



L'andamento dell'indice Liv-ex 50 (dal 10 al 17 giugno) calcolato sul prezzo di 50 "fine wine". Fonte: Liv-ex

Anno 2 n.109 lunedì 20/06/2011. Luna piena

**TRE BICCHIERI**  
il quotidiano dei professionisti del vino

**GAMBERO ROSSO**

Portabottiglie di design **esigo**  
www.esigo.it  
DESIGNED FOR YOUR WINE

**LONDRA/ LIV-EX 50**  
**La settimana dei "fine wines" in Borsa**  
Anche oggi, come ogni lunedì, Tre Bicchieri dedica il grafico di copertina all'andamento settimanale del "Liv-ex Wine 50". Il Liv-ex è l'indice più importante del mercato del vino e registra i prezzi a cui vengono scambiate le bottiglie di fine wine. Il Liv-ex 50 è un portfolio di 50 bottiglie di vini Bordeaux Premier Cru Classé (Haut Brion, Lafite, Latour, Margaux e Mouton).

**Bianco & Rosso**

Due notizie che riguardano il vino e Internet. La prima è del genere ipertecnologico (tant'è che in queste ore i blogger specializzati si sono precipitati a commentarla): Google, il colosso della rete con un sistema di siti tra i più visitati al mondo (e che ora sfida Apple nel mercato degli Iphone), ha appena registrato un nuovo sito dal nome inequivocabile: PhotoWine. Non si sa altro, ma dai primi commenti degli internauti pare si tratti di una nuova piattaforma di "storage" delle immagini (di vino e di tutto quanto vi può essere collegato, dalle aziende ai prodotti ai personaggi). L'altra notizia (potete leggerla a pag.2) è, invece, del genere "Wine&Business" e dice che i social network, Facebook, Twitter etc., non fanno vendere le bottiglie che ci si aspettava.

Un paper dell'istituto di ricerca americano Forrester dimostra (con dati e interviste) che gli strumenti del cosiddetto Web 2.0 sono assai efficaci per tutto quanto attiene alla comunicazione e all'immagine delle aziende vinicole, ma non danno le stesse soddisfazioni in termini commerciali, quando il "navigatore" dovrebbe passare dal surfing all'e-commerce, insomma all'acquisto delle bottiglie. Lo fa solo il 2% degli intervistati da Forrester (il 7% quando ci sono delle promozioni). Detto francamente, non è una novità. Il rapporto vino-Internet-consumatori è ancora tutto da costruire. Le aziende hanno un mercato potenziale enorme da conquistare. Con il WineWeb giusto.

**ESCLUSIVO** **COMITATO VINI** *Si festeggiano la Doc Cagliari (ma senza il Cannonau che sceglie altre forme di tutela) e la Doc Tavoliere che mette fine ad anni di polemiche tra i produttori.*

**Le garantite del SUD**  
**Sicilia, Sardegna e Puglia fanno il pieno**



di Gianluca Atzeni

**E'** un Comitato Vini che guarda al Sud quello in programma giovedì e venerdì prossimi al ministero delle Politiche agricole. Dopo la recente informata delle tre Docg venete (Montello rosso, Friularo di Bagnoli di Sopra e Colli di Conegliano), la riorganizzazione del sistema delle denominazioni italiane tocca ora il Mezzogiorno e, in particolare, Sicilia, Sardegna e Puglia. Il Comitato presieduto da Giuseppe Martelli dovrà analizzare i disciplinari di tre nuove garantite (Castel di Monte: Nero di Troia, Rosso riserva e Monte Bombino nero, una dei primi rosati a ottenere la garanzia), tre Doc (Sicilia, Cagliari e Tavoliere) e due Igt (Terre Sici-

liane e Avola); previste anche varie modifiche ai disciplinari delle Doc Cannonau di Sardegna, Nuragus di Cagliari, Pantelleria, Moscato di Siracusa, Colli Pesaresi, Valdichiana e all'Igt Isola dei Nuraghi. Dopo esserci già occupati di Doc Sicilia (Tre Bicchieri del 6 giugno) andiamo oggi in Sardegna, dove farà il suo esordio la nuova Doc Cagliari (l'audizione pubblica è in programma per mercoledì 22), denominazione ombrello che punta a tutelare e valorizzare importanti vitigni locali tra cui Malvasia, Monica e Moscato. In questa Doc, non ci sarà però il Cannonau di Sardegna, perché il Consorzio che ha sede a Nuoro ha scelto di proteggere ulteriormente questo vitigno antico, che già gode

segue a pag. 2 >>>

**NONSOLOVINO**  
**La Casa degli italiani torna a casa**  
Non ci sono riusciti né Raul Gardini (ricordate? il simpatico pirata del gruppo Ferruzzi, morto suicida), né Berlusconi (convinto che bastassero le sue tv a far vendere), né i Franchini dei Supermercati Brianzoli e, da ultimi, neanche i tedeschi di Rewe-Billa (terzo gruppo europeo della Gdo, 53 miliardi di fatturato). La vecchia Standa, rinominata Billa, a quanto pare non funziona più, non attira

**laGIORNATA**

<p><b>Export a quota 4mld</b></p> <p>a pag. <b>2</b></p> <p>Istat e Ismea confermano il periodo d'oro del vino italiano.</p>	<p><b>La Rete non fa vendere</b></p> <p>a pag. <b>2</b></p> <p>L'e-commerce del vino non decolla su Internet.</p>
<p><b>La bolla del Bordeaux</b></p> <p>a pag. <b>3</b></p> <p>Lo scrive il Financial Times il giorno del Vinexpo 2011.</p>	<p><b>Newsletter mondiale</b></p> <p>a pag. <b>3</b></p> <p>Tre Bicchieri ritorna con la sua edizione internazionale.</p>

L'UNICO MODO PER SCOPRIRE I SEGRETI DEI GRANDI CHEF È SEDERSI A TAVOLA CON LORO. VI ACCORGERESTE CHE C'È UNA COSA CHE NON MANCA MAI, ANZI DUE.

## Il vino umbro resta invenduto Il grido d'allarme di Confagricoltura

■ Frammentazione aziendale, produzione in calo del 2%, difficoltà nella promozione all'estero, giacenze intorno al 40%. L'Umbria vitivinicola sente forte il peso di un'annata per nulla entusiasmante, con 973mila ettolitri prodotti, un pesante calo delle Igt (-2,5%, a 397mila hl) e le Doc stabili a 327mila hl. L'allarme di Confagricoltura Umbria suona come un ultimatum: o si realizza una cabina di regia oppure si rischia di perdere il treno della ripresa mondiale. Il presidente Guido Vivarelli Colonna sottolinea con Tre Bicchieri la debolezza dell'export: "Solo 20mila ettolitri su un milione vanno all'estero. Abbiamo difficoltà ad andare sui mercati". La soluzione? "Un piano strategico regionale e una regia unica per una promozione integrata del binomio vino-territorio e usare in maniera oculata le risorse dell'Ocm vino. (g.a.)



SULLE MIGLIORI  
TAVOLE DEL MONDO

**Direttore** Carlo Ottaviano  
**Redazione** Giuseppe Corsentino  
06 55112244  
quotidiano@gamberorosso.it

**Gambero Rosso Holding spa**  
Via Enrico Fermi 161 - 00146 Roma

### COMITATO VINI

Continua da pag. 1 >>>

della tutela a livello europeo e che, con 7.500 ettari, vanta il 30% della superficie vitata sarda. L'obiettivo delle aziende è una regolamentazione delle quantità sul mercato, per evitare pericolose fluttuazioni dei prezzi. La stessa operazione interesserà uno dei vitigni bianchi più diffusi nell'Isola, il Nuragus di Cagliari. Allo stesso tempo, viene modificata l'Igt Isola dei Nuraghi.

Passiamo in Puglia. Qui il Consorzio vini di Castel del Monte, con sede a Corato (Bari), si appresta a festeggiare il via libera a tre Docg che rappresentano una produzione di quasi 2,5 milioni di bottiglie e un fatturato compreso tra 15 e 20 milioni di euro, il 30% dell'intera Doc Castel del Monte: "E' il coronamento di un cammino lungo dieci anni - spiega a Tre Bicchieri il presidente del Consorzio, Francesco Liantonio - e ora questi tre vini di prestigio rappresentano anche le prime tre importanti Docg

pugliesi, dopo quella ottenuta di recente dal Primitivo di Manduria dolce naturale. E' un segno della crescita di tutti i vini regionali". Spostiamoci da Bari a Foggia: per l'agricoltura della Capitanata è in arrivo il riconoscimento della Doc Tavoliere, che consente al vitigno Nero di Troia di avere finalmente una sua denominazione di riferimento. Nella Doc entrano nove comuni del Foggiano e quattro della provincia di Barletta-Andria-Trani (Bari) per un totale di 5mila produttori. "Una tappa importante per il

nostro settore agroalimentare", fa notare l'assessore all'Agricoltura della Provincia di Foggia, Savino Santarella, visto che il sistema-vino pugliese deve affrontare ancora problemi come la concorrenza sleale e la falsificazione. E con la Doc lo si potrà fare meglio". Nel frattempo, sembrano definitivamente superate quelle incomprensioni proprio sul vitigno Nero di Troia che avevano opposto i produttori di Corato a quelli foggiani e barlettani. Pace in Puglia.

**MERCATI EXPORT 2011** Le ultime rilevazioni di Ismea e Istat confermano buone performance. Trianne una: il livello dei prezzi.

# Il vino italiano si fa in quattro (miliardi)

di Franco Bonomo

Quattro miliardi di euro. Esattamente cinque anni fa l'export italiano girava la boa dei tre miliardi di euro di valore dell'export. A marzo 2011, se calcoliamo gli ultimi 12 mesi (Aprile 2010- Marzo 2011), il dato - rilevato da Ismea e Istat - per la prima volta sfonda la barriera dei quattro miliardi con una crescita del 31% in cinque anni. In questo periodo, come si vede dalla tabella, gli imbottigliati sono cresciuti del 25%, i vini sfusi del 55% e i vini spumanti del 70%. I vini sfusi erano il 7.5% delle esportazioni e oggi sono il 9%, i vini spumanti sono passati dal 9% all'11.5% attuale. Se passiamo ad esaminare i risultati del primo trimestre 2011 si nota che le esportazioni sono cresciute del 12% nel mese di marzo, trascinate da un balzo del 42% del vino sfuso e del +25% degli spumanti. Nel primo trimestre, quindi, le espor-

	2010	var %	gen-mar 2011	var%
<b>VALORE (in milioni di €)</b>				
Totale	4.002	+12,7%	927	+13,7%
Imbottigliato	3.183	+11,6%	736	+10,4%
Sfuso	356	+15,2%	95	+36,1%
Spumanti	463	+18,7%	95	+21,5%
<b>VOLUME (in milioni di hl)</b>				
Totale	22.472	+11,6%	5.267	+14,7%
Imbottigliato	12.544	+4,6%	2.828	+1,4%
Sfuso	8.003	+22,5%	2.060	+38,2%
Spumanti	1.925	+19,8%	380	+21,0%
<b>PREZZO (in €)</b>				
Prezzo mix	1,78	+1,0%	1,76	-0,9%
Imbottigliato	2,54	+6,8%	2,60	+8,9%
Sfuso	0,44	-6,0%	0,46	-1,5%
Spumanti	2,40	-0,9%	2,51	+0,4%

tazioni sono a 927 milioni di euro, pari a un incremento del 14%, fatto di un +10% del vino imbottigliato, un +36% del vino sfuso e un +21% per il vino spumante (entrambi in accelerazione). I volumi salgono ancora più velocemente: a marzo sono cresciuti del 18% a due milioni di ettolitri, trascinati da un incremento del 60% dei volumi di vino sfuso, che però sconta una base di comparazione piuttosto

favorevole (-7% a valore e -2% a volume nel marzo 2010). Nel primo trimestre siamo arrivati a 22,5 milioni di ettolitri, un livello mai raggiunto da nessuno. Il guaio è - come ha sottolineato spesso Tre Bicchieri - che continuiamo a esportare a prezzi molto bassi, circa 1,7 euro al litro, con il vino imbottigliato e spumante a 2,4 euro e il vino sfuso a meno di 0,5 euro. E non ci sono segni di miglioramento.

## POCO VINO CON I SOCIAL NETWORK

I social network aiutano molto a far circolare e costruire il valore di un marchio, di un'etichetta, ma in termini di vendite di vino online, se non in casi eccezionali, aiutano poco. In altre parole, gli strumenti del web 2.0 servono a fare "awareness" ma risultano molto modesti quando si tratta di passare alla fase della commercializzazione. Lo dice un "paper" di due agenzie di marketing americane, la Forrester Research (attiva da 27 anni) e Gsi Commerce, pubblicato da Vinexpo. La sintesi del paper è la seguente: tra novembre e dicembre 2010, i social network come Facebook e Twitter hanno fatto scattare l'acquisto solo nel 2% dei casi. Gli utenti sembrano, invece, molto più propensi all'acquisto stimolato dal social network in caso di promozioni o vendite flash, che ottengono fino al 7% in più quando vengono veicolate in questo modo.

## LA FONDAZIONE BELLISARIO PREMIA LUNELLI

Tra le donne premiate col Premio Marisa Bellisario, quest'anno c'è Camilla Lunelli, responsabile comunicazione delle Cantine Ferrari. Le altre premiate sono: Susanna Camusso, segretaria generale Cgil; Elsa Fornero, vicepresidente di Intesa San Paolo; Lorenza Lei, direttore generale della Rai; Elisabetta Serafin, segretario generale del Senato, Anna Maria Tarantola; vicedirettore generale di Bankitalia. Da quest'anno la Fondazione Bellisario ha voluto premiare anche le under 35. Nella sezione dedicata al made in Italy c'è, Camilla Lunelli. E' l'unica donna del vino. Con lei otto nomi noti: la fotografa Paola Arpone, le attrici Cristiana Capotondi e Anna Della Rosa; Bianca Maria Gervasio, creative director di Mila Schon; Claudia Piaserico, designer, Marinella Senatore; Lilli Spina, ad di Lilli Spina coutures e Sofia Vedani, ad di Planetaria Hotels.

**ShowWine**

Progettazione cantine a volta    Le Bloc Cellier    Sistemi di conservazione vino



■ E tre! Tre Bicchieri International, l'edizione internazionale del quotidiano dei professionisti del vino edito dal Gambero Rosso, è alla sua terza uscita mensile. Il numero di giugno (a sinistra, la copertina) è stato spedito via mail ad un panel selezionato di trader del vino e di operatori del settore enogastronomico in tutto il mondo. Tra i servizi più importanti di Tre Bicchieri International, un reportage sul Chianti e un'inchiesta sulle ultime scoperte sulla relazione tra Dna e territorio.



**Pubblicità**  
**Direttore commerciale** Franco Dammicco  
 06 55112356 - mail: dammicco@gamberorosso.it  
**resp. Divisione Pubblicità** Stefano Dini Ciacci  
 06 55112346 - mail: ciacci@gamberorosso.it  
**Concessionaria** Poster Pubblicità  
 Via Angelo Bargonì, 8 00153 Roma  
 tel. 06 68896911 mail: poster@poster-pr.it  
 Piera Allegretti 06 68896932 allegretti@poster-pr.it  
 Caterina Giordano 06 68896904 cgiordano@poster-pr.it

VINO&MERCATI

FRANCIA

In coincidenza col Vinexpo il "Financial Times" mette in subbuglio il mercato con un titolo a effetto "Bordeaux Bubble". Ma i francesi sembrano tranquilli.

# BORDEAUX, MA E' BOLLA?

**P**erfidi inglesi. "Bordeaux Bubble", così hanno titolato ieri sul Financial Times, il giorno dell'inaugurazione del Vinexpo, il più grande e prestigioso salone internazionale del vino, mentre un orgogliosissimo ministro dell'Agricoltura, Bruno Lemaire, fianco a fianco con il sindaco di Bordeaux, Alain Juppé (che è anche ministro degli Esteri) ufficializzava i dati dell'export del vino francese nel mondo: 6,9 miliardi di euro "equivalenti alla vendita di 137 Airbus". I prezzi sono troppo alti, si rischia la bolla

come accade nei mercati finanziari, hanno ricordato i grandi importatori britannici di Bordeaux, sentiti dal FT ma anche dai nostri corrispondenti a Londra, Mauro Remondino del Corriere della Sera e Nicol Degli Innocenti del Sole 24 Ore. L'esplosione dei prezzi (ma anche dei contratti), per la verità, non era sfuggita a Tre Bicchieri che già nell'edizione del 14 giugno e poi nel servizio dedicato all'apertura del Vinexpo venerdì scorso aveva riferito del surriscaldamento dei prezzi del Bordeaux. Qual è il punto,

allora? Che due annate strepitose di fila (2009 e 2010) hanno infiammato i prezzi (nel caso degli Chateaux più richiesti sono raddoppiati) mettendo in allarme proprio gli importatori inglesi e americani (significativo che Robert Parker sia sceso in campo consigliando moderazione). I francesi non sembrano preoccupati: puntano al mercato cinese e hanno già sperimentato che i ricchi cinesi fanno pazzie pur di avere una bottiglia di Bordeaux a tavola. A qualsiasi prezzo.

## IL BORDEAUX GIRA IL MONDO A VELA

Quando si dice affidare una bottiglia al mare. In questo caso non si tratta di una bottiglia qualsiasi, ma del rosso Larrivet Haut Brion 2009, prodotto dallo Chateau Larrivet di Léognan. Sabato prossimo una barrique sarà imbarcata sulla barca a vela Coriolis 14 per un giro del mondo (da Bordeaux a Bordeaux passando attraverso lo stretto di Bering) di sei mesi. L'idea è dell'agenzia di comunicazione Kingcom che vuole verificare se è vero che il vino invecchia meglio in mare e quali sono le conseguenze del riscaldamento climatico nel mondo. Bon Voyage! (i.s.)

## Tutto il mondo del Gambero Rosso su iPhone e iPad

**GAMBERO ROSSO**  
winetravelfood magazine

**GAMBERO ROSSO**  
2011

**GAMBERO ROSSO**  
2011

**GAMBERO ROSSO**  
Berbere low cost 2011

**GAMBERO ROSSO**  
rivista mensile

Disponibile su App Store

CI SONO PAESAGGI INCONTAMINATI, TRADIZIONI MILLENARIE, PROFUMI, SAPORI E SENSAZIONI  
DI UNA TERRA UNICA AL MONDO. CI SONO TUTTE QUESTE COSE, IN UN SOLO BICCHIERE DI CHIANTI.



DALLA TOSCANA,  
IL VINO D'ITALIA NEL MONDO.

ARMANDO TESTA

LE PIÙ BELLE COLLINE TOSCANES SI VEDONO A TAVOLA.



Consorzio Vino Chianti [www.consorziovinochianti.it](http://www.consorziovinochianti.it)

REALIZZATO CON IL CONTRIBUTO DEL MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E FORESTALI DM.11366-20/07/2009