

CAMPARI € 5,75 +4,26%	DIAGEO £ 1328,00 +1,53%	PERNOD-RICARD € 70,46 +4,15%	CONSTELLATION \$ 20,47 +2,66%	LANSON-BCC € 48,50 -6,69%
V. POMMERY € 28,80 -1,00%	L.PERRIER € 68,99 -1,43%	BROWN-FORMAN \$ 76,19 +2,17%	BEAM INC. \$ 50,63 +2,45%	CONCHA Y TORO \$ 40,00 +1,39%
FTSE MIB +2,82	Euro Stoxx 50 +1,45	MSCI WORLD +0,20	GL Beverages -0,75	

a cura di BNL-BNP PARIBAS PRIVATE BANKING

www.gualaclosures.com
www.savethewines.com



Dalla Vite alla Vite.

Guala Closures Group

Anno 2 n.186 lunedì 14/11/2011 Luna piena

TRE BICCHIERI
il quotidiano dei professionisti del vino

GAMBERO ROSSO



Bianco & Rosso

Interrogato venerdì scorso da Tre Bicchieri per il sondaggio sul "toto ministro" Paolo De Castro, presidente della Commissione Agricoltura dell'Europarlamento, aveva dato la seguente risposta: "Guidare un ministero come il Mipaaf richiede competenze e saperi tecnici e amministrativi che non si ritrovano tanto facilmente nel nostro ceto politico". Poi aveva aggiunto (non senza ironia): "Un ministro dell'Agricoltura deve conoscere le lingue perchè deve interloquire direttamente con i suoi colleghi di 27 Paesi d'Europa". E aveva concluso: "All'interno del Mipaaf oggi ci sono dirigenti di valore che potrebbero fare i ministri senza problemi".

L'opzione tecnica in queste ore ha preso consistenza e stamattina nei corridoi del Mipaaf era tutto un rimbalzare di nomi. Alla tecnostuttura ministeriale, ovviamente, non dispiace la candidatura di Mario Catania, attuale responsabile delle politiche comunitarie, insomma il dirigente più esperto e competente in materia di Pac e di trattative con l'Europa. Un tecnico di solida esperienza, apprezzatissimo a Bruxelles. Ma i candidati più forti restano Federico Vecchioni, ex presidente di Confagricoltura, e Ezio Castiglione, direttore generale di Coldiretti e braccio destro di Marini. Altri due competenti.

Per scrivere a Tre Bicchieri quotidiano@gamberorosso.it

Per l'archivio di Tre Bicchieri www.gamberorosso.it

VINO& MERCATI ULTIME DAGLI USA Tutti gli indicatori di mercato - in volume e in valore - segnalano la grande crescita del vino italiano. Favorito in questo momento dal mix qualità-prezzo.

Italian Wine Welcome
Export record a un miliardo di dollari

di Giorgio C. Morelli (New York)

Negli Usa è in corso la peggiore crisi economica dai tempi della Grande Depressione, con la disoccupazione al 9% e la bolla immobiliare conseguenza dei mutui subprime che hanno causato l'impoverimento delle middle class, oltre 12 milioni di case ipotecate, e l'appannamento del "sogno americano".

Eppure, in questo contesto, ci sono alcuni voci dei consumi che appaiono in controtendenza. Stiamo parlando dei consumi di vino italiano che nei primi nove mesi di quest'anno, secondo i dati dell'US Department of Commerce, hanno registrato performance quasi da record: + 22% in valore (1.086 milioni di dollari) rispetto al 2010 che fu un altro anno indimenticabile, quando il totale delle vendite in soli 12 mesi sfiorò 1,3 miliardi di dollari. Anche in quantità vini e spumanti italiani sono cresciuti in questi primi nove mesi a doppia cifra: + 16,5% per un totale di 314mila ettolitri e una quota di mercato del 31,5%. I vini francesi hanno venduto in valore 886 milioni di dollari (+11%), confermandosi in ripresa, trascinanti dalle buone vendite dello champagne che da solo fa 353 milioni di dollari. Se si analizza soltanto la voce dei vini

Segue a pag. 2 >>>

laGIORNATA

Vino & Martelli

a pag. 2

- La rubrica settimanale del direttore di Assoenologi.

Carta batte vetro?

a pag. 2

- Tetra Pak rivendica il brevetto del contenitore.

Il Wine Index del Monte

a pag. 3

- Inventato da una ricercatrice. Ecco come funziona.

laVIGNETTA

OLYMPIC WINE

DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA E GARANTITA

ITALIA

Per gentile concessione di Movimento Turismo del Vino Friuli. Ideatore del concorso Spirito di Vino. (www.cantineaperte.info)



Se anche una bottiglia di carta fa crescere i consumi

Leggo con una certa stupefazione un lungo servizio del Corriere della Sera che riprende a sua volta un servizio del Guardian sul tema che noi enologi ed esperti di legislazione enologica definiamo "contenitori alternativi" del vino. Vi si annuncia la nascita della bottiglia di vino fatta di carta, ma le cose stanno in maniera leggermente diversa. I contenitori di carta per il vino (più esattamente di cartone poliaccoppiato, vale a dire ricoperto da una serie di strati sottilissimi, film, di plastica e alluminio) esistono da 28 anni, da quando furono messi in commercio da una grande azienda di vini "popular" (mi si consenta l'aggettivo inglese)

se) dopo che il Ministero dell'Agricoltura, nel 1983, li aveva approvati con un decreto che rompeva il monopolio del vetro (e della terracotta). Dunque, dal punto di vista normativo la carta (in forma di brik, di bag in box o di bottiglia, ma questo conta poco) è utilizzabile. Certo, a precise condizioni e con alcune limitazioni. Alcune legate anche alle caratteristiche del vino. Uno spumante non può stare nel cartone. Un grande vino non può invecchiare nel cartone. Che, invece, può andar bene per i vini da tavola. Certo, l'occhio vuole la sua parte. Una bottiglia (seppure di carta) può spingere a bere più di un brik.

Giuseppe Martelli è il direttore generale di Assoenologi - Associazione Enologi Enotecnici Italiani.



VINO ITALIANO IN USA

Continua da pag. 1 >>>

cosiddetti fermi (senza considerare, quindi, gli spumanti), la crescita è stata del 19% con una quota di mercato del 34,1% (mentre i vini francesi hanno una quota del 18,9%, quelli australiani del 13,4% e quelli argentini del 7,6%). Come dire, su ogni tre bottiglie di vino straniero aperto negli Usa, una è italiana. E se si aggiungono i vini americani, considerando quindi il mercato globale, su ogni cinque bottiglie, due sono italiane. Se si passa agli spumanti, le bollicine italiane hanno totalizzato vendite record per 112,5 milioni di dollari, raggiungendo una quota di mercato del 21,5% (vale a dire + 43% rispetto allo stesso periodo del 2010). Siamo ancora lontani, in valore, dagli champagne francesi, molto più cari e con margini molto più alti sia per i produttori sia per gli importatori. Ma in quantità gli spumanti italiani sono preferiti dagli americani, 188 mila ettolitri con una quota mercato del 41,7% (+ 43% rispetto allo scorso anno). A fare da driver di questa crescita il Prosecco che continua a crescere ormai da quattro anni a un ritmo superiore al 30% e che è diventato lo "sparkling wine" più popolare tra gli americani (su tre bottiglie di bollicine, una è di Prosecco). Non a caso la quota mercato degli Champagne è del 31,6% e quella degli spumanti spagnoli del 19,5%. La differenza, come dicevamo, sta nel fatto che una bottiglia di Champagne costa in media tre volte di più di uno spumante. "L'eccellente rapporto prezzo-qualità e la varietà dell'offerta sono i nostri punti di forza", ha spiegato Aniello Musella, direttore dell'Italian Trade Commission di New York. Poi c'è una spiegazione che si potrebbe definire psicologica: la crisi porta gli americani bere di più e a scegliere i vini meno cari (ma di qualità) come quelli italiani.

VINO& RICERCA ULTIME DA LONDRA *Il colosso mondiale della cartotecnica rivendica la primogenitura. L'idea è nata al Centro ricerca di Modena, insieme con Tavernello.*

Tetra Pak, la bottiglia di carta l'abbiamo inventata noi

Michele Mastrobuono scorre il Guardian e il servizio pubblicato stamattina dal Corriere della Sera sotto il titolo "Il vino? Preparatevi a trovarlo in bottiglie di carta" e sorride. "Guardi che i contenitori di carta per il vino, i bricks, li abbiamo inventati noi, una trentina d'anni fa, in collaborazione con Tavernello che oggi è il vino (in cartone) più diffuso al mondo, cento milioni di litri". Mastrobuono, fratello del più noto Luigi (da qualche settimana direttore generale di Confagricoltura), è il responsabile delle relazioni istituzionali della controllata italiana di Tetra Pak, il colosso cartotecnico svedese che sessant'anni fa lanciò il primo contenitore di cartone per il latte (a forma di prisma) e 28 anni il brik del vino, sviluppan-

dolo proprio in collaborazione con Caviro-Tavernello. L'innovazione dell'azienda inglese Greenbottle, riportata dal Guardian e ripresa dal Corriere, spiega Mastrobuono, sembra avere poco di tecnologico e molto di marketing. "Noi" continua "facciamo contenitori che non copiano quelli tradizionali; la nostra linea, semmai, è quella di stressare il design industriale e fra poco lo vedete con i nuovi brik del Tavernello e del latte Parmalat in fase di market test. Gli inglesi di Greenbottle hanno voluto copiare una bottiglia borlese, partendo da un tubo di cartone. Tutto qui". Piccolo particolare: l'area ricerca e sviluppo di Tetra Pak è qui, a Rubiera, Modena, a pochi chilometri dalla Tavernello.

TRENTINO, PARTE IL "PIANO VINO"

Entra nella fase attuativa il "Piano vino" del Trentino, ovvero l'insieme delle iniziative per il rilancio della vitivinicoltura del territorio. La giunta provinciale ha accolto la proposta dell'assessore all'Agricoltura, Tiziano Mellarini, e ha dato vita a due gruppi tecnici: uno per la produzione (basato sul binomio vino-territorio di cui fa parte anche Attilio Scienza) e uno per la promozione, con la creazione di un'unica regia per tutte le azioni di marketing che saranno guidate da Trentino Marketing, Consorzio vini e Camera di Commercio. (g.a.)

VINO&FRODI.1 GRAN BRETAGNA *La Wine Spirit Trade Association pubblica un manuale anti-truffe*

La Federvini inglese allerta il mercato

Dopo l'arresto di Paul Craven e Oseghale Hayble, direttori di Bordeaux Trading Ltd, condannati rispettivamente a sei e cinque anni per aver venduto 1,2 milioni di sterline di Bordeaux inesistente (vedi Tre Bicchieri del 15 luglio), in Gran Bretagna le frodi enologiche cominciano a preoccupare consumatori, importatori, commercianti. Per questo la Wine Spirit Trade Association (WSTA), la Federvini inglese, ha messo in rete una guida on-line (<http://www.investinginfineswines.co.uk/>) che dà indicazioni e consigli utili per evitare le truffe, soprattutto nel mercato dei vini en primeur. La prima regola del vademecum del Wsta è

quella aurea: bisogna diffidare dei Madoff del vino, cioè di tutti quei trader e consulenti che garantiscono profitti a due cifre o ritorni veloci dell'investimento. Il vino, ricorda il Wsta, è un investimento a medio-lungo termine e le operazioni sul mercato en primeur sono comunque a rischio. Jeremy Beadles, ceo della WSTA raccomanda di tener sempre a mente alcune regole: scegliere società di trading conosciute dopo aver controllato la loro storia e la reputazione di mercato; verificare la provenienza del prodotto e, soprattutto, mai acquistare vini prima che i produttori abbiano fissato il prezzo. (g.an.)

VINO & FRODI.2 MULTA IN CALABRIA

Novemila litri di vino sono stati sequestrati dal Corpo forestale dello Stato in un'azienda di Paravati di Mileto (Vibo Valentia) dopo che sono state accertate una serie di irregolarità. In particolare sono state rilevate anomalie nella conservazione del vino e la mancanza di etichettature, da cui ricavare le origini e le caratteristiche del prodotto, sui contenitori in vetroresina in cui era conservato il vino. Al titolare dell'azienda (il cui nome non è stato reso noto) è stata elevata una sanzione di cinquemila euro.





Vino&cervelli. Il segreto della ricerca del Monte

Ecco com'è nata l'idea del Wine Index

Quando fu lanciato l'anno scorso, in occasione del 1° Forum Montepaschi sul vino italiano (era il 12 novembre 2010 e, in quell'occasione, Tre Bicchieri vi dedicò quasi tutto il numero), qualcuno – ma non si trattava dei produttori – storse un po' il naso: l'associazione tra l'Mps Wine Index ed il Liv-ex di Londra, il principale future di settore, non convinceva. Come era possibile che un indice MPS che rappresentava una bottiglia virtuale di vino italiano esportata nei mercati internazionali, e che quindi comprendeva sia vini di qualità sia vini comuni, avesse una tendenza in termini di prezzo simile a quella del principale future di settore, il cui sottostante è rappresentato quasi solo da vini pregiatissimi tra cui l'Ornellaia e Sassicaia? Quest'anno, alla vigilia del 2° Forum Montepaschi (vedere il programma qui accanto), la squadra dei researcher dell'ufficio studi della banca che ha curato la ricerca, guidata da

Lucia Lorenzoni, si prenderà più di una soddisfazione. Perché l'Mps Wine Index funziona e la sua stretta correlazione con il future di settore è stata ampiamente confermata in questo anno. Infatti i prezzi sono tornati a crescere durante tutto il 2011 ed il future di settore ne anticipa di circa 3-6 mesi le tendenze. Chi ha messo a punto l'indice, Lucia Lorenzoni, 40 anni, laurea e master all'università di Siena, è stata anche analista a Credit Suisse a Londra, quindi, il mercato dei futures lo conosce bene. E quando l'anno scorso il capo dell'ufficio studi, Alessandro Santoni, le chiese di preparare il "sottostante culturale" per il 1° Forum del Vino, il suo primo pensiero fu proprio il Liv-ex. Ha replicato il modello, con la collaborazione dell'Ismea che fornisce l'andamento dei prezzi di un'ottan-

tina di vini di qualità e dei vini da tavola (che rappresentano la metà dei consumi nazionali). Oltre all'Indice, comunque, al Forum del 25 novembre sarà presentata anche una ricerca sulla Toscana e Siena che deriva dall'elaborazione di dati raccolti dai product specialist della Banca (quelli che trattano con i clienti-produttori di vino) e "lavorati" dalla squadra di Lucia Lorenzoni. Una squadra che va presentata: Giuseppe Alfano, laurea e master all'università di Napoli; Marcello Lucci, economista, laurea alla Sapienza di Roma; Nicola Zambli, laurea e master a Siena; e, infine, Raffaella Stirpe, laurea a Siena con master in finanza e nuove tecnologie dell'informazione. In questi giorni Lucia, Marcello, Giuseppe, Nicola e Raffaella sono impegnatissimi ad analizzare centinaia di questionari consegnati ai clienti-produttori e arrivati con risposte molto articolate a quesiti come questo: quali sono le principali problematiche del settore vitivinicolo (assegnare un punteggio da 0 a 5 a seconda dell'importanza): riduzione dei consumi interni; crescita dei costi; concorrenza; accesso ai mercati internazionali; difficoltà nella fase di commercializzazione; normative; dimensione azienda; prezzi non remunerativi. L'analisi delle risposte venerdì 25 novembre, al 2° Forum Montepaschi del



Una ricchezza italiana da valorizzare e promuovere

Comune di Siena Provincia di Siena

Banca Monte dei Paschi di Siena e Enoteca Italiana hanno il piacere di invitarLa al

2° Forum Montepaschi sul Vino Italiano

Siena, Venerdì 25 Novembre 2011

IL VINO DELLE TERRE DI SIENA
 Scenari e prospettive in un contesto globalizzato
10:30 - Antonio Vigni (dir gen MPS)
Gianni Salvadori
 (Ass. Agricoltura Regione Toscana)
Anna Maria Betti
 (Ass. Agricoltura Turismo Provincia di Siena)
Franco Ceccuzzi (Sindaco di Siena)
11:15 - Il settore in Toscana e a Siena
Marcello Lucci Area Research MPS
11:45 - Tavola rotonda moderata dal giornalista Carlo Cambi
Fabio Carlesi
 Direttore Enoteca Italiana
Mario Marzucchi
 Presidente di MPS Tenimenti
Cesare Cecchi
 Presidente Ass. Industriali di Siena
Alessandro Cinughi de Pazzi
 Presidente Confagricoltura di Siena
Fausto Ligas
 Presidente Coldiretti di Siena
Luca Marcucci
 Presidente CIA di Siena
12:30 - "Terra Amica"
Giovanni Bazzini (MPS)

TALK SHOW "PARLADIVINO"
 moderato da **Fede&Tinto, Decanter di Radio2**
17:00 - Mps Wine Index e l'attività di comunicazione del settore vitivinicolo in Italia (ricerca MPS e ISMEA)
Lucia Lorenzoni (Area Research MPS)
Fabio Del Bravo
 Responsabile Area Mercati di ISMEA
Le Istituzioni:
Giuseppe Mussari
 Presidente Monte dei Paschi di Siena
Claudio Galletti
 Presidente Enoteca Italiana
Lamberto Vallarino Gancia
 Presidente Federvini
Lucio Mastroberardino
 Presidente Unione Italiana Vini
Chiara Lungarotti
 Movimento Turismo del Vino
Francesco Bonfio
 Presidente Vinarius
I Produttori:
Antinori, Caprai, Collina dei Ciliegi, Marisa Cuomo, Ferrari
Gli Importatori:
Adao Augusto A. Morellatto
 Direttore Associação Brasileira dos Exportadores e Importadores de Bebidas e Alimentos
Xuexin Wu
 General Manager Shanghai Zhong Shang Xing Cheng Wine Development

Novembre 2011 - Pubblicità

ROSSO

1469
1470
1471
1472

CHIANTI DOCG 2009, CHIANTI CLASSICO DOCG 2008, TOSCANA IGT 2005: UNA STORIA, GRANDI VINI.

Una storia fatta di piccoli gesti quotidiani e straordinari, di passione, di progetti e di idee sempre nuove. Banca Monte dei Paschi di Siena è la prima nel mondo a presentare una linea di vini firmata dal suo sigillo e dal suo anno di fondazione: 1472.



PROVINCIA
DI ROMA

Roma & più
romae piu.it
la PROVINCIA
delle MERAVIGLIE

www.provincia.roma.it

La Settimana

del **Bello** e del **Buono**

dal 18 al 27 novembre



Iniziativa a cura di Gambero Rosso

il **Bello**
e il **Buono**

Il Bello promuove il Buono
e il Buono promuove il Bello

Il "bello" delle opere d'arte, con il "buono" della tradizione gastronomica più tipica. Vieni a scoprire le meraviglie del territorio di Roma e provincia con gli sconti e le agevolazioni per musei, gallerie, alberghi, negozi, ristoranti, trattorie, wine bar, pizzerie, enoteche e gastronomie.

Tutte le info su www.romaepiu.it e www.gamberorosso.it



LA PROVINCIA
DELLE MERAVIGLIE
Alla Scoperta dei Tesori Nascosti
III EDIZIONE