

CAMPARI € 5,05 -0,30%	DIAGEO £ 1295,50 -1,56%	PERNOD-RICARD € 66,00 -0,12%	CONSTELLATION \$ 17,98 -7,08%	LANSON-BCC € 45,00 -6,66%
V. POMMERY € 26,50 -7,34%	L.PERRIER € 64,60 -3,18%	BROWN-FORMAN \$ 73,86 -1,53%	BEAM INC. \$ 48,53 -2,39%	CONCHA Y TORO \$ 36,45 -6,78%
FTSE MIB -8,50	Euro Stoxx 50 -5,61	MSCI WORLD -5,16	GL Beverages -2,25	

a cura di BNL-BNP PARIBAS PRIVATE BANKING

vinid'Italia 2012

Da 25 anni vi aiutiamo a scegliere.

2.350 produttori. 20.000 vini. 375 tre bicchieri

TRE BICCHIERI
il quotidiano dei professionisti del vino

GAMBERO ROSSO

Anno 2 n. 196 lunedì 28/11/2011 Luna nuova



Bianco & Rosso

Al Gambero Rosso in questi giorni si passa da un evento all'altro. Dopo la festa per i 25 anni (a Roma al Cavalieri, a Milano al Park Hyatt), stasera c'è la cena dei Tre Gamberi, le trattorie che la Guida dei ristoranti pone al vertice accanto alle Tre Forchette. Per il Gambero Rosso osterie e trattorie rappresentano la tradizione e la solidità italiana. La ricerca del meglio del territorio, anzi del terroir, per dirla con un termine mutuato dal mondo del vino.

È stamattina, a dimostrazione dell'importanza dell'evento, i cuochi-patron sono stati i protagonisti di un set fotografico straordinario. A immortalarli Oliviero Toscani (foto) che firmerà un booklet che sarà allegato in uno dei prossimi numeri del Gambero Rosso grazie alla collaborazione con Contadi Castaldi: una grande azienda del vino che in Franciacorta ha trovato la strada dell'eccellenza.



Per scrivere a Tre Bicchieri quotidiano@gamberorosso.it

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

VINO&MERCATI ULTIME DA PARIGI Più fatturato (10 miliardi di euro a fine anno) e meno ettolitri. I produttori francesi vincono la battaglia dei margini. Perché? Può cambiare nel 2012?

Francia, à la santé
Qui le coop si concentrano. E in Italia?

di Giuseppe Corsentino (Parigi)

laGIORNATA

Vino & Martelli
a pag. **2**

- La rubrica settimanale del direttore di Assoenologi.

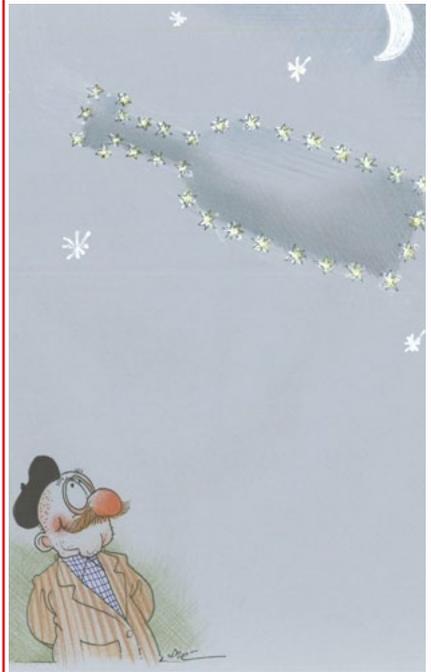
Compleanno a Milano

Il Gambero festeggia i suoi 25 anni con i banchieri.
a pag. **2**

Gli enoviaggi del Conte

In esclusiva il travel diary del conte Marone Cinzano.
a pag. **3**

laVIGNETTA



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

Ci sono due piccoli valori percentuali che, da soli, misurano la differenza tra le performance sui mercati internazionali della wine industry francese rispetto a quella italiana. Non senza malizia li ricorda a Tre Bicchieri Louis-Fabrice Latour, produttore di una certa fama con i suoi vini di Borgogna e presidente della Fevs, la Fédération des exportateurs de vins et spiritueux: nei primi nove mesi di quest'anno l'export vinicolo francese è cresciuto del 12% in valore (7 miliardi di euro e la prospettiva di chiudere il 2011 a 10 miliardi, un record) e solo del 3,3% in volumi. Esattamente il contrario di quello che avviene in Italia, come hanno ricordato i "wine analyst" dell'ufficio studi del Monte dei Paschi nel corso del 2° Forum sulVino Italiano (vedere articolo a pag. 2). In Italia l'export cresce, ma più in ettolitri che in euro fatturati. Anzi, come scrivono gli analisti di Mps nei loro report (consultabili sul sito del Gambero Rosso, sezione wine), "sono i vini sfusi a trainare l'export con un incremento del 34% a fronte del +5% degli imbottigliati. E all'interno del segmento sono ancora i vini comuni a registrare la performance migliore: +47% a 3,4 milioni di ettolitri". La Francia, invece, realizza il 40% del valore dell'export

Segue a pag. 2 >>>



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

VINI&MARTELLI

Il Novello ha bruciato dieci milioni di euro

Novello, un vino particolare, giovane, disimpegnoato che dopo le eccellenti performance dei primi anni del 2000 ha subito un graduale ridimensionamento di produzione e di vendita. Secondo la Cia sono poco più di 5 milioni le bottiglie italiane 2011 contro i 18 milioni del 2002. Certamente si sono "assottigliati" i piccoli produttori ma le aziende leader non hanno avuto un tonfo così grande. Penso, invece, che la produzione si sia stabilizzata, sia pure al ribasso: Cavit nel 2009 ha prodotto 765mila bottiglie, nel 2011 700mila; Cielo e Terra è passata da 360 a 350mila; Banfi Montalcino è stabile sulle 300mila bottiglie; Zonin

è cresciuto a 700mila; Sella & Mosca è forse l'unica ad aver ridimensionato sensibilmente la produzione passando dalle 300mila bottiglie del 2009 alle 100mila del 2011. Una defaillance tutta italiana? No, anche in Francia il Beaujolais è in calo. Quali le cause? Sicuramente diverse e tutte da approfondire visto che sono in molti a pensare che non sia solo una "questione di moda". Insomma, anche i numeri del Novello sembrano confermare la crisi. Nel 2009 il fatturato complessivo era di 40milioni di euro. Ed oggi? Difficile a dirsi ma credo che altri dieci milioni in meno ci stiano tutti.

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



EXPORT FRANCESE

Continua da pag. 1 >>>

con appena il 10% dei vini. Si tratta, quindi, di vini ad alto margine di contribuzione. Come i classici Bordeaux che, sempre nei primi nove mesi del 2011, sono cresciuti del 65% su tutti i mercati asiatici (a 5,4 milioni di casse). E con un autentico balzo dei margini, dice ancora monsieur Latour: "In Cina il Bordeaux ha fatturato il doppio (+99%) delle vendite (crescite del 48%)". Un rapporto ancora più alto (3 a 1) si registra nell'export dei vini di Borgogna che nei primi sei mesi di quest'anno sono cresciuti del 18,8% in valore (629milioni di euro), tre volte di più che in ettolitri (+6,4%). Come spiegare questa maggiore efficienza della wine industry francese? Il maggiore radicamento sui mercati internazionali conta certamente. Ma conta anche il processo di razionalizzazione che tutto il sistema del vino sta facendo in questi mesi. Nell'ottica di una maggiore razionalizzazione e concentrazione. Le coop agricole, per esempio, si fondono e si rafforzano. "Meno cooperative, più cooperazione" dice da tempo Maurizio Gardini di Fedagri. L'hanno preso alla lettera. In Francia.

IL FORUM MONTEPASCHI

Il talk show "Parladivino" che ha concluso i lavori dell'assise di Siena ha riproposto il bisogno di una politica estera vinicola. Ma è possibile?

Il vino italiano può conquistare il mondo. Con strategie giuste

di Michela Di Carlo (Siena)

Quali sono le migliori strategie per vendere al meglio i vini italiani sui mercati internazionali? La questione è centrale per il futuro della wine industry nazionale come hanno ricordato tutti gli uomini del vino convenuti venerdì scorso a Siena per il 2° Forum del Vino Italiano del Monte dei Paschi. E come hanno ribadito poi nel talk show "Parladivino", moderato da Fede&Tinto di Decanter (Radio2), che ha concluso il Forum. Ha aperto il ping-pong delle opinioni Giuseppe Alonzo, Capo Dipartimento delle Politiche della qualità del Mipaaf sottolineando due aspetti: l'importanza di avere uno stretto collegamento tra analisi di mercato e trade; e la necessità di educare i consumatori esteri al consumo del vino italiano. Anche per

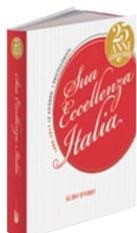
il presidente di Federvini, Lamberto Vallarino Gancia, è importante "coltivare" la spiccata vocazione all'export del vino italiano. Dello stesso avviso il presidente del Movimento del Turismo del Vino, Chiara Lungarotti, la quale ha sottolineato la necessità di avere un osservatorio del vino e, naturalmente, di spingere al massimo le attività di comunicazione. La prova? L'esperienza del Gambero Rosso, raccontata a Siena dal suo presidente, Paolo Cuccia: "Il nostro roadshow, che ha toccato venti tappe nel mondo, cinque in Asia e culminate a Shanghai con la presentazione della prima edizione cinese della Guida Vini d'Italia, ha dimostrato l'enorme interesse di quei mercati". "Ma per valorizzare il nostro vino - ha



chiarito subito Cuccia - è importante saper intercettare i gusti e i bisogni dei buyer. In Usa i nostri vini strutturati, per esempio, non hanno lo stesso successo che registrano in Europa, così come in Brasile il Lambrusco è molto apprezzato". Insomma, bisogna targettizzare l'offerta vinicola seguendo gusti e palati. Per Marco Caprai, della cantina leader del territorio di Montefalco, che ha rilanciato il Sagrantino alla ribalta internazionale è necessario ripensare alla strategia distributiva: "Siamo stati bravi ad andare ognuno per suo conto sui mercati, ora è necessario che le imprese facciano sistema Italia, con il sostegno delle istituzioni pubbliche, delle banche e delle società di trading".

IL GAMBERO ROSSO A MILANO COMPLEANNO CON LA BUSINESS COMMUNITY

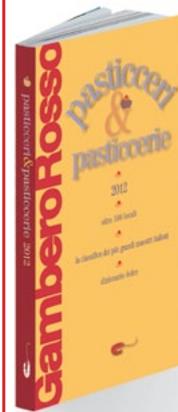
Doppia festa di compleanno per i 25 anni del Gambero Rosso. Mercoledì 23 novembre la Celebrity Night a Roma (con 800 invitati, in gran parte produttori ed esperti del settore), sabato 26 cocktail party al Park Hyatt di Milano per raccontare la storia e le eccellenze del primo editore italiano del food&wine ad un panel di invitati scelti tra i rappresentanti dell'economia e della finanza, quella che suole definirsi la business community. Per brindare con bollicine Cruasé dell'Oltrepò banchieri come Marco Rottigni, responsabile mid corporate di IntesaSanPaolo (che ha definito il volume "Sua Eccellenza Italia" con i suoi 800 protagonisti come una vera "target market list" indispensabile per chi vuole investire nel settore); commercialisti come Marco Colacicco, uno dei migliori esperti di M&A sulla piazza milanese, anche lui convinto che investire in aziende del vino può essere un buon affare.



IL GAMBERO ROSSO IN PUGLIA WEEK END CON LE STELLE DELL'ENOLOGIA

Con l'annuncio della quotazione dell'annata 2010 per Nero di Troia, Primitivo e Negroamaro si è conclusa la 1°edizione di Apulia Wine Identity. Promotore dell'evento Puglia Best Wine, consorzio presieduto da Luigi Rubino, che con il sostegno della Regione Puglia ha messo insieme 21 aziende vitivinicole e coinvolto, come partner tecnici, il Gambero Rosso e l'Unicredit. Apulia Wine Identity ha preso avvio giovedì 25 con il tasting, en primeur, del Nero di Troia che è stato valutato da 60 esperti provenienti da 21 paesi. Apulia Wine Identity si è concluso con l'assegnazione del rating dell'annata 2010. In tutte le degustazioni i punteggi hanno superato la media di 80 centesimi, con punte di 86 per i vini a base di primitivo, e quindi il rating finale si è attestato a 4 stelle (su 5) per questa ottima annata.





La Guida pasticceri & pasticcerie del Gambero Rosso col **15% di sconto**

Solo questa settimana. Clicca in questo spazio.



Regala l'incanto dei sensi, regala Roner.

RONER

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 Bargoni, 8 00153 Roma
tel. 06 68896911 mail: poster@poster-pr.it

ESCLUSIVO

VINO&MERCATI

Che cosa prova un grande produttore quando va in giro per il mondo a vendere il suo vino? Leggete queste pagine scritte per Tre Bicchieri dal conte Marone Cinzano e capirete molte cose.



SINGAPORE

Rimango sempre affascinato quando incontro personaggi italiani come Fabrizio Aceti, in questo momento Executive Chef allo Shangri-La Hotel di Xian. Dov'è Xian, direte voi? Solo nove milioni di abitanti da qualche parte della Cina. Si tratta della capitale tecnologica del paese e l'albergo dove lavora il nostro connazionale è sempre pieno. Aceti è in vacanza a Singapore e abbiamo cenato al ristorante Forlino assieme a un gruppo di connazionali, direttori di alberghi di lusso, proprietari di ristoranti quotatissimi, chef rinomati: tutti grandi professionisti. Tutti appassionati e conoscitori di vino. L'Italia è il primo esportatore di vini al mondo grazie a loro. Grazie a questi italiani che insegnano al mondo come si ospita, si riceve, si cucina e si serve il vino.



SINGAPORE

Roberto Galletti ha creato e dirige sia come amministratore sia come chef un gruppo di ristoranti che oramai supera i confini di Singapore per estendersi in Malesia. Cena degustazione di Brunello di Montalcino al suo ristorante Garibaldi con settanta ospiti paganti: pensavano di ricevere richieste per 20/25 persone invece la sala da pranzo si è riempita rapidamente e hanno dovuto chiudere le prenotazioni. Certo il Brunello attira molto interesse, sempre che ciò sia nell'ambiente giusto con la professionalità giusta come qui. Galletti e i suoi collaboratori dimostrano che la fiamma dell'imprenditoria creativa italiana che tutti ci invidiano è sempre vivissima. In Italia è soffocata da regole e regole, da tasse e contributi. Facciamo in modo che non si spenga.



BALI

Il direttore del ristorante Kayuputy dell'hotel St Regis di Bali, votato miglior ristorante dell'isola da Wine Spectator, si chiama Harald Wiesmann, è tedesco e mi ha ricordato lo stretto legame che c'è tra il vino e la poesia. Ho partecipato a molte cene/degustazione nel corso degli anni ma raramente ho trovato tanta passione assieme a profonda conoscenza dei vini. In un Paese dove le accise sul vino portano il prezzo di una bottiglia di un giovane IGT oltre i 50 euro, ogni volta che se ne stappa una, è un avvenimento, una festa. Parlare di musica e



di Francesco Marone Cinzano

poesia diventa parte del complesso di emozioni che accompagnano il bicchiere di vino. Forse in Italia abbiamo perso il senso di quanto sia preziosa ogni bottiglia di vino e come spesso succede, c'è voluto un appassionato originario di una zona che non produce vino per ricordarmelo.



JAKARTA

Dovevo fare il viaggio fino in Indonesia per assaggiare la pizza frita. Sulla via del ristorante mi è stata annunciata dai miei ospiti come una specialità tipicamente italiana. Pizza frita? Alzi la mano chi la conosce! Comunque, fate la massa come per la pizza che conosco io, poi dopo averla stesa, fatela friggere e tenetela in caldo fino al momento in cui aggiungerete pomodoro e mozza-



HONG KONG

Negli ultimi anni la prospettiva di andare a Hong Kong è sempre piena di ottimismo e attese positive. Poi quando arrivo e comincio a visitare i negozi mi viene una gran delusione. Francesi, francesi nient'altro che francesi. Enotecche traboccanti di ogni possibile chateaux e clos con verticali, magnum, doppie magnum, annate memorabili, annate vecchissime, di tutto. E noi italiani, una piccola sezione dove un toscano fa l'occholino a un piemontese con un siciliano in mezzo; tutti stretti stretti quasi come il pubblico relegato nel loggione. Mi dicono che i vini italiani contano solo il 15% e perciò non è economico dargli più spazio. Gli danno talmente poco spazio che quest'anno il mese italiano l'hanno diviso con la Spagna. L'unico modo di venire fuori è conquistare più visibilità che porterà una maggiore quota di mercato. Che cosa farei io se fossi ministro dell'Agricoltura? Con i soldi risparmiati da Buon'italia e ICE, prenderei la miglior agenzia di pubblicità e promozione di Hong Kong e gli darei il mandato seguente: in tre anni il vino italiano deve avere il 25% dello spazio di vetrina/scaffale delle enoteche locali. Pagamento di bonus in caso di raggiungimento dell'obiettivo. Pensate che lo farà?



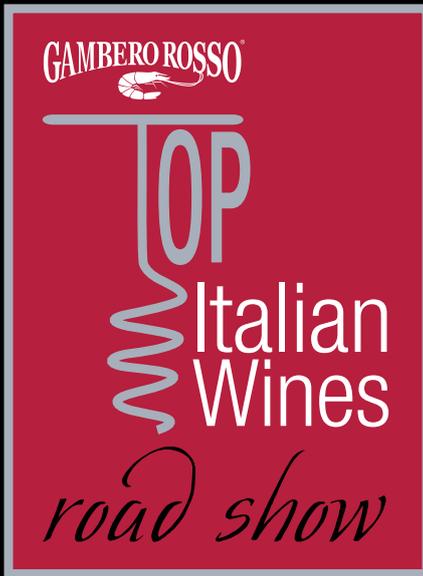
NEW DELHI

Il mio amico indiano Debjit dice che in India al momento il consumo di vino è pari a meno di mezzo cucchiaino da caffè per persona ma si illumina alla prospettiva di arrivare presto a un cucchiaino intero. Hanno appena pubblicato la notizia che le vendite di vino prodotto in India è aumentato del 41% nell'ultimo anno. Tra i vini importati la presenza di quelli italiani è equilibrata rispetto agli altri paesi produttori. Il mercato esploderà molto presto, perché il Paese cresce rapidamente. Un esempio? La metropolitana di Delhi, che in buona parte è un treno sopraelevato, è all'avanguardia e ha diminuito il numero di autobus per strada.

In Alto Adige vivono tradizioni antiche... come quella di catturare profumi e sapori eleganti e raffinati

RONER

2011/2012



MUMBAI
October 24, 2011
Hotel Taj Lands End

SINGAPORE
October 27, 2011
Hotel St. Regis

SEOUL
October 31, 2011
Grand Hyatt Seoul

MOSCOW
November 29, 2011
Hotel Baltschug Kempinski

SÃO PAULO
april, 2012

RIO DE JANEIRO
april, 2012

Participating Wineries

Apollonio	Gruppo Italiano Vini
Argiolas	Guido Berlucchi & C.
Bertani	Livon
Cantina Gallura	Lunae Bosoni
Cantine Due Palme	Marchesi di Barolo
Cantina Tollo	Masciarelli
Cavit	Masi/Serego Alghieri
Cecchi	Medici Ermete & Figli
Ceci	Monte Schiavo
Colle Massari - Grattamacco	Nals Margreid
Còlpetrone	Nino Franco Spumanti
Conti Zecca	Planeta
Cusumano	Poderi dal Nespoli
Di Majo Norante	Provenza
Domini Castellare di Castellina	Rocca delle Macie
Donnafugata	Ruffino
Elvio Cogno	Ruggeri & C.
Falesco	Tenute Donna Olga
Fattoria del Cerro	Tenuta San Guido
Feudi di San Gregorio	Tenute Sella&Mosca
Firriato	Tolaini
Gaja	Torrevento
	Umani Ronchi
	Valle Reale
	Velenosi
	Villa Medoro
	Villa Sandi
	Volpe Pasini
	Zonin

INFO: eventi.estero@gamberorosso.it



OFFICIAL LOGISTIC PARTNER

