



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



I 10 BIG DEL VINO SVELANO I LORO PIANI PER IL 2019

DENOMINAZIONI

Il Bianchetto del Metauro investe sulla qualità. Per i 50 anni pronto un programma di promozione

OLIO

Un piano per il settore. Coldiretti ❖ chiede al Governo di risolvere gli errori della Manovra

RICERCA

Glera resistente a oidio e ❖ peronospora? Parte la sperimentazione su 17 cantine

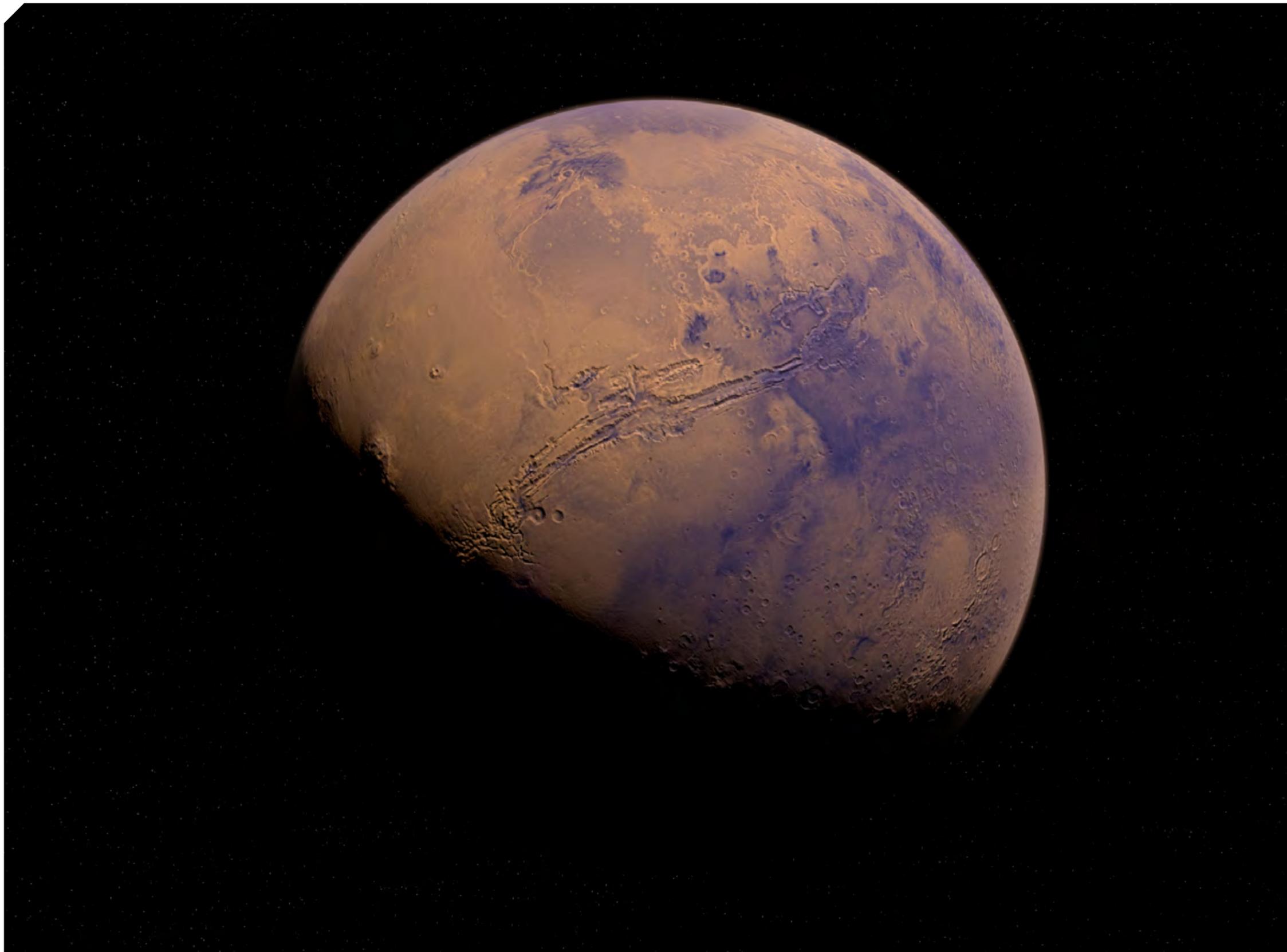
ESTERI

Accisa zero per ❖ i vini australiani in Cina. E gli aussie wine ora preoccupano i francesi

CONSORZI

Un nuovo nome ❖ e una nuova versione: il Nobile di Montepulciano prova a reinventarsi

LA FOTONOTIZIA



C'È VITE SU MARTE?

Pensate alle antiche viti della Georgia, portatele su Marte ed ecco che passato e futuro hanno la possibilità di incontrarsi in un bicchiere di vino prodotto nello Spazio. Sembrerebbe un film di fantascienza - un vero e proprio Ritorno al futuro - eppure un gruppo di scienziati della Georgia ci crede, tanto che sta studiando quale uva si presti meglio ai terreni marziani, nella convinzione che un giorno si potrà produrre vino anche sul Pianeta Rosso. Il progetto si chiama IX Millennium, con sede a Tbilisi, e a lanciarlo è stato l'imprenditore Elon Musk, annunciando che la sua azienda, SpaceX, potrebbe partire per la sua prima missione con equipaggio su Marte nel 2024, un decennio prima di quella fissata dalla Nasa. La notizia, prima di fare il giro del mondo, è stata ripresa dal Washington Post, che ha riportato le parole del ricercatore Nikoloz Doborjginidze, fondatore dell'agenzia di ricerca spaziale e consulente del Governo: *"I nostri antenati georgiani hanno portato vino sulla Terra, così possiamo fare lo stesso con Marte"*.

Insomma, si fa sul serio. E adesso il team progetta di costruire un laboratorio urbano verticale in Georgia in grado di simulare le condizioni di Marte: generalmente, il suolo marziano può essere replicato sulla terra con basalto schiacciato proveniente da un vulcano spento, individuato nel deserto del Mojave in California. Che tipo di vino ne verrà fuori? È ancora presto per dirlo, ma i ricercatori sono convinti che il Pianeta Rosso si presti meglio ai bianchi, in particolare alla varietà Rkatsiteli. - **L. S.**

foto pixabay

ALTO ADIGE. Per Schenk Italian wineries sarà un 2019 di investimenti

Nonostante il calo di Stati Uniti ed Europa, due piazze che per Schenk Italian wineries sono da sempre fondamentali, il bilancio provvisorio per il 2018 lascia soddisfatto l'amministratore delegato, Daniele Simoni: "Venivamo da una difficile annata, come la 2017, ma i numeri dell'anno appena concluso raccontano di un quadro molto positivo sulla distribuzione dei marchi e sull'export". Per il **gruppo nato a Reggio Emilia nei primi Anni Cinquanta, con sede in Alto Adige dal 1960**, che nel 2017 ha sfiorato i 110 milioni di euro di ricavi, è arrivato anche il premio dei Tre Bicchieri, sulla Guida vini d'Italia 2019 del Gambero Rosso. E sono arrivati anche segnali importanti dai segmenti a maggior valore aggiunto, coi marchi Premium e Territorio che hanno quasi raggiunto quota 10 milioni di bottiglie, su una produzione complessiva che si aggira intorno ai 52 milioni di pezzi (dato 2017). "Solo nel mercato Horeca, per queste etichette, abbiamo già superato le 600mila unità" afferma Simoni "e credo arriveremo in anticipo a un milione; risultato, questo, che avevamo prefissato per la fine del 2020". Il 2019 si preannuncia "straordinario", nelle previsioni di Simoni, in quanto non ci saranno restrizioni quantitative, grazie a un generoso raccolto 2018: "Potremo andare sul mercato aumentando i volumi, mantenendo alta la qualità dei prodotti". La ristrutturazione totale della forza vendita interna e l'ampliamento della rete degli agenti farà da base a questo sviluppo ulteriore. Per il 2019, sono diversi i progetti in cantiere: l'acquisto di nuovi vigneti per le bollicine di Prosecco di Bacio della luna, a Vidobrodobbiadene, compreso l'ampliamento della cantina grazie a un piano triennale da 4 milioni di euro; il rinnovo delle cantine di Lunadoro a Valiano di Montepulciano (Siena) e Kellerei Auer, a Ora (Bolzano). - G. A.



TRENTINO. Fatturato a 15,5 mln di euro per la Cantina sociale di Trento

Tempo di bilanci per la Cantina sociale di Trento, realtà cooperativa che gestisce 650 ettari attorno al capoluogo del Trentino. **L'esercizio 2017/18 registra un fatturato totale di 15,5 milioni di euro** e una remunerazione ai soci (400 in totale) in aumento del 9%, nonostante una vendemmia 2017 che ha perso il 10% nei volumi e dopo un 2016 altrettanto scarso. Il 2018 ha segnato un record produttivo per la cantina presieduta da Elvio Fronza, storica partner del colosso trentino Cavit: 110 mila quintali conferiti con una qualità generalmente "buona con punto di grande livello per i rossi". Diversi i fatti salienti dell'anno fiscale: a settembre 2017 sono state avviate le prime operazioni di cantina nella nuova struttura che consente di lavorare selezioni, cru e produrre il Trento Doc; l'acquisto nella primavera 2018 del resto dell'immobile che sarà destinato ad attività commerciali; la fusione per incorporazione della Concilio spa, controllata da tempo dalla stessa Cantina di Trento. "Una scelta" ha spiegato Fronza "fatta per razionalizzare l'operatività e per ottimizzare la filiera produttiva". Valorizzare meglio il lavoro dei soci, fare più qualità e tutelare l'ambiente sono gli obiettivi per il futuro.

SICILIA. Record produttivo per Cva Canicatti: un milione di bottiglie e ricavi a 4,32 mln



Segno più per Cva Canicatti, cooperativa siciliana che nel 2018 ha raggiunto il suo record produttivo e di vendite. Uno dei migliori modi per festeggiare, nell'anno in corso, il 50esimo anniversario di fondazione. Per la cantina agrigentina sono arrivate conferme al trend che ha caratterizzato l'ultimo quinquennio. I ricavi, secondo quanto riferisce il presidente Giovanni Greco,

sono in aumento del 7% a 4,32 milioni di euro (erano 3,72 nel 2014): "Il dato è ancor più significativo in relazione alla crescita delle etichette più importanti, che premia una qualità ormai riconosciuta". **Per i 300 viticoltori-conferitori, il 2018 si è chiuso con una produzione di 970 mila bottiglie**, equamente suddivise tra mercato italiano ed estero (Germania +2%, Uk +17%, Francia +50%). La remunerazione per chilo di uva è stata di 0,5 euro: raddoppiata rispetto al 2014. Decisivo, sul fronte vendite, il lavoro fatto con The wine net - Italian co-op excellence, rete che riunisce altre cinque cooperative italiane. Cva Canicatti ha potuto, così, migliorare le performance nell'Horeca e potenziare la distribuzione nel Centro Nord Italia.

Alla voce investimenti, la cantina dedica il 10% dei ricavi. E a quelli sulle tecnologie di produzione degli anni passati si aggiungerà la riorganizzazione della rete vendite, con l'ingresso di "due capi area che ottimizzeranno la distribuzione delle nostre etichette". Dal 2012, la cantina gestisce un vigneto a bacca rossa in un'area demaniale nel Parco della Valle dei templi di Agrigento, poco distante dal tempio di Giunone, da cui ricava 3.600 bottiglie. Nasce da qui il progetto Diodoros che il presidente Greco afferma di voler promuovere meglio nel 2019, soprattutto dopo che due nuovi ettari sempre interni al parco si sono aggiunti. Il cinquantenario sarà celebrato con due nuovi vini: un rosso e uno spumante. - G. A.

VENETO. Valpantena: ricavi a 50,2 mln. Acquisito il 25% di Montresor spa

Cantina Valpantena chiude l'anno con ricavi stabili a 50,2 milioni di euro (+0,5%), realizzati per oltre metà all'estero, e **una remunerazione ai soci che è stata mantenuta a circa 130 euro al quintale** (+1%), malgrado un'annata (la 2017) che ha portato in cantina poco più di 79 mila quintali di uve, il 26,45% in meno, a causa di alcune grandinate estive più dannose del gelo di primavera. Nonostante le premesse complicate, per l'azienda diretta da Luca Degani, che ha visto crescere il patrimonio netto di 1 milione di euro (a 20,58 mln), il bilancio 2017/2018 si è chiuso senza intoppi. Il raccolto 2018, per la cooperativa di Quinto di Verona (780 ettari e 250 soci), ha riportato le bilance a 121 mila quintali di uve. Nell'anno fiscale 2017/18, Valpantena ha messo sul piatto 6 milioni di euro per attrezzature tecnologiche, per l'acquisto dello stabile adibito a punto vendita a San Giovanni Lupatoto e per il centro di appassimento di Montorio. Certamente, l'impegno più importante è stato l'acquisto del 25% del capitale della Giacomo Montresor spa, storico marchio del vino veronese, assieme ad altre realtà cooperative italiane, tra cui Cevico (Lugo di Romagna) e Vitevis. "Siamo tra i principali attori nella produzione di Amarone e Ripasso, con quote di circa il 10 per cento", fa notare il presidente Luigi Turco.

FINANZA. Tutti pazzi per i Minibond. Anche Cantina Offida lancia il suo



Le Marche scelgono i Minibond. Dopo Moncaro e Cantina Velenosi, anche una terza realtà regionale - Cantina Offida, guidata da Massimiliano e Walter Bartolomei - ha emesso il suo primo Minibond short term, quotato all'Extra-Mot pro di Borsa Italiana, per massimo di 500mila euro, con il sup-

porto di Cosvim Group. **Scadenza fissata a giugno 2019, sebbene già il primo giorno dell'offerta la quota sia stata interamente prenotata.** Questo nuovo strumento finanziario, sempre più caro alle cantine italiane (in Sicilia lo ha emesso anche Tasca d'Almerita, per 3 milioni di euro), rappresenta una valida alternativa alla richiesta di prestiti bancari per progetti di crescita ma, come spiega il Gruppo Cosvim Group: "non si tratta di sostituire le banche, ma di integrare i necessari capitali di debito con queste nuove forme di finanza". Tra i vantaggi dei minibond? I costi contenuti e i tempi brevi. E già si annunciano nuovi adepti per i prossimi mesi.



Amiamo prenderci cura della qualità, come voi, ogni giorno.



FORNITURE PER BAR, RISTORANTI E HOTEL DIRETTAMENTE NEL TUO LOCALE IN UN CLICK

Horeca Atelier ti offre una **vasta selezione** di prodotti professionali, attraverso cui potrai dotare la tua attività di forniture alberghiere funzionali, affidabili e durevoli. **Horeca Atelier**, il cash&carry online per i **professionisti della ristorazione**.

» visita horecaatelier.it «



BIANCHELLO DEL METAURO. Un 2019 all'insegna della promozione



a cura di Gianluca Atzeni

Il Bianchello del Metauro si prepara a celebrare i 50 anni dall'ottenimento della Doc. La denominazione marchigiana, estesa su 17 Comuni del territorio di Pesaro e delle terre ducali di Urbino, per un totale di 244 ettari, sarà al centro di un intenso programma promozionale per tutto il 2019. Ottenuto da uve Biancame e Malvasia Bianca Lunga, il Bianchello del Metauro rappresenta una nicchia produttiva nell'ampia galassia dei vini tutelati dall'Istituto marchigiano (Imt). La vendemmia 2018 si è chiusa con un +15% nei volumi, che rappresenta una boccata d'ossigeno per le circa 25 aziende che lavorano a valorizzare i vini della valle del fiume Metauro. Lo sanno bene i 9 produttori dell'Associazione Bianchello d'autore, che nel settembre 2017 hanno scelto di unire le forze su un progetto promozionale. Il gruppo, con 400 mila bottiglie (tra fermo, spumante e passito), rappresenta circa la metà dell'intera Doc. con esportazioni che nel 2017 hanno registrato, per queste specifiche cantine, un incremento dell'8%. Per il 2018, come rileva il produttore Francesco Tonelli (Villa Ligi),

le stime parlano del 10% in più. *“Il mercato sta dando fiducia al Bianchello e stanno crescendo superfici e nuovi impianti”*, spiega Tommaso Di Sante (Di Sante) che aggiunge: *“È il segno che il lavoro sulla qualità sta colmando quel gap reputazionale che almeno fino a 15 anni fa ha condizionato la Doc”*.

Il percorso verso la qualità è stato intrapreso soprattutto dalle cantine medio piccole, alcune storiche produttrici ma altre con un passato da conferitrici di cantine sociali, che hanno scelto la strada dell'imbottigliamento e del miglioramento delle pratiche in vigna. Anche qui, come in altre zone d'Italia, si scommette sulla sostenibilità ambientale: *“Entro poco tempo”* sottolinea Di Sante *“il nostro gruppo di aziende sarà interamente a conduzione biologica”*. Una carta che, dal punto di vista del marketing, potrebbe rappresentare un valore aggiunto, in modo particolare in chiave export, dove oggi le associate vendono in media due bottiglie su dieci. Il cinquantenario in programma per quest'anno è un'occasione importante: *“Vinitaly e ProWein saranno le due vetrine principali”* fa sapere l'associazione *“e si investirà su eventi mirati fuori dall'I-*

Tra storia e leggenda.

Il Bianchello del Metauro è un vino dalla storia antica. Lo scrittore latino Tacito ritiene abbia avuto un ruolo importante durante la famosa battaglia del Metauro del 207 avanti Cristo, in cui i romani combatterono contro gli invasori cartaginesi di Asdrubale, che furono sconfitti (narra la leggenda) a causa del troppo Bianchello bevuto.

talia, oltre che nelle città principali, come Roma e Milano”. **Il livello dei prezzi è certamente da migliorare: oggi si va dai 5/6 euro del fermo ai 20 euro del passito.** *“Una marginalità di poco superiore darebbe alle aziende maggiore respiro. Diciamo che il rapporto qualità prezzo”* osserva Di Sante *“è sbilanciato sulla qualità”*. Il progetto Bianchello d'Autore, supportato da Imt, non è chiuso su se stesso, ma aperto a nuovi ingressi. Oggi, 3 aziende strutturate potrebbero aggiungersi a questa coraggiosa compagine, che non ha un presidente, non ha portavoce, ma ha scelto il Bianchello come unico vero ambasciatore.

vinitaly
INT'L WINE & SPIRITS EXHIBITION



PASSION IN BUSINESS

7 - 10
APRIL 2019
--> VERONA <--

WWW.VINITALY.COM
TRADE ONLY

TOGETHER WITH
SOL & AGRIFOOD
TASTE OF BUSINESS

ENOLITECH
TECHNOLOGY INNOVATION DESIGN

OperaWine
GRAND TASTING
FINEST ITALIAN WINES
6 aprile 2019

5 Star Wines
THE BOOK

WINE PACKAGING COMPETITION
vinitalydesign
2019

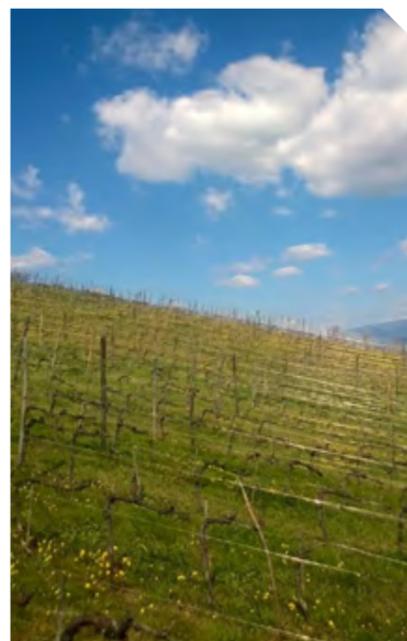
CONSORZI. Valdarno di Sopra punta a una Doc 100% bio. Ma l'ultima parola, non scontata, spetta a Regione Toscana e Ministero delle Politiche agricole

La scelta di passare alla esclusiva conduzione biologica era da tempo in discussione. Poi, nell'ottobre 2018, l'assemblea dei soci del Consorzio Valdarno di Sopra Doc, nel quadro di una revisione del disciplinare, ha approvato all'unanimità la proposta di includere nella denominazione solo i vini con la certificazione biologica. Dopo una prima interlocuzione positiva con le istituzioni (Ministero e Regione Toscana) "oggi sembrerebbero emergere nuove valutazioni tecniche e un diverso orientamento, negativo".

Il Consorzio Valdarno di Sopra, in un comunicato, afferma di ritenere che "da parte di Regione e Ministero debba essere scelta la strada nuova e virtuosa di privilegiare non le difficoltà tecniche, non il continuismo burocratico e di permettere scelte agronomiche ed enologiche che esaltino appunto la biodiversità, la tutela della salute dei consumatori e dei lavoratori". La posta in gioco è mol-

to alta, in quanto **l'approvazione o meno della proposta creerebbe un precedente nel panorama delle denominazioni italiane**: la scelta vincolerebbe il territorio e gli imprenditori all'opzione biologica, pena l'uscita dalla Doc Valdarno Superiore in favore di un'altra denominazione. "Ci aspettiamo" si legge nel comunicato "che la Regione - a cui spetta il compito di valutare la proposta e di inviarla al Mipaaf - sia coerente con le politiche di promozione delle colture biologiche e di promozione della salute fin qui seguite".

Valdarno di Sopra è un territorio che pur vantando un passato glorioso - viene nominato nel bando sui confini di Cosimo III de' Medici del 1716 - solo recentemente ha potuto riconquistare la propria visibilità con la promulgazione (2011) di una specifica denominazione di origine. Il territorio interessato dalla Doc abbraccia i comuni aretini di Cavriglia, Monte-



varchi, Bucine, Pergine Valdarno, Civitella in Val di Chiana, Pian di Scò, Castelfranco di Sopra, Terranuova Bracciolini, Loro Ciuffenna e San Giovanni. - A. Gabb.



VINI&SCIENZA. Le migrazioni di uomini e vitigni nel Mediterraneo: il Dna riscrive la storia

Le relazioni genetiche tra i vitigni, evidenziate confrontando i profili molecolari di numerose accessioni provenienti dal Sud Italia, rivelano come quest'area, storicamente conosciuta come Magna Grecia e definita Triangolo di Acclimatazione per le varietà introdotte dai Greci, risulti particolarmente omogenea dal punto di vista ampelografico.

Si comprende come la piattaforma ampelografica del Sud Italia sia caratterizzata da una elevata biodiversità derivante da una base comune, dovuta alla presenza di varietà diversificate in loco ma anche all'introggressione con varietà greche, che per incrocio e selezione, si sono acclimatate dando origine a varietà che si possono definire autoctone di questo areale.

Per poter caratterizzare in modo univoco e studiarne la struttura del grande patrimonio viticolo della Magna Grecia, sono state recentemente analizzate da un gruppo di ricercatori delle Università della California, di Milano, della Georgia, dell'Azerbaijan, della Croazia, della Francia e della Spagna, 709 varietà autoctone della regioni meridionali d'Italia (Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sicilia), della Grecia, delle regioni confinanti con la Grecia (Montenegro e Turchia), della Georgia e del Azerbaijan, con l'ausilio di marcatori molecolari a singolo nucleotide (SNP). I risultati ottenuti sono stati confrontati con le analisi della struttura genetica di 23 popolazioni umane del Mediterraneo orientale, evidenziando una singolare coincidenza nella circolazione antica di uomini e di vitigni, testimoniata storicamente fin dall'Età del Bronzo. Questa situazione identifica un "continuum genetico mediterraneo". I profili del Dna di alcune minoranze linguistiche (Arbereshe, Grieco e Grecano) dell'Italia meridionale, alla base delle quali vi è il relativo isolamento geografico e culturale, evidenziano in particolare una forte vicinanza genetica tra le popolazioni della Calabria e della Sicilia orientale, mentre per la Sicilia occidentale, le affinità riscontrate sono con alcune minoranze della Puglia. Comportamento molto simile è apparso per alcuni vitigni minori coltivati nella Magna Grecia ed in Sicilia.

- Attilio Scienza, Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

AGROALIMENTARE. Io sono Lucano: nasce marchio tipicità Basilicata

Anche il vino (non a Dop o a Igp) potrà fregiarsi del marchio tipico *Io sono Lucano*, che accompagnerà i prodotti, le aziende e le filiere che sceglieranno di aderire al programma promozionale, ideato da Coldiretti Basilicata, e presentato a Matera. Un progetto che partirà a febbraio prossimo, inizialmente a livello locale, e che servirà a dare visibilità all'agroalimentare regionale, puntando a diventare sinonimo di garanzia e autenticità.

Previsto un regolamento d'uso del marchio (registrato al Mise), un Disciplinare tecnico di filiera (Dft), sistemi per garantire la tracciabilità e i requisiti di idoneità agricola, origine e controllo del prodotto a marchio dal campo alla distribuzione. Il logo è in fase di realizzazione, ma dovrebbe essere pronto per le prossime settimane, assicurano da Coldiretti. **A Matera, città europea della Cultura 2019, è stata anche sottoscritta un'intesa pilota, della durata di**



9 mesi, per valorizzare le produzioni a marchio *Io sono Lucano*. L'accordo riguarderà anche i prodotti agricoli non trasformati. Prodotti che i partner commerciali delle filiere si impegneranno a marchiare nel caso derivino da materie prime della regione. I fondi? Per ora le aziende partner si autofinanzieranno, ma se il progetto avrà il placet della Regione si potrà anche fare leva sui fondi Psr per una miglior promozione. - G.A.

AGRICOLTURA. Centinaio: "Vino e turismo abbinata vincente per il rilancio"

Norcia, Montefalco, Perugia, Valnerina. Sono state le tappe percorse dal ministro per le Politiche agricole, Gian Marco Centinaio (foto), che ha voluto scegliere l'Umbria e le zone ter-

remotate per dare il via al suo giro dei territori agricoli italiani. "Vino e turismo sono l'abbinata vincente per rilanciare l'agricoltura e lo stesso settore turistico italiano", ha detto Centinaio, che si è soffermato sul tema dell'enoturismo: "L'obiettivo è far partire la legge, che serve a entrambi. Sono convinto che se vogliamo promuovere il nostro Paese nel mondo non è più sufficiente raccontare quanto è bella l'Italia, ma anche far capire quanto sia buona".



OLIO. Coldiretti chiede al Governo un piano per salvare il settore da gelate e xylella



Un piano olivicolo nazionale per rilanciare il settore con investimenti adeguati; garantire adeguate risorse al Fondo di solidarietà nazionale per far fronte alle calamità che hanno colpito importanti aree del Paese; dare attuazione al Decreto sullo stato di emergenza per i danni che la Xylella ha causato all'ovicoltura salentina;

eliminare il segreto di Stato sui flussi di importazione. Sono alcuni degli impegni che Coldiretti ha chiesto al Governo per difendere il settore dell'extraverdine. L'incontro tra il presidente della Confederazione, Ettore Prandini, e il ministro delle Politiche agricole e del Turismo, Gian Marco Centinaio

(foto), è avvenuto martedì a Roma, quando migliaia di agricoltori si sono dati appuntamento davanti al Mipaaf per denunciare gli errori regionali e l'assenza, nella Manovra approvata a fine dicembre, delle misure necessarie per aiutare un settore che quest'anno - tra gelate, xylella e frodi - ha subito un pesante dimezzamento: **la produzione si aggira attorno ai 200 milioni di chili, un valore vicino ai minimi storici** per la pianta simbolo della dieta mediterranea.

Secondo quanto riporta Prandini, il Governo ha promesso di superare queste dimenticanze tramite decreti attuativi, da presentare già dalla prossima settimana in Conferenza Stato-Regioni. "La tempistica è essenziale", ha concluso il presidente di Coldiretti.



TERRITORI. Il testimone di Città Europea del Vino passa al Sannio. Il 16 febbraio la cerimonia a Napoli

Iniziano i festeggiamenti per il territorio Sannio Falanghina, proclamato Città Europea del Vino 2019. Nel 2018 il riconoscimento era andato a due città: Torres Vedras in Portogallo e Rethimnos in Grecia.

La cerimonia ufficiale, che darà il via all'anno di attività, è prevista per il 16 febbraio a Napoli, quando i cinque sindaci dei cinque Comuni interessati dalla denominazione (Castelvenere, Guardia Sanframondi, Sant'Agata dei Goti, Solopaca e Torrecuso) riceveranno la bandiera che simboleggia il titolo conferito da Recevin, la Rete europea che raccoglie oltre ottocento Città del Vino in rappresentanza di undici Paesi del Vecchio Continente. Consapevoli dell'importanza del riconoscimento, i rappresentanti delle cinque realtà comunali, con l'apporto della Regione, **lavoreranno soprattutto sul fronte digital**, a partire dalla creazione di un sito internet, che possa rispondere a tutte le esigenze dei potenziali viaggiatori.

BROADCASTING. Dalla Rai ad Amazon Prime: il vino conquista il piccolo schermo

Il 2019 del vino inizia sul piccolo schermo. In Italia, infatti, lo scorso 4 gennaio è andato in onda su Raiuno il film *Wine to love - I colori dell'amore*, scritto da Salvatore De Mola, diretto e interpretato da Domenico Fortunato, insieme a Ornella Muti. Con vero protagonista l'Aglianico del Vulture. Siamo, infatti, in Basilicata e la storia narra le vicende di una famiglia di produttori alle prese con il primo

riconoscimento World Wine Award e il successo fuori dai confini nazionali. Ma non è solo la Rai a scommettere sul



vino: **Amazon Prime Video ha appena annunciato una docufiction intitolata *It Starts With Wine*, prodotta Wine En-**



thusiast Media, dove ogni puntata è dedicata a un territorio e a un produttore o chef famoso. Sono già disponibili i primi tre episodi, con protagonisti: l'Uruguay e i suoi vini, presentati dallo chef e vignaiolo Francis Mallmann, che ha acquistato una proprietà nella Valle Uco di Mendoza (l'enologo e consulente è l'italiano Alberto Antonini); l'Argentina raccontata dalla produttrice Laura Catena di Bodega Catena Zapata, insieme alla cantante e cuoca argentina Deborah de Corral; la California e la sua viticoltura biodinamica, vista dal direttore di Bonterra organic vineyards, Joseph Brinkley.

RICERCA. Parte la sperimentazione della Glera resistente a oidio e peronospora

Diciassette tra le più importanti cantine delle terre del Prosecco hanno iniziato la sperimentazione del vitigno Glera resistente. Oggetto della ricerca sono 7 mila piantine, derivanti dall'incrocio (avvenuto nella seconda metà del 2017) della varietà principale con tre diversi parentali resistenti di ultima generazione e "portatori" come fa sapere Confagricoltura Treviso "di una o due fonti di resistenza a peronospora e oidio".



Il progetto rientra nella convenzione siglata tra il sindacato agricolo e il Crea-Ve (centro di ricerca, viticoltura ed enologia), che ha consentito di produrre queste piantine estraendo dai grappoli circa 5 mila vinaccioli da cui sono state ottenute 2.900 piante da seme. Nel maggio dello scorso anno, sono stati operati nuovi incroci, usando parentali diversi, con resistenze a peronospora, oidio e botrite e ottenendo, quindi, circa 7.000 piante.

Nella pratica, come sottolinea Lodovico Giustiniani, presidente di Confagri Treviso, l'uso di queste nuove varietà di Glera consentiranno di **"ridurre le perdite produttive in modo sostenibile e diminuire i costi di gestione del vigneto"**. Il miglioramento genetico è indispensabile per un settore come la viticoltura e il nostro progetto permetterà di arrivare a un Prosecco davvero bio-sostenibile, con l'utilizzo di minori trattamenti".



COLLINE TERAMANE: L'ABRUZZO SOSTENIBILE.



I produttori del **Consorzio Colline Teramane Docg** raccontano la propria terra attraverso una produzione vinicola di qualità, a basso impatto ambientale, che **protegge e tutela**, anno dopo anno, **le straordinarie risorse del territorio** che li accoglie.

consorzio@collineteramane.com | collineteramane.com

Consorzio di Tutela Vini

COLLINE TERAMANE Docg



EVENTI. Il Wine&Siena apre la stagione delle grandi kermesse



È il primo grande evento dedicato al mondo del vino del 2019. Wine&Siena-Capolavori del gusto, giunto alla quarta edizione, accoglierà dal 26 al 27 gennaio prossimi aziende vitivinicole e della gastronomia toscana all'interno degli storici palazzi senesi. I brand selezionati dal patron di Merano WineFestival, Helmuth Köcher, sono oltre 120 e troveranno spazio a Palazzo Salimbeni (storica sede di Monte dei Paschi), Palazzo comunale, Palazzo del Rettorato, Palazzo Squarcialupi, Palazzo Sansedoni e Grand hotel Continental Siena – Starhotels Collezione. Due giorni, per addetti ai lavori ma anche per appassionati, in cui si potranno degustare assieme vini anche i cibi preparati in abbinamento dai cuochi toscani.

L'evento è organizzato da Gourmet's International e Confcommercio Siena.

Info su: <https://wineandsiena.com>

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli

e Attilio Scienza

cover

sfondo by Rawpixel.com - Freepik.com

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

14 GENNAIO

❖ VINI VERI 2019

Assisi
dalle 10 alle 17
viniveri.net

17 GENNAIO

❖ VINOI

Iclab
viale Guidoni 103
Firenze
dalle 10 alle 20

20 GENNAIO

❖ PRIMA DEL TORCOLATO DI BREGANZE

Breganze (Vicenza)
dalle 10 alle 19

26 GENNAIO

❖ WINE&SIENA

Rocca Salimbeni
e altri luoghi
fino al 27 gennaio

27 GENNAIO

❖ GRANDI LANGHE

Alba (Cuneo)
fino al 29 gennaio

27 GENNAIO

❖ EVOLUZIONE NATURALE ANTICO CONVENTO DEI CAPPUCCINI

Grottaglie (Taranto)
fino al 28 gennaio

2 FEBBRAIO

❖ ANTEPRIMA AMARONE

Palazzo della Gran Guardia
Verona
fino al 4 febbraio

9 FEBBRAIO

❖ SORGENTE

DELVINOLIVE

PiacenzaExpo
fino all'11 febbraio
sorgentedelvinolive.org/it/

9 FEBBRAIO

❖ ANTEPRIME TOSCANE

PrimAnteprima
Fortezza da Basso
Firenze
dalle 9.30 alle 17.30
anteprimetoscane.it

10 FEBBRAIO

❖ CHIANTI LOVERS

Fortezza da Basso
Firenze
dalle 16 alle 21

11 E 12 FEBBRAIO

❖ CHIANTI CLASSICO COLLECTION

Stazione Leopolda
Firenze

16 FEBBRAIO

❖ VINI AD ARTE 2019

ANTEPRIMA DEL ROMAGNA SANGIOVESE
Faenza
fino al 18 Febbraio

23 FEBBRAIO

❖ VINNATUR ROMA

Officine Farneto
via Monti
della Farnesina, 77
Roma
fino al 24 febbraio
orari sabato 14 - 20
domenica 12 - 19

3 MARZO

❖ LIVEWINE

SALONE INTERNAZIONALE DEL VINO ARTIGIANALE

Palazzo del ghiaccio
Milano
fino al 4 marzo
livewine.it

4 MARZO

❖ VINEXPO NEW YORK NEW YORK

JACOB K. JAVITS

Convention Center
fino al 5 marzo
www.vinexponewyork.com/

10 MARZO

❖ ANTEPRIMA CHIARETTO

Lazise (Verona)
fino all'11 marzo

17 MARZO

❖ PROWEIN

Düsseldorf
fino al 19 marzo
www.prowein.com/

GRANDI CANTINE ITALIANE. Campania/2



Le grandi cantine dell'Emilia Romagna



Celli

v.le Carducci, 5 | Bertinoro (FC)

www.celli-vini.com | 0543 445183

Appartenente alle famiglie Sirri e Casadei, l'azienda Celli coltiva nell'areale di Bertinoro un significativo parco viticolo, tra terre di proprietà e parcelle in affitto. I siti che accolgono le vigne sono contraddistinti da suoli di tipo calcareo, ricchi di "spungone", e si distribuiscono in vari blocchi: Tenuta Maestrina, Tenuta La Massa e Campi di Bracciano. Il mix tra questo patrimonio naturale, la conduzione agricola e le scelte enologiche permette di ottenere dei vini di alta qualità, ma soprattutto dei chiari riferimenti varietali e stilistici.

Romagna Albana I Croppi '17



Il vino e l'abbinamento consigliato: 

I Croppi ha un corredo aromatico ricco, note di frutta gialla matura, prima di sfumare su delicati cenni vegetali che ricordano le erbe di campo. In bocca il vino è voluminoso e dinamico al tempo stesso. Gustoso con grigliate a base di pesce.

Romagna Sangiovese Bertinoro Bron & Ruseval Ris. '15



Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Un Sangiovese che nel suo bagaglio aromatico ricorda la frutta a bacca rossa come fragola e marasca che lasciano spazio a sensazioni floreali di violetta. Fine ed elegante al palato, da stappare con un piatto di agnolotti al ragù.

Romagna Sangiovese Sup. Le Grillaie Ris. '15



Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Opulento al sorso il Sangiovese Superiore Le Grillaie '15, una Riserva che brilla per le note di arancia e spezie asiatiche. Sorso verticale e di grande chiarezza stilistica. Da provare con l'anatra alla romagnola.

CINA. Dazio zero per gli aussie wine. E l'Australia ora accelera



Con il nuovo anno è arrivato anche il temuto avvicinamento tra Cina e Australia. Dal primo gennaio, infatti, sono state cancellate le tariffe d'ingresso del vino aussie in Cina. Nulla di nuovo, s'intende: l'azzeramento dei dazi era l'ultimo step dell'accordo di libero scambio Chafra-China Australia Free Trade Agreement, siglato a Camberra nel 2015. In questi tre anni, le tariffe sono state progressivamente ridotte, partendo dal 14% per l'imbottigliato e il 20% per lo sfuso (regime tutt'ora in vigore per gli altri Paesi esportatori) e arrivando nel 2018 al 2,8% per

l'imbottigliato e al 4% per lo sfuso. Con degli immediati riscontri sulle importazioni cinesi di vino australiano. **Non è un caso se l'Australia rappresenta il secondo fornitore per il Paese del Dragone** (nel 2017, 682 milioni di dollari a valore) dietro solo alla Francia (1,04 miliardi di dollari). E c'è chi è pronto a scommettere che - con l'abbattimento dei dazi - il sorpasso sia dietro l'angolo (la Francia ha ancora una percentuale di barriere all'entrata del 14%). Oggi, secondo la China Association of Imports and Exports of Wine & Spirits, le quote di mercato sarebbero del 41% per i transalpini e

del 27% per gli australiani. L'Italia - per intenderci - raggiunge appena il 7% (quinto posto, dopo Francia, Australia, Cile e Spagna). Non solo. Nel 2017, la Cina è diventata il principale Paese di destinazione degli aussie wine, prendendo il posto del Regno Unito, alle prese con le (ignote) conseguenze della Brexit. In questi ultimi anni, inoltre, l'affinità tra i due Paesi ha portato molti investitori cinesi a scommettere sulla viticoltura australiana (un po' come era successo negli anni scorsi con le continue acquisizioni a Bordeaux), tanto che oggi circa il 10% dei vigneti della Barossa Valley parla mandarino. - L. S.

IL MIO EXPORT. Martino Tormena - Mongarda



1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Il 50% della nostra produzione viene venduto all'estero. Si concentra soprattutto in Usa e in ascesa anche nei Paesi del Nord Europa.

2 Con la burocrazia come va?

È risaputo che la burocrazia è diventata un grosso problema per le aziende italiane. La nostra è una realtà familiare e siamo impegnati in prima persona in tutti i fronti: in vigna, in cantina ed anche nella promozione e vendita dei nostri vini. Poco tempo fa, ci trovavamo a sistemare i registri telematici la sera tardi per non togliere ore di lavoro al resto, che è la parte più importante. Poi, per non rinunciare a nuove opportunità, abbiamo dovuto inserire una nuova figura in azienda, che ci aiuta ad essere più dinamici nel nostro lavoro, ma si tratta comunque di costi in più da sopportare.

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

Per quello che personalmente vedo, c'è sempre più attenzione per i vini italiani. Ed in effetti abbiamo molte carte da giocare a nostro favore. In primis, una variabilità pazzesca di varietà autoctone, coltivate in altrettanti terreni e microclimi differenti. In questo nessun altro Paese ci batte!

4 Come promuoverete il vostro vino nei mercati internazionali?

Siamo una piccola realtà e le risorse da investire per la promozione non sono mai abbastanza. Anche il tempo per viaggiare è poco. È, quindi, fondamentale instaurare collaborazioni con importatori che capiscono il nostro modo differente di lavorare e che sanno valorizzarlo. Cerchiamo, comunque, di partecipare ai saloni di settore che più rappresentano la nostra filosofia. Quindi, diversi contatti sono arrivati tra i banchi d'assaggio, altri, invece sono arrivati tramite il passaparola di altri produttori o di operatori che già conoscono i nostri vini.

5 Ci racconti un aneddoto legato alla sua esperienza all'estero.

Ricordo il mio primo viaggio a New York e un tasting dedicato ai nostri vini in un oyster bar di Manhattan. È stato stimolante conoscere le persone in quella sera, che apprezzavano il mio vino, e pronte a conoscere una nuova realtà e visione del Prosecco che normalmente bevono. Generalmente i commenti erano: "Wow! It's this the really Prosecco? Amazing!", abituati com'erano a bere tutta un'altra concezione. Sono tornato in Italia con ancora più energia e voglia di mettermi in gioco.

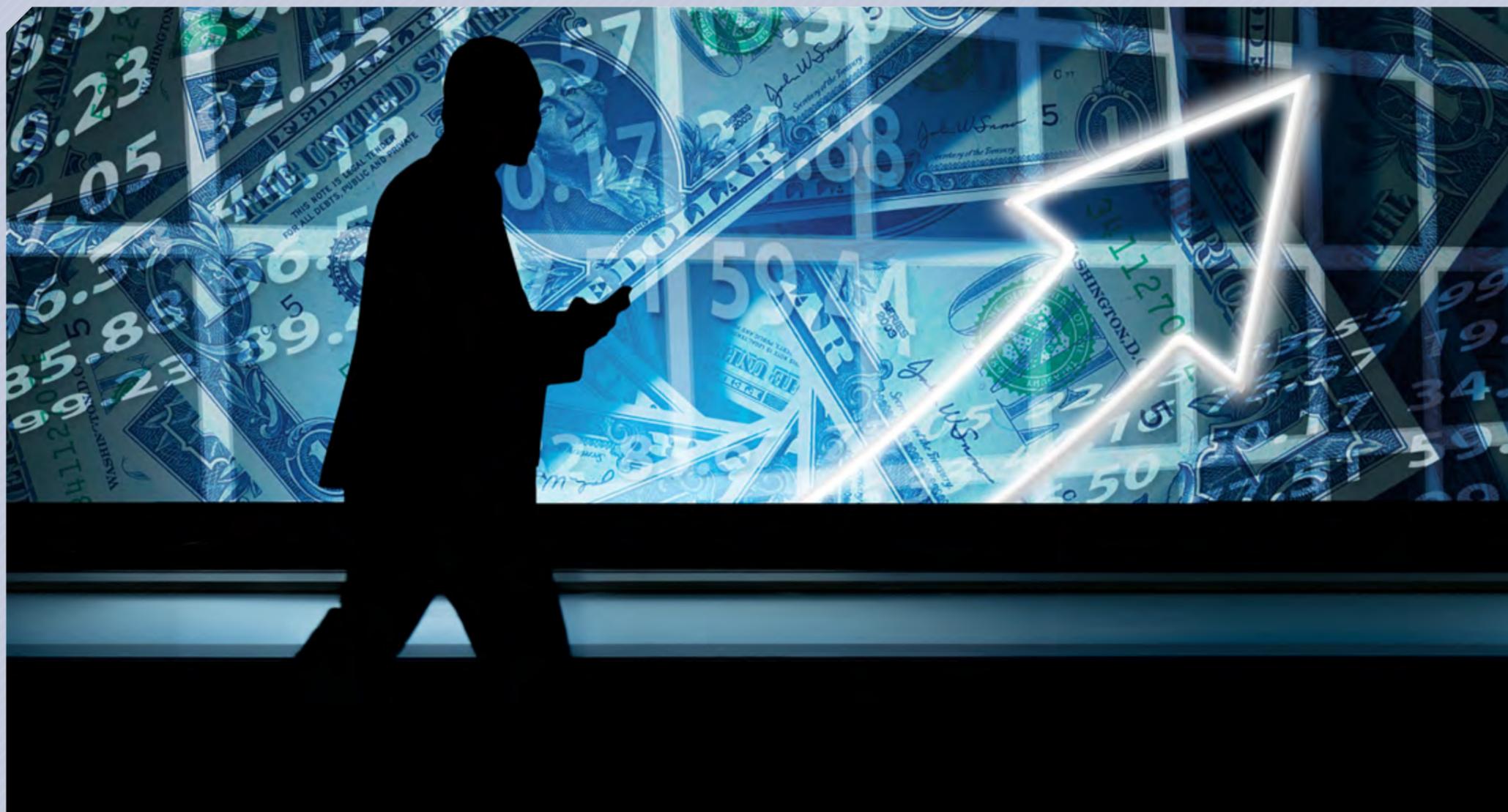
❖ Mongarda - Col San Martino - Treviso - www.mongarda.it

NEL PROSSIMO NUMERO
CANTINA CARBONI

TOP BRAND, IL 2018 CHIUDE COL SEGNO PIÙ. LE PROSPETTIVE DEL 2019

Fatturati in aumento nonostante un 2017 difficile, secondo l'annuale sondaggio Tre Bicchieri, che coinvolge i più importanti marchi del vino. Comunicazione, nuovi investimenti e potenziamento della capacità produttiva tra le prossime mosse. Con lo sguardo a enoturisti e trend asiatici

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Gli effetti della Brexit in Uk, il calo produttivo del 2017, le situazioni di instabilità nei mercati, gli Stati Uniti che vanno al rallentatore sui vini fermi. Per i top seller del vino italiano, il 2018 non è stato un anno semplice, con diversi ostacoli da superare per trovare la quadra. Malgrado tutto, conti e bilanci sembrano accendere ancora una volta la luce verde. E in molti casi si è fatto meglio rispetto ad annate viticole che partivano con premesse migliori. Secondo il consueto sondaggio del Tre Bicchieri Settimanale, infatti, i segni positivi rappresentano una costante e una conferma. E così l'anno che si è appena concluso e quello appena iniziato sono, con alcune differenze, portatori di un generale ottimismo. Le prospettive di crescita economica, tuttavia, sono strettamente correlate alla costanza negli investimenti, nelle azioni di comunicazione al consumatore e su piazze strategiche, ma anche alla volontà di ammodernamento delle metodologie in vigna e degli impianti di cantina. Condizioni necessarie per non perdere competitività, dal momento che, come molti brand hanno evidenziato, i cambiamenti nel globalizzato mondo del vino (tra competitor più forti e nuovi consumatori) costringeranno le imprese a cambiare strategia. Il Gruppo Giv con Cantine Riunite&Civ, Caviro, Antinori, Zonin1821, Fratelli Martini, Mezzacorona, Cavit, Botter, Enoitalia e Santa Margherita. Dieci player che assieme totalizzano un giro d'affari vicino ai 2,5 miliardi di euro e che fanno dell'export uno degli asset strategici della propria attività. E che spingeranno la voce esportazioni nazionali oltre l'ennesimo record a valore, con cifre prossime ai 6,2 miliardi di euro (stime Vinality e Nomisma/Wine monitor).

GIV - CANTINE RIUNITE&CIV



Il più grande gruppo del vino italiano, fondato sul sodalizio decennale tra Giv e Cantine Riunite&Civ, chiude il 2018 con ricavi in deciso rialzo. È il direttore della capogruppo Riunite&Civ, Vanni Lusetti, a fare il punto: *“Rispetto al consolidato registrato nel 2017, pari a 580 milioni di euro, prevediamo di chiudere l'anno solare 2018 oltre i 600 milioni di euro”*. Con un imbottigliato totale di oltre 150 milioni, il gruppo è riuscito ad assorbire la forte diminuzione nei volumi della vendemmia 2017, spuntando prezzi più alti alla vendita: *“Un anno fa c'erano molte preoccupazioni”* sottolinea Lusetti *“ma i numeri dimostrano che si riesce a far bene anche se si è costretti a incrementare i listini”*. Guardando ai mercati, Italia in terreno positivo così come Uk (grazie al Prosecco, spinto dal brand Maschio), ma anche Stati Uniti e America Latina. Per il 2019, gli obiettivi sono orientati *“a una crescita del 5% del business”*. Saranno investiti 8 milioni di euro per ammodernare gli impianti di imbottigliamento e vinificazione. Previsto l'aumento della capacità produttiva: se nel »

» 2018 sono stati lavorati 800 mila quintali di uve “considerando i nuovi vigneti in produzione” conclude “vogliamo avvicinarci da quest'anno al milione di quintali di uve lavorate”.

CAVIRO

La cooperativa di Faenza registra numeri in crescita dell'8%, sopra i 340 milioni di euro rispetto ai 315 mln di un anno fa. “Abbiamo affrontato questa vendemmia eccezionale con la proposta di una maggiore varietà di vini presentati al mercato, a fronte di un volume di pezzi prodotti stabile. Sicuramente” spiega a Tre Bicchieri il direttore SimonPietro Felice “ovunque la parola chiave attuale è sparkling. Vediamo, inoltre, notevole interesse verso packaging alternativi, specie in Usa e Paesi scandinavi. Il consumatore, oggi, fa sempre più attenzione alla salute e all'ambiente, quindi ai vini da produzioni bio. Come stile, si abbassano i gradi e si guarda a prodotti morbidi e profumati”. Il mercato italiano di Caviro, leader nel comparto brik (130 milioni di pezzi, di cui 71 milioni a marchio Tavernello), ha risentito in vario modo di una vendemmia 2017 “molto ridotta e difficile da gestire, con prezzi che hanno inversamente influito sui consumi. I nostri marchi, Tavernello in special modo” sottolinea Felice “hanno assorbito questa tendenza grazie alla fidelizzazione tipica del brand, riuscendo a consolidare il valore sul mercato”. Fuori confine (Caviro vende in oltre 70 Paesi) l'affacciarsi di nuove catene discount “rende urgente e necessaria l'innovazione di prodotto che, già nel 2019, ci vedrà molto attivi su diversi fronti”. La cooperativa sfrutta il modello dell'economia circolare: 540 mila tonnellate di materiale sono state trasformate in 200 mila ton. di nuovi prodotti, tra cui al-

col e fertilizzanti. Nel 2018, oltre ad ammodernare le tecnologie di cantina, è stata inaugurata una nuova linea di confezionamento. “E per quest'anno prevediamo di investire di più” conclude Felice “raggiungendo l'8% del fatturato”.

ANTINORI

Lo storico marchio toscano, che nel 2017 ha superato 200 milioni di ricavi, prevede un incremento del 6% nel 2018, sopra i 210 milioni. Come sottolinea l'ad Renzo Cotarella, il bilancio 2018 beneficia dell'abbondante annata 2015 in commercio “mentre, se si guarda alle prospettive del 2019, potremmo scontare gli effetti di annate successive meno importanti”, compresa la 2014 del Brunello. Gli effetti, va da sé, potrebbero riverberarsi sui ricavi: “Riteniamo di crescere un po' meno sia il prossimo anno sia nel 2020. Del resto, in un'azienda di produzione come la nostra bisogna accettare quello che concede la natura. Un buon 2018, invece, avrà effetti positivi sui bianchi nel 2020 e sui rossi nel 2021”. Antinori conta 22 milioni di bottiglie distribuite in 13 aziende agricole facenti capo alla stessa famiglia, con una media produttiva per azienda relativamente contenuta, tiene a sottolineare Cotarella. Sui mercati esteri “si cresce allo stesso modo che in Italia”, nonostante la Cina resti una piazza complessa e gli Stati Uniti (che per Antinori valgono oltre il 15%) stiano attraversando un periodo di “assestamento nella distribuzione”. Alla voce investimenti, prosegue la politica di riservare oltre il 10% del fatturato a questo capitolo. E il 2019 non farà eccezione: “Inizieremo presto dei lavori alla cantina di Montalcino, dopo aver terminato quelli alla Cantina del Bruciato di Castagneto Carducci”. E proprio nel territorio bol- »

gherese, nella Tenuta Guado al Tasso, in primavera è prevista “l'apertura di un ristorante di fattoria”. L'Osteria del Tasso valorizzerà la cucina toscana, nell'ambito della più generale strategia aziendale: creare valore attorno al brand.

ZONIN1821

Il colosso veneto, in attesa dell'aumento di capitale e l'ingresso di nuovi soci nel 36% del capitale (che vale 65 milioni di euro), saluta un 2018 “in linea con l'anno precedente” a circa 200 milioni di euro di ricavi. Le disponibilità dovute alla scarsa vendemmia 2017 hanno portato a un rialzo dei prezzi della materia prima, alla riduzione dei margini operativi. C'è, tuttavia, una nota stonata nel 2018, spiega il vicepresidente Francesco Zonin. “Arriva dal mercato Uk, a causa di una sorta di blocco nei consumi di Prosecco tra gennaio e aprile, che potrà influire sui ricavi complessivi”. Per il resto: exploit dell'Olanda, molto positiva la Francia, Canada in crescita tra 5% e 10%, il mercato interno (che pesa il 15%) che progredisce “più in Gdo che in Horeca”, sottolinea Zonin che aggiunge: “In Italia stiamo concentrando la distribuzione nelle sette regioni di produzione dei nostri brand. Siamo consapevoli dei cambiamenti in atto, con un consumatore che razionalizza, a fronte di un aumento della qualità dei vini, ed è propenso a scegliere prodotti regionali. Trend che si nota anche all'estero, in particolare negli Stati Uniti: per noi è il primo mercato col 25% delle quote, coi vini di Oregon e Colorado”.

FRATELLI MARTINI

Per la società piemontese, che ha sede nelle Langhe ed entra nel sul 72mo anno di attività, le stime provvisorie per il 2018 parlano di 220 milioni di ricavi (erano 194 nel 2017), con una produzione di 95 milioni di bottiglie, che per il 90% varcano i confini nazionali. Sant'Orsola e Canti sono i due marchi in portafoglio più noti dell'azienda, il primo in Italia e il secondo all'estero, quale top wine brand. L'amministratore unico, Gianni Martini, parla di un export dalle buone performance “in particolare nel Regno Unito, in Germania e in Russia, oltre che negli Stati Uniti e in Asia”. Sul fronte interno, i risultati sono positivi “malgrado il quadro economico nazionale. L'azienda” spiega Martini “sta seguendo in Italia un percorso di crescita nel comparto Horeca, che si affianca alla presenza consolidata negli altri canali b2b”. Il 2019 appena iniziato dovrebbe confermare l'andamento di crescita dei ricavi, “con incrementi compresi tra 0% e 5%”. Sul fronte investimenti, si proseguirà nel significativo percorso iniziato nel 2016, riguardante stabilimento, linee di produzione e cantine. “Continueremo a rivolgere

particolare attenzione al marketing, con una costante comunicazione anche tramite le principali emittenti televisive, oltre che sui social”, conclude Martini il quale, in tale contesto, è affiancato dalla figlia Eleonora (terza generazione) che sta apportando all'azienda nuove energie e una nuova visione.

MEZZACORONA

Il primo gruppo cooperativo trentino per fatturato, dopo aver chiuso a luglio 2018 un bilancio consolidato dagli ottimi fondamentali (ricavi in aumento dell'1,9% a 188 milioni di euro, un utile netto quasi raddoppiato a 3 mln di euro), anche da agosto in avanti ha viaggiato a ritmi analoghi. Il nuovo direttore generale Francesco Giovannini, alla luce di una vendemmia 2018 che è tornata importante, con un +27% sul 2017, è fiducioso sui risultati attesi. “Nonostante sul mercato dello sfuso ci siano flessioni per i vini di qualità, con oscillazioni verso il basso più decise per Igt o vini da tavola, quest'anno i listini in Gdo non saranno in aumento. Noi cercheremo di mantenere i vini ai livelli dell'inflazione. Certamente si dovrà fare più attività promozionale”. L'obiettivo del gruppo per il 2019 “resta una crescita nell'ordine del 2%”. Oltre l'85% dei ricavi arriva dai mercati esteri, soprattutto da Usa e Germania, dove operano due società controllate. “Gli Usa” osserva Giovannini “non crescono più come una volta, ma in questo mercato abbiamo registrato un +2% a volumi stabili. Ritengo che le attività previste e finanziate con fondi Ocm daranno un buon contributo”. Se si parla di piani di sviluppo per il nuovo anno, il gruppo ha certamente buoni margini di manovra, considerato che l'indebitamento verso le banche è stato abbattuto in sette anni da 140 a 80 milioni e che il patrimonio netto è vicino ai 100 milioni di euro. “Un indice di solidità economica che ci consentirà di fare investimenti anche consistenti”, rileva il dg, ricordando che ogni anno Mezzacorona investe circa 4 milioni di euro. Finora, si è puntato ai miglioramenti strutturali ma “non si escludono acquisizioni esterne (n.d.r. l'ultima importante è Bavaria 12 anni fa) se porteranno benefici al gruppo”.

CAVIT

Ancora un'importante cooperativa del Trentino nel sondaggio Tre Bicchieri, che nell'anno fiscale 17/18 ha totalizzato ricavi per 190,5 milioni di euro, in aumento del 4,4%. “La crescita rilevante della quota sul mercato interno e la buona tenuta delle esportazioni” dice il direttore Enrico Zanoni “hanno consentito anche nell'ultimo esercizio di aumentare il valore dei conferimenti dei nostri soci e allo stesso tempo di consolidare una posizione finanziaria in ottima salute, tale da consentire ulteriori »

TOP BRAND - 2017/2019

Società	ricavi 2017 (mln)	2018*	stime 19**
Cantine Riunite – Giv	580 mln	+3,4%	+
Caviro	315	+8%	+
Antinori	221	+6%	+
Zonin	201	invariato	+
Fratelli Martini	194	+13%	+
Mezzacorona	185	+2%	+
Cavit	183	+4,4%	+
Botter	180	+10%	+
Enoitalia	169	+5,8%	+
Santa Margherita	169	+4%	+

* dati provvisori

** il segno “+” indica una variazione prevista tra 0 e 5%

obiettivi di investimenti ed eventuali acquisizioni". L'estero, che rappresenta il 78% dei ricavi, conferma il Nord America il principale sbocco dei vini di Cavit. In crescita Stati Uniti e Canada. In Europa, buoni riscontri in Benelux, Est Europa e Russia, mentre "si consolida il mercato cinese", dove si punta a una crescita di lungo periodo grazie all'accordo col gruppo Cofco, attivo nella distribuzione dei vini. La controllata tedesca Kessler Sekt supera gli 8 milioni grazie a un +7%. In Italia, che rappresenta il 21% dei ricavi, la crescita è stata del 14%, mix tra Horeca e Gdo. Bene la spumantistica, con il brand Altemasi Trentodoc a +38%. L'impegno per il 2019 proseguirà in direzione della "sostenibilità ambientale", dopo che tutte le cantine associate Cavit hanno aderito alla certificazione Snpqi di produzione integrata e sostenibile.

BOTTER

 Il gruppo di Fossalta di Piave, che appena un anno fa ha ceduto il 22% del capitale a IDeA Taste of Italy (fondo che fa capo a Dea Capital - Gruppo De Agostini), stima di chiudere il 2018 con un +3,5% a volume e +10% a valore "totalizzando un fatturato di circa 195 milioni di euro". La produzione aziendale, come anticipa la responsabile marketing, Annalisa Botter, dovrebbe attestarsi sui 93 milioni di bottiglie. "La Gran Bretagna è il primo mercato, con oltre 20 milioni di bottiglie, seguita dagli Stati Uniti, che crescono del 20% circa", aggiunge. E sempre dall'estero arrivano conferme da Germania, Canada, Danimarca e Paesi Scandinavi. L'Italia, che vale meno del 5%, rappresenta ancora una destinazione non prioritaria, ma sarà presto al centro delle attenzioni: "È allo studio un progetto per crescere e affermarsi anche sul mercato domestico", dice Botter, che guarda ai nuovi trend rilevando maggiore interesse per vini biologici e Prosecco. In futuro, nel biennio 2019/20, l'azienda investirà circa 7 milioni di euro: "Stiamo valutando" fa sapere la responsabile marketing "la possibilità di inserire nel piano investimenti anche la realizzazione di una nuova linea di imbottigliamento. In quel caso l'ammontare degli stanziamenti salirebbe circa 11 milioni".

ENOITALIA

Da Calmasino di Bardolino, il presidente del Gruppo Enoitalia, Giorgio Pizzolo, conferma il buono stato di salute dell'azienda. Il 2018 è stato un anno importante per diversi motivi: i ricavi hanno raggiunto quota 180 milioni di euro, rispetto ai 170 milioni del 2017. E la crescita è stata sostenuta dagli investimenti in strutture e tecnologia degli anni precedenti, come il mega impianto di Montebello



Vicentino (costato 6 milioni di euro), oggi a pieno regime e da dove sono uscite 25 milioni di bottiglie di Prosecco, che fanno di Enoitalia uno dei primi produttori. "Il 2018 ha confermato la tendenza quinquennale legata al fenomeno dell'italian sparkling. In continua crescita anche l'interesse per il biologico, a cui abbiamo dedicato la linea Alberto Nani, che si sta configurando" sottolinea Pizzolo "come vera e propria scelta culturale". Il mercato estero vale per Enoitalia il 75% del fatturato, soprattutto Usa, Canada e Uk. Ma il 2018 è stato un anno importante anche l'avvio del percorso per l'ottenimento della certificazione come organismo sostenibile in adesione al protocollo Viva - La sostenibilità della viticoltura in Italia. Per quest'anno, l'obiettivo è "continuare a sostenere la crescita rafforzando i rapporti con i partner storici, il posizionamento nei mercati di riferimento e coltivando l'attenzione" conclude il presidente Pizzolo "alle esigenze del pubblico sempre più ampio di consumatori".

SANTA MARGHERITA

 Incertezze e tensioni hanno caratterizzato il 2018 secondo l'ad del Gruppo vinicolo Santa Margherita, Ettore Nicoletto: "Tra i dazi, i complessi rapporti Usa-Cina, una Brexit la cui soluzione non è chiara, prevediamo di sfiorare i 176 milioni di euro di ricavi, con un incremento a valore sul 2017 che supererà il 4%. L'anno appena concluso" afferma "ha registrato il superamento di quota 22 milioni di bottiglie commercializzate, che puntiamo a migliorare nel 2019". Dopo lo shock del 2017 a livello di raccolta, il 2018 ha riportato il sereno: alcune tenute in Alto Adige, Veneto e Toscana hanno registrato cifre record, mentre in Sardegna la Cantina Mesa ha vissuto una vendemmia difficile. L'export conferma gli Usa il mercato principale: una bottiglia su tre viene venduta in questo Paese. Ma prosegue lo sviluppo di altre piazze: "Il Canada, che è prossimo a superare i 10 milioni di euro; l'area comprendente Europa, Medio Oriente e Africa, che vede la Germania leader; il distretto Cina-Taiwan-Corea, l'ottima performance dell'Australia e la crescita interessante di Sud America/Caraibi". Sul mercato domestico, l'incremento è a due cifre, per effetto delle recenti acquisizioni dei marchi Ca' Maiol e Cantina Mesa. "Il sentiment è positivo per tutti i brand del Gruppo", fa sapere Nicoletto che si dice ottimista per un 2019 che vedrà "il consolidamento delle posizioni di mercato acquisite lungo un trend di crescita che è stato positivo". Per uno dei marchi che Mediobanca colloca tra i top performer per redditività, non mancano gli investimenti: 48 milioni di euro nel 2018 di cui 19 per acquisto di vigneti. Nel 2019, l'accoglienza dei winelover "sarà uno degli aspetti di maggior interesse". Ma si investirà anche in Cina - "mercato enorme e ancora poco presidiato", per Nicoletto - con l'avvio di un piano di comunicazione digital, rivolto al pubblico femminile e ai millennial.

GAMBERO ROSSO

CALENDAR

WORLDTOUR 2019

GamberoRossoInternational

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
16 DUBAI - UAE	Notte Italiana - Best of Italy

MAY

BEIJING - China	Vini d'Italia - Special Edition
06 SINGAPORE - Singapore	Top Italian Wines Roadshow
09 ZURICH - Switzerland	Vini d'Italia "en primeur"
15 BORDEAUX - France	trebicchieri "en primeur" - VINEXPO Special
28 MONTREAL - Canada	Top Italian Wines Roadshow
30 TORONTO - Canada	Vini d'Italia "en primeur"

JUNE

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

OCTOBER

TOKYO - Japan	trebicchieri
---------------	--------------

NOVEMBER

SEOUL - Korea	
TAIPEI - Taiwan	
HONG KONG - China	trebicchieri HKTDC Special
SHANGHAI - China	trebicchieri
ST. PETERSBURG - Russia	trebicchieri
MOSCOW - Russia	trebicchieri

Sponsor

A DHL company
GORI
Wine and spirits logistics

Surgiva
ALCOHOLIC BEVERAGES
DISTRIBUTION

MONTEPULCIANO. IL NOBILE CHE VERRÀ

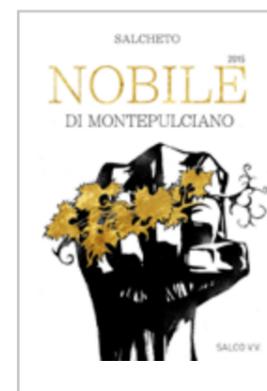
Il futuro del rosso poliziano passa anche dal nome. Diversi gli accorgimenti – dall'eliminazione del termine "vino" all'aggiunta dell'indicazione "Toscana" – per distinguerlo dall'omonimo abruzzese e per aumentare il suo appeal sul mercato. Ma le divisioni interne continuano, in attesa delle nuove elezioni del Consorzio

▲ a cura di Andrea Gabbrielli



Nel 2019, dopo molte discussioni tra i produttori poliziani, la scelta di eliminare "Vino" e di evidenziare "Nobile di Montepulciano", avrà un sostanzioso supporto. Infatti, all'azienda Salcheto, che già dall'annata 2013 aveva scelto di etichettare con questa formula (*vedi immagine*) - previo l'assenso del Ministero delle politiche agricole - si aggiungeranno altre cantine. A partire da quelle aderenti all'Alleanza (associazione tra Avignonesi, Boscarelli, Dei, La Braccasca, Poliziano e Salcheto), che sin dall'inizio si sono battute per accorciare il nome della denominazione. Sempre le stesse aziende presenteranno, dopo l'Anteprima (Montepulciano 13-14 febbraio), una versione del Nobile con la nuova dicitura, che oltretutto avrà la particolarità di essere ottenuto dal 100% di uve sangiovese (prugnolo).

L'altra associazione di produttori, i Vignaioli Montepulciano (ex Terra Nobile a cui aderiscono Podere Casanova, Croce di Febo, Casale Daviddi, Fassati, Metinella, Il Molinaccio, Montemercurio, Romeo, Talosa e Tiberini) per ora non effettuerà cambiamenti. "Siamo d'accordo con la contrazione del nome" ci dice il presidente **Luca Tiberini**



"ma per ora sarebbe troppo oneroso per le nostre piccole aziende modificare o ristampare le etichette già in nostro possesso. Sarà possibile con le nuove annate". Nobile di Montepulciano, più che altro, faciliterà la presentazione del vino, ma non modifica in nessun modo la Docg che manterrà la versione originaria del nome (Vino Nobile di Montepulciano), come da pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale. In pratica, entrambi - versione del nome più lunga e più corta - saranno presenti su etichetta e retroetichetta.

"TOSCANA" POTREBBE AGGIUNGERSI AL NOME

Ma non è l'unico cambiamento in corso. Infatti, l'assemblea dei soci del Consorzio di tutela, convocata per il prossimo 17 gennaio, dovrà approvare la richiesta di aggiungere la specifica "Toscana" alla denominazione Nobile di Montepulciano, già deliberata lo scorso maggio 2018, per il Rosso di Montepulciano. "Nel caso l'assemblea dei soci convocata per il 17 gennaio desse il suo assenso all'inserimento di Toscana per il Nobile" spiega **Paolo Solini**, coordinatore del Consorzio "l'iter di modifica dei disciplinari delle tre D.o.c.g. - Rosso di Montepulciano, Vino Nobile di Montepulciano e Vinsanto di Montepulciano - inizierà immediatamente". A quel punto, quindi, la proposta sarebbe inviata al Comitato nazionale vini, l'organo del Mipaaf (Ministero

» delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo), che ha la competenza in materia di tutela e valorizzazione qualitativa e commerciale dei vini Dop e Igp, per un pronunciamento, però, niente affatto scontato, vista l'esistenza di due Igt, quali "Toscana o Toscano" e "Costa Toscana" e una Doc, quale Maremma Toscana, che già fanno menzione della Regione.

LA DISPUTA COL MONTEPULCIANO D'ABRUZZO

L'idea di aggiungere "Toscana", nasce dalla ormai cinquantennale confusione esistente tra la città senese di Montepulciano che contribuisce al nome della denominazione Nobile e il vitigno Montepulciano da cui si ottiene il vino Montepulciano d'Abruzzo. Nonostante molti tentativi e un accordo (vedi box) tra le due denominazioni (2012), la confusione non è mai stata chiarita, a discapito, più che altro, del vino poliziano. Infatti, i piccoli volumi del Nobile (circa 56mila ettolitri, media delle ultime tre annate; fonte *Valoritalia*) non sono comparabili con la forza d'urto rappresentata da quasi 1 milione di ettolitri della denominazione abruzzese. E così l'incertezza, con il passare degli anni, si è acuita: cogliere la differenza tra un Nobile di Montepulciano e un Montepulciano d'Abruzzo, se è già difficile per un consumatore italiano, per uno straniero è quasi impossibile. Ci vorranno anni ma Nobile, con la specifica Montepulciano e Toscana, avrebbe una possibilità maggiore di distinguersi.

Il protocollo d'intesa del Montepulciano

Nel marzo 2012 il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano e il Consorzio di Tutela Vini d'Abruzzo firmarono, presso il Ministero delle politiche agricole, un protocollo d'intesa che riassumeva lo stato dell'arte dei rapporti tra le due denominazioni, sino ad allora conflittuali, per passare ad una nuova fase. "... si impegnano ad intraprendere – recita il testo sottoscritto – iniziative che valorizzino la corretta identificabilità dei due vini ed in particolare dei rispettivi territori d'origine, anche con l'ausilio del Ministero, per una comunicazione e informazione corretta che vada a ben identificare i due vini".

La proposta di inserire l'indicazione geografica Toscana in etichetta del Nobile di Montepulciano, favorirebbe questo processo.



La città poliziana destinazione top

Montepulciano, secondo un recente numero del magazine Forbes, è la località vinicola più cool di 6 selezionate tra Italia e Francia. Il Bel Paese è decisamente preferito visto che Montalcino è in seconda posizione e Montefalco in terza mentre solo alla quarta si affaccia la cittadina francese di Sancerre (Loira), seguita da Saint Emilion (Bordeaux) e da Cassis (Provenza). Come dire che ai grandi vini corrispondono città e territori ricchi di fascino, di bellezze naturalistiche, architettoniche e viceversa. Conquistare il primo posto in una classifica di competitors così qualificati, non è affatto scontato ma Catherine Sabino, la giornalista che l'ha stilata, non ha avuto dubbi.

LE DIVISIONI INTERNE

Proprio un anno fa, sulle colonne di Tre Bicchieri, avevamo raccontato della vivace dialettica in corso tra le aziende poliziane alla ricerca di un'identità in grado di coniugare sia l'innalzamento della qualità sia l'incremento di valore. Un processo, secondo molti operatori, che non decollerebbe a causa della particolarità della filiera produttiva poliziana

» dove, rispetto ad altre aree blasonate della Toscana, la locale cantina sociale (Vecchia Cantina) sarebbe preponderante occupando 5 posti su 12 nel consiglio di amministrazione del Consorzio e rappresentando il 30% del Vino Nobile prodotto, così come il 30% dei vigneti a Nobile. I Vignaioli Montepulciano, con il presidente **Luca Tiberini**, esprimono preoccupazione perché, specialmente a fronte di vendite di partite di Nobile a prezzi di realizzo, assai deprimenti per il mercato e per l'immagine stessa della denominazione, occorrerebbe rilanciare: "Bisogna intensificare gli sforzi per arrivare al più presto ad una modifica del disciplinare, che preveda una riduzione delle rese produttive e la degustazione preventiva delle partite da imbottigliare, ma anche la possibilità di produrre una sorta di supervino (Nobile Tradizione) da sole uve sangiovese. Sono tutte misure adatte ad incrementare la qualità".

NUOVI PROGETTI E PROSSIME ELEZIONI

Max de Zarobe, patron di Avignonesi ed esponente di Alleanza, annuncia che non parteciperà nemmeno stavolta all'Anteprima - "ormai è una manifestazione superata perché troppo datata" - mentre sarà uno dei produttori che a breve

presenterà un vino con la nuova dizione Nobile di Montepulciano in etichetta. Perplesso sulla capacità del Consorzio di gestire un efficace piano di promozione all'estero dichiara che "bisogna smettere di vedere il nostro territorio come l'ombelico del mondo. Il futuro del nostro vino non è nemmeno in Germania, un mercato affollato e assai poco remunerativo, ma negli Stati Uniti dove il Nobile è poco presente e ha grandi opportunità sia per la sua storia che per la qualità. E lì che dobbiamo investire". L'Alleanza sta lavorando ad un progetto specifico con l'obiettivo di coinvolgere il Consorzio e tutto il territorio per dare un segnale di discontinuità. "Stiamo andando avanti con i nostri progetti e prossimamente daremo vita ad un evento" dice **Michele Manelli** di Salcheto "dove il Nobile da solo uve sangiovese, saranno al centro: grandi vini piacevoli, sostenibili e Nobili". A marzo/aprile ci saranno le nuove elezioni del Consorzio. L'attuale presidente ed ex sindaco della città Piero Di Betto, afferma che "è necessario recuperare la nostra identità, favorendo tutte le proposte di valorizzazione del nostro vino e del nostro territorio. In questo senso, mi auguro ci sia un rinnovamento generale delle politiche e delle strategie".

Una Docg da tutelare. I casi australiani



Una delle trovate di marketing aussie più efficaci degli ultimi tempi è stata la creazione di una linea denominata 19Crimes (www.19crimes.com) prodotta dal colosso Treasury Wine Estates. Come etichetta d'impatto una foto "segnaletica" narrante le vite di 19 condannati alla deportazione in Australia (vedi immagine), Paese che nel XVIII secolo fungeva da colonia penale di Sua Maestà. Qualità del vino (chardonnay, cabernet sauvignon, shiraz, ecc.) medio-bassa, ma i "coatti" sono talmente piaciuti che solo nel 2017, hanno permesso di creare dal nulla un mercato da 12 milioni di bottiglie.

Invece, lasciano senza parole due altre alzate d'ingegno australiane sui nomi dei vini: il primo è 'La Cosa Nostra' Montepulciano d'Abruzzo-Springton Hills Wines, prodotto dalla famiglia Ciccocioppo; il secondo è il First Drop 'Minchia' Montepulciano, Adelaide Hills. Entrambi i vini sono in vendita a 19 euro sul portale Wine Searcher. Il Protocollo d'intesa (2012) tra Consorzio del Vino Nobile e il Consorzio di Tutela Vini d'Abruzzo prevedeva di "ope-

rare nell'immediato e in futuro congiuntamente per la difesa del termine Montepulciano da ogni utilizzo distorto e comunque lesivo dell'immagine e della qualità dei vini tutelati dai due Consorzi. A tal fine costituiscono un Comitato paritetico permanente di monitoraggio dei mercati e della comunicazione, cartacea e telematica. ". Forse, sarebbe il caso di intervenire e alla svelta: Montepulciano è un patrimonio di tutti e non si merita questo squallore.