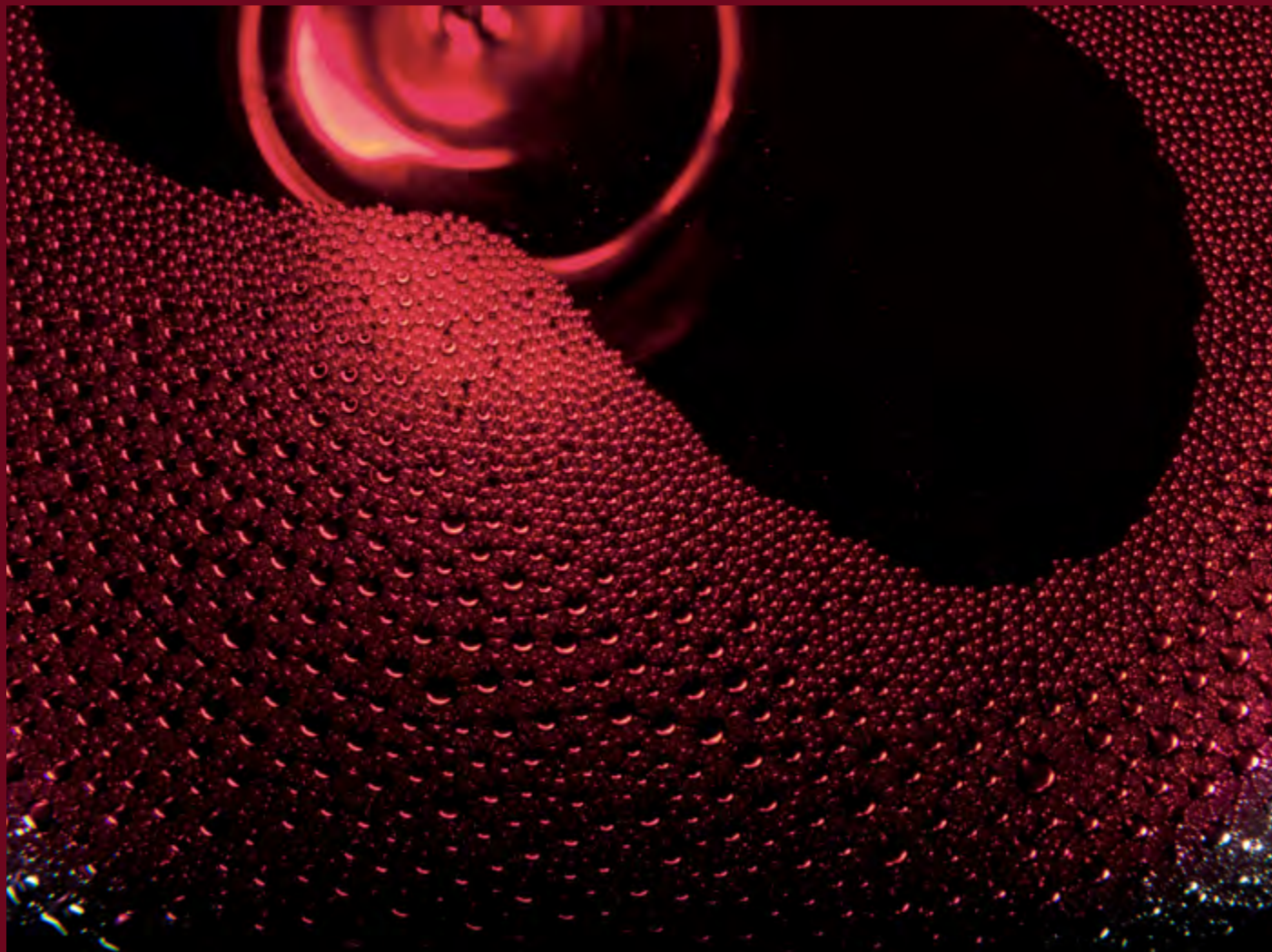




trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



TRADIZIONALE E SOSTENIBILE. METAMORFOSI LAMBRUSCO

- USA**
Nove mesi in calo per l'import vini, Italia compresa. Ma è il momento buono per i rosati **pag. 4**
- CONSORZI**
Tanta uva e poco vino per il Soave. ❖ L'abbondanza del 2018 ha giocato un brutto scherzo ai produttori **pag. 8**
- ENOTECHES**
Signorvino lancia i corsi per appassionati. Entro il 2019 apertura anche a Roma **pag. 12**
- ESTERI**
L'Australia scopre i vitigni italiani: Prosecco, Sangiovese, Fiano e Vermentino i più coltivati **pag. 16**
- ASIA**
Mentre Ue e Giappone stanno per firmare l'Epa, riparte da Tokyo il worldtour del Gambero **pag. 26**

LA FOTONOTIZIA



**PRONTI
PER FESTEGGIARE
SAN MARTINO?
NEL WEEKEND SI VA
PER CANTINE APERTE**

“A San Martino ogni mosto diventa vino”. E come da tradizione è tempo di celebrare la giornata del vino: l'11 novembre. San Martino, appunto. Che quest'anno, per la gioia dei winelover, cade proprio nel fine settimana. Se in Francia per questa annata, si dovrà aspettare il 15 novembre prima di stappare il cosiddetto Beaujolais Nouveau, qua in Italia le degustazioni sono già iniziate. E culmineranno nell'appuntamento novembrino del Movimento Turismo del Vino, *Cantine Aperte a San Martino*. Oltre alle classiche visite e degustazioni aziendali, il 10 e l'11 novembre, alcune cantine proporranno anche cene con i vignaioli, lezioni di potatura, passeggiate nei vigneti, corsi di cucina per bambini, musica e mostre d'arte. Protagonisti indiscussi resteranno comunque i vini: invecchiati, ma anche novelli (da abbinare rigorosamente alle castagne). Per questa edizione, c'è poi un altro grande ritorno: *Cantine Aperte a San Martino in Camper*, realizzato in collaborazione con la rivista di settore PleinAir e dedicato ai camperisti che vogliono avvicinarsi alle tradizioni vitivinicole del Belpaese.

“Cantine Aperte a San Martino vuole coinvolgere gli enoturisti nel momento più bello e magico del percorso che porta dall'uva al vino” dice il presidente MTV Nicola D'Auria “aprendo le cantine e trasformando l'incontro con i vini invecchiati e con il vino nuovo in una festa. Sono sempre più le persone che, da maggio a dicembre, seguono la “vita” del vino, dei vigneti e delle cantine, diventando, più che ospiti, amici, nello spirito che contraddistingue il nostro Movimento fin dalla nascita”.

foto Cantine Lungarotti

USA. Cala l'import di vini fermi in 9 mesi. I valori in aumento del 5%. Per l'Iwfi il momento è d'oro per i rosati: +30% in quantità e +41,5% a valore

Ancora 9 mesi di luci e ombre sul mercato statunitense dei vini fermi. Le importazioni complessive degli Usa registrano un calo nei volumi del 7,9% con una diminuzione degli acquisti da cinque dei sette principali Paesi fornitori (Italia -3,3%, Australia -18,5%, Cile -12,4%, Argentina -14,7% e Spagna -17%) che assieme rappresentano il 68,3% del totale delle importazioni vinicole americane. Fanno eccezione la Francia (+9,5%) e la Nuova Zelanda (+3%). Nel caso specifico dell'Italia, sono oltre 6,3 milioni i litri di vino in meno nell'arco di nove mesi. Considerando i valori, espressi in dollari americani, oltre all'incremento francese (+19,7%) spiccano gli aumenti di Italia (+4,1%), Nuova Zelanda (+3,8) e Spagna (+1,4%). Secondo l'analisi dell'Italian wine & food institute, sono "dovuti ad aumenti di prezzi o a variazioni di cambio". Nonostante il periodo di "recessione", come scrive l'Iwfi, ci sono alcuni elementi di notevole

interesse. Primo tra tutti il diffuso espandersi dei rosé. I quattro principali esportatori negli Stati Uniti (Italia, Francia, Australia e Cile) hanno fatto tutti registrare forti incrementi nelle esportazioni di rosati, che sono passati da 341.230 ettolitri (204,7 milioni di dollari) dei primi nove mesi del 2017 a 436.530 ettolitri, per un valore di 289,6 milioni di dollari nel 2018. Vale a dire un aumento del 30% in quantità e del 41,5% in valore. Gli stessi Paesi hanno fatto registrare un calo nell'export di vini rossi complessivamente del 5,6%. Guardando agli spumanti italiani, infine, la situazione generale italiana resta molto positiva. In nove mesi, gli Usa hanno acquistato 550.980 ettolitri, per un valore di 315,9 milioni di dollari, con un incremento del 15,1% in quantità e del 22,6% in valore. Nello stesso periodo del 2016 (rispetto al 2015) gli incrementi erano stati rispettivamente del 22,5% e del 30,2%.

Importazioni USA di vini da tavola (fermi)

	Genn. - Sett. 2018		Genn. - Sett. 2017		18/17 +/- %	
	Ettolitri	Dollari	Ettolitri	Dollari	Quantità	Valore
Italia	1.849.780	1.037.931.000	1.913.220	996.625.000	-3.3	4,1
Francia	1.037.550	981.947.000	947.500	819.836.000	9.5	19,7
Australia	1.025.550	216.843.000	1.258.940	258.046.000	-18.5	-15,9
Cile	884.810	176.291.000	1.009.560	198.961.000	-12.4	-11,3
Nuova Zelanda	540.360	330.843.000	524.410	318.613.000	3	3,8
Argentina	369.360	178.634.000	433.200	183.404.000	-14.7	-2,6
Spagna	309.070	155.320.000	372.160	153.155.000	-17	1,4
Totale	6.496.970	3.308.015.000	7.054.620	3.148.554.000	-7.9	5,0

fonte: Italian Wine & Food Institute

IL SONDAGGIO. I lettori di Wine Spectator pronti ad acquistare vini italiani. Ma i veri competitor sono i californiani

Dodici domande per capire dai lettori della rivista *Wine Spectator* quanto piaccia il vino italiano e, in particolare, se la campagna di comunicazione *Italian Wine - Taste the passion*, realizzata negli Usa dall'agenzia Ice, abbia raggiunto gli obiettivi. La pubblicità, secondo il sondaggio pubblicato nel numero di ottobre scorso, ha attirato l'attenzione del 67% dei lettori. Il 74% di essi considera i vini italiani paragonabili al raffinato design del nostro Paese, mentre il 63%

ha risposto che prenderà in considerazione l'acquisto di vini italiani. **Il legame tra artigianato, design e patrimonio artistico italiano a un vino rosso pregiato** (descritto nello spot) hanno evocato a oltre il 70% dei lettori la passione per la produzione di qualità. Il 90% dei lettori di *Wine Spectator* dichiara di bere vini italiani, mentre solo il 16% lo fa abitualmente. Un dato che, rileva l'Ice, sottolinea l'esigenza per i produttori italiani di stabilire una presenza più

regolare nei consumi domestici e nella ristorazione americana, obiettivo principale del Progetto vino Usa lanciato da Ice nel 2018. Nonostante l'Italia resti uno dei principali fornitori, lo studio rivela che tra gli intervistati il 34% e il 48% sono propensi ad acquistare una bottiglia di vino californiano rispettivamente nelle fasce di prezzo 10-20 dollari e superiore a 20 dollari, confermando come i principali concorrenti nel mercato statunitense siano proprio i vini locali.

VIVITE

FESTIVAL DEL VINO COOPERATIVO

UN EVENTO VOLUTO
E REALIZZATO DA

alleanza delle
**Cooperative
italiane**
AGROALIMENTARE



DOVE IL VINO
PARLA LA LINGUA
DI TUTTI

17-18 NOVEMBRE 2018

Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia
Via Olona, 6 - Milano

POWERED BY

Lievita
BEYOND THE TASTE

COLDIRETTI Prandini è il nuovo presidente nazionale: "Meno burocrazia e più competitività"

Cambio ai vertici di Coldiretti: l'assemblea dei delegati regionali ha eletto all'unanimità il nuovo presidente, il lombardo Ettore Prandini (foto), già vicepresidente nazionale, che succede a Roberto Moncalvo. Laureato in giurisprudenza, Prandini guida un'azienda zootecnica di bovini da latte e gestisce un'impresa vitivinicola con produzione di Lugana. Tra le diverse cariche che ha ricoperto ci sono quello di presidente Coldiretti Brescia e Coldiretti Lombardia.

"Gli agricoltori stanno facendo la loro parte ma possiamo e dobbiamo dare di più" sono state le sue prime parole da presidente "creando le condizioni per garantire reddito alle imprese, rilanciando un sistema in grado di offrire prezzi più giusti alla produzione, meno burocrazia e maggiore competitività, a partire da



una politica di accordi di libero scambio che non penalizzino i nostri prodotti a livello internazionale fino a una legge comunitaria per l'etichettatura d'origine che garantisca vera trasparenza e libertà di scelta ai consumatori."

Prandini prende il timone di una organizzazione in crescita che oggi, a 74 anni dalla sua fondazione, conta su 1,6 milioni di associati. Ad affiancarlo nel prossimo quinquennio, ci sarà la giunta più giovane di sempre (con un'età media di 41 anni e 9 mesi): i tre vice presidenti Nicola Bertinelli (Emilia Romagna), David Granieri (Lazio) e Gennaro Masiello (Campania), insieme a Maria Letizia Gardoni (Marche), Francesco Ferreri (Sicilia), Daniele Salvagno (Veneto), Savino Muraglia (Puglia) e Roberto Moncalvo (Piemonte).

ENOTECARI. L'Aepi entra nell'elenco ufficiale del Mise



Aepi, l'Associazione enotecari professionisti italiani, entra nell'elenco Mise (Ministero per lo sviluppo economico), che include le associazioni che rilasciano un attestato di qualità

e di qualificazione professionale dei servizi prestati. L'ingresso arriva dopo due anni di verifiche e controlli e dopo due governi: "È il punto di partenza di una avventura per

Il maltempo dimezza la produzione di extravergine

Dalla task force, convocata in occasione dell'Assemblea elettiva, Coldiretti traccia il bilancio dei danni del maltempo: è l'extravergine d'oliva a subire le maggiori conseguenze, con una produzione dimezzata. Meno 40% il prodotto raccolto, ovvero meno 265 milioni di chili. **Un valore vicino ai minimi storici per la pianta simbolo della dieta mediterranea.** Particolarmente grave, la situazione in Puglia con una violenta tromba d'aria che ha colpito la provincia di Brindisi, ma le segnalazioni degli olivicoltori arrivano da tutte le regioni. Una strage che, come ricorda Coldiretti, colpisce il settore, dopo le gelate invernali di Burian dello scorso febbraio, che avevano già compromesso 25 milioni di ulivi in tutta la Penisola.

affermare il ruolo dell'enotecario professionista. Una figura professionale" afferma il presidente Aepi, Francesco Bonfio "che potrebbe diventare il fulcro di un'evoluzione culturale nel vino e nel ruolo che questo ha in una alimentazione consapevole".

Aepi, costituita nel 2016, aveva fatto richiesta di riconoscimento sulla base di un Regolamento Ue (che normava le professioni non organizzate in ordini e collegi) recepito dal Parlamento italiano con la legge 4 del 14 gennaio 2013. **Ad oggi è la prima associazione del comparto enogastronomico ad entrare nell'elenco del Mise.** Le sue attività sono sia di promozione della cultura e consumo del vino, sia di raccordo per gli associati con gli organi dello Stato, a cui è possibile presentare le proprie istanze.

DIRITTO VITIVINICOLO. Le etichette per i vini alternativi



In questa rubrica è stato affrontato più volte il tema dell'etichettatura nel mondo del vino. È un tema centrale, perché attiene alla tutela del consumatore, che ha il diritto di essere informato in modo da effettuare scelte consapevoli. Il regolamento cardine n.1308/13 c.d. sull'Organizzazione Comune del Mercato cita pedissequamente il regolamento n.1169/11, che disciplina la presentazione dei prodotti alimentari, escludendone la completa applicabilità alle bevande con contenuto alcolico superiore a 1,2 per cento in volume.

In questa "zona grigia", se per il prodotto alimentare è obbligatorio l'inserimento degli ingredienti e delle indicazioni nutrizionali, nel prodotto vitivinicolo l'obbligo è espressamente limitato all'indicazione degli allergeni (ad es. "contiene solfiti"). Questa normativa è considerata restrittiva da alcuni produttori che, invece, invocano la c.d. "etichetta trasparente" che di fatto estenderebbe anche al vino gli obblighi previsti per l'industria alimentare. Sono perlopiù i produttori che praticano agricoltura biologica o biodinamica, senza fermentazione spontanea, senza inoculo di lievito esterno, senza additivi se non piccole quantità di solforosa. Costoro, oltre a sentirsi limitati dalla normativa europea che non solo non obbliga a inserire gli ingredienti, ma sanziona le diciture in negativo perché ingannevoli sulla qualità del prodotto (come ad es., "non filtrato" ovvero la famigerata "senza solfiti"), lamentano la disomogeneità nelle sanzioni da parte degli uffici locali. Benché sia sempre stato lecito indicare in etichetta la quantità di solfiti presenti, lo scorso anno il Mipaaf ha emesso un parere su richiesta del Consorzio Vini Veri nel quale ammette la possibilità di inserire alcune diciture, purché posizionate consecutivamente senza interruzioni: "contiene n...mg/l di solfiti totali"; "senza aggiunta di altre sostanze ammesse per uso enologico"; "dall'uva alla bottiglia senza aggiunta di altre sostanze ammesse per uso enologico", a condizione che non sia stata aggiunta nessuna sostanza diversa dall'anidride solforosa, né il bisolfito di potassio né il metabisolfito di potassio. C'è, ancora, tuttavia, chi non ritiene sufficienti neppure queste diciture e vorrebbe, quindi, portare queste istanze in sede europea. Il percorso, ovviamente, non è semplicissimo: i viticoltori dovrebbero presentare un'istanza congiunta supportata da dichiarazioni di sostegno alla Commissione Europea che è l'unico soggetto legittimato alla presentazione di proposte di legge al Consiglio. Una strada sempre in salita.

– Giulia Gavagnin, esperta in diritto ambientale e agroalimentare
avv.giuliagavagnin@gmail.com

FIVI. 3 proposte per rendere il vino più competitivo. I Vignaioli incontrano Centinaio



No ai limiti di utilizzo del rame; nuovo sistema per stabilire la rappresentatività nei consorzi; stop al cumulo di cariche. Sono queste le tre richieste che una delegazione Fivi, ricevuta al Mipaaf, ha sottoposto al Ministro dell'Agricoltura e del Turismo Gian Marco Centinaio. Tre cavalli di battaglia della federazione che, relativamente al rame, sottolinea come al momento non ci siano alternative per chi vuole produrre in regime biologico e chiede, quindi,

che fino a quando la ricerca non troverà nuovi prodotti, non si penalizzi chi coltiva secondo questo regime, come invece propone la Comunità europea. Sulla questione rappresentatività, **Fivi ha sempre denunciato lo strapotere delle grandi cooperative rispetto ai viticoltori nelle sedi consortili.** Infine, la Federazione fa notare il conflitto d'interesse tra chi svolge un ruolo di amministratore di un consorzio di tutela e allo stesso tempo si ritrova negli organismi di controllo deputati a svolgere attività nei confronti e a tutela delle denominazioni di origine. A termine dell'incontro, la presidente Fivi Matilde Poggi, sottolineando come queste richieste non vadano a beneficio esclusivo dei Vignaioli Indipendenti, ma di tutta la filiera, ha spiegato come il proposito di Fivi sia "da ora innanzi, quello di mettersi a disposizione del Ministero per collaborare sull'implementazione delle proposte e vigilare sull'effettiva traduzione in atti concreti della volontà di rafforzare la competitività del comparto vino e l'affidabilità delle strutture organizzative che lo guidano e lo controllano".

SETTESOLI. Rivoluzione ai vertici. Dopo il licenziamento del direttore Li Petri, lascia anche il direttore vendite



a cura di Andrea Gabrielli

Con uno scarno comunicato di quattro righe, la Cantina Settesoli di Menfi ha annunciato il licenziamento, a far data dal 5 novembre, del direttore generale, Salvatore Li Petri, il quale molto probabilmente impugnerà il provvedimento. Inoltre, **sono arrivate anche le dimissioni di Mirco Gabbin, attuale direttore vendite Italia** (formalizzate l'8 novembre), che nel frattempo avrebbe accettato l'incarico di nuovo amministratore delegato della società Acqua&Terme Fiuggi. Gabbin (con un passato in Sangemini) dovrebbe, così, ritornare a lavorare con Vito Varvaro, l'ex presidente Settesoli dal 2011 e non rieletto nel 2017, recentemente chiamato alla testa di Acqua&Terme Fiuggi spa. La carica di direttore generale Settesoli è stata avocata dal menfitano Giuseppe Bursi, storico socio, dirigente dell'assessorato siciliano all'Agricoltura e presidente in carica, in attesa di trovare dei managers in grado di sostituire i ruoli ricoperti sin dal 1998 da Li Petri e ora anche da Gabbin. Cantine Settesoli è stata fondata nel 1958 a Menfi e per 40 anni è stata presieduta da Diego Planeta, che aveva poi caldeggiato il manager Vito Varvaro come nuovo presidente.

Oggi rappresenta una delle più importanti aziende vitivinicole siciliane cooperative (circa 55 milioni di fatturato), con 6mila ettari di vigneto nella costa sudoccidentale della Sicilia. Con i suoi 2mila soci coinvolge a vario titolo nella sua attività il 70% delle 5mila famiglie del territorio. Dispone di quattro stabilimenti, una produzione di 24 milioni di bottiglie di vino e dedica una costante attenzione ai temi ambientali e sociali.

Dopo questi cambiamenti improvvisi, l'augurio adesso è che l'azienda possa superare in fretta le difficoltà. Il territorio di Menfi ha bisogno di una Settesoli forte e in grado di distribuire reddito agli agricoltori.

SOAVE. Annata complessa: l'eccesso di produzione fa uscire dalla Dop molte uve

Sono stati numerosi i declassamenti di uve nell'area del Soave. Perché il superamento in vigna dei quantitativi consentiti dal rigoroso disciplinare ha fatto sì che le uve arrivate in cantina non avessero le carte in regola per ottenere la Doc. E questa particolare situazione, dovuta a una non attenta gestione dell'abbondanza, potrebbe incidere sul mercato del bianco veronese che, nel frattempo, sta mostrando buoni segnali: la Doc è stabile a 40 milioni di bottiglie, il Soave Classico a 12 milioni di bottiglie, mentre sono in recupero il Soave Superiore, con un +40% sul 2017, lo spumante con +30% e il Recioto di Soave (che, va precisato, pesano molto meno in valore assoluto, con circa un milione di bottiglie). **Situazione complessa, quindi, con tanta uva e poco vino, che desta preoccupazione nel Consorzio di tutela del Soave, alla luce di una annata 2018 molto abbondante** per i vigneti a Garganega, che hanno sovra-performato rispetto ai 140 quintali previsti come limite massimo dal disciplinare. In molti casi, l'uva non ha raggiunto gli standard qualitativi richiesti, non ha potuto fregiarsi dell'appellativo Doc ed è stata declassata a Igt o a vino da tavola. In generale, nonostante un'annata abbondante in fase di raccolta, ci sarà meno Soave. E se si considera che le giacenze sono ai minimi storici, dopo lo scarso 2017, è facile "presagire una carenza di vino per soddisfare il mercato", osserva il presidente del consorzio, Sandro Gini. Non solo: i prezzi dell'uva e del vino sono aumentati, in controtendenza rispetto ad altri territori italiani. Sta proprio qui la preoccupazione più grande di una Doc che dovrà fare i conti con una Gdo che quest'anno chiederà alle cantine, vista l'abbondanza di vino, di abbassare i listini. "Chi ha lavorato bene in vigna e ha selezionato i grappoli, avrà qualità importante e una corretta remunerazione del proprio lavoro", ribadisce Gini. Ora, per il consorzio, si tratterà di vedere come andranno gli ordinativi, in un mercato, soprattutto per i bianchi, che si annuncia ribassista. - G. A.

INCARICHI. Fabio Maccari dal vino all'olio. È il nuovo ad del Gruppo Salov

Dopo una lunga esperienza in Trentino nelle file del gruppo Mezzacorona, come direttore generale, Fabio Maccari ritrova sulla propria strada il mondo olivicolo. Sarà infatti il nuovo amministratore delegato del Gruppo Salov spa, azienda storica e tra i leader italiani del settore con 350 milioni di fatturato e circa cento milioni di bottiglie vendute. "Il mio è un ritorno al mondo dell'olio che è tra i best seller dell'export italiano" ha detto Maccari ricordando che Salov ha "un respiro internazionale come poche altre aziende, con una presenza capillare in 75 Paesi del mondo". In Mezzacorona, Maccari ha ricoperto fino a ottobre scorso il ruolo di dg, che gli era stato affidato nel 2012, partecipando alla crescita del gruppo cooperativo trentino, passato da 149 milioni di euro di ricavi ai 185 milioni dell'ultimo bilancio approvato.

GAMBERO ROSSO®

il giro d'Italia
con il lambrusco



12 novembre 2018

SHERATON ROMA HOTEL & CONFERENCE CENTER

6 chef per 6 espressioni di lambrusco

MARIANNA VITALE | MAURO ULIASSI | MARCELLO E MATTIA SPADONE | NINO ROSSI | CRISTIANO TOMEI

INFO:

✉ www.gamberorosso.it

✉ eventi.istituzionali@gamberorosso.it

in collaborazione con



AGRICOLTURA. Filiere hi-tech e ad alta sostenibilità per incrementare i fatturati. La Cia presenta il suo progetto per le aziende vitivinicole e olivicole

Un investimento medio dell'1% del fatturato aziendale in innovazione di processo (dal campo al consumatore) potrebbe consentire alle imprese dei settori vitivinicolo e olivicolo di accrescere i ricavi del 20% in tre anni. Il dato emerge da una stima della Cia-Agricoltori italiani, che ha presentato a Canelli (Asti) un progetto sulle filiere ad alta tecnologia e alta sostenibilità, due asset considerati fondamentali per l'agricoltura del futuro. Filiere smart, a cui ha collaborato anche il Cnr, che partono dal concetto di visione integrata dell'azienda e mettono assieme le risorse tecniche e umane, le reti logistiche e commerciali. Un'innovazione di processo, più che di prodotto, che consente all'imprenditore di intervenire sui costi produttivi, a cominciare dal risparmio sulla bolletta energetica, riducendo anche l'uso di mezzi strumentali. Con l'utilizzo di software intelligenti, spiega la Cia, l'agricoltore

è in grado di disporre di informazioni puntuali sui reali

bisogni delle colture, dei vari processi agronomici e di trasformazione, eliminando gli sprechi, a partire dall'acqua. A questa agricoltura di precisione si affiancano

piattaforme condivise di

tracciabilità dei prodotti (alimenti e bevande) lungo la distribu-

zione. "Già sfruttando le potenzialità di alcune app gratuite e i social network" osserva la Cia "una piccola azienda, anche situata in una zona interna difficilmente raggiungibile, può intercettare una vasta platea di clienti potenziali", risparmiando risorse finanziarie che una volta erano destinate alla pubblicità. Il progetto Cia, inoltre, punta a migliorare la qualità dei volumi prodotti: l'attivazione dell'identità genetica è uno dei passaggi obbligati: da un lato, la scelta delle migliori cultivar di olive e di uve per resa e per qualità, dall'altro lato la certezza per i consumatori che il prodotto nella bottiglia acquistata sia inconfutabilmente quello dichiarato in etichetta. Quali sono gli ostacoli principali da superare? Nei due settori, olivicolo e vitivinicolo (che assieme valgono 14 miliardi di euro) appena il 5% delle imprese coinvolte hanno compiutamente agganciato le opportunità offerte dalle tecnologie e dalla digitalizzazione. Sul totale delle aziende agricole attive in Italia, solo il 25% dispone di un proprio sito Internet. "C'è un problema di informazione e conoscenza da parte degli imprenditori agricoli", scrive la Cia, che si candida come ottimizzatore di strumenti e soluzioni integrate da offrire ai produttori.



ARCHEOLOGIA. Ritrovato un vino "invecchiato di 2 mila anni" in Cina



Il passato del vino non smette di stupire ricercatori e appassionati. Proprio qualche giorno fa, l'agenzia governativa cinese Xinhua, ha fatto sapere che degli archeologi hanno ritrovato all'interno di una tomba cinese, una giara contenente 3,5 litri di liquido ambrato, che dall'olfatto fa pensare a del vino cinese. Si ritiene che risalga alla dinastia Han occidentale (202 a.C.-8 d.C), ma non si sa come il vaso sia stato sigillato per evitare che il liquido evaporasse. Dopo il ritrovamento, fatto nella provincia centrale di Hevan, sono già partiti i primi esami di laboratorio per saperne di più.

Non è la prima volta che le costruzioni funerarie si rivelano custodi delle usanze enogastronomiche delle antiche civiltà. Nel 2010, infatti, era stata rinvenuta, sempre in una tomba e sempre in Cina, un'altra antica giara di 2.400 anni, contenente una zuppa.

CINA. Veronafiore inaugura una sede permanente a Shanghai



Veronafiore pianta la bandierina in Cina, con una sede permanente a Shanghai. Siamo a Changle Road, 989, nel centrale distretto business di Xuhui. Stesso indirizzo del Consolato italiano e dell'Ice. Circo-

stanza che "consente al sistema Italia di presentarsi unito, con autorevolezza e credibilità", è il commento dell'Ambasciatore d'Italia in Cina, Ettore Sequi, presente all'inaugurazione (vedi foto). **In questo modo, l'ente veronese intende presidiare il Paese del Dragone con i suoi asset: vino, agritech, marmo e construction.** "Questa apertura" ha detto il presidente di Veronafiore Maurizio Danese "coincide con la ricorrenza dei 120 anni dalla nascita della Fiera - la prima in Italia per organizzazione diretta delle manifestazioni - e i 20 anni di presenza qui in Cina. Vogliamo che gli uffici che apriamo oggi siano un ulteriore strumento per l'internazionalizzazione a disposizione non solo di Veronafiore ma anche dei nostri imprenditori e delle istituzioni".

SOMMELIER 1. Simone Loguercio è il numero uno secondo Ais



Va a Simone Loguercio l'edizione 2018 del concorso "Miglior sommelier d'Italia premio Trentodoc", organizzato dall'Ais. Già campione della Toscana per il 2018, il sommelier della delegazione di Firenze (di origini campane), in forza al ristorante Konnubio di Firenze, ha superato Valentino Tesi, pistoiese. Terzo gradino del podio, ex aequo, per il livornese Massimo Tortora e per il lucchese Simone Vergamini.

Per il presidente Ais, Antonello Maietta, la finale di Merano è stata la prova del livello qualitativo della scuola di formazione dell'associazione italiana, che conta oltre 40 mila iscritti. Maietta ha confermato le novità in arrivo dal punto di vista formativo per il prossimo anno: l'introduzione di corsi di degustazione sull'olio e un nuovo percorso per i degustatori. La sede del prossimo congresso nazionale sarà Verona.

SOMMELIER 2. Per Fisar il migliore è il lombardo Marco Barbetti



Viene dalla Lombardia il miglior sommelier Fisar: Marco Barbetti. Classe 1984 e iscritto nella delegazione di Bareggio dal 2008, Barbetti ha vinto la competizione finale a Vinoè di Firenze, la manifestazione nazionale della federazione dei sommelier, dove c'è stato anche il passaggio di consegne con il vincitore del titolo nel 2017, il toscano Emanuele Costantini. Secondo classificato, Luca Agostinetti della delegazione San Donà di Piave. Al terzo posto, invece, Anna Ostrovskij della delegazione di Milano. Nel corso dell'evento, che si è tenuto alla Stazione Leopolda, si è votato anche per le nuove cariche nazionali della federazione e ha avuto la meglio la lista n.2, ovvero quella capitanata da Luigi Terzago, che ha sconfitto la lista della presidente in carica, Graziella Cescon. Nel prossimo consiglio nazionale, quindi, i 15 consiglieri eletti voteranno per la Giunta e per il nuovo presidente.



VINVENTIONS

Complete
Closure Solutions

EVERY BOTTLE
BETTER

Per ogni vino, sviluppiamo e proponiamo la chiusura perfetta: ad alta prestazione, design superiore, senza difetti e sostenibile. Questo è ciò che noi di Vinventions intendiamo offrirvi con le nostre Soluzioni Complete di Chiusure per vino: Rendere ogni vostra bottiglia la migliore! Non vogliamo fare di più.



SIGNORVINO. Etichette italiane, formazione del personale, corsi per appassionati. Ecco la formula vincente del gruppo, che per il 2019 guarda anche a Roma

▲ a cura di Loredana Sottile



15 punti vendita in Italia e una selezione di oltre 1500 etichette (esclusivamente italiane) in ogni negozio, per un fatturato di oltre 30 milioni di euro. Così, in soli sei anni, Signorvino si è affermato nel panorama vitivinicolo del Belpaese, creando un format riconoscibile e diventando luogo di incontro alla portata di tutti. Ma siamo solo all'inizio. Per il 2019 sono già previste altre aperture in Italia - una sicuramente a Roma - e si guarda anche all'estero. "Sin dall'inizio, abbiamo lavorato per creare un'enoteca

2.0" dice il responsabile commerciale ed espansione di Signorvino **Luca Pizzighella** "con un assortimento ampio e popolare (si va dai 5 euro ai 3mila euro; ndr), dove rimane centrale il contatto umano. Ma non solo. La nostra formula è ibrida, tant'è che ci definiamo un negozio con cucina". E non un ristorante con enoteca: l'ordine delle parole non è casuale. Da Signorvino, quindi, si va in primis per comprare vino (il prezzo è uguale per l'asporto e il consumo al tavolo), ma anche per un aperitivo o un pasto informale. E si va anche per partecipare ai numerosi corsi ed even-

ti che scandiscono il calendario settimanale. Il lunedì - in tutti gli store italiani del gruppo - tocca alle lezioni sul vino: 10 incontri (ma si può prenotare anche la lezione singola) di 30 minuti in orario aperitivo, per imparare bevendo. Il martedì, invece, tocca alle degustazioni alla cieca, rivolte ad un target più esperto: si gioca con la possibilità di vincere il calice segreto. Mercoledì e giovedì, invece, di solito sono previste cene-degustazioni o verticali in collaborazione con le cantine italiane. (Per il calendario completo www.signorvino.com/it/eventi).

L'identikit del corsista, così come del cliente, è molto variegato: si va dal professionista che dopo il lavoro vuole approfondire la conoscenza del mondo del vino al millennial, attratto da queste formule easy (il claim è, infatti, "divertiti con gusto"). Mentre sale sempre di più la presenza femminile (tra il 20 e il 40% del target). Pizzighella spiega così il successo della proposta: "Nel tempo, il vino italiano ha fatto un lavoro di nobilitazione che, però, ha allontanato il cliente medio. Noi, invece, vogliamo avvicinarlo, liberandolo dalla paura di fare brutte figure o di sentirsi impreparato". Preparatissimi sono, invece, i Wine Specialist che lavorano negli store (sono circa 20 a punto vendita). Perché Signorvino è uno di quei gruppi che investe tantissimo nella loro formazione: roba rara nel nostro Paese, dove la filosofia è più quella dell'"usa e getta". Qua, invece, l'assunzione è solo il punto di partenza. A seguire ci sono ben tre livelli formativi: da quello base sul servizio alla conoscenza delle singole denominazioni, fino al livello avanzato, che prevede, tra le altre cose, almeno due/tre uscite sui territori alla scoperta di cantine a anteprime di vini. "Per noi è fondamentale che chi lavora col vino sia preparato e sappia trasmettere la sua passione. Così come è fondamentale che sappia leggere nella mente del cliente per dargli esattamente quel che vuole". A Signorvino va, infine, il merito di aver scommesso sul negozio fisico (forte anche dell'esperienza del patron Sandro Veronesi, presidente del gruppo Calzedonia), in un momento in cui il vino viaggia sempre di più online. Questo non significa, però, non rispondere ai nuovi stimoli che vengono dal mercato. E, infatti, oltre al servizio di consegna gratuita a casa dopo l'acquisto in negozio (già attivo in



Signorvino e Gambero Rosso insieme per comunicare l'enogastronomia italiana

L'esperienza trentennale del Gambero Rosso e la ventata di novità di Signorvino si incontrano per dare vita ad una nuova forza comunicativa dell'enogastronomia italiana. Prima di tutto, negli store del gruppo saranno presenti le grandi etichette recensite nelle guide Vini d'Italia e Berebene del Gambero Rosso. Inoltre, a breve sarà definito un ricco calendario di eventi condivisi. (www.gamberorosso.it/it/signorvino) "Con Signorvino" afferma il presidente di Signorvino Sandro Veronesi "abbiamo voluto dar vita ad una filosofia di promozione centrata sul consumatore finale, interagendo con lui nello store, in maniera semplice ed informale. Gambero Rosso non può che essere un sigillo di eccellenza sulla nostra selezione e le nostre attività". "Un accordo che convalida la grande importanza che il settore vitivinicolo ha per il nostro Paese" è il commento del presidente del Gambero Rosso Paolo Cuccia "Questa collaborazione contribuirà sicuramente a rendere note e accessibili le grandi etichette di qualità a tutti i tipi di consumatori".

tutti i punti vendita), è partito anche un primo test sull'e-commerce a Firenze, in collaborazione con Winelivery, il sito specializzato di vendite online con consegna entro 30 minuti dall'ordine. "Ci è subito piaciuto l'approccio di Winelivery" spiega Pizzighella "sappiamo bene che l'e-

commerce è parte del futuro e per questo ci stiamo lavorando. Ma non è una nostra priorità. Lo consideriamo un servizio aggiuntivo e non il nostro business principale. Perché, nella nostra ottica, il vino va vissuto a 360 gradi, con degustazioni, wine experience e confronti diretti con i nostri esperti".

EVENTI. A Marsala un talent per promuovere il bere responsabile

A Marsala, il prossimo sabato sera sarà all'insegna del bere responsabile, con il progetto Wine Night Moderation.



L'iniziativa voluta dalla Pastorale Giovanile della Diocesi di Mazara del Vallo, insieme al Consorzio di tutela vini Doc Sicilia, coinvolgerà **400 studenti di Marsala e 15 di Pantelleria, con l'obiettivo di abituarli a degustare il vino**, privilegiando la qualità piuttosto che la quantità. Appuntamento a partire dalla 18.30 alle Cantine Donnafugata di Marsala, per la prima edizione di un progetto pilota che vuole proporsi come format da estendere a livello nazionale. Durante la *Wine Night in Moderation* verranno presentati i progetti che i giovani hanno ideato – attraverso l'arte, la musica, la letteratura – per lanciare un messaggio che esprima in modo efficace la cultura del vino associata al bere consapevole. Sono 10 i progetti finalisti: uno di questi verrà premiato con una borsa di studio di mille euro.

Il ricavato dei biglietti per partecipare all'evento (5 euro, riservati ai giovani), verrà destinato ai Missionari Comboniani.

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,

Giulia Gavagnin, Lorenzo Ruggeri,

Marco Sabellico

foto

Milano Wine Week

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Consorzio del Lambrusco (copertina)

contatti

settimanale@gamberorosso.it | 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco | 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi | 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

FINO AL 25 NOVEMBRE

❖ **FRANTOI APERTI IN UMBRIA**
frantoiaperti.net

9 NOVEMBRE

❖ **MERANO WINE FESTIVAL**
meranowinefestival.com
fino al 13 novembre

10 NOVEMBRE

❖ **ARCHITETTO IN CANTINA**
in 12 cantine toscane
winearchitecture.it

10 NOVEMBRE

❖ **WINE NIGHT IN MODERATION**
Cantine Florio, Marsala
dalle ore 16.30
facebook.com/pgmazara/

10 E 11 NOVEMBRE

❖ **CANTINE APERTE A SAN MARTINO**
in tutta Italia nelle cantine del Movimento Turismo del Vino
movimentoturismovino.it

11 E 18 NOVEMBRE

❖ **APPASSIMENTI APERTI**
Serrapetrona
(Macerata)

12 NOVEMBRE

❖ **IL GIRO D'ITALIA CON IL LAMBRUSCO**
cena con degustazione
Sheraton Roma Hotel & Conference Center
viale del Pattinaggio, Roma
store.gamberorosso.it/it/eventi

17 NOVEMBRE

❖ **BAROLOBRUNELLO**
Teatro degli Astrusi e Palazzo dei Priori
Montalcino (Siena)
fino al 18 novembre

17 NOVEMBRE

❖ **LA GRAPPA INCONTRA I DISTILLATI EUROPEI**
presso Distillerie Poli
via Marconi 46,
Schiavon (Vicenza)

18 NOVEMBRE

❖ **BACK TO THE WINE**
Faenza
fino al 19 novembre

21 NOVEMBRE

❖ **MEBI FORUM - MEDITERRANEAN BIODIVERSITY FORUM**
Palermo
fino al 23 novembre

24 NOVEMBRE

❖ **BEREBENE**
presentazione e degustazione dei vini premiati dalla guida Sheraton Roma Eur
viale del Pattinaggio 100
ore 17-21

24 NOVEMBRE

❖ **LA TERRACOTTA E IL VINO 2018**
Fornace Agresti - Impruneta (Firenze)
fino al 25 novembre
terracottaevino.com

24-25 NOVEMBRE

❖ **MERCATO FIVI**
Piacenza
PiacenzaExp
ore 11-19

27 NOVEMBRE

❖ **RIVE RASSEGNA INTERNAZIONALE DI VITICOLTURA ED ENOLOGIA**
Fiera di Pordenone
fino al 29 novembre

9 DICEMBRE

❖ **ORANGE WINE**
Castello di Agazzano (Piacenza)
fino al 10 dicembre
orangewine.it

GRANDI CANTINE ITALIANE. Abruzzo/2



Le grandi cantine dell'Abruzzo




Nicodemi


c.da Veniglio, 8 | Notaresco (TE)
www.nicodemi.com | 085 895493

Contrada Veniglio di Notaresco, Colline Teramane: è qui che Bruno Nicodemi decise di trasferirsi da Roma negli anni '70 per iniziare la sua nuova vita da produttore. Praticamente un corpo unico che circonda la cantina, dove montepulciano e trebbiano si dividono le migliori esposizioni, restituendo quello speciale mix espressivo dovuto alla vicina costa adriatica e alla protezione del Gran Sasso. Al timone ci sono oggi i figli Elena e Alessandro, a cui si deve l'ulteriore salto di qualità evidenziato dalle linee Le Murate e Notàri in termini di naturalezza stilistica e golosità di beva.


Trebbiano d'Abruzzo Sup. Notàri '16

Il vino e l'abbinamento consigliato: 
Il Notàri si staglia su toni caldi di frutta tropicale, erbe secche, buccia di limone, che trovano coerente sponda in un palato saporito. Ottimo con carni bianche come il pollo allo zafferano.

Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane Le Murate '16

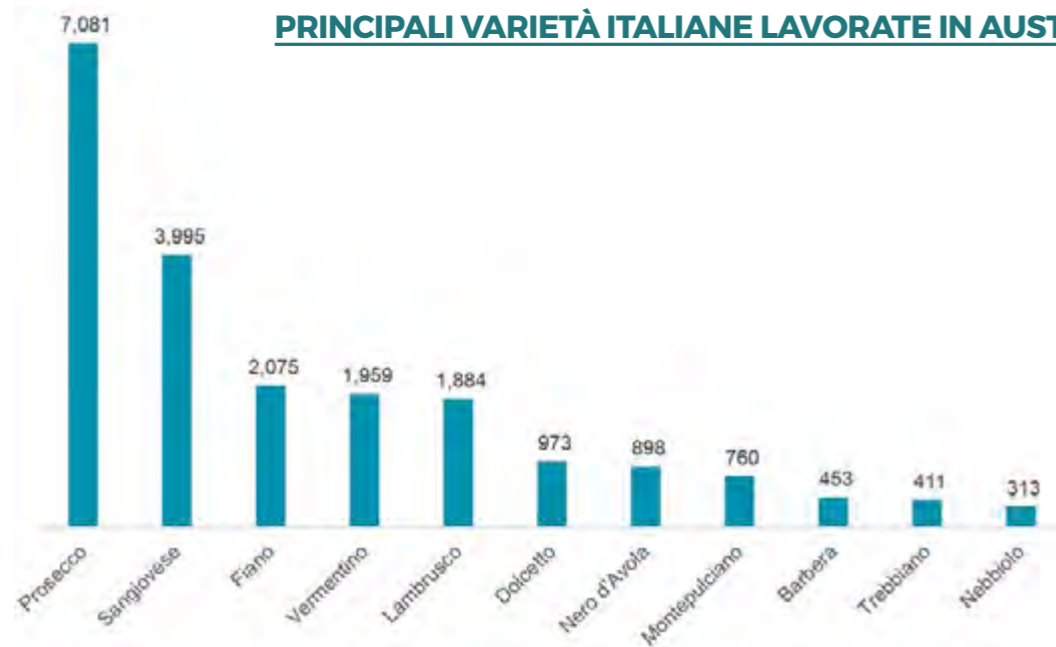
Il vino e l'abbinamento consigliato: 
Sensazioni mediterranee per le Murate '16, rotondo e dal tannino morbido. Perfetta la sapidità e la vena acida che gli dona un sorso fresco e lungo. Ideale con la carbonara

Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane Neromoro Ris. '14

Il vino e l'abbinamento consigliato: 
Neromoro nasce nel 2001 da una selezione di uve provenienti da un appezzamento di una vecchia vigna di oltre 45 anni. More, mirtilli, ribes e poi liquirizia si rincorrono al naso per chiudere su sensazioni balsamiche, per un finale persistente. Fantastico con la pecora alla callara, piatto tipico abruzzese.

AUSTRALIA. I viticoltori sperimentano sempre più vitigni italiani. Vola il Prosecco

PRINCIPALI VARIETÀ ITALIANE LAVORATE IN AUSTRALIA (tonnellate)



fonte Wine Australia

Nei Paesi dove la vitivinicoltura ha avuto sviluppi recenti – gran parte del Nuovo Mondo, Oceania, Asia, ecc. – il patrimonio ampelografico è basato per la gran parte sui vitigni "ubiquitari" o "internazionali", mentre le altre varietà "alternative", introdotte per diversificare e per sperimentare nuovi vini, occupano uno spazio assai ridotto. L'Australia, illustra molto bene questo particolare panorama, tanto che, nel 2018, ben 2/3 dell'uva vendemmiata proviene da solo quattro vitigni (23% Chardonnay, 24% Shiraz, 14% Cabernet Sauvignon, 6% Merlot) su complessivamente 130 coltivate. E se complessivamente 10 vitigni rappresentano ben l'89% della produzione, gli altri 120 arrivano ad appena l'11%. **In questo 11%, stanno emergendo numerose varietà italiane, quali Prosecco, Sangiovese, Fiano e Vermentino** (vedi tabella). Secondo l'agenzia governativa Wine

Australia (WA), alcune di queste uve vengono impiantate per rispondere alle mutate preferenze dei consumatori, altre sono sperimentazioni in vista degli impatti futuri dei cambiamenti climatici o ancora la volontà di ricreare un legame con la terra di origine (vedi caso Prosecco australiano). Quest'ultimo – forte anche del successo planetario del Prosecco italiano – sta crescendo rapidamente: se nel 2015 in Australia erano state vendemmiate 2500 tonnellate, nel 2018 sono state raggiunte poco più di 7000 tonnellate di uve. Secondo WA, ciò rifletterebbe la crescita della popolarità del Prosecco australiano tra i bevitori di vino australiani. Secondo l'IRI Worldwide, il valore delle vendite del Prosecco australiano nel mercato off-trade nazionale, è quasi triplicato negli ultimi tre anni. In confronto, le vendite di Sangiovese australiano nello stesso periodo sono aumentate del 2% l'anno. Attualmente le varietà emergenti sono

coltivate in tutte le regioni vinicole australiane e ricercatori e coltivatori, lavorano insieme per cercare varietà che soddisfino le diverse condizioni pedoclimatiche del continente australiano, da Margaret River in Australia occidentale alla cintura del granito del Queensland. In quest'area sono state messe a dimora oltre 100 varietà emergenti e ibride – comprese quelle con nomi più sconosciuti come Viosinho – in un vigneto sperimentale a Stanthorpe, per trovare varietà adatte all'elevata piovosità e all'umidità della regione mentre un viticoltore, Marty Gransden, utilizzerà una borsa di studio per cercare varietà alternative, completamente nuove, per l'Australia in Grecia, Croazia, Slovenia e Georgia. Intanto, i vini dei cosiddetti vitigni alternativi sono i protagonisti dell'Australian Alternative Varieties Wine Show (AAVWS nata nel 2001) che si svolge a Mildura in questi giorni (7-10 novembre 2018). – **A. Gabb.**



CANTINE DEL NOTAIO

“Itinerario magico e gustoso alla scoperta delle bellezze e dei sapori della Basilicata”



Rionero in Vulture (PZ) BASILICATA
info@cantinedelnotaio.it - www.cantinedelnotaio.com



2018

OCTOBER

27	ROME - Italy	trebicchieri
30	TOKYO - Japan	trebicchieri

NOVEMBER

01	SEOUL - Korea	Top Italian Wines Roadshow
05	TAIPEI - Taiwan	Top Italian Wines Roadshow
07	HONG KONG - China	trebicchieri HKTDC Special
12	SHANGHAI - China	trebicchieri
15	BEIJING - China	Vini d'Italia
20	ST. PETERSBURG - Russia	Top Italian Wines Roadshow
22	MOSCOW - Russia	trebicchieri

2019

JANUARY

21	MUNICH - Germany	trebicchieri
23	BERLIN - Germany	Vini d'Italia
28	STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri
30	COPENHAGEN - Denmark	Vini d'Italia

FEBRUARY

27	CHICAGO - Usa	trebicchieri
----	---------------	--------------

MARCH

01	NEW YORK - Usa	trebicchieri
05	SAN FRANCISCO - Usa	trebicchieri
07	LOS ANGELES - Usa	trebicchieri
11	MEXICO CITY - Mexico	Top Italian Wines Roadshow
16	DUSSELDORF - Germany	trebicchieri PROWEIN Special
26	LONDON - U.K.	trebicchieri

APRIL

07	VERONA - Italy	trebicchieri VINITALY Special
	DUBAI - UAE	Notte Italiana - Best of Italy

MAY

06	SINGAPORE - Singapore	Top Italian Wines Roadshow
	ZURICH - Switzerland	Vini d'Italia
15	BORDEAUX - France	trebicchieri VINEXPO Special
28	MONTREAL - Canada	Top Italian Wines Roadshow
30	TORONTO - Canada	Vini d'Italia

JUNE

03	WASHINGTON DC - USA	Top Italian Wines Roadshow
05	BOSTON - USA	Top Italian Wines Roadshow
	SAN DIEGO - USA	Vini d'Italia
	ATLANTA - USA	Vini d'Italia

Sponsor



IL MIO EXPORT. Gianluigi Minnai - Cantina di Mogoro

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Come percentuale export siamo intorno al 18% del fatturato. Solo negli ultimi anni, abbiamo iniziato ad investire maggiormente sul mercato estero grazie anche a dei progetti messi in piedi con il contributo della Regione. La Germania rimane il mercato principale ed anche quello dove siamo presenti da maggior tempo. Stiamo poi crescendo negli Stati Uniti e abbiamo cominciato a puntare sul mercato asiatico.

2 Come va con la burocrazia?

Ci si adegua a quelle che sono le pratiche da sbrigare, se si vuole puntare forte sull'export non ci si deve far scoraggiare certo dalla burocrazia...

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

I vini italiani sono ormai ben noti e l'interesse c'è. È anche vero che per noi, produttori della Sardegna, è un po' più difficile. Ci viene riconosciuta la qualità, ma in passato non abbiamo lavorato come avremmo dovuto sul marketing e sulla promozione del territorio. Credo che se i consorzi funzionassero davvero, avrebbero un ruolo chiave in questo ambito.

4 Come promuoverete il vostro vino nei mercati internazionali?

Rispondo con un esempio concreto. Abbiamo riscontrato, soprattutto nel mercato asiatico, un forte interessamento sul legame tra la longevità della vita dei Sardi ed il Cannonau. Le proprietà benefiche del Cannonau risiederebbero, infatti, nel suo vitigno, che contiene procyanidinis, un potente antiossidante che darebbe benefici vascolari da 5 a 10 volte maggiori rispetto alle altre varietà. Stiamo utilizzando queste informazioni davvero tanto sul marketing con più che buoni risultati.

5 Salutiamoci con un aneddoto relativo al vostro lavoro sull'export.

Ricordo lo stupore di un importatore alla vista di un video sul mio tablet che mostrava il lavoro di aratura a cavallo di un vitigno su sabbia. Credo che raccontare le bellezze della Sardegna debba essere solo un "aperitivo" e che poi si debba poter godere del "pranzo", visitando la nostra magnifica isola. Fondamentali, in questo senso, le operazioni di incoming, che, devo dire, finora ci hanno portato sempre degli eccellenti risultati. una riserva che costa tre volte di più ma che rispondeva perfettamente alle esigenze di quel mercato: l'importatore ne ha prenotate subito 4000 bottiglie. Questo è un ottimo esempio di come il mercato debba essere capito per avere successo.



❖ Cantina di Mogoro - Mogoro - Oristano - cantinadimogoro.it

NEL PROSSIMO NUMERO
PATERNOSTER

LA LAMBRUSCO VALLEY DISEGNA IL SUO FUTURO

I progetti dei consorzi di Modena e Reggio per questa Dop italiana che sta riscoprendo le proprie radici. Un nuovo centro servizi, la sostenibilità, la promozione e la difesa del marchio in Italia e all'estero sono le priorità. Raccolto e imbottigliamenti in netta risalita. E guadagna sempre più spazio il metodo classico

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Un gigante da oltre 165 milioni di bottiglie che vuole riscoprire il proprio carattere originario e che strizza l'occhio ai consumatori più esigenti, attraverso il driver della sostenibilità. Il complesso mondo del Lambrusco emiliano tiene in serbo nuove carte da giocare sui mercati, con il duplice obiettivo di consolidare le proprie posizioni e conquistare la fiducia delle nuove leve. L'operazione svecchiamento, avviata diversi anni fa, sembra completarsi, grazie al lungo lavoro dei due consorzi di tutela. Quella verace origine contadina, che creava tanto imbarazzo tra buyer e distributori, ora è diventata un elemento da spendere e su cui basare un efficace storytelling. In questo nuovo corso, per il vino più venduto nella Gdo italiana, conosciuto nel mondo grazie alla sua particolarità olfattiva e gustativa, i prossimi anni saranno decisivi, considerando le novità in arrivo sia sul fronte agronomico sia su quello più strettamente promozionale. La ricerca di un'identità più forte, attraverso la reintroduzione dei cloni storici, il rinnovo degli impianti e una moderna meccanizzazione, la certificazione di sostenibilità che potrebbe arrivare a breve. Armi nel cassetto che, se saranno comunicate al meglio, potrebbero dare al mondo dei lambruschi una grande spinta sul lato commerciale. I due principali consorzi di tutela (quello del Lambrusco di Modena e quello dei vini Dop Reggiano e Colli di Scandiano e Canossa) fanno sul serio e hanno scelto la via dei controlli serrati al proprio interno e della tutela internazionale. Ma c'è un altro elemento che gioca a favore di questa Dop: l'interesse suscitato, a più livelli, dalle versioni metodo classico, che sta consentendo di ottenere importanti riconoscimenti da parte delle guide di settore, conferendo lustro all'intera denominazione.

L'ANNATA E LA PRODUZIONE

Il vino prodotto nel 2018, e proveniente dalla complicata vendemmia 2017, ha subito una flessione del 23%, a causa della gelata primaverile nel 2017 e del prolungato periodo di siccità in estate. La vendemmia delle uve Lambrusco nel 2018, invece, è in linea con le previsioni di una annata normale.



Anzi, le stime dei consorzi di tutela prevedono un leggero incremento del 2% rispetto all'annata 2016, in cui furono raccolti 1,4 milioni di quintali. Si tratta di una produzione "assolutamente nella norma", che **Davide Frascari** (in foto), presidente del Consorzio tutela e promozione dei vini Dop Reggiano e Colli di Scandiano e di Canossa, spiega così: "Il dato 2018 va letto alla luce del fatto che nel nostro distretto, tra 2015 e 2016, sono arrivati 1.700 ettari di quote di reimpianti provenienti da altre zone d'Italia. Pertanto, il 2018 è stato l'anno in cui è entrata in produzione una parte di questi nuovi impianti, soprattutto nel Reggiano". »

LAMBRUSCO DOC E IGT IMBOTTIGLIATO

Denominazione	Dal 01/01/2017 al 31/08/2017	Dal 01/01/2017 al 31/08/2017	Dal 01/01/2018 al 31/08/2018	Dal 01/01/2018 al 31/08/2018
LAMBRUSCO DI SORBARA DOC	20.772,22	2.769.629	23.908,96	3.187.861
LAMBRUSCO SALAMINO DI SANTA CROCE DOC	25.336,78	3.378.237	26.123,46	3.483.128
LAMBRUSCO GRASPAROSSA DI CASTELVETRO DOC	45.393,38	6.052.451	44.762,36	5.968.315
MODENA DOC	59.786,75	7.971.567	69.563,40	9.275.120
REGGIANO DOC	43.166,55	5.755.540	47.610,61	6.348.081
COLLI DI SCANDIANO E DI CANOSSA DOC	6.406,97	854.263	6.439,18	858.557
LAMBRUSCO EMILIA IGT	377.038,88	50.271.851	518.509,46	69.134.595

Fonte: Consorzio Tutela Lambrusco

VIGNETO AMMODERNATO

Gli oltre 12mila ettari vitati a Lambrusco tra Reggio Emilia e Modena hanno vissuto un recente e salutare processo di ammodernamento, grazie a una "accelerazione delle operazioni di riconversione degli impianti, con una conseguente spinta alla meccanizzazione", sottolinea Frascari. E per soddisfare le necessità dei produttori di avere a disposizione nuovi cloni di uve Lambrusco, i consorzi hanno scelto di ridimensionare il ruolo dei vivaisti nel processo di selezione (che aveva virato verso le quantità) e di avviare, da circa due anni, un lavoro congiunto con università e altri enti del comparto. L'obiettivo è arrivare a tipologie "sempre più adeguate ai cambiamenti climatici, capaci di rappresentare la tipicità storica". Per fare due esempi: i grappoli del Lambrusco Salamino più compatti e meno produttivi, oppure l'esaltazione dei profumi e delle acidità del Sorbara.

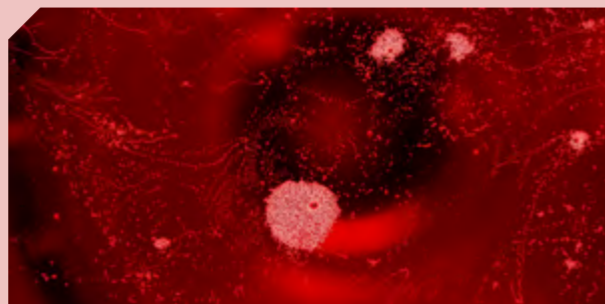
UNA VIA VERSO LA SOSTENIBILITÀ

Altri importanti cambiamenti hanno portato questo prodotto italiano a scegliere una via moderna alla produzione di vino. La propensione all'export del Lambrusco ha determinato nelle imprese la consapevolezza che andare negli Stati Uniti, in Giappone, nel Nord Europa comporta oggi una comunicazione a 360 gradi sul prodotto. A cominciare dagli aspetti ambientali, sociali ed economici. "Essendo il biologico una strada poco praticabile, abbiamo scelto di giocare in anticipo sui temi della sostenibilità" osserva il presidente Frascari "cercando di dare risposte alle esigenze di salubrità che il consumatore cerca nel vino". Il processo di ottenimento del protocollo "Equalitas" non è ancora completo. Manca l'ottimizzazione delle risorse idriche, seppur ricco, su cui i due consorzi stanno lavorando: "I due terzi delle nostre cantine oggi rispettano i parametri. Entro il 2019 dovremmo raggiungere l'obiettivo del 100%".

CENTRO SERVIZI UNIFICATO

Se Modena e Reggio Emilia sono i due motori del Lambrusco, è anche opportuno che i servizi ai produttori erogati dai due consorzi di tutela siano unificati e razionalizzati in un'unica sede operativa. Entro il prossimo mese di dicembre è prevista, infatti, la costituzione del "Centro servizi della via Emilia", con sede a Modena (via Virgilio), che accoglierà anche il personale della sede di Reggio Emilia, destinata alla chiusura. I locali sono messi a disposizione dalla Camera di commercio di Modena. "Prevediamo di assumere una figura che si occupi del tema della certificazione", annuncia Frascari. »

Lambrusco Reggiano e Lambruschi di Modena. Le differenze



La differenza tra lambrusco di Reggio e di Modena la spiega il presidente Davide Frascari (Consorzio vini Dop Reggiani e Colli di Scandiano e di Canossa). Il Lambrusco Reggiano nasce da un blend di uve che ogni azienda sceglie cambiando i rapporti percentuali della composizione dei vitigni. Il Reggiano è un Lambrusco personalizzato. Diverso il caso di Modena, territorio in cui si è lavorato sulla selezione dei singoli vitigni (tra cui Sorbara, Santa Croce, Grasparossa) cercando di esaltare le caratteristiche di ogni uva Lambrusco.



PIÙ CONTROLLI SU DOC E IGT

Non solo certificazione, ma anche controlli più serrati su tutta la denominazione. Il disciplinare non sembra essere in discussione a breve ma il dibattito interno sull'eventuale passaggio a Doc della grande mole di Lambrusco Emilia Igt (70 milioni di bottiglie nel 2018) ha acceso i riflettori sull'importanza delle verifiche in loco. "Col nuovo piano dei controlli, il 30% dei trasferimenti di cisterne interni alla zona di produzione viene verificato a campione", sottolinea Frascari. I consorzi vogliono ridurre il rischio manipolazione del prodotto nel delicatissimo passaggio tra le cantine sociali (che rappresentano il 90% delle quantità di uve trasformate) e i commercianti di vino della zona. Una lente di ingrandimento che chiude il cerchio, dopo la relativamente recente introduzione dell'obbligo di presa di spuma (frizzantatura) nell'area di produzione. "Se si sceglie di arrivare a un lambrusco al 100% Doc" sottolinea Frascari "occorre prima di tutto avere sotto controllo il sistema produttivo dell'Igt Emilia". Anche in questo consiste il processo di miglioramento qualitativo.

I MERCATI

Il bilancio dei primi otto mesi del 2018 è in netta ripresa: se nel 2017 erano state prodotte 77 milioni di bottiglie (di cui 26,7 mln di Lambrusco Doc e 50,2 mln di Lambrusco Igt), nello stesso periodo del 2018 sono state confezionate 98.255.657 bottiglie, delle quali 29.121.062 di Lambrusco Doc e 69.134.595 di Lambrusco Igt, con un incremento di produzione anno su anno del 22%. Una netta ripresa che va di pari passo, come rileva **Claudio Biondi**, riconfermato alla guida del Consorzio del Lambrusco di Modena dopo l'uscita di Pierluigi Sciolette, con il buon momento delle

6 espressioni di lambrusco DOC

- Lambrusco Spumante DOC metodo classico
- Lambrusco DOC secco rifermentato in bottiglia
- Reggiano Lambrusco DOC secco
- Lambrusco Colli di Scandiano e di Canossa DOC secco
- Lambrusco Grasparossa di Castelvetro DOC SECCO
- Lambrusco di Sorbara DOC secco

vendite in Francia, Germania e Spagna e la contemporanea crescita in Canada, Brasile, Giappone, Messico e Russia.

I PREZZI

Per il presidente Biondi, parlare di prezzi significa analizzare tre aspetti diversi della Lambrusco valley. Le remunerazioni delle uve ai soci, che oggi ammontano a circa 38 euro a quintale, e che consentono di raggiungere una produzione lorda vendibile di 10mila euro per ettaro. Il prezzo del vino in cisterna che dalle cantine passa agli imbottiglieri: "Registriamo un lieve calo a causa di una annata più abbondante". Il prezzo alla bottiglia: "Nel 2017, nonostante il calo produttivo, si è deciso di non incrementare oltre un certo limite il livello. In pratica, gli imbottiglieri si sono fatti carico dell'aumento della materia prima". Considerati questi elementi, il mercato "risentirà di una annata produttiva abbondante". »

Il Giro d'Italia con il Lambrusco



L'eleganza del Sorbara, la ruvidità fruttata del Grasparossa, l'immediatezza del Salamino. Sono i temi della cena che si svolgerà a Roma, allo Sheraton Rome Hotel, il 12 novembre 2018, Giro d'Italia con il Lambrusco. Una cena che ha come obiettivo quello di contribuire a riportare il Lambrusco nel cuore della ristorazione italiana. Il viaggio vedrà protagonisti alcuni tra i migliori cuochi italiani: Marianna Vitale, Cristiano Tomei, Mauro Uliassi, Nino Rossi, Marcello e Mattia Spadone.

LAMBRUSCO, SUPERFICI VITATE IN PROVINCIA DI MODENA E REGGIO EMILIA

Provincia di Modena	Superficie vitata Lambrusco - ettari	Superficie vitata Ancellotta - ettari	Altri vitigni	Totale generale
	6458	388	1200	8047
Provincia di Reggio Emilia	Superficie vitata Lambrusco - ettari	Superficie vitata Ancellotta - ettari	Altri vitigni	Totale generale
	3632	3655	814	8101



LA PROMOZIONE



Lasciatisi alle spalle l'immagine di un vino adatto soltanto ai pasti principali, il Lambrusco è riuscito a operare una "metamorfosi", come la definisce il presidente Biondi (foto), alla luce dei cambiamenti degli stili di vita: "C'è una nicchia di mercato che si sta ampliando rispetto alle abitudini di consumo e ci sono spumanti da uve Lambrusco che non trovi più negli scaffali da supermercato, bensì nelle carte dei vini della ristorazione". Grasparossa, Sorbara, Salamino appartengono alla stessa famiglia ma hanno caratteristiche differenti: "Un grande vantaggio, che sta consentendo ai nostri vini di strutturare le fasi della promozione a seconda dei Paesi target: nella declinazione amabile e a basso tasso alcolico stiamo lavorando su Paesi come Stati Uniti e Canada; mentre con importatori e consumatori Ue stiamo promuovendo uno stile di Lambrusco più secco". ❖

IL LAMBRUSCO. UN PO' DI STORIA

"Percorrendo la via Romea, da Ravenna verso Venezia, si possono vedere le ultime viti selvatiche italiane, protette dalla fillosera dai terreni sabbiosi del delta del Po. Sono le stesse viti che migliaia di anni furono addomesticate nella pianura padana dando origine a quella straordinaria famiglia di vitigni che è quella del Lambrusco. Nessuna contaminazione di geni orientali, quelli che migrarono con i romani dall'Egeo e dalla Georgia e un carattere unico, perfettamente adattato a quei terreni difficili che hanno caratterizzato per secoli la pianura padana. Oggi questo vino sta vivendo un momento magico, perché quei caratteri che lo rendono diverso da tutti sono di nuovo interpretati nei canoni territoriali, valorizzati da una filiera che, smaltita la sbornia "industriale" degli anni '70, ha ritrovato il gusto della qualità. Se a questo si aggiunge la capacità imprenditoriale dell'Emilia e una cucina



straordinaria da portare nel mondo, si capisce bene come questo territorio possa preparare un successo che può stupire il mondo".

– Giorgio Melandri

IN UN MONDO CHE CAMBIA, FINANZIAMO IL TUO SUCCESSO

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Per le condizioni contrattuali dei prodotti e dei servizi è necessario fare riferimento ai Fogli Informativi che sono a disposizione dei clienti a supporto cartaceo presso la Sede Regionale Artigiancassa di competenza, presso tutti gli Artigiancassa Point e, a supporto elettronico, sul sito Artigiancassa.



Dalla collaborazione con **Gambero Rosso**, nasce l'**offerta di finanziamento** per lo **sviluppo** e l'**alta formazione**, dedicata agli operatori del settore vinicolo.

www.artigiancassa.it

GAMBERO ROSSO



ARTIGIANCASSA
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca
per un mondo
che cambia

IL TOUR DEL GAMBERO ROSSO RIPARTE DALL'ASIA

Grande fermento in Oriente. Salgono i consumi, cresce il Made in Italy e l'Europa si appresta a siglare con il Giappone l'accordo che eliminerà i dazi sul vino. In questo contesto, prende il via il tour del Gambero Rosso. Ecco il primo provvisorio bilancio delle tre tappe iniziali: Tokyo, Seoul e Taipei

▲ a cura di Marco Sabellico



PRIMA TAPPA: TOKYO

È decollato con il Tre Bicchieri di Tokyo del 30 ottobre il tour asiatico del Gambero Rosso. Nella consueta cornice del Ritz Carlton oltre 100 produttori premiati con i Tre Bicchieri hanno presentato circa 400 etichette di vini italiani di vertice al pubblico nipponico, ormai sempre più attento alle perle del made in Italy enologico. Per sei ore, oltre 1200 operatori della capitale nipponica si sono avvicendati nel salone degli eventi del Ritz alla scoperta di nuove glorie enologiche e delle nuove annate delle etichette più classiche.

“È, ormai, un appuntamento classico dell'autunno, questo” ci conferma **Keisuke Kuroda**, sommelier e patron di due eccellenti ristoranti italiani, i Kurodino di Ginza e Kagurazaka, “un'occasione importantissima per assaggiare novità e salutare i produttori con i quali già si lavora”. Lo scenario per il vino italiano qui in Giappone è roseo: negli ultimi anni siamo cresciuti moltissimo e occupiamo stabilmente il terzo posto dopo Francia (che ha oltre il 50% del mercato), ma molto vicini ad insidiare il secondo posto dei cileni con i nostri 1,43 miliardi di euro di fatturato e un incremento del 4% sull'annata precedente. »



Mangiare italiano a Tokyo

La qualità della ristorazione italiana a Tokyo si conferma tra le più alte al mondo per qualità delle materie prime e pulizia di sapori. Durante la cerimonia d'apertura, premiati i migliori indirizzi valutati nella nostra Top Italian Restaurants 2019. Il migliore wine bar di Tokyo Contadi Castaldi è Incanto, ristorante e wine bar con una carta dei vini profonda e ricercata, forte di una miscela spettacolare anche sulle etichette più importanti. Tra le pizzerie spicca Napoli sta' ca', con Tre Spicchi, e la new entry: Pizza Bar on 38th di Daniele Cason all'interno del Mandarin Oriental. Tra le cucine tradizionali spicca Icaro, che oltre ai Due Gamberi si aggiudica anche il premio Barilla per l'incredibile qualità delle paste realizzate. Infine le Tre Forchette, confermate quest'anno per Heinz Beck, guidato da Giuseppe Molaro, e il Ristorante Luca Fantin. Quest'ultimo, per la qualità della cura del dettaglio nel piatto e nella sala, le affumicature leggerissime, i sapori delicati e una sala magistrale nel servizio si porta a casa anche il Taste & Design Award.

“Se consideriamo la svalutazione dello yen di questi ultimi due anni” ci fanno notare all’Ice-Ita di Tokyo, “la crescita reale è dell’8%”. Ma siamo all’inizio di una stagione ancora più significativa. “L’accordo Giappone-Ue con l’abbattimento delle tariffe doganali apre una stagione di scambi ancora più intensi tra i nostri due Paesi” ha dichiarato l’ambasciatore italiano **Giorgio Starace** nel suo intervento di apertura “Il vino sarà tra i prodotti che trarranno maggior beneficio dall’accordo: verrà a cadere la barriera del 15% che gravava su questo prodotto simbolo della cultura gastronomica italiana, e prevediamo un salto in avanti del nostro export”.

Ma l’Evento di Tokyo non è stato solo Tre Bicchieri. Nel corso della giornata il sottoscritto, insieme a **Isao Miyajima**, notissimo wine-expert e gourmet nonché responsabile della traduzione nipponica della guida Vini d’Italia, ha tenuto tre affollatissime masterclass, sul Custoza, sul Prosecco Doc e sui Premi Speciali della Guida 2019.

“Gli appassionati Giapponesi hanno una straordinaria curiosità e grandissima passione per il vino italiano, e vogliono continui approfondimenti” ci ha detto Miyajima “La Guida è importante, ma questi eventi e le masterclass sono fondamentali”. “I mercati vanno presidiati, con presenza e promozioni” gli fa eco Luca Torri, importatore e distributore di vino italiano in Giappone “e la ristorazione italiana in Giappone è forse la migliore fuori dall’Italia. Va seguita e curata”. Affollatissimo anche il banco d’assaggio del Lugana Doc che sotto l’egida del Consorzio di Tutela ha proposto in assaggio i vini di 21 aziende della denominazione.

SECONDA TAPPA: SEOUL

Un tempo splendido ha accolto i produttori del Top Italian Roadshow - dodicesima edizione - giunti a Seoul l’1 novembre. Bagno di folla anche qui, con oltre 700 persone ad affollare i banchi di degustazione, dove le oltre 50 aziende presenti hanno offerto i loro prodotti in assaggio. w“La scena coreana è positiva per il vino italiano” ci ha confermato **Roberto Rizzo**, Deputy Head of Mission dell’amba- »

Ue e Giappone ad un passo dall’accordo commerciale.

Dazi zero per i vini e protezione delle Igp

Accordo commerciale tra Ue e Giappone (Epa) in dirittura d’arrivo, dopo il via libera, lo scorso 5 novembre, della Commissione “Commercio Internazionale” (Inta) del Parlamento Europeo. Si apre, quindi, l’ultima fase della procedura di approvazione, che dovrebbe concludersi con il voto in seduta plenaria previsto a dicembre.

Considerato che il Giappone rappresenta il quinto mercato di destinazione per i vini europei, l’accordo è particolarmente sentito dal mondo vitivinicolo. La sua entrata in vigore, infatti, prevede l’abbattimento immediato dei dazi doganali (che oggi sono molto alti: 31% sugli sparkling, 15% sull’imbottigliato e 19,3% sullo sfuso >2 litri), con risparmi – secondo i calcoli dell’Unione Italiana Vino - per oltre 122 milioni di euro annui. Tra gli altri vantaggi, ci sono: l’autorizzazione a pratiche enologiche fino ad oggi non riconosciute dalla normativa giapponese; la salvaguardia delle indicazioni geografiche, con 100 vini a Dop/Igp europei che avranno lo stesso livello di protezione previsto dalla normativa europea; l’eliminazione di tutti i costi associati alla registrazione delle Igp italiane in Giappone. Per il Ceev (Comité Européen des Entreprises Vins), la chiusura a dicembre dell’accordo è fondamentale. “In un contesto di estrema competizione mondiale” sono le parole del segretario generale Ceev Ignacio Sánchez Recarte “attendiamo con impazienza l’entrata in vigore dell’Epa per riguadagnare quote di mercato perdute”. Considerato, soprattutto, l’agguerritissima concorrenza del Cile che ha già firmato il suo accordo con il Giappone e che dal 2019 vedrà l’abbattimento totale dei dazi sul vino.

Mangiare italiano a Seoul

Sono solo circa 500 gli italiani che abitano in Corea del Sud, ma la ristorazione italiana vanta numerosi esempi virtuosi nella capitale. A Seoul premiati con due spicchi Giulio Lee e la sua Spacca Napoli, tra le migliori pizze napoletane d’Asia; per la cucina tradizionale, si conferma Ciuri Ciuri di Enrico e Fiore Olivieri, il taglio regionale, in questo caso siciliano, si rivela sempre più vincente all’estero. Infine, Due Forchette a Bocalino, ristorante del Four Seasons di Seoul, che strappa anche il Surgiva Taste & Design Award per la sua sala luminosa, fatta di marmi bianchi importati, vetrate sulla skyline e una cucina di qualità ben interpretata dallo chef **Ciro Petrone**, già da diversi anni in Asia. Il

migliore wine bar Contadi Castaldi è, invece, Casa del Vino, locale pioneristico, tra i primi in città a puntare sulla mescolta e su etichette selezionate con grande conoscenza della materia tra Italia, Francia e resto del mondo.



sciata italiana “ma potremmo fare molto di più”. Il mercato, anche qui vede la Francia in testa con un terzo dell’import vinicolo, seguita a distanza ravvicinata dal solito Cile con il 20% del mercato e a poi da Usa e dall’Italia, che segue ad un’incollatura. Ma se nell’ultimo anno siamo cresciuti del 9%, gli americani hanno fatto segnare un +12%, mentre il Cile è in calo. “Si tratta di politiche di promozione” ci racconta **San Joo Choi** giornalista e responsabile della didattica della Wine Academy di Seoul, collegata all’inglese Wset di cui fornisce le certificazioni “I produttori californiani sono molto presenti su questo mercato, lo visitano continuamente, e forniscono materiale didattico e vini per i corsi, che sfociano poi in diplomi specialistici e certificazioni. Tutto questo qui da noi ha grandissima importanza. E non c’è - finora - un programma specialistico di approfondimento sul vino italiano. Per gli appassionati coreani è una grave lacuna”. Verissimo, considerato il tutto esaurito alle Masterclass tenute in occasione dell’evento da Sabellico, Ruggeri e Choi ad un parterre di operatori. Tanto più che la ristorazione italiana e i wine bar dedicati al vino italiano sono in crescita rigogliosa nel paese.

TERZA TAPPA: TAIPEI

Il Top Italian Wines Roadshow ha, poi, fatto rotta su Taipei (5 novembre) per la sua quinta volta. Nei saloni dello Shangri-La Far Eastern Plaza Hotel oltre 700 invitati si sono avvicendati ai banchi di degustazione, dove hanno avuto la possibilità di interloquire con gli oltre sessanta produttori italiani presenti. Anche qui l’import vincolo parla francese. Quello del vino, nell’isola un tempo nota come Formosa è un mercato in veloce espansione. Negli ultimi sei anni ha fatto registrare un tasso di crescita costante di circa l’8% annuo, e si assesta su un fatturato di 867 milioni di dollari nel 2017, un +4% sull’anno precedente. “Stiamo recuperando terreno su competitor come Spagna, Stati Uniti, Australia e Cile, che fino a poco tempo fa ci precedevano per quantità di vino importato” ci racconta **Donato Scioscioli**, rappresentante del governo italiano nella RDC (l’Italia, come molti altri Paesi, non riconosce ufficialmente Taiwan e non ha ambasciata; ndr), e ci stiamo avviando a diventare la seconda realtà, anche per fatturato, dell’import enologico”. Ma la battaglia non è solo contro i francesi. Cileni, australiani e spagnoli, grazie ai prezzi contenuti, sono molto popolari. “Tuttavia, bisogna tener presente che l’Italia è la nazione con il tasso di crescita più elevato degli ultimi anni, e quelli con l’offerta più versatile e affascinante” ci dice **Alessio Carteri**, che qualche anno fa ha intravisto le potenzialità di questo mercato, e ha dato vita con la moglie **Charlotte Liu** alla MR. 9 Import, specializzata in vini veneti ma non solo. “Qui si cresce del 10% e più l’anno, anche se la parte del leone la fanno i rossi. Valpolicella, Amarone e Recioto sono nel cuore dei taiwanesi, che però pian piano stanno scoprendo anche bianchi e spumanti, grazie ad una ristorazione italiana in grande crescita e di livello eccellente”.

“Il pubblico taiwanese ha cultura e capacità di spesa, e soprattutto le giovani generazioni, figlie del boom economico, che spesso si sono formate all’estero, oggi inseguono uno stile di vita sofisticato ispirato all’occidente” ci dice **Norbert Chuan Yang**, ministro degli Affari Esteri della Repubblica, che è intervenuto all’evento del Gambero Rosso. Taipei con i suoi tre milioni di abitanti (Taiwan ne conta 23 milioni) ha una scena gastronomica vivacissima e un numero incredibile di ristoranti di livello, dove la carta dei vini è d’obbligo. Affollatissime, come sempre le immancabili masterclass. ❖



Mangiare italiano a Taipei

Nell’ultimo anno hanno chiuso migliaia di ristoranti nell’isola di Taiwan, ma la ristorazione italiana va in controtendenza e moltiplica le aperture. A Taipei ben 9 gli indirizzi premiati nella Top Italian Restaurants. Tra le pizzerie, valutati a Uno Spicchio, l’Antico Forno e la new entry di Solo Pizza Napoletana. Per quanto la cucina tradizionale italiana, la più amata anche da queste parti, valutati con Un Gambero sia Di Vino che La Mole, mentre Due Gamberi vanno alla Botega del Vin e Piccola Enoteca a Zhubei City, dove abbiamo trovato ben 40 vini italiani di nicchia al bicchiere. Miglior Bar Contadi Castaldi in città è Beau Bar, locale ricercato e originale, con cocktail miscelati ad arte e vini di alto profilo. Infine, nella sezione fine dining, a Una Forchetta, fa il suo ingresso J-Ping Café a Taichung City e Bencotto all’interno del Mandarin Oriental di Taipei, che si aggiudica il Surgiva Taste & Design Award. Lo chef toscano Iacopo Frassi porta in tavola ricette ben rivisitate in un contesto molto elegante, cucine e cantina a vista, e un servizio a 5 stelle.



GAMBERO ROSSO HD

Solo su sky Canale 412



SOLO SU GAMBERO ROSSO CHANNEL IN ONDA LA QUINTA SERIE DI



Senza glutine con Gusto



Marcello Ferrarini torna in una serie sempre più scoppiettante, con nuove ricette sfiziose per tutti. Tante ricette gluten free per condividere la tavola in libertà, perché essere celiaci non significa rinunciare al gusto.

IN ONDA OGNI SABATO E DOMENICA ALLE 14.30 E ALLE 20.30

IN COLLABORAZIONE CON



