



**Dalla Vite
alla Vite.**

Guala Closures Group

Anno 2 n.179 giovedì 3/11/2011 Primo quarto

TRE BICCHIERI

il quotidiano dei professionisti del vino



Bianco & Rosso

Quanta agricoltura (e viticoltura) c'è nel maxiemendamento che oggi il premier (accompagnato dal ministro Tremonti) porta al G20 di Cannes nella speranza di potersi giocare l'ultima carta della sopravvivenza del suo governo? In mancanza di un testo, di un comunicato ufficiale, di un qualsiasi documento (fatto anche questo mai accaduto alla fine di un Consiglio dei ministri) ci si muove sulla base di indiscrezioni e dell'analisi della famosa lettera di Berlusconi alla Commissione Europea. Per esempio, alla voce privatizzazioni e liberalizzazioni (non nuove ma tornate d'attualità data l'urgenza di fare cassa) il maxiemendamento riapre il capitolo della cessione dei terreni demaniali, capitolo aperto (con grande senso della notizia, va detto) dalla Coldiretti che nel suo Forum di Cernobbio ha fatto il conto: c'è da incassare 6miliardi.

Certo, il processo non è immediato (non c'è un'anagrafe delle aziende agricole demaniali), ma mettere sul mercato 338mila ha (in gran parte incolti) potrebbe essere l'occasione per qualche sorprendente start up agricola (soprattutto se alla vendita si accompagnassero iniziative di sostegno, come diranno domani i giovani di Anga-Confragi a convegno a Roma). Insomma, un fatto positivo (se dovesse realizzarsi) così com'è un fatto positivo l'impegno a sostituire il vecchio Icc, appena rottamato con un'Agenzia snella, efficiente, capace di sostenere lo sforzo del made in Italy (e ai primi posti c'è il vino) sui mercati internazionali. Se si passasse dagli annunci alla realtà, la filiera esulterebbe. Ma nel giorno in cui il premier va a Cannes e lo spread Btp-Bund sale a 450 punti la cautela è d'obbligo. Anche se, nello stesso giorno, la Bce abbassa i tassi. Bravo Draghi!

TRE BICCHIERI WORLD TOUR

Autentico entusiasmo alla degustazione-evento del Gambero Rosso con 250 etichette. Lunedì a Shanghai la presentazione della prima edizione cinese della Guida Vini.



HONG KONG (WINE) EXPRESS

Corre il vino italiano nella capitale enologica della Cina.



di Marco Sabellico (Hong Kong)

25 ANNI/IL CELEBRITY BOOK SU TRE BICCHIERI



Auguri Gambero! Il direttore di Grand Gourmet e Rai2.

a pag.3

E' un crescendo il tour asiatico del Gambero Rosso. Ieri a Hong Kong 700 persone hanno festeggiato i produttori italiani arrivati al seguito del Tre Bicchieri World Tour, che si conclude il 7 novembre a Shanghai con la presentazione della prima edizione della Guida Vini in cinese. Per tutto il pomeriggio il pubblico si è riversato senza soluzione di continuità nei saloni dell'Island Shangri-la Hotel. Ha dato il benvenuto il Console Generale, Alessandra Schiavo: «Il brand del Gambero Rosso - ha esordito- è il modo migliore per presentare il must dell'enologia italiana a un pubblico di alto profilo economico come quello di Hong Kong». Per ore e ore importatori, ristoratori, trader e giornalisti specializzati hanno avuto l'opportunità di assaggiare oltre 250 etichette e di conoscere di persona i produttori al seguito del Gambero. Il ritorno del Gambero Rosso a Hong Kong era un evento attesissimo, come testimoniano le numerose interviste rilasciate dallo staff del Gambero e dai produtto-

Segue a pag. 2 >>>

Per scrivere a Tre Bicchieri quotidiano@gamberorosso.it
Per l'archivio di Tre Bicchieri www.gamberorosso.it



Direttore Carlo Ottaviano
Redazione Giuseppe Corsentino
06 55112244
mail: quotidiano@gamberorosso.it
Editore Gambero Rosso Holding spa
Via E. Fermi 161 - 00146 Roma



HONG KONG

Continua da pag. 1 >>>
ri italiani alle tante testate specializzate e generaliste come Cru, Wine Luxe, The Standard, South China Morning Post e il canale RTHK dove uno scatenato Phil Whelan, conduttore molto famoso in città, ha voluto sapere tutto, ma proprio tutto, su "the making of" Vini d'Italia 2012 nel corso di Morning Brev, trasmissione cult del seguitissimo canale radiofonico. Protettorato inglese fino al 1997, Hong Kong con 7milioni di abitanti è una regione a statuto speciale della Repubblica Popolare Cinese, gode di una sua costituzione e di ampia autonomia economica e rappresenta l'undicesima economia mondiale. Un successo straordinario e crescente, facilitato da infrastrutture efficientissime e da regimi fiscali favorevoli. Dal 2008, ad

esempio, come è accaduto in Corea del sud lo scorso anno, è stata eliminata la tassazione del 40% sul vino e questo ha triplicato le importazioni, facendo di Hong Kong un grande hub per la Cina e i paesi vicini. Con una crescita record del 65% quest'anno Hong Kong- come ha scritto Tre Bicchieri il 27 ottobre scorso - supererà la cifra record di un miliardo di dollari di vino importato. Da sempre la Francia domina il mercato: nel 2010 ha fatturato 495 milioni di dollari ovvero il 58% del totale import. L'Italia cresce e lo scorso anno è arrivata a 19 milioni di dollari, ma è quinta in volume e settima in valore, preceduta oltre che dalla Francia da altri paesi tradizionalmente "trader" di vino (anche italiano, quindi), come Regno Unito, Singapore, Svizzera. In ogni caso, i margini di crescita per il wine&food italiano sono elevatissimi. A patto di crederci e investire.



Il console italiano a Hong Kong
Alessandra Schiavo.

OLTRE AL GAMBERO C'È ANCHE LA WINE&SPIRITS FAIR
Mentre il Gambero Rosso presenta i Tre Bicchieri si apre la quarta edizione della Hong Kong International Wine & Spirits Fair organizzata dall'Hong Kong Trade Development Council, dove l'Italia partecipa come paese partner con 200 aziende per un investimento complessivo di 100 milioni di euro finanziato da Mipaaf e Veronafiere. E' la fiera più importante dell'Asia con 750 espositori da 30 paesi del mondo e 20mila buyer asiatici che si sono già registrati. Hong Kong è l'hub del vino italiano in Oriente. Da qui passa il 27% del vino diretto in Cina. E qui l'export di vini italiani ha raggiunto i 19 milioni di dollari con un incremento del 45%. (I.so.)

LUNGHE MARCE

Figlia di un industriale del carbone, ha utilizzato i 6 milioni di euro donati da padre per creare un'azienda (con tanto di Chateau) che oggi è ai primi posti per le sue etichette.

Judy, la prima cinese del vino

di Loredana Sottile

Anche la Cina ha la sua donna del vino. Si chiama Judy Leissn, 33 anni, (foto) laureata in Psicologia all'Università del Michigan (USA) e Ceo dell'azienda Grace Vineyard (Yi Yuan in cinese) di Shanxi nel nord del Paese. D'altronde l'imprenditoria era nel suo dna: il padre, Chan Chun Kueng, è un imprenditore del carbone che una decina di anni fa decise di convertirsi al vino, convinto che la regione del Fiume Giallo fosse simile per terroir al Bordeaux. Così diede alla figlia 6milioni di dollari per la start-up. Una cifra che lei ha fatto fruttare ampliando la proprietà dai 150 ettari iniziali ai 671 di oggi con tanto di Chateau, in perfetto stile francese. "Quando ho iniziato a lavorare non avevo nessuna esperienza di vino - dice la stessa Judy - E sono andata a Bordeaux a imparare". Accanto a Judy, oggi c'è un team di



40 persone, tra cui i due fedelissimi: l'enologo Ken Murchison di origini australiane e il consulente Lau Chi Sun che è anche il fondatore del primo mensile cinese dedicato al vino, WineNow. Ogni anno l'azienda organizza vere "spedizioni" nei vigneti stranieri (Bordeaux e Australia in testa) per carpirne i segreti. Alla Grace Vineyard la vinificazione è classica, come lo sono anche i vini: macerazione a freddo, fermentazione

in vasche di acciaio inox (made in China) a temperature moderate e maturazione in botte di rovere (ovviamente francesi). Tra i vitigni: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Sauvignon Blanc, Chenin Blanc, Shiraz e Chardonnay. Ma la giovane imprenditrice è molto attenta anche alla sperimentazione e ha scelto proprio l'Italia per iniziare, provando a impiantare l'Aglianico. Tra l'altro è proprio dall'Italia che vengono presse e impianti di imbottigliamento. "L'obiettivo non è diventare l'azienda più grande della Cina - dice Judy - Ma costruire un marchio che sia sinonimo di qualità". Una filosofia piuttosto rara nella repubblica cinese (dove molti vigneti e cantine sono di proprietà statale). Sarà l'inizio di una nuova rivoluzione culturale? Forse. Intanto, il Tasya Merlot Riserva 2001 di Grace è stato definito il miglior vino cinese dal temuto critico Jansin Robinson del Financial Times.

E A TAIWAN MOSTRA DI ETICHETTE E DI FILM SUL VINO
Anche il design italiano del vino sbarca in Cina. È stata appena inaugurata a Taiwan la mostra Wine Emotions che espone (fino al 19 febbraio) i progetti di comunicazione realizzati dallo studio di grafica del vino Doni&Associati di Firenze. La mostra è divisa in tre aree: la collezione Dress Code ("bottiglie-modelle" non in commercio ispirate ai marchi della moda, da Armani a Dior), Capsule Collection (collezione di etichette) e la proiezione di Winefilm, il documentario realizzato dal Gruppo Doni con le più belle immagini del vino tratte dalla storia del cinema. Infine l'esposizione di 60 bottiglie di 24 aziende italiane. (I.so.)

Quei talent scout del Gambero

di Fiammetta Fadda *

1986: dalla costola de Il Manifesto, nasce il primo Gambero Rosso.

1976: Johann Willsberger, fonda il periodico tedesco *Gourmet*, repertorio di una nuova cucina che assume a modello la haute couture.

1983: con il titolo di *Grand Gourmet* arriva l'edizione italiana, che diventa punto di riferimento per la sprovincializzazione della nostra gastronomia.

Due universi apparentemente in antitesi, algido e aristocratico quello di *Grand Gourmet*, vivace e democratico quello di *Gambero Rosso*, che già dava spazio ad artigiani, contadini, allevatori, aiutando il palato degli italiani a precisarsi intorno a una cucina conviviale meno appariscente, ma non meno attenta alla qualità. Tanto che quando sono arrivata alla direzione di *Grand Gourmet* nel '97, all'originario sottotitolo 'periodico di alta cucina' era stato aggiunto 'e bien vivre'. Era il riconoscimento che in Italia era in atto non solo un'evoluzione del palato, ma anche l'inizio di una condivisione consa-

pevole e allargata, di un manipolo di neoinformati e neoappassionati curiosi, attenti, capaci di apprezzare con pari entusiasmo tanto il panino ben fatto quanto il piatto d'autore. Adesso si chiamano foodies, e se sono diventati un fenomeno collettivo è anche merito delle antenne del *Gambero Rosso* che ne ha anticipato e plasmato il gusto sdrammatizzando le etichette e continuando a reinventarsi senza mai perdere di vista i canoni fondamentali del suo successo.

A cominciare dal linguaggio delle guide e della rivista, depurato dal frasario pretenzioso che affligge tante pubblicazioni di cucina e di vino. Piacere e scorrevolezza, corroborati dal riscontro dei fatti: ogni appuntamento col *Gambero Rosso* mi conferma che siamo sulla strada del buono.

* *giornalista*

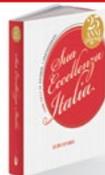
Il Gambero è buona comunicazione

di Fede & Tinto *

Quando abbiamo cominciato l'avventura di *Decanter* su Radio2, il *Gambero Rosso* ci appariva come un'istituzione lontana e mai avremmo pensato di poterla seguire. Il nostro modo di raccontare l'enogastronomia non è rivolto agli esperti del settore, punta piuttosto al grande pubblico che ogni sera dopo il lavoro ha voglia di qualche spunto per la cena. Semplici appassionati del gusto che mangiano per vivere e non vivono per mangiare; curiosi che non hanno mai partecipato a una verticale di vino o comprato una rivista di alta cucina, che fanno la spesa al supermercato, gente che ha più dimestichezza col surgelato che con i piatti simili ai quadri di Burri. Agli eventi alla Città del gusto eravamo quasi in imbarazzo, non ci sentiva-

mo "all'altezza". Come imbucati alla prima della Scala. Un giorno ad un evento qualcuno ci chiese "Ma voi cosa ci fate qui?" Di acqua ne è passata sotto i ponti e la rivoluzione della comunicazione del cibo, che ha raggiunto l'apice con i reality di cucina e i best seller in chiave enogastronomica, ha modificato per sempre il modo di vivere l'enogastronomia. La Città del gusto si è aperta a tutti puntando anche su eventi glamour come il lancio di un'automobile. Nel contempo *Gambero Rosso Channel* è entrato nelle cucine di molti italiani facendoci venire l'acquolina in bocca con idee sfiziose e facili da replicare. La guida si è fatta umana e gli umani leggono la rivista. L'azienda è cambiata grazie all'abilità delle persone che la compongono, professionisti che conoscono la materia che trattano e amano i prodotti che manipolano. Gente che non ha bisogno di gettare fumo negli occhi del lettore o del visitatore: al *Gambero* si parla come si mangia e si comunica come si beve... Auguri al *Gambero Rosso*, e lunga vita all'arte di comunicare il gusto!

* *RadioRai*

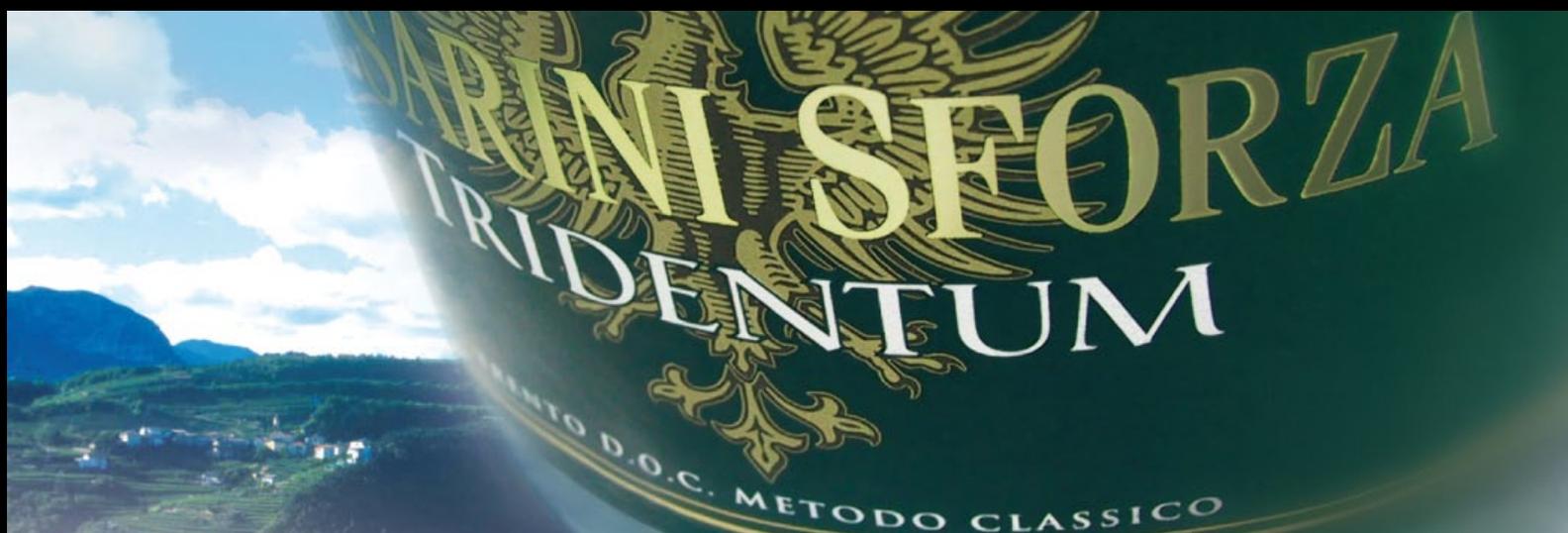


**COMPRA ON LINE IL LIBRO
DEI 25 ANNI DEL GAMBERO ROSSO.
BASTA CLICCARE SU QUESTO SPAZIO.**



insieme per comunicare

Linkage è prima di tutto collegamento al tempo. Siamo un gruppo di esperti della comunicazione che si prende cura del brand e dei clienti mettendo in moto talenti, creatività, relazioni e strategie efficaci. Scoprite la nostra storia su www.linkage.it



Under the patronage of



Consulate General of Italy
in Hong Kong

GAMBERO ROSSO®



Under the patronage of

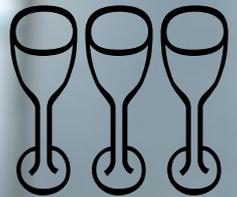


Consulate General of Italy
in Shanghai

proudly presents the **FIRST CHINESE EDITION** of the famous wine guide

vinid'Italia

Tasting of wines awarded **Tre Bicchieri®** will follow



Hong Kong

Wednesday, November 2, 2011 | HOTEL ISLAND SHANGRI-LA

Shanghai

Monday, November 7, 2011 | FAIRMONT PEACE HOTEL

INFO: eventi.estero@gamberorosso.it

Publishing Partner

Official Logistic Partner

