che valgono il 76% della produzione enologica di qualità) saranno i protagonisti. Il brand Irpinia goccia a goccia per tutto il 2019 unirà le eccellenze territoriali. "Guardiamo naturalmente al vino come principale locomotiva di questa spinta" ha detto il presidente della Camera di Commercio di Avellino, Oreste La Stella "ma è arrivato il momento di fare leva anche sulle risorse paesaggistiche, sul patrimonio gastronomico e sulla ricchezza artistico-culturale che contraddistinguono il nostro territorio. E per farlo, il gioco di squadra e la messa a sistema sono le uniche soluzioni in grado di rendere vincente questa strategia".

## IRPINIA. Nasce Mima, il Museo d'impresa Mastroberardino: inaugurazione il 15 maggio. Quando la storia vitivinicola si incrocia a quella d'Italia

a cura di Andrea Gabrielli

Sarà aperto al pubblico dal prossimo 15 maggio il Mima-Museo d'Impresa Mastroberardino Atripalda. In esposizione non ci saranno i soliti attrezzi agricoli, bensì **un percorso di tre secoli di storia italiana e dei vini d'Irpinia, attraverso le vicende imprenditoriali e personali di dieci generazioni della famiglia Mastroberardino.**

Un vero e proprio tesoro, consultato e vagliato da Piero Mastroberardino, di oltre 10.000 documenti tra lettere, copie commissioni, ordini, fotografie, che fatalmente si intrecciano con i principali accadimenti del nostro Paese. La prima sezione (1700-1914) ospita la narrazione delle prime vicende d'impresa della famiglia che elesse il paese di Atripalda a proprio quartier generale. Vi sono documenti che riguardano il Regno di Napoli, dagli Asburgo ai Borboni e poi a Casa Savoia con i suoi regnanti, sino alla scomparsa di Angelo Mastroberardino, pioniere della prima internazionalizzazione dell'azienda, a partire dal 1878. La seconda sezione (1914-1932) ha come fulcro Michele Mastroberardino con i suoi viaggi in Europa, Nord America e nell'Africa Coloniale per vendere i vini di famiglia, creare nuove reti di distribuzione, intessere nuovi rapporti commerciali. La



famiglia partecipa alla Grande Guerra, si confronta con il fascismo e poi con il dirottamento delle navi operate da Dannunzio con il Vate che chiede ai proprietari il riscatto delle merci – in questo caso vini – per foraggiare i legionari Fiume. In quegli anni, a causa del Proibizionismo in Usa, i vini dell'azienda presero la via del Sud America, dell'Asia, dell'Africa e dell'Oceania. La terza sezione (1933-1945) vede ancora protagonista Michele che caduto il Proibizionismo, sfrutta il momento favorevole e il consolidarsi dei nuovi mercati. In Italia l'azienda si trova ad affrontare i problemi con il modello corporativo fascista, il regime di autarchia, l'affondamento del piroscafo Cesare Battisti impegnato nel trasporto del vino nelle colonie a causa delle rappresaglie in-

glesesi per la conquista dell'Etiopia. Con lo scoppio della II Guerra Mondiale i collegamenti diventano difficili e rischiosi mentre la fase più drammatica arriva con i devastanti bombardamenti del 1943 e primi passi di una difficile ricostruzione nel dopoguerra. Se oggi l'Irpinia, il Greco di Tufo, il Fiano di Avellino e il Taurasi sono nella ristretta cerchia dei grandi territori e dei grandi vini italiani, lo si deve in grande parte al ruolo svolto negli ultimi tre secoli dalla famiglia Mastroberardino che lo ha saputo imporre a livello internazionale. Il Mima, presentato durante questa edizione di Vinitaly, con i suoi documenti e le sue ricostruzioni storiche, è uno spaccato non solo dell'azienda, ma è un omaggio alla migliore tradizione e alla vocazione alla qualità della terra irpina.

## ENOTURISMO. Gallo Nero: gli americani fedeli al Chiantishire, in crescita i francesi

Gli statunitensi sono lo zoccolo duro delle presenze enoturistiche nel Chianti classico, i tedeschi sono diminuiti mentre si affacciano i francesi: Lo rivela una interessante indagine del Consorzio del Gallo nero effettuato nei mesi scorsi tra le aziende associate. Le nuove tendenze rivelano un profilo un po' diverso dell'enoturista che visita questo angolo di Toscana. Chi sceglie il Chianti cerca relax, cultura, territori e vini di eccellenza e queste terre sono amate soprattutto perché sono considerate "slow" e per le esperienze enogastronomiche che sanno regalare. Le permanenze medie oscillano per lo più tra il weekend lungo e la settimana intera (oltre il 60% dei visitatori). Oltre il 90% delle aziende del Gallo Nero offre degustazioni e visite guidate (il 43% in maniera continuativa durante l'anno), corsi di cucina (27%) oppure una visita didattica (10%) o giri in bicicletta. Sul fronte delle presenze,

gli stranieri rappresentano la gran parte degli enoturisti nel Chianti: ben 85% delle presenze sul milione e mezzo registrato da tutto il territorio nel corso del 2018. Cambia però la provenienza. Gli Stati Uniti detengono il primo posto con circa il 30% dei visitatori: "Il dato non stupisce" fa sapere il consorzio "perché negli Stati Uniti viene venduto il 34% della produzione totale della denominazione". La Germania, che è un mercato storico, registra un calo rispetto al passato e vale il 15% dei visitatori. Sorprende la forte crescita nell'ultimo quinquennio del turismo dalla Francia: "Oltre un quarto delle aziende vitivinicole hanno ricevuto visitatori francesi nell'ultimo anno, con una media di quasi un visitatore su cinque". Aumentano, infine, i visitatori dall'Europa dell'Est (Russi e Polonia su tutti) e dall'Europa del Nord: Norvegia, Svezia, Danimarca, Finlandia valgono il 5%.

GAMBERO ROSSO

SCOPRI LA GUIDA ONLINE

PUGLIA 2019

[www.gamberorosso.it/puglia/](http://www.gamberorosso.it/puglia/)



OLTRE 400 INDIRIZZI  
per scoprire i mille  
sapori del tacco d'Italia

in collaborazione con



REGIONE PUGLIA  
ASSESSORATO AGRICOLTURA

## COLLABORAZIONI. Arriva il primo Dizionario dei vini e vitigni d'Italia in cinese. Uno strumento fondamentale nato dall'incontro tra Gambero Rosso e Istituto Confucio



a cura di Loredana Sottile

La Cina e la Via della Seta sono senz'altro state alcune delle parole-chiave di questa 53esima edizione di Vinitaly. A partire dalla ricerca dell'Osservatorio Vinitaly-Nomsima, che ha puntato il binocolo sui Paesi di tutto il Far East, rilevando il grande balzo in avanti nei consumi di questi ultimi dieci anni, con la Cina che – con 2,4 miliardi di euro spesi nel 2018 per l'import di vini – si colloca come primo mercato di destinazione dell'area. Eppure c'è ancora un gap enorme difficile da colmare che è quello linguistico. **Siamo davvero sicuri, in tutti questi anni, di aver parlato la stessa lingua dei nostri interlocutori?** A raccogliere questa sfida ci hanno pensato il Gambero Rosso e l'Istituto Confucio dell'Università degli Studi di Milano, che a Vinitaly hanno presentato il Dizionario dei vini e vitigni d'Italia bilingue (italiano-cinese), sia in formato cartaceo sia app. La pubblicazione è la continuazione ideale del Dizionario dell'Alimentazione – italiano-inglese-cinese, pubblicato in occasione di Expo 2015 dall'Istituto Confucio in collaborazione con il dipartimento di Scienze della Mediazione Linguistica e di Studi Interculturali dell'Università degli Studi di Milano. Ma vediamo come si compone il testo appena pubblicato. Al suo interno sono raccolte circa 1200 voci, suddivise in quattro domini: vitigni, Igt, Doc e Docg. Ogni voce è stata costruita in italiano attraverso la consultazione di testi settoriali e dei disciplinari. Sono stati due i metodi utilizzati: la standardizzazione in lingua cinese dei nomi dei vitigni e delle denominazio-

ni dei vini e la traduzione delle definizioni a queste associate. Si è stabilito, così, il termine più adatto a identificare un vino o un vitigno nel rispetto della corretta pronuncia italiana e delle migliori tradizioni culturali cinesi. *“Il Dizionario dei vini e vitigni d'Italia costituisce un punto di partenza estremamente rilevante per colmare le lacune linguistiche e per valorizzare le nicchie di produzione e lo smisurato scenario vitivinicolo italiano nel mercato cinese”* spiega il presidente di Gambero Rosso **Paolo Cuccia** *“Abbiamo raccolto questa sfida assieme all'Istituto Confucio con grande consapevolezza ed entusiasmo, certi che una migliore diffusione della cultura del vino, di cui la Cina sta diventando un produttore di rilievo, favorirà ulteriormente le opportunità di espansione delle produzioni Made in Italy”*. Per il direttore dell'Istituto Confucio **Alessandra Lavagnino**, il dizionario è un *“prodotto unico che colma una lacuna importante per far conoscere al meglio il vino italiano in Cina. Un esempio tra tutti. Mentre i francesi hanno sempre tradotto i termini legati al vino tutti allo stesso modo, l'Italia fino ad ora non ha ancora trovato una sintesi: ognuno traduce etichette e denominazioni come vuole. Il risultato? I consumatori confusi, alla fine, preferiscono optare per la bottiglia francese. Adesso, con questo Dizionario abbiamo, finalmente, le definizioni italiane di vitigni, Docg, Doc e Igt, con una traduzione in cinese corretta e standardizzata. In questa maniera, grazie anche alla collaborazione del Gambero Rosso, il vino italiano troverà una migliore strada per raggiungere il cuore dei cinesi”*.



## AL VIA IL CORSO PER EXPORT MANAGER DI VINO ITALIANO IN CINA

Il nuovo Dizionario è in linea con la storica attenzione che il Gambero Rosso da sempre ripone nella promozione dell'enogastronomia italiana nel mondo, e in particolare in Cina. Vanno in questa direzione, sia la guida Vini d'Italia, da qualche anno, tradotta in cinese, sia il ricco calendario di appuntamenti del Worldtour che, nel corso di tutto l'anno, fa tappa anche a Shanghai, Pechino e la vicina Hong Kong. Ma non finisce qui. Da giugno, infatti, inizierà, in collaborazione con l'Istituto Confucio dell'Università degli Studi di Milano, il corso di specializzazione per la figura di “Export Manager del vino italiano in Cina”, il cui obiettivo è la formazione di professionisti in grado di gestire i processi di export e internazionalizzazione del vino italiano nel mercato cinese. Per maggiori informazioni <https://store.gamberorosso.it/it/corsi-professionali/470-1289-corso-export-manager-del-vino-italiano-in-cina.html>

## GUIDE 1. Oli d'Italia: presentata al Vinitaly la nuova edizione bilingue e business oriented

a cura di Indra Galbo

Si è concluso con un bel successo di pubblico e buyers l'esperienza Oli d'Italia 2019 del Gambero Rosso nella quattro giorni veronese. Quest'anno per la prima volta, ai premi speciali 2019 è stato dedicato un interno stand all'interno dello spazio Sol-Agrifood. Ma vediamo in breve i numeri di questa nona edizione della guida, realizzata in collaborazione con Unaprol e presentata a Verona: **712 oli extravergine selezionati, 433 aziende recensite, 179 oli che hanno ottenuto il massimo riconoscimento delle Tre Foglie**, con la Toscana prima regione sul podio per le sue 33 etichette premiate, seguita dalla Puglia e dal Lazio con 17. Tra le novità, la presentazione delle aziende e degli extravergine in duplice lingua, italiano e inglese, per permettere a buyer, operatori e appassionati di individuare immediatamente le caratteristiche sia dell'olio che dell'azienda. Uno strumento business oriented, quindi, che si rivela un alleato fondamentale per i produttori che vogliono investire nel mercato internazionale, oltre che in quello italiano. È una new entry anche il premio Olio & Vino dedicato alle aziende vitivinicole che si impegnano con ottimi risultati anche sul fronte dell'olivicoltura. Per questa edizione, il riconoscimento è stato assegnato ad Arnaldo Caprai di Montefalco (Perugia) e ColleMassari di Cinigiano (Grosseto).



## GUIDE 2. Il Tacco d'Italia come non l'avete mai visto.

### È online il vademecum enogastronomico del Gambero Rosso e della Regione Puglia

Una novità assoluta per il Gambero Rosso: il lancio della prima guida web interamente dedicata ad una regione, la Puglia. Il progetto, realizzato in collaborazione con la Regione Puglia, comprende oltre 400 indirizzi e 38 contenuti speciali a



portata di smartphone per orientarsi tra i profumi e i sapori inconfondibili che il Tacco d'Italia offre ai visitatori che arrivano da ogni angolo del mondo: dalle focacciere ai ristoranti fine dining, dai bar alle gastronomie, dai frantoi alle masserie, dai caseifici alle cantine. Un mosaico gustosissimo esplorato in lungo e in largo dal Gambero Rosso, che verrà costantemente aggiornato con le ultime novità. Il risultato è una mappa virtuale che spazia dal nord del Gargano a sud di Leuca, alla scoperta dei sapori più autentici. *“Con questa guida always on”* dice il presidente del Gambero Rosso Paolo Cuccia *“i visi-*

tatori potranno ampliare l'esperienza di viaggio immergendosi nei sapori e nello spirito pugliese”. Ma perché una web app e non una guida cartacea? La scelta è al passo con i tempi e con lo spirito che questo nuovo progetto vuole essere: un racconto in continuo aggiornamento. Così come spiega lo stesso Cuccia: *“La web app è incardinata anche all'interno del sito del Gambero Rosso, quindi è una guida, è una database, ma è anche un magazine enogastronomico che*

*racconta storie di cantine, di ristoranti e soprattutto di ospitalità”*. Non dimentichiamo, infatti, che oggi la Puglia è una delle destinazioni al top per il turismo enogastronomico, con un unico neo: la stagione corta. Tra

gli obiettivi della guida, quindi, anche quello di destagionalizzare gli arrivi sul territorio. Pone l'attenzione sulle potenzialità del turismo esperienziale, l'assessore alle Risorse agroalimentari della Regione Puglia Leonardo di Gioia *(a sinistra nella foto con Paolo Cuccia): “La Guida, come una bussola, ha l'obiettivo di guidare appassionati, curiosi, amanti del buon cibo, viaggiatori e turisti nella straordinaria ricchezza enogastronomica pugliese. In questo modo, la Regione Puglia sostiene iniziative e progetti che valorizzano e promuovono i prodotti e produttori con l'obiettivo di dare meritata visi-*

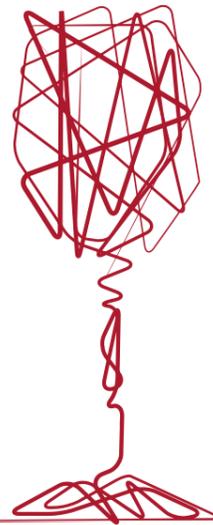
*bilità e fama alle nostre eccellenze agricole e agroalimentari, ma anche di sviluppare una tipologia di turismo cosiddetto esperienziale, in grado di coniugare mare, natura, sport, cultura, ospitalità e, naturalmente, buon cibo e buon bere”*. La Web Guide Puglia 2019 è disponibile al link [www.gamberorosso.it/puglia](http://www.gamberorosso.it/puglia)

### LA GUIDA IN PILLOLE

- 178 tra ristoranti, trattorie, street food, pausa gourmet, pizzerie, wine bar, birrerie.
- 165 fra caffè bar, gastronomie, enoteche, botteghe, pasticcerie.
- 78 aziende vinicole.
- 34 aziende olearie

## ENOLOGIA

Software e servizi  
per le imprese del vino.



Se produrre ottimo vino  
è la vostra priorità,  
noi vi rendiamo  
più semplice l'impresa.

**ENOLOGIA**  
sistemi

Scopri la soluzione >>

 **sistemi**  
Professione Informatica

**AGRIFOOD. Puntare su agroalimentare e turismo. Gambero Rosso e Class Editori lanciano il Mat Global Summit**



Valorizzare il comparto agroalimentare e rilanciare il turismo italiano. È l'obiettivo del Mat (Milano Agrifood&Travel) Global Summit, evento promosso da Gambero Rosso e da Class Editori che hanno deciso di dare vita a un'iniziativa che ha come filo conduttore il cibo, una delle ragioni più forti che spingono italiani e stranieri a compiere un viaggio. Al Mat Summit 2019 si terrà "Agrifood e turismo - Il Nuovo Grand Tour d'Italia", convegno di taglio gastronomico ed economico, in programma venerdì 12 aprile a Milano, nella sede del Museo della Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci.

Qualità, made in Italy ed export sono i tre concetti alla base dell'idea che accompagna questo incontro che porterà a confrontarsi esponenti di spicco della politica italiana ed europea, dell'economia, delle imprese, e che vedrà coinvolti non solo i comparti del food ma anche quelli della moda e del design. **L'obiettivo di Mat Summit è rilanciare il turismo partendo dall'agricoltura, valorizzando i territori e le loro risorse, dal vino all'ospitalità d'eccellenza.** La discussione e gli interventi spazieranno dall'internazionalizzazione alla tecnologia (blockchain e precision farming), dalla formazione al ruolo della gastronomia italiana nel mondo.

Il panel dei relatori è di alto livello. Saranno presenti il ministro per le Politiche agricole, alimentari e forestali e del Turismo, Gian Marco Centinaio; il direttore generale dell'Ismea, Raffaele Borriello; il primo vice presidente della Commissione agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento europeo, Paolo De Castro; il presidente della Regione Lombardia, Attilio Fontana; il presidente dell'Alleanza Cooperative Agroalimentari, Giorgio Mercuri; il presidente della Coldiretti, Ettore Prandini. Previste le relazioni del presidente e amministratore delegato del Gambero Rosso, Paolo Cuccia, e dell'amministratore delegato di Class Editori, Paolo Panerai. Hanno risposto all'appello anche molti gli imprenditori del settore agrifood e della moda: da Lamberto Frescobaldi allo chef Alfonso Iaccarino, da Paolo Gerevini (Melinda) ad Alfonso Dolce (Dolce&Gabbana).

Per info: <https://agrifoodtravelsummit.it/>

**GAMBERO ROSSO**



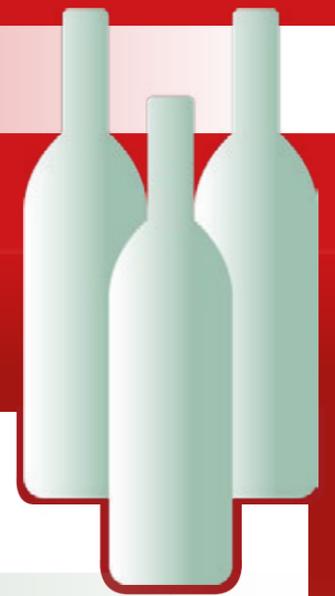
CALENDAR

WORLDTOUR 

2019

2020

  GamberoRossoInternational



2019

### APRIL

07 VERONA - Italy **trebicchieri VINITALY Special**  
15 DUBAI - UAE **Notte Italiana**

### MAY

06 SINGAPORE - Singapore **Top Italian Wines Roadshow**  
08 BEIJING - China **trebicchieri "ANTEPRIME"**  
09 ZURICH - Switzerland **Vini d'Italia "ANTEPRIME"**  
15 BORDEAUX - France **trebicchieri "ANTEPRIME" - VINEXPO Special**  
27 TORONTO - Canada **Vini d'Italia "ANTEPRIME"**  
29 MONTREAL - Canada **Top Italian Wines Roadshow**

### JUNE

03 WASHINGTON DC - USA **Top Italian Wines Roadshow**  
05 BOSTON - USA **Top Italian Wines Roadshow**  
10 ATLANTA - USA **Vini d'Italia "ANTEPRIME"**  
12 SAN DIEGO - USA **Vini d'Italia "ANTEPRIME"**

### OCTOBER

27 ROMA - Italy **trebicchieri**  
30 TOKYO - Japan **trebicchieri**

### NOVEMBER

04 SHANGHAI - China **trebicchieri**  
06 HONG KONG - China **trebicchieri HKTDC Special**  
25 MOSCOW - Russia **trebicchieri**  
27 ST. PETERSBURG - Russia **Vini d'Italia**

2020

### JANUARY

13-14 PARIS - France **trebicchieri Vinexpo Special**  
19-26 **WINE&SEA - II EDITION**  
27 MUNICH - Germany **trebicchieri**

### FEBRUARY

03 STOCKHOLM - Sweden **trebicchieri**  
05 COPENHAGEN - Denmark **Vini d'Italia**  
26 CHICAGO - USA **trebicchieri**  
28 NEW YORK - USA **trebicchieri**

### MARCH

04 SAN FRANCISCO - Usa **trebicchieri**  
06 LOS ANGELES - Usa **trebicchieri**  
14 DUSSELDORF - Germany **trebicchieri PROWEIN Special**

Sponsor .....

A DHL company  
**GORI**  
Wine and spirits logistics

  
**Surgiva**  
ALCOHOLIC BEVERAGES LOGISTICS  
TRANSPORT & STORAGE

## FORMAZIONE. Sanguis Jovis 2019: al via la terza edizione

Sarà dedicata ai "I terroir del Sangiovese in Toscana - Conoscenza, Storytelling, Mercato", la terza edizione (15-19 luglio) della Summer School Sanguis Jovis, l'Alta Scuola del Sangiovese, il centro di ricerca permanente dedicato allo studio del vitigno più coltivato in Italia, promosso dalla Fondazione Banfi. Le attività didattiche, che si svolgeranno a Montalcino (Ocro-Officina Creativa dell'Abitare), saranno coordinate dal presidente Attilio Scienza (Università di Milano) e dal direttore Alberto Mattiacci (Università di Roma), e affidate ai maggiori esperti delle discipline coinvolte delle Università di Milano, Firenze, Piacenza, Pisa e dei centri del Crea Vite, Crea Scienza del suolo e della Fem di S. Michele all'Adige, ai quali si aggiungono alcuni degli enologi più famosi che operano in Toscana.

La nuova edizione della Summer School è stata lanciata al Vinitaly, dove è stato presentato il primo volume de "I Quaderni Sanguis Jovis", collana che raccoglie gli interventi dei relatori nelle school. Istituito anche il premio di laurea intitolato a Rudy Buratti, compianto enologo di Banfi. Il corso è a numero chiuso: 20 i partecipanti tra corsisti studenti e corsisti professionali (inquadriati nelle filiere produzione/distribuzione/consumo e della comunicazione del vino). Domande entro il 15 giugno.

Per info <https://fondazionebanfi.it>

### supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

### coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

### hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,

Indra Galbo, Vincenzo Russo

### progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

### foto

Veronafiere\_Foto Ennevi

### 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

12 APRILE

❖ **AGRIFOOD E TURISMO.**

**IL NUOVO GRAND TOUR D'ITALIA**

Convegno a cura di Gambero Rosso e Class Editori

Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo via San Vittore, 21 - Milano ore 9.00

13 APRILE

❖ **CONVEGNO "IL FUTURO ENOLOGICO NEL LAZIO"**

Viterbo Palazzo dei Priori piazza Plebiscito ore 9:30

13 E 14 APRILE

❖ **LAMBRUSCO A PALAZZO**

settimana edizione Abbazia Polirone di San Benedetto Po [www.lambruscoapalazzo.it](http://www.lambruscoapalazzo.it)

25 APRILE

❖ **ORCIA WINE FESTIVAL**

San Quirico d'Orcia (Si) fino al 28 aprile [orciawinefestival.wordpress.com/](http://orciawinefestival.wordpress.com/)

4 MAGGIO

❖ **ANTEPRIMA VINI DELLA COSTA TOSCANA**

Real Collegio - Lucca fino al 5 maggio [www.anteprimaviniidellacosta.com](http://www.anteprimaviniidellacosta.com)

4 MAGGIO 2019

❖ **BEST WINE STARS 2019**

Milano Rotonda della Besana, via Besana 12 fino al 6 maggio [www.bestwinestars.com](http://www.bestwinestars.com)

4 MAGGIO

❖ **CENTOVINI D'ITALIA CERTOSA DI FIRENZE**

Saloni del Palazzo Acciaiuoli Via del ponte Certosa, 1

6 MAGGIO

❖ **TUTTOFOOD FIERA MILANO**

Milano fino al 9 maggio [tuttofood.it](http://tuttofood.it)

11 MAGGIO

**NATURALE - SALONE DEL VINO ARTIGIANALE**

Convento di San Giovanni da Capestrano fino a lunedì 13 Maggio ore 16.00

13 MAGGIO

❖ **ROSSO MORELLINO**

centro storico di Scansano (Crosseto) [www.consorziomorellino.it](http://www.consorziomorellino.it)

17 MAGGIO

**SOAVE STORIES 2019**

Soave (Verona) fino al 18 maggio [www.ilsoave.com](http://www.ilsoave.com)

20 MAGGIO

**CILIEGIOLO D'ITALIA PALAZZO DEI PRIORI -**

Narni (Terni) fino al 21 maggio [facebook.com/ciliegioloditalia](https://facebook.com/ciliegioloditalia)

31 MAGGIO

**FIERA DEL VINO VALTÈNESI - RIVIERA DEL GARDA CLASSICO DOC**

Polpenazze del Garda (Brescia) fino al 3 giugno comune. [polpenazzedelgarda.bs.it](http://polpenazzedelgarda.bs.it)

## GRANDI CANTINE ITALIANE. Marche



# Le grandi cantine delle Marche



## Velenosi

loc. Monticelli | via dei Biancospini, 11 | Ascoli Piceno (AP)

[www.velenosivini.com](http://www.velenosivini.com) | ☎ 0736 341218

Lo spirito combattivo trasversalmente riconosciuto ad Angiolina Piotti Velenosi la spinge a gettarsi con regolarità in nuove sfide. Qualche stagione fa scommise sulla preminenza dei vitigni autoctoni marchigiani, dal pecorino al verdicchio, passando per passerina, sangiovese e lacrima e soprattutto montepulciano. Lo scorso anno propose in listino i primi vini biologici certificati e ora la nuova frontiera è poco al di là del fiume Tronto: la presa in gestione di 15 ettari vitati nel comune di Controguerra permette il debutto della linea Prope, che racchiude le principali denominazioni abruzzesi.



### Offida Pecorino Rêve '16

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Il Rêve '16 dona deliziose sensazioni di scorza d'arancia amara, frutto della passione, pompelmo ritrovati in una bocca salina, slanciata, dal finale pirotecnico. Da aprire in compagnia di crudité di pesce con pepe rosa.



### Rosso Piceno Sup. Roggio del Filare '15

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Il Roggio del Filare ha profumi integri nel frutto e svela un'articolata stratificazione; il sorso è potente, fonde alla perfezione volume alcolico e ricchezza tannica. Piacevolissimo con arrosti o brasati.



### Offida Rosso Ludi '15

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Il Ludi è un blend di montepulciano, cabernet sauvignon e merlot. Ha rimandi di more e ribes nero, insieme a note di liquirizia e grafite. Austero e al tempo stesso elegante, possiede tannini fini, morbidi e rotondi. Compagno ideale di un succulento filetto ai ferri.

## EXPORT. Stati Uniti: giù di quasi il 5% a valore. L'analisi del California Wine Institute



Per il secondo anno consecutivo, l'export di vino degli Stati Uniti diminuisce. E non poco. Il dato diffuso dal Wine Institute californiano dice che, nel corso del 2018, le vendite in valore hanno totalizzato 1,47 miliardi di dollari, in calo del 4,8%, per quantitativi che sono scesi a 375 milioni di litri: il dato più basso dal lontano 2005. Le ragioni di queste difficoltà di mercato sono da attribuire, come spiega il presidente, Robert P. Koch, a un dollaro forte, a misure di ritorsione tariffaria, alla concorrenza dei produttori stranieri che godono di sovvenzioni governative oppure beneficiano di accordi di libero scambio in mercati chiave. Nel complesso,

considerando il contesto difficile, i vini della California, che valgono il 90% del totale Usa, si sono comportati bene, dal momento che si nei mercati principali hanno ribadito la vocazione di categoria premium, sostenibili e diversificati. *“Anche merito dei piani di marketing sul vino californiano” ha detto Koch “che hanno attirato nuovi fan, tra i media, gli operatori e i consumatori”.*

I primi cinque mercati clienti sono l'Ue (a 28 Paesi) con 469 milioni di dollari, Canada (449 mln, +1%), Hong Kong (130, +9%), Giappone (93, -1%), Cina (59), seguiti da Messico (27, +20%), Corea del Sud (25, stabile) e Nigeria (15, con un exploit +246%). **Il dato generale risulta fortemente**

**condizionato dal -15% a valore nell'Unione europea**, che ha fatto perdere quasi cento milioni di dollari, passando da 553 del 2017 a 469 milioni di dollari del 2018. Decisivo anche il -25% della Cina, giù anche in quantità (-13%), per le note controversie politico-commerciale tra i governi di Pechino e Washington. Tornando all'Ue, considerato un mercato chiave (soprattutto Germania e Svezia), va detto che i volumi hanno superato per la prima volta i 200 milioni di litri (+3,4%). Per il Wine Institute il bicchiere è mezzo pieno: non solo il vecchio mondo vuole scoprire i prodotti californiani ma sono sempre più le aziende americane che hanno messo nel mirino il mercato europeo.” - **G. A.**

## IL MIO EXPORT. Andrea Motti - Cantina Vicobarone



### 1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Al momento l'export della Cantina Sociale di Vicobarone riguarda il 10% del fatturato. Dall'anno scorso, oltre al mercato cinese che è per noi quello principale, è stato aggiunto il mercato giapponese. A breve partiremo con il Brasile. Il nostro obiettivo è quello di incrementare questa percentuale nei prossimi anni.

### 2 Come va con la burocrazia?

Ogni Stato richiede certificazioni ed analisi differenti. Occorre prestare molta attenzione sia ai documenti di trasporto e doganali sia alle analisi sul prodotto. Purtroppo alcune pratiche, come ad esempio la registrazione delle etichette, richiedono diversi mesi allungando così i tempi di importazione.

### 3 Come promuoverete il vostro vino nei mercati internazionali?

Al momento, la parte di marketing e promozione, per i mercati in cui già operiamo, è a cura dell'importatore che organizza wine tasting ed eventi in loco, sempre in accordo con noi. Partecipiamo, inoltre, a fiere e b2b in collaborazione con associazioni di categoria, Cciaa e Ice, puntando molto sulla territorialità e, fiore all'occhiello della cantina, sulla certificazione di sostenibilità Viva.

### 4 Avete un export manager - o più di uno - dedicato? Come lo avete selezionato?

Al momento, ci stiamo avvalendo della collaborazione di un temporary export manager, a cui mi affianco in modo da poter a breve continuare in autonomia la parte commerciale per i mercati esteri. Il “tem” è stato individuato a seguito di una ricerca commissionata ad una società specializzata nel mondo del vino.

❖ Cantina Vicobarone - Ziano Piacentino - Piacenza  
cantinavicobarone.com

NEL PROSSIMO NUMERO  
**HOFSTATTER**

# DOPO VINITALY. ECCO COME È ANDATA LA 53ESIMA EDIZIONE

Si è conclusa l'edizione più grande della storia per buyer, spazi e presenze politiche. Dalla Fiera, il vicepremier Salvini rilancia su Tav e autonomia. Intanto, Veronafiere annuncia l'evento Wine to Asia del 2020 a Shenzhen, ma punta la lente anche sul mercato interno, che da solo vale 14,3 miliardi di euro

▲ a cura di Loredana Sottile

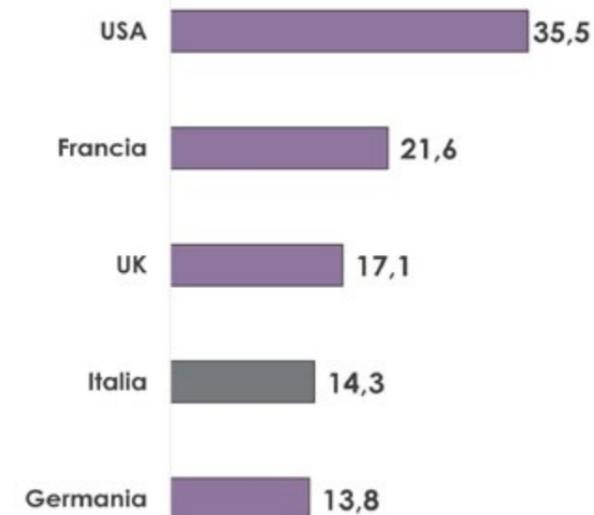


La 53esima edizione di Vinitaly, appena conclusa (7-10 aprile), ha sancito l'amore degli italiani per il vino. Non solo perché sono state 125mila le presenze (comprese quelle estere) in Fiera e 80mila quella dei winelover al di fuori del Salone. Non solo perché la città scaligera ha fatto da palcoscenico ai messaggi dei tanti politici che non sono voluti mancare all'appuntamento fieristico. E non solo perché attorno al vino, oggi più che mai, si riuniscono esponenti delle istituzioni, grandi chef, influencer e tutta l'Italia che conta (ormai a Vinitaly la concentrazione di guest star è altissima). A certificare il ruolo del vino nella vita di tutti gli italiani (famosi e non), ci ha pensato l'indagine realizzata dall'Osservatorio Vinitaly-Nomisma, *Mercato Italia - Gli italiani e il vino* (presentata alla cerimonia di apertura della manifestazione), che è tornata a fotografare il mercato domestico, rivelando come oggi l'amore dei nostri connazionali per il vino valga ben 14,3 miliardi di euro. Ma perché, dopo tanto guardare all'estero (dagli Usa al Nuovo Mondo), Vinitaly ritorna a parlare di consumi interni? *"Si tratta di un mercato che non va trascurato"* ha sottolineato il responsabile di Nomisma Wine Monitor, **Denis Pantini** *"non solo per il valore che esprime ma per il fatto che la brand reputation dei nostri produttori e dei nostri vini - da far poi valere sui mercati esteri - si costruisce innanzitutto in Italia"*. Vediamo allora, cosa ci dicono i numeri.

## L'INDAGINE SUL MERCATO INTERNO

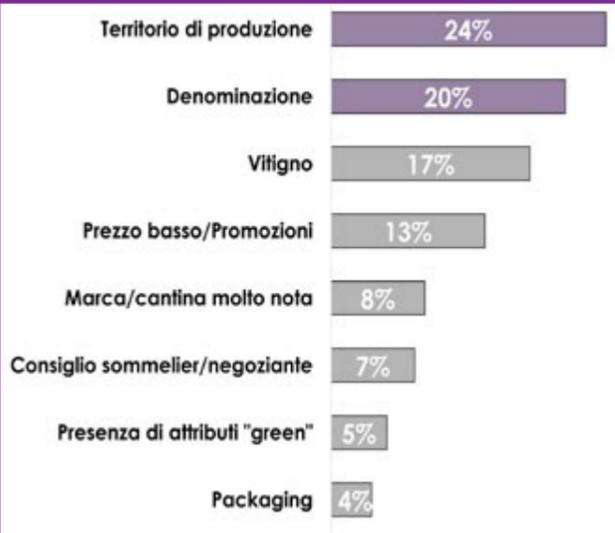
Se è vero che i consumi sono scesi rispetto a venti anni fa (-26%), non si può fare a meno di sottolineare come, oggi, a bere siano praticamente tutti, con una media di 2-4 bicchieri a settimana, consumati per lo più in casa (67%) e soprattutto (93%) dai cosiddetti baby boomers (55-73 anni). Il motivo per cui il consumo di vino in Italia è calato in >>

## Consumi di vino nei top mkt mondiali (miliardi €)



fonte: Osservatorio Vinitaly-Nomisma

## Come scelgono il vino gli italiani?



fonte: Osservatorio Vinitaly-Nomisma

» tutti questi anni non è, quindi, per "disinnamoramento", ma è da ascrivere sia alla diminuzione dei frequent user, sia all'avanzare di un bere sempre più responsabile.

Secondo la ricerca (effettuata su un campione di mille consumatori di vino tra i 18 e i 73 anni), nel 2018, sul mercato interno è stato venduto vino pari a 22,9 milioni di ettolitri, stabile rispetto allo scorso anno, mentre a valore si registra una lieve crescita: +2,8% (come dicevamo, sono 14,3 i miliardi di euro spesi in vino). La ricerca, però mostra anche come il rapporto tra gli italiani e il vino sia più edonistico, fatto di soddisfazione dei sensi più che di conoscenza, con solo un quarto dei consumatori che si dice in grado di riconoscere ciò che sta bevendo. Quota quella degli 'esperti' che sale nei maschi (33% contro il 18% delle donne), nel Nord-Ovest (31%) e in maniera direttamente proporzionale al reddito (45%) e alla scolarità (laureati al 39%).

Nel confronto con i top mercati per valore dei consumi, l'Italia si posiziona quarta, dopo Usa, Francia e Regno Unito. A farla da padrone è ancora il vino rosso, il re della tavola, bevuto almeno 2-3 volte a settimana, ma con le dovute eccezioni nelle città metropolitane. Roma, ad esempio, "beve" molto più vino bianco rispetto alla media nazionale (25% contro 18%), mentre Milano rimane la città legata alle bolline. Tra i criteri di scelta, il territorio di produzione la spunta su denominazione e vitigno. Ma insieme queste tre voci (con il 61% delle preferenze) superano prezzo, brand, consigli del sommelier e caratteristiche green. Quali saranno, invece, i trend dei prossimi anni? I consumatori hanno indicato nell'ordine: autoctoni (28%) e biologici (19%). Relativamente alla provenienza, invece, il futuro sorriderà soprattutto ai vini veneti, piemontesi, toscani, pugliesi e siciliani. Interessante, infine, rilevare un altro trend in divenire, quello dei vini mixati. E tra questi, il vincitore incontrastato è lo spritz, che oramai è molto più di un aperitivo: è un rito di iniziazione al vino per i palati più giovani.

### NEL 2020 IL DEBUTTO DI WINE TO ASIA A SHENZHEN

Se la survey inaugurale si è focalizzata sui consumi interni, la giornata conclusiva della Fiera ha, invece, guardato ad Oriente, con l'annuncio della nuova piattaforma di Vinitaly, Wine to Asia. Creata attraverso una newco, di cui la spa veronese detiene la quota di maggioranza, l'evento b2b che avrà come unico partner Shenzhen Taoshow Culture & Media, si svolgerà nel 2020 a Shenzhen, una delle aree più dinamiche della Cina. "Parliamo di una città con il più alto tasso di crescita economica in Cina negli ultimi venti anni" ha sottolineato il direttore di Veronafiere **Giovanni Mantovani** "dove sono presenti il 30% degli importatori totali di vino. Inoltre, è la terza città per importanza econo-

» mica dopo Pechino e Shanghai ed è considerata la capitale dell'innovazione e della comunicazione digitale". Nella fase di start up, l'evento del prossimo anno prevede la presenza di 400 espositori internazionali. "Il Far East è un'area da presidiare costantemente" ha spiegato il presidente di Veronafiere **Maurizio Danese** "e per la quale abbiamo creato un'iniziativa permanente, come previsto dal nostro piano industriale, dopo oltre vent'anni di attività continuativa. Basti dire che la domanda globale di vino dell'Asia Orientale vale 6,45 miliardi di euro di import ed è prossima all'aggancio del Nord America che somma 6,95 miliardi di euro".

### DALLA TAV AI FONDI OMC. I MESSAGGI POLITICI PASSANO DA VINITALY

Ma torniamo dentro al perimetro fieristico di Vinitaly, che in questi quattro giorni - confermandosi l'edizione più grande di sempre - ha ospitato oltre 33 mila buyer da tutto il mondo, 125 mila visitatori, 4600 aziende, 9° degustazioni ufficiali e anche una concentrazione di politici senza precedenti (doppiando anche la passerella dello scorso anno, quando si attendeva la nascita del nuovo Governo). Quest'anno a sfilare è stato sia il mondo istituzionale italiano, sia europeo. D'altronde il prossimo appuntamento elettorale è dietro l'angolo: per l'Italia, il 26 maggio con la scelta del nuovo Parlamento europeo. Così, dopo il taglio del nastro di OperaWine 2019 (sabato scorso al palazzo della Gran Guardia), affidato al sottosegretario del ministero dello Sviluppo economico **Michele Geraci**, il primo giorno di fiera ha visto una scaletta molto serrata. La star è stata senz'altro il vicepremier **Matteo Salvini** (nella foto in alto) che, non ha rinunciato alla divisa a tema: felpa rossa con la scritta Vinitaly, a favore di telecamere e selfie. Dal palco del talk show di inaugurazione, condotto dal giornalista e produttore vitivinicolo Bruno Vespa (una sorta di sede staccata di Porta a Porta), il ministro degli Interni non ha perso occasione per più di una stoccata diretta ai soci di Governo pentastellati: "Il vino, come le persone, ha bisogno di spostarsi e se non si muove la Tav, noi il vino lo teniamo in cantina. Porto qui in dote la promessa che l'alta velocità Brescia-Verona-Padova sarà presto sbloccata". Non solo. Salvini è anche ritornato sul tema dell'autonomia: "Il vino è territorio e l'Italia è bella



fonte: Osservatorio Vinitaly-Nomisma



perché è diversa. Motivo per cui c'è, oggi più che mai, bisogno di autonomia". Le altre missioni, invece, sono state annunciate dal ministro delle Politiche agricole, **Gian Marco Centinaio** (sempre in quota leghista): "Tra i prossimi step: la stesura di un decreto che tuteli i vigneti eroici e storici e il riconoscimento delle zone del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene come Patrimonio dell'Unesco". Sul fronte europeo, il titolare del Mipaaf si è detto soddisfatto per il mantenimento "dei finanziamenti dell'Ocm vino, aspetto che alla vigilia non era così scontato e che assegna all'Italia le maggiori risorse finanziarie". E a proposito di politica comunitaria, ha risposto all'invito di Veronafiere anche il commissario europeo all'Agricoltura, **Phil Hogan**: "L'Unione europea esporta oltre 20 miliardi di euro di vino" ha ricordato "dei quali oltre 6 miliardi vengono dall'Italia. Sono convinto che i viticoltori avranno ancora più successo nei prossimi anni. Come Unione europea stiamo lavorando per costruire rapporti commerciali in tutto il mondo e la diplomazia economica sta dando grandi risultati, dall'Asia ai nuovi mercati emergenti come l'Australia". Presente in Fiera anche la presidente del Senato, **Maria Elisabetta Alberti Casellati** e il premier **Giuseppe Conte** (in foto con il presidente Fisar Luigi Terzago), che in quel di Verona è stato insignito del titolo di sommelier onorario dell'associazione nazionale Fisar. Visita agli stand anche per il vicepremier **Luigi Di Maio**, arrivato nella città degli innamorati (in compagnia della nuova fidanzata) per il secondo giorno della manifestazione. "Questo è il mio quarto Vinitaly" ha detto "e mi sembra che cresca e migliori sempre di più. Qui sono presenti aziende che producono da decenni e giovani start up, inoltre avanza sempre più il vino biologico, grazie alla maggiore responsabilità nei processi di produzione". Giro di calici e pace fatta con il sindaco Federico Sboarina, dopo il botta e risposta a distanza in occasione del Family Day della scorsa settimana. ❖

## GLI ENOPROFILI

### VINO ROSSO

Maschio, tra i 55 e i 73 anni, si dichiara riservato e rilassato. Sopra la media, ma di poco, anche gli insicuri ed egocentrici. Sotto media le donne, gli energici e i millennials

### VINO BIANCO

Single, vivono soprattutto nel Centro Italia, appartengono ai baby boomers e sono energici. Non il favorito dai millennials, al Sud e tra gli istintivi

### ENOTURISTA

Reddito alto, vive nelle grandi città, egocentrico ma anche socievole, sicuro di sé, e fiducioso. Un po' di tutte le generazioni, si concentra in particolare tra i millennials di Roma e Napoli e la generazione X milanese

### SPRITZ

Giovane (under 38), femmina, laureata, energica e socievole. Anche istintiva e sicura di sé. Meno apprezzato dai single, dai baby boomers e dall'universo maschile

### SPARKLING

Conquista tutti trasversalmente

# L'OIV: "SCAMBI IN AUMENTO PER UN MERCATO SEMPRE PIÙ INTERNAZIONALIZZATO"

▲ a cura di Gianluca Atzeni

Presentati a Parigi i dati della congiuntura mondiale 2018: produzione record, con l'Italia leader; commercio globale in salita; consumi in lieve calo, condizionati dai ribassi di Uk e di Cina. Si ferma la decrescita delle superfici. Prime stime della raccolta nell'emisfero Sud



**P**roduzione in forte rialzo, vigneto che interrompe il trend di decrescita, consumi stabili e scambi internazionali in aumento sia a volume sia a valore. La congiuntura, presentata a Parigi dal neo direttore generale dell'Oiv (Organizzazione internazionale della vigna e del vino), Pau Roca, scatta una fotografia di un settore che ha subito, e assorbito, nel 2018 gli effetti di un raccolto tra i più scarsi di sempre - quello del 2017 - ma che potrà disporre in questo 2019 di una quantità di prodotto che ha segnato il secondo livello più alto dal 2000.

## LA PRODUZIONE

Dopo un'annata che passerà alla storia per la scarsità dei volumi, il 2018 segna il secondo risultato dal 2000. Le stime Oiv parlano di aumento pari a 45,5 milioni di ettolitri fino a raggiungere i 292,3 milioni di ettolitri (esclusi succhi d'uva e mosti), molto vicino al record dell'annata 2004. Leader mondiale resta l'Italia con un record di volumi prodotti pari a 54,8 milioni di ettolitri, seguita dalla Francia (49,1mln/hl)

## IN PILLOLE

- Vigneto mondiale a 7,4 milioni di ettari
- Forte aumento della produzione a 292,3 milioni di ettolitri
- Consumi quasi stabili a 246 milioni di ettolitri
- Scambi mondiali in aumento a 108 milioni di ettolitri e 31,3 miliardi di euro (+1,2%)

e dalla Spagna (44,4 mln/hl), entrambe in crescita.

I tre principali Paesi produttori hanno registrato 36 milioni di ettolitri di vino in più in un anno. Tutta l'Europa raggiunge i 181,9 milioni di ettolitri (+28,3%). Nelle Americhe, la situazione è più variegata: gli Stati Uniti incrementano le produzioni di soli 0,5 milioni di ettolitri, mentre contribuiscono al buon risultato del 2018 sia l'Argentina sia il Cile. Il Sud Africa perde il

14,1% a 9,5 milioni di ettolitri. La Cina perde 2,3 mln/hl sul 2017 totalizzando 9,3 mln/hl di vino. Australia in calo del 2,2% a 12,9 mln/hl e Nuova Zelanda stabile a 3 mln/hl.

## IL VIGNETO MONDIALE

Il potenziale produttivo viticolo mondiale segna nel 2018 una tenuta rispetto al 2017 e ferma a 7,4 milioni di ettari il trend al ribasso che si registra dal 2014, a causa del calo in Turchia, Iran, Stati Uniti e Portogallo. Nel complesso, l'Europa vede stabilizzarsi le superfici vitate a 3,3 milioni di ettari, dalla Spagna alla Romania, dalla Germania alla Svizzera. L'Italia, in particolare, conferma la tendenza al recupero del vigneto di circa 5 mila ettari a quota 706 mila, scrive l'Oiv. Il 2018 è il terzo anno di applicazione del nuovo regolamento sulle autorizzazioni per i nuovi impianti. Nel continente asiatico, la Cina rallenta dopo dieci anni di crescita del vigneto ininterrotta e si stabilizza a >>

875 mila ettari. Nelle Americhe, in calo Stati Uniti, Argentina, Cile, Brasile mentre solo il Messico vede incrementare le superfici (a 34 mila ettari). Prosegue la lenta erosione del vigneto in Sud Africa, mentre in Oceania l'Australia scende a 145 mila ettari, con la Nuova Zelanda stabile a 39 mila ettari.

**I CONSUMI**

S'interrompe il momento positivo per i consumi di vino a livello globale. Le stime Oiv parlano di 246 milioni di ettolitri, in leggero calo sul 2017, a causa soprattutto di una leggera flessione in Cina e nel Regno Unito, che si contrappone a una stabilizzazione dei livelli nei principali Paesi grandi produttori europei. Il direttore Pau Roca, nella conferenza parigina, ha raccomandato prudenza nell'interpretazione del dato, che è provvisorio, e ha messo in risalto il contributo negativo derivante da un'annata povera come la 2017. Considerando i singoli Paesi consumatori, la domanda di vino resta alta negli Stati Uniti, leader dal 2011, con un livello pari a 33 milioni di ettolitri e un aumento dell'1,1% sul 2017. Il Sud America vede perdere quote in Argentina (-6,3%) e in Cile (-1,5%) col Brasile stabile a 3,6 mln/hl. Nel continente europeo, Francia (26,8 mln/hl) e Italia (22,4 mln/hl) sono pressoché stabili, così come la Germania (20 mln/hl). Terzo aumento consecutivo per la Spagna (10,7 mln/hl) e Portogallo a 5,5 mln/hl. Da segnalare il Regno Unito, stimato in calo del 3,1% a 12,3 mln/hl. A Oriente, in Cina, il consumo è previsto in deciso calo (-6,6%) a 18 mln/hl: si tratta della prima importante battuta d'arresto dopo il grande sviluppo osservato dagli anni 2000 in avanti. Il Sud Africa scende a 4,3 mln/hl mentre si prevede un balzo in avanti per l'Australia (+6,1% a 6,3 mln/hl) con la Nuova Zelanda che è stabile a 0,9 mln/hl.

**Evoluzione del commercio mondiale**



**GLI SCAMBI**

Il mercato del vino diventa sempre più internazionale. L'Oiv segnala la leggera crescita degli scambi mondiali (+0,4% a 108 milioni di ettolitri.) per un giro d'affari pari a 31,3 miliardi di euro, in incremento dell'1,2%. La Spagna resta il primo esportatore in volume (20,9 mln/hl) e detiene quasi il 20% del mercato mondiale. Australia, Stati

**Sud del Mondo, stime 2019**

Ad aprile sono già disponibili le stime parziali sul raccolto 2019. L'Oiv parla di diminuzione nella maggior parte dei Paesi produttori: Argentina, Brasile e Cile. L'Australia sta facendo i conti con le alte temperature registrate durante l'estate così come il Sud Africa è stato colpito duramente dalla siccità. Solo la Nuova Zelanda, per ora, viene considerato il Paese con un incremento produttivo sul 2018..

Uniti e Argentina vedono incrementare i volumi esportati, mentre Spagna, Italia, Francia, Cile e Sud Africa risultano in calo. Se si considerano i valori, la Francia si conferma leader, con 9,3 miliardi di euro nel 2018 e un +2,8%. Bene anche Italia (+3,3%), Spagna (1,9%), Germania (+2,6%) e Portogallo (+3,1%). In calo Stati Uniti (-6,2%), Argentina (-5,5%), Cile (-5,2%) e Nuova Zelanda (-4,6%). Il mercato mondiale del vino è dominato da Italia, Francia e Spagna che, con 54,8 milioni di ettolitri nel 2018, detengono oltre metà delle quote a volume. Percentuale scesa dal 55,1% del 2017 al 50,7% dello scorso anno. Considerando i valori, Francia (19,6%) e Italia (9,3%) detengono le maggiori quote di mercato e hanno beneficiato del rialzo generalizzato dei prezzi dovuto alla vendemmia scarsa del 2017. La Germania si conferma primo importatore nei volumi (vedi tabella sui principali importatori di vino), mentre gli Stati Uniti sono il mercato che spende di più per acquistare vino, con l'import di bollicine in forte crescita (+8% nei volumi e dei valori). Nel complesso, fa notare l'Oiv, la maggior parte dei mercati sono rimasti stabili nel 2018 nei volumi, con lievi incrementi nei valori, a eccezione di Russia e di Cina.

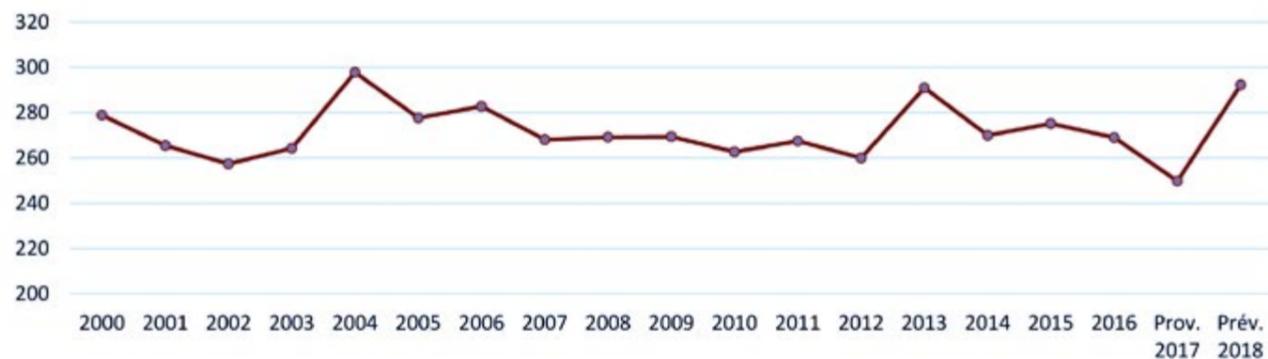
**Principali importatori di vino**

Paese	Volumi in mln hl 2017 e 2018		Valori in mln euro 2017 e 2018	
<b>GERMANIA</b>	<b>15,2</b>	<b>14,5</b>	<b>2570</b>	<b>2619</b>
<b>REGNO UNITO</b>	<b>13,3</b>	<b>13,2</b>	<b>3468</b>	<b>3510</b>
<b>STATI UNITI</b>	<b>12,1</b>	<b>11,5</b>	<b>5232</b>	<b>5245</b>
<b>CINA</b>	<b>7,5</b>	<b>6,9</b>	<b>2465</b>	<b>2415</b>
<b>FRANCIA</b>	<b>7,3</b>	<b>6,2</b>	<b>753</b>	<b>861</b>
<b>CANADA</b>	<b>4,2</b>	<b>4,2</b>	<b>1668</b>	<b>1693</b>
<b>PAESI BASSI</b>	<b>4,4</b>	<b>4,2</b>	<b>1147</b>	<b>1162</b>
<b>RUSSIA</b>	<b>4,5</b>	<b>4,1</b>	<b>1307</b>	<b>1226</b>
<b>BELGIO</b>	<b>3,1</b>	<b>3</b>	<b>950</b>	<b>975</b>
<b>GIAPPONE</b>	<b>2,8</b>	<b>2,6</b>	<b>1410</b>	<b>1419</b>

Guardiamo ai formati. I vini in bottiglia continuano a rappresentare la gran parte dei volumi di vino scambiati: il 53% (-8% sul 2017) con corrispettivi in valore del 70%. Gli spumanti proseguono la loro corsa anche nel 2018 e rappresentano oggi il 9% degli scambi mondiali a volume (+3,7%) e il 20% a valore (+6,3%). Italia e Francia rappresentano rispettivamente il 20% e il 13% delle quantità esportate. I vini sfusi in contenitori sopra i dieci litri rappresentano il 34% dei volumi scambiati (-5%) e l'8% dei valori (+3,8%). Mentre, dopo la nuova classificazione doganale introdotta nel 2017, i recipienti tra 2 e 10 litri (che valgono il 4% in volume e il 2% in valore). ❖

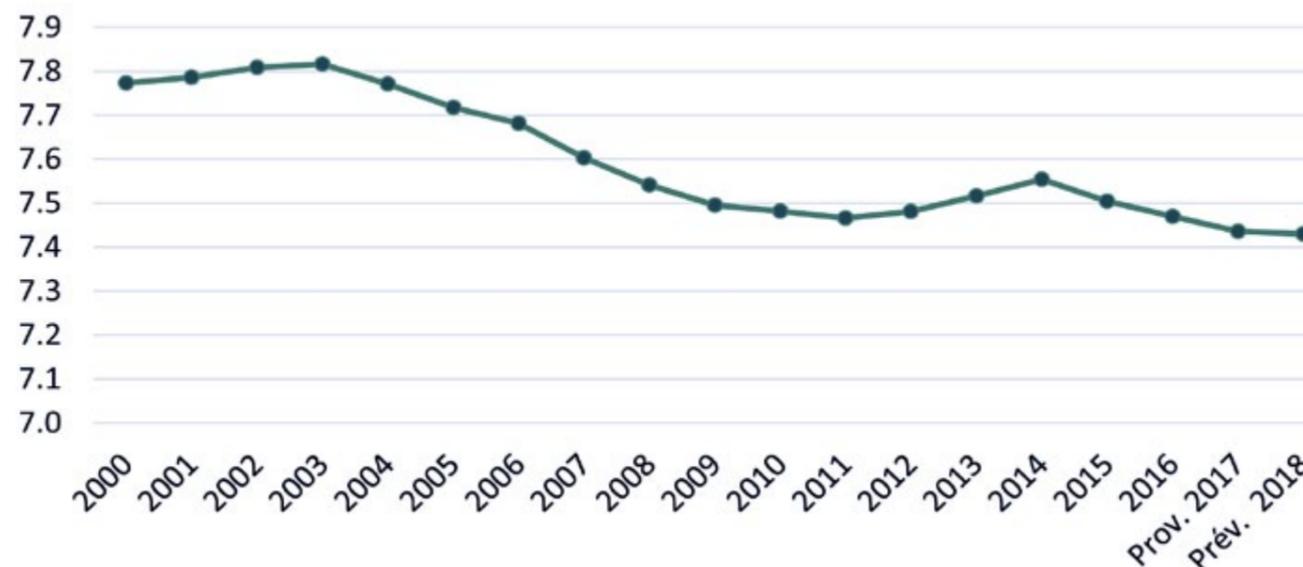
**Evoluzione della produzione mondiale di vino**

Mln di ettolitri



**Evoluzione del vigneto mondiale**

Mln di ettari



**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.

**DHL**  
A DHL company  
**GORI**  
Wine and spirits logistics

www.ggori.com