



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



CONSUMI UE SEMPRE PIÙ BIO. GLI SCENARI DA QUI AL 2022

PREZZI

Crisi di vino da tavola nel Trapanese: venduto a meno di 20 centesimi al litro. L'allarme di Cia

CONSORZI

Adesso anche il Vermouth di Torino ❖ ha il suo. La prima sfida? La difesa del marchio all'estero

TOSCANA

Il sapere di Leonardo diventa ❖ un metodo. E nasce anche un Museo all'interno di Villa da Vinci

ESTERI

Continua la guerra commerciale Usa-Ue. Nella black list di Bruxelles c'è anche il vino californiano ❖

ROSATI

In Usa è già boom di consumi, ma è ❖ la Francia a cavalcare il trend. E l'Italia? Mercati a confronto

LA FOTONOTIZIA



GLI INGLESAMI ANO GLI SPUMANTI ITALIANI

Le bollicine italiane restano ampiamente in testa alle preferenze dei consumatori inglesi, che nel 2018 hanno acquistato 117 milioni di bottiglie Made in Italy (+8% a volume), spinti dal grande amore per il Prosecco. L'Italia si posiziona ampiamente davanti allo Champagne (24 milioni di bottiglie e -7%, Francia esclusa). In un mercato che progressivamente sta apprezzando i vini locali (da Inghilterra e Galles), gli spumanti spagnoli si collocano al terzo gradino della classifica (23 mln bottiglie e -6%). Quelli Made in Uk sono al quinto posto, con 4 milioni di bottiglie vendute, dopo i vini Made in France (Champagne escluso) che toccano 5 milioni di bottiglie (+8%).

Secondo la Wsta, l'organizzazione britannica che riunisce industriali del vino e degli alcolici, dopo il +6% dello scorso anno, c'è da essere ottimisti sulle prospettive del prossimo biennio, soprattutto grazie all'abbondante raccolto 2018, che giungerà negli scaffali dei supermercati e spingerà le vendite. La produzione totale di vino inglese nel 2018, infatti, ha totalizzato il suo record con 15,6 milioni di bottiglie (68% di spumanti). Il vino è tra i settori coi più alti di crescita all'interno del comparto agricolo del Regno Unito. Lo scorso anno sono stati piantati oltre mille ettari di nuove vigne e si punta ai 2 milioni di viti piantate entro il 2019. Anche le grandi maison francesi come Vranken-Pommery e Taittinger hanno acquistato vigneti in Uk per produrre spumanti. - **G. A.**

foto: rawpixel da Pixabay

IMPRESE. La redditività del vino? Meglio i comparti bevande e alimentare Tra le regioni ok Toscana, Abruzzo, Marche, Veneto. Top exporter il Piemonte

a cura di Gianluca Atzeni

Tra le analisi dell'Area studi di Mediobanca, nell'Indagine sul settore vinicolo, una è particolarmente interessante, perché mette a confronto la redditività delle imprese vitivinicole con quelle delle società appartenenti al settore delle bevande, dell'alimentare, della manifattura e del quarto capitalismo (le medie imprese italiane). Ebbene, considerando i parametri di redditività e struttura finanziaria tra cui il margine operativo netto (mon), il ritorno sull'investimento (roi) e il ritorno sul capitale investito (roe), il comparto vino non brilla quanto a performance nel corso del 2017 (anno preso in esame dagli analisti). Il vino appare in ritardo sui margini industriali rispetto alle bevande (34,1% contro 42,4%), fa meglio dell'alimentare (31,7%) e della manifattura nel suo insieme (25,5%). Un gap che, considerate anche l'apporto dei proventi finanziari, si riverbera sul rendimento del capitale: il vino è al 6,6%, al di sotto di bevande (9,8%), alimentare (8%) e manifattura (9,1%). Anche il parametro del roe relativo al 2017 vede al primo posto le aziende delle bevande (13,9%), seguite dal segmento delle medie imprese (il cosiddetto quarto capitalismo, a 10,2%) rispetto al vino che totalizza il 7,2%. Ri-

Più etichette e maggiore qualità

Sono quasi 5 mila le etichette in più registrate tra il 1996 e il 2019, con un incremento del 163%. Ogni azienda ne detiene una media di circa 140. L'indagine vini di Mediobanca rileva il calo degli stock di vini comuni (dal 14,1% del 1996 al 10,9% del 2019) e l'incremento della fascia più alta della piramide, con una incidenza di grandi vini, Docg e Doc passata dal 44,3% al 54,3%. Una conferma della crescita qualitativa, in un mercato fortemente influenzato dalla grande distribuzione. Per le cooperative, in particolare, la piramide si è modificata con incidenze salite dal 39,4% al 54,2%, rispetto alle aziende non cooperative, che sono rimaste stabili: dal 53% al 54%.

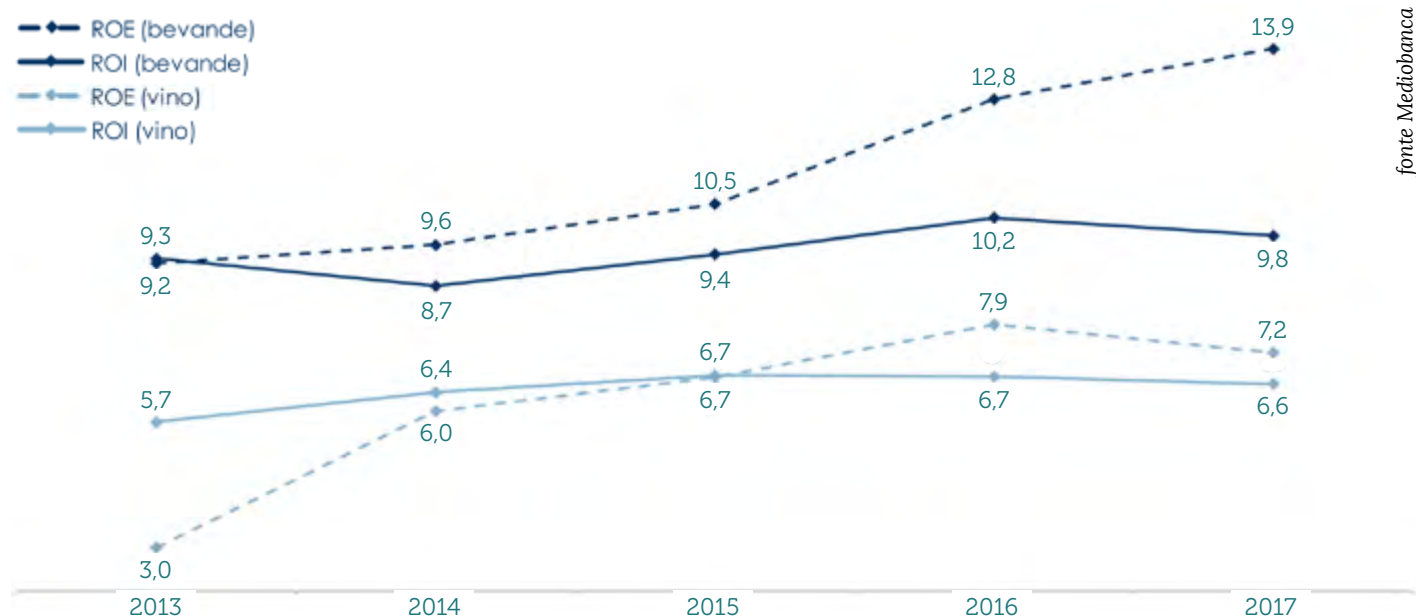
spetto a cinque anni prima, considerando l'anno 2013, la redditività del vino resta sempre al di sotto di quella del settore delle bevande.

LE PERFORMANCE REGIONAL

La geografia dei rendimenti delle 168 società studiate da Mediobanca (con fatturati 2017 superiori a 25 milioni di euro) dice che la Toscana conta aziende con margini industriali molto alti (mon al 43,6% sul valore aggiunto), con una redditività del capitale importante (roi al 7,3% rispetto alla media del 6,6%), debiti finanziari al 27% del capitale investito, rispetto al 41% della media complessiva. Le toscane sono aziende internazionalizzate (export al 63,6% rispetto al 52,4% generale). L'Abruzzo brilla per il miglior roi (ritorno

sull'investimento) al 10,1% e precede il Piemonte. Quanto al parametro del roe, Piemonte, Marche, Veneto e Trentino guidano la classifica. Gli analisti di Mediobanca sottolineano che nessuna regione, considerato il panel di aziende, ha chiuso in perdita. Per Friuli e Sicilia che sono in parità si registrano i più alti costi del lavoro per addetto, anche in rapporto al valore aggiunto netto. Con il 65%, il Piemonte è la regione con maggiore propensione all'export. Mentre sono "meno soddisfacenti" le performance di Emilia Romagna e Lazio, dove prevale il modello cooperativo, fa notare Mediobanca, che porta a margini più modesti (15,1% delle coop rispetto a 42,7% delle non coop) e a una maggiore incidenza del debito finanziario (55% per le coop e 34,7% per le non coop).

Redditività di vino e bevande (2013-2017)



L'ESPERTO RISPONDE. Quale differenza esiste tra imbottigliato all'origine e imbottigliato in zona di produzione sull'etichetta?



Le espressioni "imbottigliato all'origine" oppure "imbottigliato nella zona di produzione", seguite dal nome o dalla ragione sociale dell'azienda che ha effettuato l'imbottigliamento, costituiscono un'informazione aggiuntiva che sembra avere il medesimo significato, mentre in realtà le due diciture descrivono situazioni differenti.

Entrambe le indicazioni sono esclusivamente riservate ai vini Dop o Igp e sono disciplinate dalle disposizioni dell'articolo 3, par. 1 del decreto Mipaaf 13 agosto 2012.

Nel caso di imbottigliamento di vini a Do/Ig nell'azienda del produttore o di un'associazione di produttori con prevalenza di produzione propria, rispetto a quella acquistata, è possibile completare il nome e l'indirizzo dell'imbottigliatore con le espressioni: "imbottigliato dall'azienda agricola...", "imbottigliato dal viticoltore...", "imbottigliato all'origine da...", "imbottigliato all'origine dalla cantina sociale...", "imbottigliato all'origine dai produttori riuniti..." o altre espressioni simili, ma solo se viene rispettato il requisito della "prevalenza produttiva".

Si ricorda che, ai sensi dell'art 2135 del codice civile, è imprenditore agricolo chi esercita una delle seguenti attività: coltivazione del fondo, selvicoltura, allevamento di animali e attività connesse e che è "imprenditore agricolo professionale" colui il quale, in possesso di conoscenze e competenze professionali, ricavi dalle attività medesime almeno il 50% del proprio reddito globale di lavoro (art. 1, comma 1, dlgs 99/04).

Se per un legittimo utilizzo in etichetta della dicitura "imbottigliato all'origine" è richiesta la prevalenza della produzione propria rispetto a quella acquistata, per la dicitura "imbottigliato in zona di produzione" quali sono le condizioni necessarie da rispettare? È lo stesso decreto ministeriale a fornire la risposta: l'espressione "imbottigliato nella zona di produzione" può essere utilizzata a condizione che l'imbottigliamento sia stato effettuato nella zona in questione o in stabilimenti situati nelle immediate vicinanze, se ciò è previsto dal disciplinare di produzione, senza nessun altro requisito particolare. In pratica, qualsiasi azienda imbottigliatrice anche commerciale che ha la sede nell'area produttiva di quella Do/Ig e acquisti vino da terzi, senza produrlo dalle proprie uve, può legittimamente usare l'espressione "imbottigliato nella zona di produzione" per i vini prodotti in quel territorio.

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

SICILIA. La Cia avverte: "Grave crisi del vino da tavola nel Trapanese"

In una delle province a più alta densità di vigneti d'Europa, come quella di Trapani, che concentra alcune tra le cooperative più importanti del centro sud, la Cia Agricoltori italiani chiede l'intervento delle istituzioni e un incontro con l'assessore all'Agricoltura della Regione Siciliana, Edy Bandiera. Il motivo? Legato alla **crisi dei prezzi del vino da tavola**. Attualmente, il prezzo del vino comune, classificato come "da tavola" è ancora sotto i 2 euro per ettogrado, circa 15-20 centesimi al litro. Lo scorso anno era venduto a 40-45 centesimi "prezzo sempre inferiore rispetto alla media dell'Ismea (54 centesimi)", osserva la Cia. In Sicilia le giacenze sono superiori a un milione di ettolitri, secondo i dati ufficiali di marzo. "C'è una grave crisi di mercato in atto e sotto gli occhi di tutti che sta mettendo in ginocchio la zona del Trapanese che, ricordiamo, è la provincia italiana più vitata. Occorre un intervento deciso" ha avvertito il presidente della Cia della Sicilia Occidentale, Antonino Cossentino "per scongiurare il peggio e permettere a centinaia di aziende di continuare a sopravvivere". All'incontro erano presenti le cantine Petrosino, San Francesco Di Paola, Fiumefreddo, Sant'Antonino ed era presente anche Antonio Lombardo (Movimento 5 stelle), componente della commissione Agricoltura della Camera, che ha annunciato un'interrogazione parlamentare.

SERVIZIO GIURIDICO. Uiv lancia Comex, la nuova banca dati per esportare nei principali mercati



Arriva la nuova banca dati giuridica Comex per il settore vitivinicolo dell'Unione Italiana Vini. Un nuovo strumento per dare accesso alle normative necessarie per l'esportazione dei prodotti vitivinicoli nei più importanti mercati del mondo. **Si parte con 19 i Paesi, ma il numero è in continuo aggiornamento.** All'interno, con un semplice click, si trovano: dati aggiornati sul mercato di destinazione; standard e pratiche enologiche; procedure e documenti per l'esportazione; certificati di analisi richiesti; regole in tema di etichettatura. Comex arriva a pochi mesi dalla pubblicazione dall'uscita del Codice delle Denominazioni di origine, sempre targata Uiv.

DOC SICILIA. Obiettivo, 100 milioni di bottiglie. Focus Germania e Usa



a cura di **Andrea Gabbrielli**

A sette anni dalla promulgazione, la Doc Sicilia cresce nonostante il rallentamento complessivo del vino italiano. Se al 31 dicembre 2018 è stata raggiunta la quota di 80 milioni di bottiglie di vino marchiate Doc Sicilia, le previsioni – stante il trend attuale – stimano in 100 milioni le bottiglie a fine dicembre 2019. A questo risultato sta contribuendo, non solo una sempre maggiore penetrazione nel mercato domestico, ma anche l'incremento dell'export in Paesi di primaria importanza per il vino italiano, quali Germania e Usa, piazze oggetto di uno studio, commissionato dal Consorzio a Nielsen e Wine Intelligence.

IL MERCATO ITALIANO. Partiamo dal mercato interno, dove se nell'ultimo anno si registra in generale un rallentamento delle vendite a volume (-1,4%), al contrario cresce il giro d'affari (+6%). Il motivo? Lo spiega l'analytic consultant di Nielsen Roberto Zucchi: "Per lo più dipende dal calo delle vendite dei prodotti a prezzo più basso (come i formati brik), ma anche dalla ricerca di prodotti di maggiore qualità, e non da ultimo dall'incremento reale dei prezzi dovuto alla scarsa vendemmia del 2017". In questo ambito, per quanto riguarda la Doc Sicilia, dopo un anno di sostanziale stabilità, nel corso del 2018, la denominazione "ha registrato un'accelerazione per il segmento (+20%) sia nella Distribuzione Moderna (Super + Iper + Libero servizio) sia nel canale Discount".

A crescere sono sia la frequenza d'acquisto, sia il numero delle famiglie acquirenti (+1,4%). Antonio Rallo, presidente del Consorzio Doc Sicilia, commentando i risultati dice che "Nel complesso e variegato panorama vitivinicolo italiano, il comparto Doc Sicilia è sicuramente uno dei più dinamici. Il +20% è un'ottima performance, soprattutto considerato che la pressione promozionale è rimasta stabile".

IL MERCATO TEDESCO. In un quadro generale, che vede l'Italia leader delle vendite nel mercato tedesco (a fronte di circa 27,5 milioni di consumatori regolari di vino, sono 13 milioni quelli che scelgono il vino italiano), la Doc Sicilia, secondo i dati di gennaio 2019, in termini di riconoscibilità è tra le prime 20 regioni citate, raggiungendo il 45% del mercato, percentuale che sale al 60% di chi ha consumato vino italiano negli ultimi sei mesi.

"La Sicilia, in pratica" ha spiegato Pierpaolo Penco manager Italia di Wine Intelligence "ha una performance migliore di altre zone prestigiose come la Loira, Languedoc o Napa Valley". Dal 2% del 2015, oggi il tasso di penetrazione del vino siciliano ha raggiunto l'8% dei consumatori regolari tedeschi, mentre tra chi acquista vino italiano sale al 15% (era il 3%), dati molto simili a quelli del Prosecco e sempre più vicini a quelli del Chianti.

IL MERCATO AMERICANO. In Usa, dove l'Italia gioca un ruolo importante dal punto di vista del volume, la Sicilia si colloca tra le prime dieci regioni vinicole riconosciute dai consumatori, con un'awareness del 42%, seconda tra quelle italiane, dopo la Toscana e un gradino davanti al Chianti. Una posizione di tutto rispetto, che sale alla numero sette (55%), se si considerano i consumatori regolari di vino italiano (circa il 35% del campione). Il tasso di conversione, ovvero la misura dell'efficacia della regione o della categoria del vino, nel venire in mente al consumatore nelle situazioni di acquisto, è nella media (14%), vicina a quella di zone come Bordeaux, Borgogna e Rioja. In generale, la Sicilia è "stata acquistata", nell'ultimo trimestre, dal 6% dei consumatori regolari di vino statunitensi, con una penetrazione più alta (una bottiglia ogni otto) tra quelli che hanno scelto vino italiano. "Investire sulla Doc Sicilia" chiosa Rallo "si sta dimostrando una strategia vincente per tutte le aziende siciliane".

TERRITORI. In Abruzzo il primo comune che adotta Piano regolatore del cibo



Per primo in Italia, il territorio di Tollo, comune in provincia di Chieti, ha deciso di adottare il Piano regolatore delle Città del vino (Prg), definito secondo i criteri dell'Urban food planning, che è stato elaborato da Davide Marino, docente di Eco-

nomia del gusto all'Università del Molise.

Il Prg del cibo nasce dalla necessità d'aggiornare il Piano regolatore delle Città del vino, quell'insieme di indicazioni operative che l'associazione nazionale (con sede a Sie-

na) fornisce agli oltre 430 comuni associati dal 1998, anno della prima elaborazione, come criteri per una corretta gestione del territorio in termini urbanistici, ambientali, energetici, socio economici.

Il comune abruzzese ha sviluppato una serie di macro e micro progetti condivisi con associazioni, scuole, imprenditori, cittadini. Comprende quattro grandi aree d'intervento e diverse iniziative correlate. La prima riguarda i prodotti tipici, l'accoglienza e il coinvolgimento dei cittadini in acquisti di produzioni agroalimentari; la seconda comprende la formazione nelle scuole; la terza riguarda la certificazione del territorio carbon free per il bilancio a carbonio zero, con la diminuzione degli sprechi alimentari e l'aumento della raccolta differenziata; la quarta è riferita alla cultura del bio, dalla bioedilizia all'organizzazione di eventi, sagre e manifestazioni legate alla cultura contadina capaci di attirare turisti sensibili a queste tematiche.

foto: Distretto Vini di Qualità

LOMBARDIA. Riunito il tavolo Oltrepò. Appello della Regione all'unità

Appello dell'assessore lombardo all'Agricoltura, alimentazione e sistemi verdi, Fabio Rolfi, che ha convocato nei giorni scorsi a Palazzo Lombardia una nuova riunione del Tavolo Oltrepò, che punta al rilancio del territorio: "Andiamo avanti con determinazione, convinti che l'obiettivo sia giusto e che l'intento sia quello di dare alla provincia pavese del vino una voce unica. Serve dare un'immagine nuova per una comunicazione efficace".

Secondo Rolfi, una grande opportunità arriva dal recente decreto enoturismo ma per sfruttarlo "serve una voce unica, autorevole e concreta. Lanciamo un appello anche alle associazioni agricole in favore dell'unità di un consorzio di qualità che possa consentire al territorio di fare la svolta che merita". Durante il tavolo, l'annuncio che è entrato a fare parte del consorzio il Club del Buttafuoco Storico.



ALTO ADIGE. Salorno cambia nome: diventa 'Salorno sulla Strada del Vino'

Salorno, Comune in provincia di Bolzano, cambierà nome e si chiamerà "Salorno sulla Strada del Vino". Il consiglio regionale del Trentino Alto Adige ha approvato la proposta di deliberazione che autorizza la giunta regionale a non indire il referendum consultivo fra gli elettori residenti nel comune.

La votazione con cui è stata approvata la modifica ha visto la mozione approvata con 60 voti a favore, 3 contrari, 2 astenuti. Salorno è considerata la porta della WeinStrasse, in Bassa Atesina. Altri comuni della strada contengono la stessa dicitura. È il caso, ad esempio, di Magrè e di Termeno.



foto da Sudtiroler Weinstrasse

CONSORZI. Nasce il Consorzio del Vermouth di Torino. Un traguardo atteso 20 anni a cura di Gianluca Atzeni



Prima la creazione dell'Istituto, poi l'ok Mipaaf all'indicazione geografica, ora la nascita del Consorzio. Per il Vermouth di Torino, vino aromatizzato dalle origini secolari, Vinitaly 2019 è stata la migliore vetrina per una consacrazione attesa da vent'anni. Dall'aprile 2017, l'Istituto svolge il ruolo di rappresentante ufficiale. E il consorzio avrà il compito di integrare le azioni di tutela e di promozione avviate dall'associazione. Un risultato importantissimo per tutta la filiera (che comprende coltivatori, trasformatori di erbe officinali piemontesi, elaboratori, imbottigliatori e aziende proprietarie di marchi commerciali). Il presidente è Roberto Bava, già alla guida dell'Istituto del Vermouth di Torino, e sarà affiancato dai vice Pierstefano Berta e Marco Pellegrini. Tra gli obiettivi del consorzio, che attende il via libera del Mipaaf allo statuto, c'è la collaborazione con istituti e scuole per promuovere iniziative legate alla valorizzazione, all'educazione alimentare e al consumo corretto e responsabile. Bianco o rosso, nato all'ombra della Mole Antonelliana, **il Vermouth di Torino è conosciuto in tutto il mondo e vanta oltre tre secoli di storia.** Negli anni, le tecniche di produzione si sono evolute e sono sempre state affiancate dalle lavorazioni più tradizionali. Il disciplinare, alla cui stesura ha contribuito anche la Federvini, prevede l'uso di soli vini italiani e di erbe officinali esclusivamente piemontesi. L'indicazione geografica prevede entrambe le diciture: Vermouth di Torino o Vermut di Torino.

"La compagine è composta da quasi tutte le principali aziende, grandi e piccole, del nostro territorio. In questo momento c'è un clima molto positivo", afferma Bava a Tre Bicchieri.



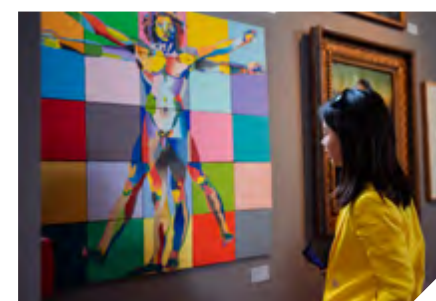
Per ora, le cifre sulla produzione non sono disponibili. Il consorzio ha deciso di affidarsi a un ente terzo per la raccolta e l'elaborazione dei dati ufficiali, che saranno resi noti entro il 2019: "Serviranno soprattutto per conoscere i mercati e studiare le migliori strategie promozionali". Tra i compiti del consorzio, che avrà sede a Torino, ma con una base operativa ad Asti, ci sarà anche la difesa del marchio sui mercati esteri. Non sarà facile. I vertici guardano soprattutto a quanto accade nel Sud America, in particolare in Argentina e Brasile, dove il Vermouth si produce da decenni. In questi mercati, e non solo, questo marchio del made in Italy dovrà difendersi dalle imitazioni da un punto di vista legale e, allo stesso tempo, fare una promozione adeguata per comunicare le differenze.

A livello territoriale, invece, "il Vermouth di Torino dovrà continuare a rappresentare il vertice della piramide qualitativa dei produttori. E con un consorzio, un marchio e un disciplinare ci sono tutte le carte in regola per poterlo fare al meglio", rileva il presidente Bava. Oggi il Vermouth di Torino non si vende in grande distribuzione, i canali prevalenti sono la ristorazione e le enoteche (forbice di prezzo da 15 a 20 euro, rispetto ai circa 8 del vermuth base): "Il Vermouth di Torino di nuova concezione non è ancora percepito dal grande mercato. Ma riteniamo" aggiunge "che se la domanda sarà più importante anche la distribuzione organizzata inizierà a proporlo". Nel frattempo, nel circuito horeca piemontese, il consorzio ha intenzione di individuare quei locali che proporranno al meglio il prodotto: "Vogliamo valorizzare quei bar che dimostreranno di credere nel Vermouth e di saperlo spiegare alla clientela".

TOSCANA. Il sapere vinicolo di Leonardo da Vinci diventa un metodo e anche un museo



Leonardo nel suo genio creativo e nel suo rapporto col vino. Prende forma l'idea della Leonardo da Vinci spa (società del gruppo romagnolo Caviro), che ha deciso di recuperare le tecniche indicate da Leonardo per fare il vino, trasformandole in un capitolato viticolo ed enologico (brevettato e segreto) a vantaggio delle produzioni di qualità, soprattutto a base Sangiovese. Tutto prende le mosse dalla lettera inviata nel 1515 dal "genio" al suo fattore di Fiesole, contenente il metodo, a partire dai sistemi di vinificazione, oggi dati per assodati ma che per l'epoca erano pionieristici, come la massimizzazione della qualità dell'uva, la concimazione con sostanze basiche e l'ottimizzazione della trasformazione enologica attraverso la fermentazione in botti chiuse e frequenti travasi. Il lavoro di ricostruzione e recupero del sapere di Leonardo si inserisce in un progetto a tutto tondo che mette assieme anche gli aspetti culturali, a 500 anni dalla scomparsa dello scienziato e artista italiano. L'azienda ha scelto, infatti, di dare il suo contributo alla riapertura del "Museo Ideale Leonardo Da Vinci", il primo dedicato alla complessità di Leonardo, artista, scienziato, inventore e designer e al mondo del Leonardismo, a cui è stato collegato il "Museo Leonardo e il Rinascimento del Vino", nuova struttura realizzata all'interno di Villa da Vinci (nella foto), che documenterà e approfondirà i rapporti del "genio" con l'agricoltura e il mondo vitivinicolo. I due musei apriranno al pubblico il 2 maggio prossimo a Vinci, il noto borgo della provincia di Firenze. - G. A.



LIBRI 1. Inaugurata a Rauscedo la "Biblioteca del vino"

Un patrimonio librario di seicento pubblicazioni tra guide, volumi monografici, presentazioni regionali, descrizioni tecniche e documenti che sarà ulteriore implementato. È stata inaugurata a Rauscedo (Pordenone) la Biblioteca del vino, struttura pensata per accogliere e fornire un servizio di prestiti per tutte le persone interessate al mondo del vino e della viticoltura.

Situata presso il centro associativo Giovanni Pascoli, in via Udine 19, e aperta ogni secondo e quarto sabato del mese (10-12.30), la biblioteca **mette a disposizione libri non facili da reperire.**

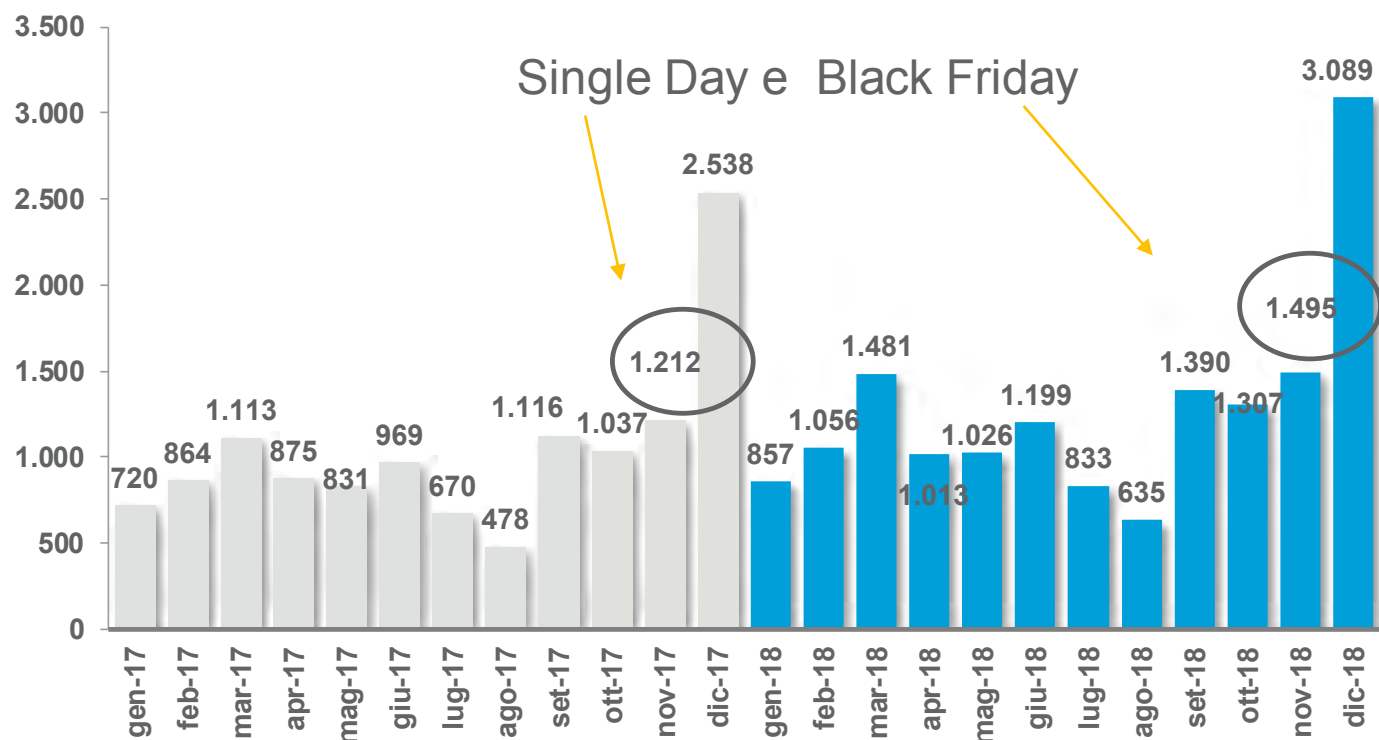
L'idea si affianca al progetto della Regione Friuli Venezia Giulia di digitalizzare una parte del patrimonio dell'Ersa (l'ente regionale per lo sviluppo agricolo). Il progetto della biblioteca è stato voluto dal comune di San Giorgio della Richinvelda, dall'Onav di Pordenone e all'associazione Radici del vino.

LIBRI 2. In libreria Sapere di tappo. La vera storia del libro più usato al mondo

Dalla funzionalità all'evoluzione del suo design: tutto quello che c'è da conoscere sulle chiusure ora è in un libro, "Sapere di tappo. La vera storia dell'oggetto più usato al mondo" (A. Zaltron, F. Marchetto, Vicenza, Ronzani Editore, euro 19). **L'idea è di Gianni e Amerigo Tagliapietra, che amministrano Labrenta, realtà vicentina specializzata nelle chiusure per il settore alimentare.** "Sapere di tappo" spiega Gianni "nasce dal desiderio di rendere giustizia a un oggetto che ha segnato la storia dell'umanità, dal Neolitico all'età contemporanea, e che troppo spesso è dato per scontato". Per farlo è stato chiamato lo scrittore Alessandro Zaltron, inventore dei Romanzi d'impresa®, format editoriale che racconta aziende di successo e i loro valori distintivi: "Abbiamo deciso di raccontare la storia del tappo come un'epica avventura" spiega. L'altra penna appartiene a Francesca Marchetto, formatore e consulente aziendale, responsabile del progetto Romanzi d'impresa™. Le illustrazioni, invece, sono state realizzate dal disegnatore Antonio Carrara.

E-COMMERCE. Il vino in Gdo è ancora una nicchia, ma occhio ai “nativi digitali”

Il fatturato di vini e spumanti nel canale OnLine* è di 12 milioni di euro



* Universo retail+Amazon - Fatturato Canale On-Line Gennaio Dicembre 2018
fonte: Information Resources Inc. (IRI)

Il concetto è stato ribadito al recente Vinitaly ed è bene ribadirlo anche dalle pagine del settimanale *Tre Bicchieri*: in Italia il vino online ha ancora volumi modesti ma continua a crescere e, soprattutto, è bene che le aziende si attrezzino, dal momento che tra appena dieci anni molti consumatori saranno ormai nativi digitali.

A guardare i numeri illustrati a Verona da Iri* per Veronafiere, relativi a tutto il 2018, e comprendenti le transazioni online tramite le principali insegne della Gdo, incluso Amazon, il giro d'affari per vini e spumanti è pari ad appena 12 milioni di euro, con picchi di vendite soprattutto durante eventi dedicati come il *black friday* nel mese di novembre, che risulta il secondo con il maggior fatturato dopo dicembre. Visto così, in valori assoluti, siamo di fronte a una super-nicchia di mercato, che potrebbe essere definita trascurabile. Ma **la crescita è in doppia cifra da diversi anni**, come ha fatto notare anche Alessandro Olivieri, presidente di Vinitaly wine club. In questo senso, l'online rappresenta "un'occasione di crescita per le cantine italiane, sia sul mercato interno sia su quello estero". E la spinta potrebbe arrivare proprio da quella fascia di

Il panel

"Iri e-commerce panel" comprende Amazon.it e le insegne Unes, Coop, Auchan, Meloni, Supermercato 24, Pam Panorama, Bennet drive, Selex, Carrefour, Esselunga a casa, Qui Convieni.it. Mentre, con Vino.75, Svinando e Giordano Vini (Gruppo Iwb), sono in fase di definizione degli accordi

utenza più giovane, che ha estrema confidenza con le tecnologie informatiche, essendo nata nel periodo di pieno sviluppo, e che inizierà a diventare responsabile d'acquisto in tempi relativamente brevi. Ecco perché, in un contesto di mercato in cui prevale una stagnazione, con i canali di vendita fisici che registrano un rallentamento o sono in flessione, occorre imparare a utilizzare e gestire questa

nuova realtà "per non lasciarsi trovare impreparati", fa notare il presidente Olivieri.

Nonostante la quota dell'e-commerce valga lo 0,5% del mercato, ci sono alcuni elementi che rendono il segmento particolarmente appetibile e con un ottimo potenziale: prezzi medi del vino più alti e maggior marginalità; alto potenziale di crescita soprattutto per le grandi marche; elevata componente di servizio che viene molto apprezzata dal consumatore. - G. A.

- Indice di prezzo rispetto al canale fisico 150
- Il mese di novembre (Single Day e Black Friday) è quello con maggiore fatturato e con prezzo medio più alto dopo il mese di dicembre (diversamente dal canale fisico).

SOSTENIBILITÀ. Esportare in base alle mappe di certificazione. Il progetto Gqa Syngenta

Bianchi, rossi, frizzanti ... sostenibili. Oggi, l'analisi sull'esportabilità dei prodotti vitivinicoli deve tenere conto anche di quest'ultimo parametro, se vuole davvero essere efficace. Lo sa bene Syngenta, uno dei principali attori dell'agro-industria mondiale che, cinque anni fa, ha lanciato il programma Grape Quality Agreement (Gqa), proprio per testare la conformità del prodotto alle normative sull'export e aiutare le aziende aderenti a ottemperare ai requisiti previsti da vari sistemi nazionali di certificazione (in Italia il sistema Viva del Ministero dell'Ambiente). Nel quinquennio il bilancio è positivo: **Gqa è cresciuto da 200 a più di 22mila ettari in Italia, coinvolgendo quasi 150 agricoltori e grandi cooperative** con centinaia di viticoltori associati.

"In pratica" spiega Mauro Coatti, head of technical support di Syngenta Italia "Syngenta mette a disposizione dei viticoltori le mappe digitali relative ai mercati internazionali che saranno accessibili in base alla conformità con i Limiti Massimi di Residui (LMR) consentiti nel vino. Tali mappe sono generate dalla piattaforma software dedicata eMAT che mette in relazione anche dati aggiornate in tempo reale sulle normative in vigore nei singoli Paesi del mondo e quelle sul comportamento degli agrofarmaci". Un lavoro che va ad incrociare, in pochi secondi, 50mila dati, in modo che le cantine abbiano, già dall'inizio, una lista aggiornata dei Paesi e dei punti vendita nei quali potrà vendere la propria produzione. Complessivamente sono 124 i Paesi presenti nel programma. Ognuno con i propri limiti e i propri parametri. "Tra questi" fanno sapere da Syngenta "senz'altro è quello tedesco - per il comparto Gdo - a mostrare standard secondari più stringenti. In quanto, diverse catene alimentari utilizzano combinazioni diverse di percentuali di LMR consentiti nel vino. In generale, però, l'utilizzo di eMAT risulta efficace, perché è in grado di guidare la produzione verso un residuo minimo. che oggi è molto richiesto dalla società europea, dei supermercati e dell'industria alimentare". - L. S.



Iniziativa realizzata con il supporto del Ministero dello Sviluppo Economico

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

INFO: segreteria.estero@gamberorosso.it

[GamberoRossoInternational](https://www.facebook.com/GamberoRossoInternational)

EVENTI. I Colli Euganei ospitano il grande banco d'assaggio di "Vulcani"

I vini ottenuti da suoli vulcanici saranno protagonisti domenica 19 maggio a Rovolon, in provincia di Padova, dove si terrà la manifestazione "Vulcani". Un'intera giornata, che avrà come scenario la Tenuta



Frassanelle, a partire dalle 10.30, in cui saranno proposte le etichette di oltre trenta aziende euganee a cui si aggiungerà una selezione di altre provenienti da tutta Italia, con ospiti anche dalla Spagna e dal Portogallo. Organizzato dal Consorzio vini Colli Euganei, in collaborazione con la Strada del Vino dei Colli Euganei, l'evento rappresenta un raro banco d'assaggio di questa particolare categoria di vino ed è un appuntamento collegato alle iniziative dell'associazione Volcanic Wines. Gli organizzatori propongono un viaggio sensoriale alla scoperta dei vini e dei loro territori, attraverso masterclass e degustazioni guidate. I vini saranno messi in abbinamento all'agroalimentare locale, come olio, prosciutto e altri prodotti tradizionali. La Tenuta Frassanelle è l'antica dimora dei conti Papafava dei Carraresi e si trova in un parco disegnato nel 1860 che si estende per 120 ettari.

Info: vulcani.wine

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,

Servizio Giuridico Uiv

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Francesco Vignali (cover)

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

25 APRILE

❖ **ORCIA WINE FESTIVAL**
San Quirico d'Orcia (Siena)
fino al 28 aprile
orciawinefestival.
wordpress.com

4 MAGGIO

❖ **ANTEPRIMA VINI DELLA COSTA TOSCANA**
Real Collegio - Lucca
fino al 5 maggio
anteprimavini
dellacosta.com

4 MAGGIO

❖ **CENTOVINI D'ITALIA**
Certosa di Firenze
Saloni del Palazzo
Acciaiuoli
Via del ponte Certosa, 1
fino al 5 maggio
vinotecaalchianti.it

4 MAGGIO 2019

❖ **BEST WINE STARS 2019**
Rotonda della Besana
via Besana 12
Milano
fino al 6 maggio
bestwinestars.com

6 MAGGIO

❖ **TUTTOFOOD**

Fiera Milano
Milano
fino al 9 maggio
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 (Grosseto)
consorzio morellino.it

17 MAGGIO

❖ **SOAVE STORIES 2019**
Soave (Verona)
fino al 18 maggio
ilsoave.com

19 MAGGIO

❖ **VINI D'AUTORE TERRE D'ITALIA**
Lido di Camaiore (Lucca)
fino al 20 maggio
vinidautore.info

19 MAGGIO

❖ **VULCANI**
Tenuta Frassanelle
via Frassanelle 14
Rovolon (Padova)
dalle 10.30 alle 20.00

19 MAGGIO

❖ **VITIGNOITALIA**
XV Salone dei vini e dei
territori vitivinicoli italiani
Castel dell'Ovo - Napoli
fino al 21 maggio
vitinoitalia.it

20 MAGGIO

❖ **TRENTINO & WINE**
Palazzo Rocca Bruna
Trento

20 MAGGIO

❖ **CILIEGIOLO D'ITALIA**
Palazzo dei Priori
Narni (Terni)
fino al 21 maggio
facebook.com/
ciliegioloditalia

24 MAGGIO

❖ **VITE IN CAMPO**
Azienda Agricola
Conte Collalto
Susegana (Treviso)
fino al 25 maggio

25 E 26 MAGGIO

❖ **CANTINE APERTE**
in tutte le cantine d'Italia
aderenti al Movimento
Turismo del Vino - www.
movimentoturismovino.it/

31 MAGGIO

❖ **FIERA DEL VINO VALTÈNESI - RIVIERA DEL GARDA CLASSICO DOC**
Polpenazze del Garda
(Brescia)
fino al 3 giugno
comune.polpenazze
delgarda.bs.it

GRANDI CANTINE ITALIANE. Piemonte/1



Le grandi cantine del Piemonte



Batasiolo

Fraz. Annunziata, 87 | La Morra (CN)
www.batasiolo.com | 017350130

Brunate, Cerequio, Briccolina, Bussia Bofani, Boscareto...e la lista di cru di proprietà potrebbe continuare ancora. Uno di questi, quello che costituisce il nucleo della cantina, dà il nome all'azienda, di proprietà della famiglia Dogliani. Dagli oltre 100 ettari di vigneto vengono proposte diverse interpretazioni di Barolo - una versione base, una riserva e cinque cru - che rappresentano la punta di una gamma molto sfaccettata. Oltre al nebbiolo, protagonisti vini da cortese, arneis, sauvignon, pinot bianco, moscato, brachetto, barbera e dolcetto. Impronta fruttata netta e uso principali di legni piccoli per vini morbidi e succosi.



Barbera d'Alba Sovrana '16

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

La Sovrana '16 possiede intensi e persistenti odori di ciliegia e rimandi speziati di legno e vaniglia. Esaltante al palato per la sua freschezza e per la delicatissima sensazione tannica può essere una piacevole sorpresa per accompagnare piatti saporiti a base di pesce.



Dolcetto d'Alba Bricco di Vergne '17

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Il Bricco di Vergne evidenzia al naso spiccate nuance di frutti rossi e toni floreali. Fresco e bilanciato è considerato nelle Langhe l'abbinamento perfetto ai pasti di tutti i giorni.



Roero Arneis '17

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Si svela in tutta la sua tipicità il Roero Arneis '17 con le sue tipiche note di pera matura e fiori bianchi. Minerale e di buona intensità, è piacevolissimo con ricette a base di asparagi e verdure di stagione.

ESTERI. Bruxelles pubblica la lista nera dei prodotti americani: dazi per 20 miliardi di dollari. Dentro anche il vino californiano



foto: Lisa Johnson - Picta

Continua la guerra commerciale Ue-Usa. Bruxelles risponde alle misure annunciate dal governo statunitense di Donald Trump in materia di dazi, nell'ambito della disputa Airbus-Boeing con gli Usa. L'Ue ha, infatti, pubblicato come previsto la sua lista indicativa di contromisure commerciali per un valore di 20 miliardi di dollari di prodotti americani. Nell'elenco compaiono gli elicotteri, il ketchup, il pesce surgelato, ma anche i vini della California. Si apre, ora, un periodo di consultazione pubblica, sino al 31 maggio, sulla lista dei dazi Ue, prima che questa diventi definitiva. Sarà il Wto (l'organ-

zazione mondiale del commercio) a stabilire l'ammontare definitivo dei dazi di rappresaglia a cui hanno diritto l'Ue e gli Usa. Trump ha annunciato 11 miliardi di dollari di tariffe doganali aggiuntive, l'Ue nel 2012 aveva chiesto 12 miliardi di dollari, ma ora ha rivisto al rialzo a 20 miliardi.

Il comparto vino è tra quelli che potrebbero subire forti contraccolpi. Per gli Stati Uniti, e per la California in particolar modo, che detiene oltre l'80% dell'export vitivinicolo americano, l'Europa è il cliente più importante, seguito dal Canada a 449 milioni di dollari. Nel 2018, il valore dell'export Usa verso l'Ue è ammontato a 469 mi-

lioni di dollari. Un dato in calo del 15% rispetto ai 553 milioni di dollari registrato nel 2017. Viceversa, per l'Europa gli Stati Uniti, con 6 milioni di ettolitri, rappresentano a volume il 28% dell'export di vino, per un valore di 3,7 miliardi di euro nel 2018, ovvero il 33% degli 11,5 miliardi di euro di vino esportato nei mercati extra Ue. Se si guarda all'andamento delle importazioni Ue di vino statunitense degli ultimi anni, si nota che dopo aver raggiunto il massimo livello nel 2015, con 500 milioni di euro, si registra un calo da tre anni consecutivi, a quota 426 milioni di euro, pari al 16% di tutto il vino importato nel Vecchio Continente.

IL MIO EXPORT. Elena Zeni - Zeni 1870



1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

L'export incide sul totale aziendale per l'80%. Da sempre siamo stati oggetto di attenzione da parte dei mercati di confine per i vini rossi ed abbiamo poi mantenuto una forte attività export. Siamo attualmente presenti in 40 Paesi nel mondo. I mercati più importanti sono Svizzera, Germania, Nord Europa, Usa e, da qualche anno, abbiamo ottime soddisfazioni anche in Asia.

2 Dove si vende meglio (e dove peggio) e perché?

Siamo in un momento di forte concorrenza: direi che in nessun mercato si "vince facile". Esistono, però, mercati nuovi, prevalentemente asiatici, dove c'è più rispetto in termini di valutazione del prezzo proposto ed esigibilità di pagamento. Sono mercati non ancora viziati e se ci si arriva si ottengono buone soddisfazioni. Dall'altra parte ci sono i mercati storici, europei, dove la guerra sul prezzo non ha mai fine e bisogna muoversi con molta determinazione.

3 Come va con la burocrazia?

In certi casi burocrazia significa tutela dei consumatori ma per noi produttori, nella mischia della concorrenza internazionale, è un grave punto a sfavore perché si tramuta in maggiorazioni di prezzi rispetto a tipologie simili. Siamo assolutamente rallentati rispetto ai colleghi esteri.

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

Vi racconto della meravigliosa esperienza di promozione dei miei vini in Cina, iniziata per la prima volta 15 anni fa. Come ero solita fare nelle mie missioni estere, avevo preparato presentazioni dettagliatissime ed ero pronta ai soliti dialoghi di spessore. Invece, mi ritrovai a spiegare prima dove si trovava l'Italia e, poi, la basilare differenza tra vino bianco e vino rosso. Non avevo proprio capito che in quell'enorme mercato era tutto da costruire. Mi ritengo davvero privilegiata ad avere avuto questa occasione, anche perché l'enorme accoglienza e la grande curiosità asiatica sono davvero stimolanti.

❖ Zeni 1870 - Bardolino - Verona - zeni.it

NEL PROSSIMO NUMERO
CANTINA DI CARPI E SORBARA

ROSATI? IL MERCATO ADESSO È PRONTO (ED È GIÀ BOOM NEGLI STATES)

▲ a cura di Loredana Sottile

Gli Usa ci vanno matti, la Francia pigliatutto, ma l'Italia... non sfonda. Evoluzione e prospettive di una categoria di vino da tenere d'occhio nei prossimi anni. Intanto, a parità di produzione, cresce il valore. E se i rosé seguissero il successo delle bollicine?

segnali ci sono tutti. La nascita di un istituto solo per la tipologia (Rosautoctono); il proliferare di manifestazioni a tema; la corsa dei consorzi al cambio dei disciplinari per potersi accaparrare anche una versione rosata. Che sia una moda passeggera, un trend da cavalcare o una leva per attirare anche i palati più giovani, tutto si può dire, tranne che non sia il momento buono per il vino rosé. A ben guardare, sembra di muoversi dentro la strada già segnata dalle bollicine (anzi, il fatto che il Prosecco abbia appena presentato la sua versione rosata, la dice lunga sulla portata del fenomeno). Ma con una differenza sostanziale. Se gli sparkling hanno sempre rappresentato una categoria a sé, puntualmente monitorata, i pink wine sono sempre stati considerati una sotto categoria dei vini rossi. Almeno in Italia. In Francia è un'altra storia. Ed è da lì - dal Consorzio interprofessionale dei vini di Provenza (Civp) - che arrivano i numeri della produzione, dei consumi e degli scambi mondiali, rielaborati da Wine Monitor-Nomisma e presentati insieme al senatore Dario Stefàno, per capire il posizionamento e le opportunità italiane - in particolare, pugliesi - nel contesto internazionale.

PRODUZIONE, ESPORTAZIONI E CONSUMI. FRANCIA IN TESTA

Partiamo da una prima constatazione: il vino rosato è indiscutibilmente legato ai francesi. D'altronde, come sottolinea il responsabile di Nomisma-Wine Monitor **Denis Pantini** "la Francia è il primo produttore, consumatore e importatore di questa tipologia di prodotto".

Detto ciò, vediamo qual è la situazione a livello globale. In dieci anni (dal 2007 al 2017), la produzione si è mantenuta pressoché costante: nel mondo 20,3 milioni di ettolitri, con un peso sul totale produzione dei vini fermi dell'8,8%. A testimoniare come non sia un segmento che cresce in volume, ma in qualità. Il primo produttore è la Francia, con una quota di mercato del 28%, grazie soprattutto alla Provenza, da dove viene il 5,5% della produzione mondiale. A seguire, gli Usa (17%), la Spagna (15%) e in quarta posizione, l'Italia (per una quota del solo 10%). Poi, Sudafrica (6%), Germania (3%) e Argentina (2%). La classifica cambia se si considerano gli esportatori a volume - parliamo, quindi, di una fascia entry level - con la Spagna in testa (42%), seguita dall'Italia (16%) e solo al terzo posto dalla Francia (14%), che invece resta prima nelle esportazioni a valore, grazie ad un prezzo medio di 4,44 euro a bottiglia per i suoi rosati provenzali. Tipologia che nel 2018 ha visto prendere la via dell'export per 410 mila ettolitri.

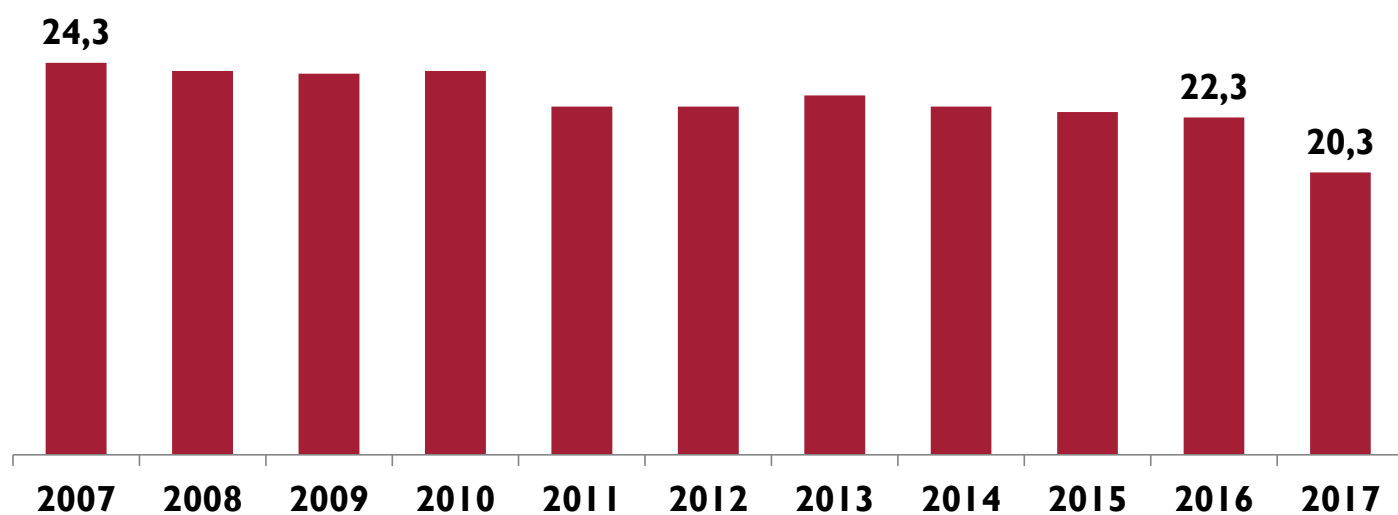
Se la produzione dei rosati è stabile, crescono, invece, i consumi mondiali, con una variazione del 6,8% dal 2007 al 2017, a fronte dei consumi di vini fermi, che restano letteralmente "fermi": -0,1% in dieci anni. Tra >>



» i consumatori, la spunta ancora una volta la Francia, con una quota del 36% (da notare che i consumi superano la produzione nazionale, tant'è che i cugini d'Oltralpe sono

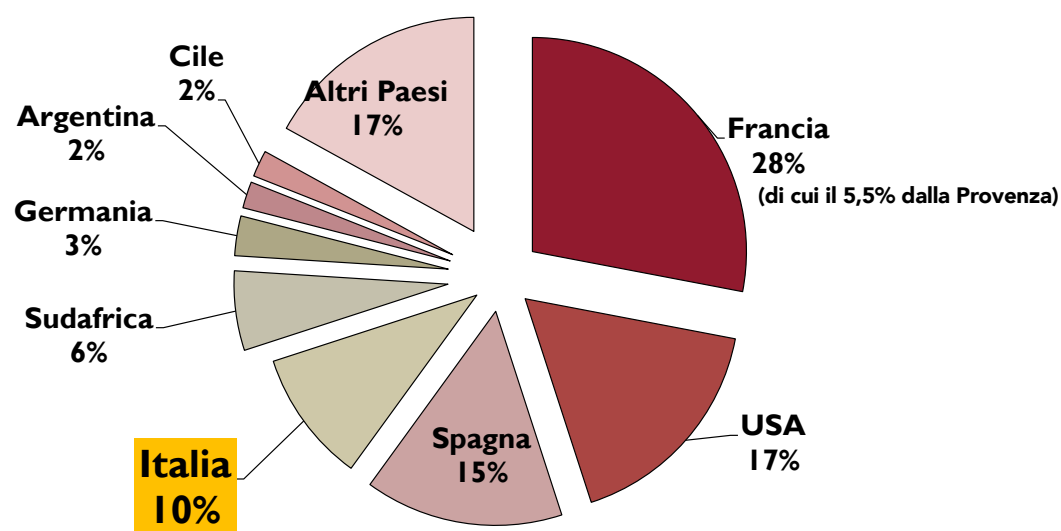
anche i primi importatori di rosati). Seconda posizione per gli Usa (15%) e terza per la Germania (7%). L'Italia occupa, invece, il quarto posto, con una quota di appena il 5%.

Trend della produzione mondiale di vini rosé (mln hl)



fonte: Wine Monitor Nomisma

Produzione vini rosati (quote per Paese)



fonte: Wine Monitor Nomisma

I rosati più venduti in Usa

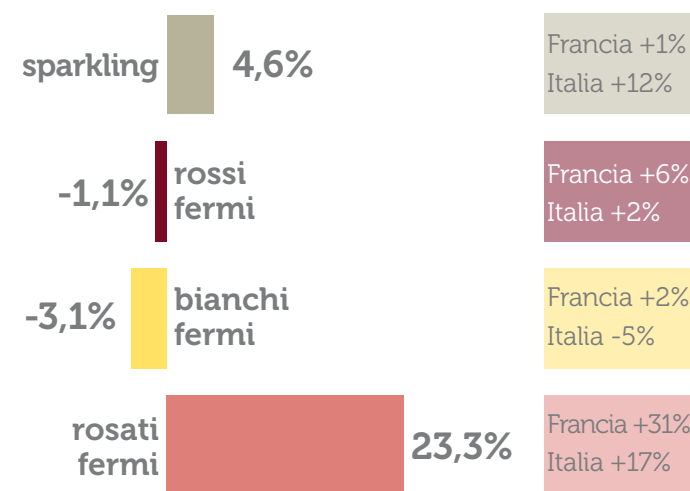
La top 5 (a valore) dei vini più venduti nel canale off trade statunitense, parla soprattutto francese. Con qualche incursione da parte del mercato domestico. Nessun italiano al momento. In ordine, troviamo il francese Whispering Angel (venduto a 20,6 dollari, per una percentuale del 8,4%), l'americano Barefoot (5,68 dollari per il 5% delle vendite), il francese Gerard Bertrand (14,21 dollari per una quota del 4,6%), l'autoctono The originale Darkhorse by Gallo (8,43 dollari per 3,6% delle quote) e il francese La Veille Ferme (7,57 dollari per una quota del 3,4%).

IL MERCATO USA

Come sempre, le ultime tendenze arrivano da Oltreoceano. E il consumo dei vini rosati non smentisce questa tradizione. Se, infatti, il mercato comunitario rimane ancora quello principale per la tipologia (con una quota del 42%, ma con un incremento di solo il 20% in 10 anni), a crescere di più sono gli States, che solo nel 2018 hanno registrato un +23,3% a valore. Un andamento in controtendenza rispetto alle altre categorie nello stesso mercato Usa, dove decrescono sia i rossi (-1,1%), sia bianchi (-3,5%) e resistono solo gli sparkling (4,6%). I primi fornitori di rosati? I francesi, *of course*, che nell'ultimo anno hanno messo a segno, a valore, un +31%. Crescono anche le importazioni dall'Italia, ma con più moderazione: +17%.

»

Variations importazioni Usa (valori '18/'17)



fonte: Wine Monitor Nomisma

» A sorprendere è soprattutto l'incremento in Gdo, dove dal 2014 al 2018 si è passati da poco meno di 120 milioni di dollari per 13 milioni di litri venduti a quasi 500 milioni di dollari e 38 milioni di litri (dati Nielsen): +46% a valore e +42% a volume. Le quote di provenienza sono così suddivise: 46% Usa (per 227 milioni di dollari), 44% Francia (per 217 milioni di dollari), 5% Italia (per appena 23 milioni di dollari). La ripartizione a valore ci mostra chiaramente come la Francia sia leader per i vini di fascia alta, ovvero quelli sopra i 15 euro, dove i transalpini occupano una percentuale del 73% (mentre l'Italia scompare, con una percentuale di appena l'1%). I nostri rosati si collocano meglio nella fascia media - 10-15 dollari - dove occupano una quota del 9% (la Francia è al 47% e gli Usa al 36%). Vincono, invece, i local wine nella fascia di prezzo sotto i 10 dollari (73% per i rosati americani; 15% per quelli francesi e 3% per gli italiani). Nella top five dei rosati venduti nell'off trade (a valore) non c'è, però, neppure un italiano (vedi box a pag.18). "Forse abbiamo sottovalutato le potenzialità del mercato dei rosati, mentre la Francia è stata molto più attenta a questo trend" è il commento di **Francesco Liantonio**, presidente, appena riconfermato, alla guida del Consorzio di Castel del Monte. "Guardando agli Usa, oggi siamo ancora una piccola linea verde, accanto al gigante francese. Ma è in questo mercato che stiamo vendendo oltre la media nazionale e questo ci fa ben sperare. Dobbiamo crederci di più". Va in questa direzione, la creazione dell'istituto Rosautocono che mette insieme sei consorzi nazionali con le loro diverse tipologie di rosato (Chiaretto di Bardolino, Valtènesi Chiaretto, Cerasuolo d'Abruzzo, Castel del Monte e Bombino Nero, Salice Salentino, Cirò). "Ci siamo riuniti perché siamo consapevoli che da soli non possiamo cambiare il trend" ci tiene a precisare il presidente del Consorzio del Salice Salentino **Damiano Reale** (e vicepresidente di Rosautocono). "Già sapere che non esiste un monitoraggio di questa tipologia di vino, ci fa capire come siamo messi. In ogni caso" continua "l'obiettivo non è copiare i francesi, ma puntare sulla diversificazione. Ci stiamo lavorando".

IL MERCATO ITALIANO

Se fino a qua, abbiamo analizzato il mercato mondiale e statunitense, vediamo, invece, qual è la situazione in Italia. Come fa notare Pantini: "Oggi i vini rosati sono quelli che crescono di più a livello internazionale e meno sul mercato italiano. Tuttavia, entro 5 anni, è probabile una crescita generalizzata anche sul mercato domestico".

Secondo le elaborazioni di Wine Monitor-Nomisma, nel mercato interno, le vendite (a volume) e i consumi sono stabili. Cresce, invece, il valore: 34 milioni di litri per 85 milioni di euro solo nella Gdo. Si consideri che nel 2016, a fronte di 33 milioni di litri, il valore non andava oltre i 75 milioni di euro. Dato facilmente spiegabile con l'incremento dei prezzi, passati da 1,96 euro del 2016 a 2,50 euro dell'ultimo anno, a far capire come la percezione del vino rosato sia decisamente migliorata. Non si produce, quindi, più rosato (semmai è vero il contrario), ma è in corso un riposizionamento verso l'alto. D'altronde la fotografia, scattata dall'Icqr al 15 marzo, mostra per i vini rosati un milione di ettolitri di giacenze.

Se parliamo di percezione dei rosati, la survey di Wine Monitor, mostra come i migliori vini rosati siano identificati con il Veneto (per il 9% degli intervistati) e con la Puglia (per il 7%), mentre il 35% non saprebbe posizzarli (una percentuale molto più alta, rispetto al 16% di chi ha dubbi sulla provenienza dei migliori rossi nazionali).

"Questo dato sull'alta percentuale di consumatori italiani che non sa indicare la provenienza dei vini rosati è quello che mi preoccupa di più" è il commento del senatore **Dario Stefàno** "Ormai un po' tutti producono questa tipologia di prodotto. Lo considero un fatto positivo per il comparto ma, da pugliese, non posso che provare un magone, per l'intuizione che avevamo avuto anni fa e che non abbiamo portato avanti fino in fondo. Per questo è importante avviare una riflessione condivisa e portare avanti un discorso nazionale, ma con le dovute diversificazioni, giocando la carta dell'autoctonia". ❖

"La Nuit en rosé" sul fiume Hudson



A dimostrazione della grande attenzione del mercato statunitense per i vini rosati, ritorna per il sesto anno consecutivo l'evento La Nuit en Rosé. L'appuntamento è il 10 e 11 maggio a New York, a bordo dello Hornblower Infinity Yacht in crociera sul fiume Hudson. Una kermesse esclusiva che, quest'anno, vedrà anche la partecipazione di 35 aziende pugliesi sotto la regia dell'associazione Puglia in Rosé. In totale, sono attesi oltre 3mila winelovers e 850 operatori commerciali.

VINO BIOLOGICO. È L'EUROPA A SPINGERE LA CRESCITA

Le stime Iwsr parlano di tasso annuo di oltre 9% tra 2017 e 2022. In un mercato che avanza lento, i consumi bio potrebbero raggiungere quota 787 milioni di litri. Dal Giappone agli Stati Uniti, passando per Germania, Uk e Francia, il punto sui mercati più performanti, compresa l'Italia

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Sarà l'Europa a guidare la domanda e a trainare la crescita dei consumi di vino biologico da qui al 2022. Nonostante il segmento rappresenti ancora una quota minoritaria rispetto al complesso dei vini, le cifre contenute all'interno del *Drinks market analysis*, dicono che in un momento in cui i volumi dei vini fermi crescono lentamente o restano stabili, il mercato del vino biologico potrebbe raggiungere la quota di 787 milioni di litri (87,5 milioni di casse) entro il 2022.

“La gran parte di questa crescita è supportata e guidata dall'Europa” come spiega il ceo di Iwsr **Mark Meek**, sottolineando che, nel giro dei prossimi tre anni, il Vecchio Continente varrà il 78% del mercato globale dei vini biologici. Le superfici vitate mondiale coltivate con metodi bio ammontano nel 2017 a oltre 400 mila ettari, con un forte aumento del 234% rispetto al 2007. La chiave di questo trend, sottolinea l'Iwsr, ente di ricerca londinese, sta nella sempre più diffusa attenzione dei consumatori per i temi della sostenibilità. Per il vino biologico, in particolare, l'incremento percentuale medio annuo previsto nel quinquennio 2017-2022 è stimato al 9,2%, il più alto tra i vari segmenti merceologici, in un contesto in cui i volumi dei vini fermi sono stimati entro il 2022 a 21,8 miliardi di litri, pari a 2,43 miliardi di casse da 9 litri.

L'ANALISI DEI MERCATI

Lo studio dell'Iwsr analizza anche la situazione in alcuni mercati chiave per i vini bio. A partire dal **Regno Unito** dove, nonostante il consumo di vino sia complessivamente in calo, per il segmento “organic wine”, l'incremento medio previsto tra 2017 e 2022 è del 9,4% annuo. L'analisi dei comportamenti di acquisto dei britannici dice che sono disposti a pagare in media il 38% in più per una bottiglia di vino bio rispetto a un vino convenzionale e che la tipologia rosso vale il 60% rispetto a un 40% dei bianchi e dei rosati. Oltre sette bottiglie bio su dieci nel mercato Uk provengono da marchi dei grandi Paesi >>

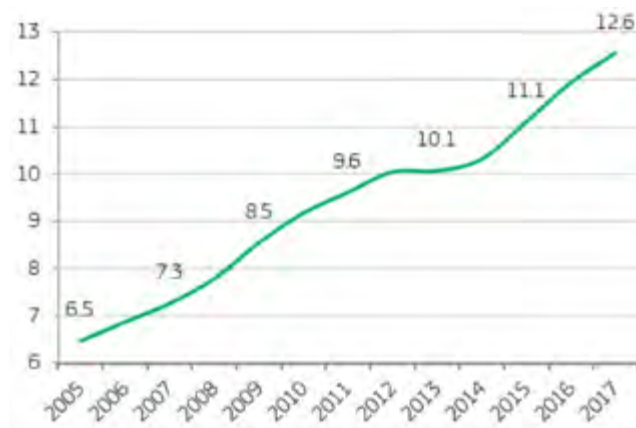
In Francia, un'etichetta per i vini "in conversione"

Investire in biologico richiede una grande quantità di manodopera: preparazione dei suoli, lavori di mantenimento, monitoraggi per evitare trattamenti, lavori manuali come il diserbo o la preparazione dei terreni. Il tutto con una resa media in uva significativamente inferiore, rispetto a una media di circa il 70%. Il periodo di conversione, per un vino che vuole essere biologico, è di tre e questo interregno rappresenta un costo importante per il produttore. Per compensare parzialmente questa perdita, un'etichetta specifica è stata istituita in Francia. Designare il vino prodotto su un vigneto in conversione a biologico. La usano le aziende francesi che, dopo il primo anno, possono beneficiare di prezzi al consumo più elevati.

In Sicilia la più grande superficie bio

Se la Sicilia, con 5 milioni di ettolitri è la quarta regione per produzione vinicola in Italia (10% del totale nazionale), è sicuramente leader per superficie dedicata alla coltivazione biologica della vite, con oltre 35.900 ettari di vigne, pari al 34% della superficie nazionale. Il dato è emerso a Palermo, nel corso di un forum di UniCredit relativo alle performance delle aziende vinicole siciliane, diffuso in vista di Sicilia en Primeur, anteprima organizzata da Assovini Sicilia, in programma dal 6 al 10 maggio a Siracusa. La gran parte del vino regionale è costituita da vini Dop (28%) o Igp (54%). In termini di valore economico generato dai vini certificati, la Sicilia, con 550 milioni, è quarta ed è superata solo da Veneto, Toscana e Piemonte.

Superfici bio in Ue 2005-2017 (mln ha)



fonte: Eurostat

» produttori, ovvero da Italia, Francia e Spagna. L'acquirente tipo di questi vini è benestante, risiede nelle aree metropolitane, soprattutto Londra, ed acquista regolarmente prodotti biologici.

La **Germania** rappresenta il più grande mercato mondiale per i vini bio fermi, con un tasso di crescita medio annuo a volumi di quasi 18% dal 2012. La quota bio sul totale dei vini fermi consumati nel 2017 è pari al 6%. Oltre metà di questa fetta di mercato è rappresentata dalle produzioni locali made in Germany. Qui, i clienti tipo sono specialmente donne, over 50 con stipendi molto alti.

La **Francia** è diventata recentemente una buona consumatrice di vini bio. Infatti, il rapido incremento della categoria ha raggiunto il 4% del totale degli still wine consumati. E, se le stime saranno rispettate, tra 2017 e 2022 il vino biologico nel paese transalpino crescerà del 13,3%, raggiungendo quota 153 milioni di litri (17 milioni di casse) rispetto a un mercato generale che è stimato in flessione di oltre il 2%. E non sarà solo Parigi e la sua grande area metropolitana a sostenere la crescita, bensì anche altre grandi città del territorio francese. E se la distribuzione di tali vini è per ora appannaggio dei medi e grandi supermarket, risulta in aumento, come sottolineano gli analisti Iwswr, la tendenza a un consumo al bicchiere nel canale on-trade.

Negli **Stati Uniti**, primo mercato mondiale per il vino, il bio è ancora considerato una nicchia che, tuttavia, sta lentamente rubando ed erodendo quote di mercato ai vini convenzionali. Negli Usa, sette bottiglie di vino biologico consumato sono

prodotte da cantine locali. Mentre donne, millennial, cittadini con redditi alti e con stili di vita molto attenti agli aspetti salutistici del cibo. In questo mercato, dove l'Iwswr prevede un incremento medio annuo dei volumi di vino pari all'1% tra 2017 e 2022, i vini biologici saranno in grande evidenza, considerando che le stime parlano di tassi medi annui del 14,3 per cento. Dall'altro lato del Pacifico, il **Giappone** dimostra una certa confidenza col biologico, dal momento che la fetta di mercato sul totale delle vendite nel Paese è del 10%. E questo è merito di un tasso di crescita medio annuo pari all'8,2% registrato negli ultimi cinque anni. Considerando la previsione tra 2017 e 2022, l'Iwswr parla di rallentamento dei ritmi di crescita per questa piazza asiatica, ma con performance sempre più alte della media generale. Le preferenze dei nipponici per i vini bio riflettono sostanzialmente la situazione della categoria nel suo insieme: si tratta di prodotti a stragrande maggioranza di importazione, soprattutto dalla Francia, con la tipologia rosso che domina la categoria e percentuali dell'84,8 per cento.

Qual è la situazione italiana? Come noto, l'**Italia** viene considerata uno dei pionieri della produzione di vino bio in tutto il mondo. Oggi, il vigneto italiano rappresenta circa il 25% di tutta l'area vitata della categoria. E gli analisti di Iwswr, nel recente Drinks market analysis, stimano un incremento medio annuo a volume del 5,4 per cento. Tradotto in cifre, l'Italia dovrebbe raggiungere entro il 2022 la quota di 1,7 milioni di casse da 9 litri, ovvero oltre 15 milioni di litri, poco sopra i 20 milioni di bottiglie. ❖

Verso l'armonizzazione delle regole Ue

Secondo le attuali norme Ue (Regolamento 834 del 2007), gli Stati membri possono concedere deroghe ad hoc sulla produzione bio. E permangono differenze anche tra i criteri applicati ai prodotti di importazione. Nel 2021, entrerà in vigore la nuova legislazione (il Regolamento 848 del 2018) che punta ad armonizzare le regole per tutti gli attori. Non solo questo. La semplificazione sarà un elemento importante della riforma. Per i piccoli agricoltori, ad esempio, il nuovo sistema consente delle certificazioni di gruppo che ridurranno gli oneri amministrativi e i costi generali. Un altro fattore di semplificazione è la possibilità di ottenere l'esenzione dai controlli a campione se l'impresa non ha registrato irregolarità per tre anni consecutivi.

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
ALCOHOL-HERBENES NATURWEIN
ERBENWEIN-CELESTINE