

**La Borsa dei vini top a Londra**



L'andamento dell'indice Liv-ex 50 (dal 21 al 28 novembre) calcolato sul prezzo di 50 "fine wine". Fonte: Liv-ex

Anno 2 n.197 martedì 29/11/2011 Luna nuova

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

**GAMBERO ROSSO**



**ESCLUSIVO CONSUMI&ETICHETTE** Gli acquisti nel canale valgono il 65% del mercato italiano. Ecco perchè tutte le grandi catene mettono a punto strategie commerciali e alleanze con i fornitori, cantine e imbottiglieri. Tre Bicchieri racconta i segreti di un settore in crescita.

# Ora la GDO vuole il suo vino

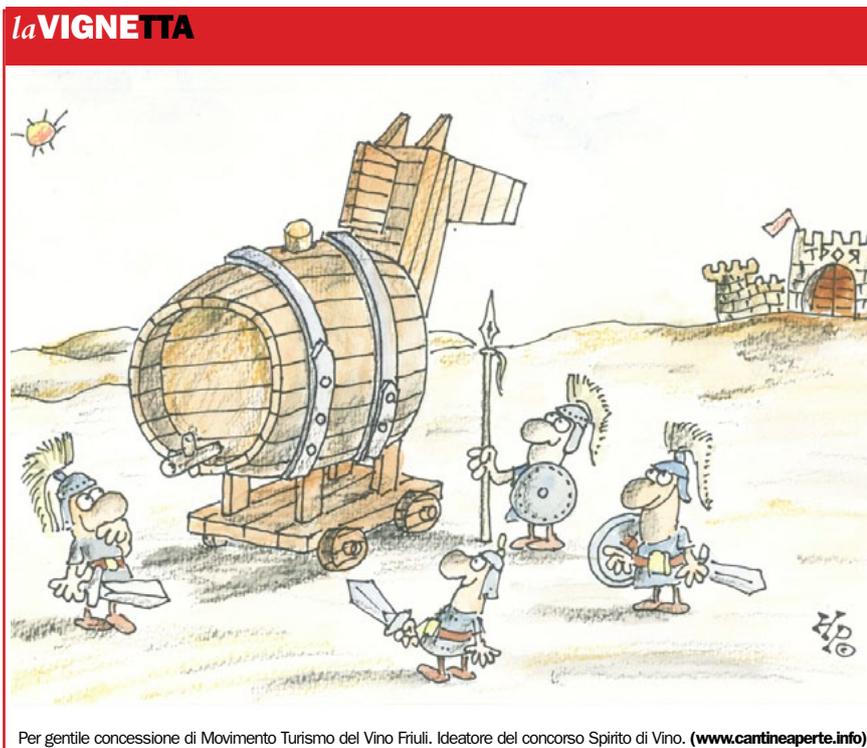
## Private label, opportunità o rischio per i produttori?



di Gianluca Atzeni

**D**a Sigma a Conad. Da Despar a Coop. Da Selex a Billa. Il mondo delle private label del vino è in rapida evoluzione. Quanto vale e quanto impatta sulla filiera? E' una minaccia o un'opportunità? Tre Bicchieri, a pochi giorni dal lancio dell'ultima linea di Selex, ha fatto un vero "viaggio" tra segreti commerciali e strategie di marketing di un settore che incide per il 65,5% sul valore di tutto il vino venduto in Italia e per il 57,9% sui volumi (dati 2010 Iri Infoscan). Le private label del vino esistono da un po' di anni, ma la novità di oggi è che la Gdo punta alla ricerca del marchio esclusivo legato al miglior rapporto qualità-prezzo, senza per abbandonare le vecchie label mass market, ovvero il settore di fascia bassa (intorno a un euro a litro). Un comparto, quest'ultimo, in cui due player come Coop e

Segue a pag. 2 >>>



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

**laGIORNATA**

**Vino & Finanza**



a pag.

**2**

- La rubrica del wine economist Narduzzi.

**Catania Pac difficile**



a pag.

**3**

- Il neoministro al summit di Coldiretti: trattativa dura.

**La cena dei Tre Gamberi**



a pag.

**3**

- Quindici chef premiati ieri alla Città del gusto.

**Bianco & Rosso**

Edoardo Narduzzi, uno dei pochi wine economist italiani (in Usa c'è addirittura una association), rubricista di questo giornale (Vino & Finanza, tutti i martedì) esulta. Ed esultano anche gli economisti di Mediobanca che lavorano al report annuale sulla wine industry italiana. Per la prima volta un sottosegretario all'agricoltura non è solo un tecnico (come, del resto, lo è il ministro Catania, da 30 anni al Mipaaf), ma un esperto di Food & Agribusiness Management e di Agrifinancial Markets Risk Management con tanto di Ph.D. all'università di Guelph, Ontario, Canada.



Francesco Braga (foto) è anche un agronomo laureato alla Cattolica di Piacenza e fino a ieri aveva una cattedra alla Smea, l'Alta Scuola di economia agroalimentare alla stessa università. Commodities and Financial Futures Markets, non una cattedra tradizionale. In altre parole, Braga è uno (dei pochi come dicevamo prima dei wine economist) che sa mettere insieme agricoltura e finanza, produzione e strumenti finanziari. Un sottosegretario utilissimo per avviare quei processi di innovazione che passano dal mercato. Soprattutto nel settore del vino.

Per scrivere a Tre Bicchieri [quotidiano@gamberorosso.it](mailto:quotidiano@gamberorosso.it)

Per l'archivio di Tre Bicchieri [www.gamberorosso.it](http://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



**Che fare se salta l'euro? Provate a investire nel vino**

L'euro è la prima moneta chiamata a convivere con una moltitudine di tassi di interesse. Praticamente uno per ogni paese membro o quasi. Fino a quando gli spread erano contenuti, il problema non appariva in tutta la sua criticità. Poi è scoppiata la crisi dei debiti pubblici e i differenziali si sono allargati. Sono diventati talmente ampi da rendere davvero eccezionale la situazione prodotta dall'euro: una moneta unica che esprime tante curve di rendimento sui titoli emessi in quella stessa valuta dai vari emittenti. Si passa dal 2% dei Bund tedeschi al 3,7 degli OAT francesi, al 7% dei Btp italiani. Nel mezzo ci sono i diversi rendimenti delle obbligazioni statali olandesi, austriache e spagnole, tan-

to da aprire possibilità di arbitraggio continuo e da rendere complessa l'azione della Bce. Che fare, dunque, visto che la tempesta investe proprio i paesi dell'euro produttori di vino, Francia inclusa? Per chi pensa che il caos spread anticipi una monetizzazione parziale dei debiti pubblici, allora investire nel vino può essere una scelta corretta per coprirsi dal rischio inflazione. Se si pensa che a saltare sarà lo stesso euro, allora conviene vendere ora i Crus più nobili di Francia per ricomprarli a sconto tra qualche mese con il cash a disposizione. E senza euro la competitività del vino italiano è tutta da scoprire, così come più elevati saranno gli investimenti esteri in Italia, magari in aziende vitivinicole.

\* Edoardo Narduzzi, wine economist e presidente della società di consulenza Synchronya

**VINO & GDO**

Continua da pag. 1 >>>

Conad la fanno da padroni. La prima, che tre anni fa lanciò la sua private label, dai brik (6,8 milioni prodotti da Caviro e Cevico) ricava 7,4 milioni di euro: "Una crescita - dice a Tre Bicchieri il responsabile mktg Sergio Soavi - che contribuisce a fare margine in un segmento complicato e critico". L'altro player, Conad (cento milioni di ricavi dal comparto vini) vende 15 milioni di litri di brik (fornitori: Caviro e Due Tigli-Cevico): "Cresciamo del 5-6% - sottolinea Giovanni Panzeri, mktg manager marca commerciale - il mercato va bene complice anche la crisi economica". Ma Coop e Conad investono anche in linee selezionate, i cosiddetti exclusivity brand. Coop con 'Assieme' che ha una copertura del 70% e verrà rilanciata nei prossimi mesi. Non solo: Coop ha fatto

accordi con la Cantina produttori Bolzano (400mila bottiglie l'anno) e sviluppato progetti più locali come il Dolcetto di Dogliani base 5 che ha consentito ai produttori di far conoscere, attraverso la catena, il loro prodotto. Conad con 64 etichette di proprietà (tra Doc e Igt circa 9 milioni di bottiglie fornite da vitivinicoltori selezionati) punta a riqualificare il settore vino. La novità nel tetrapack è, invece, Billa che inserirà due nuove etichette: "L'obiettivo è una quota a volume del 30% del comparto brik", dice il direttore acquisti, Paolo Gattafoni, che aggiunge: "A settembre il vino ha registrato +1,3%, trainato da Doc e Docg (+2,5%) a scapito dei vini comuni (-1%). Ecco perché pensiamo che la Pl, che sta crescendo, possa

colmare il gap di fatturato mantenendolo sulle basi del 2010". Sulle exclusivity brand sta lavorando Sigma (2,6 milioni di brik) che nel 2012 potrebbe rimettere mano a un progetto del 2009: "Nel frattempo - dice il responsabile prodotti a marchio, Giovanni Filippini - abbiamo rinnovato la linea vetro". Sui prodotti di filiera si muovono Iper, con 'Grandi vigne', e Despar, con 'Vignai Bauducco' (fornitore Mgm), che conta oltre 30mila bottiglie vendute con le prime tre etichette (Barolo, Barbera d'Asti e Langhe Doc): "Visto il gradimento dei consumatori sono in arrivo - annuncia il product manager, Simone Pambianco - altre 11 etichette di qualità", tra cui Franciacorta e Amarone. Allo stesso modo Selex, con 'Le vie dell'u-

va' (marchio ombrello con 28 etichette), si fa garante della qualità in una fascia da 3 a 9 euro. Insomma, oggi la Gdo vuole il suo vino, ma i label (private o exclusivity) possono rappresentare un cavallo di Troia per Doc e Docg, come quello della vignetta in prima pagina, vanificando gli sforzi fatti da produttori e Consorzi? Le perplessità del presidente del settore vino di Fedagri, Adriano Orsi, sono legittime. Ma la risposta della Gdoi è univoca. I brik non cozzano con le Doc per evidenti ragioni di prezzo, mentre le etichette dedicate sono prodotti garantiti che possono aiutare il consumatore a conoscere il vino. "C'è un paradosso - fa notare il trade manager di Caviro, Benedetto Marescotti - capita spesso che alcune Doc costino così poco da fare concorrenza ai vini in brik". La partita è aperta.



**L'OPINIONE DEL CONSULENTE**

Le private label tradizionali con il solo nome del vino e l'insegna della catena non hanno funzionato. Ora la Gdo ha cambiato strada.

**Il futuro? Le exclusivity brand**

di Lorenzo Terzi \*

Per come le abbiamo conosciute fino ad oggi le private label in purezza non hanno futuro nel vino in Italia. Qual è, allora, la strada da seguire? L'acquirente sa scegliere, apprezza le novità, compra il vino perché è fedele a una proposta, strizza l'occhio alla convenienza. Agli italiani piacciono sempre di più le certificazioni di origine, sono incuriositi dalle filiere corte e dai simboli di tutela che rassicurano l'acquisto. Questi oramai sono punti di partenza. I prodotti venduti con private label sono realizzati o forniti da terzi

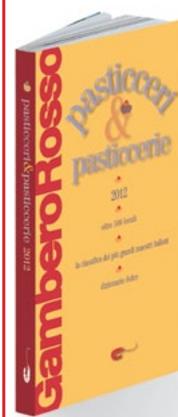
e venduti con il marchio delle catene di distribuzione. Chiamati anche "white label" (etichette bianche) - grazie a Sainsbury, la prima catena di supermercati inglesi ad utilizzare le private label con appunto una etichetta bianca su cui era scritto solo il nome del prodotto - è una tipologia di prodotti che permette al distributore di avere margini maggiori e al consumatore di acquistare a costi contenuti un prodotto di qualità. Funziona per diversi prodotti, ma funziona meno per il vino. Chi compra vino cerca anche altro. Le private label possono quindi avere un futuro nel mer-

cato italiano se si sapranno trasformare in exclusivity brand: vini scelti con logiche territoriali, con criteri di "marchio ombrello" selezionando i vitigni più gettonati e di tradizione. Il fenomeno si sta sviluppando e sarà interessante verificare i risultati di tre casi di Exclusivity Label recentemente proposti: "Assieme" di Coop Italia (prodotti da cooperative), "Viagnai Bauducco" della catena Despar (prodotti da Mgm Mondo del Vino), "Grandi Vigne" di Iper (con vino di cantine note in varie aree della penisola).

\* Wine marketing consultant

**Brunello di Montalcino**

www.consorzio-brunello-di-montalcino.it



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

**ASPETTANDO LA PAC**

*Vivace botta e risposta tra Mario Catania e il commissario europeo Ciolos stamattina al summit Coldiretti. E' solo l'anteprima di un negoziato difficilissimo. In cui entrerà ad un certo punto anche il vino. E allora...*

# Caro Ciolos, non ti darò tregua La sfida del neoministro all'Ue



di Giuseppe Cordasco

L'Italia ha superato la Francia per valore aggiunto agricolo nel 2011: significa che la ricchezza prodotta per unità di superficie in Italia è il doppio di quella francese. Segno che l'agricoltura italiana funziona e chiede, quindi, di contare di più in sede europea. E' questo il messaggio emerso dal primo Summit di Coldiretti sulla riforma della Pac tenutosi oggi a Roma nel suo centro congressi di fronte al Quirinale e che ha visto la prima uscita pubblica del neoministro Mario Catania: "La trattativa per la nuova Pac - ha detto - sarà lunga e difficile. Sarà nostro preciso impegno difendere gli agricoltori ita-

liani e rimettere al centro della discussione il valore delle imprese agricole". "Noi" ha continuato il ministro "abbiamo bravi agricoltori che con il 7% della superficie agricola europea fanno il 13% della produzione, e quindi non possiamo accettare che il criterio di assegnazione dei fondi sia basato sull'ettaraggio". Su questo tema c'è stato anche un vivace botta e risposta con il commissario europeo Dacian Ciolos, altra guest star del summit ("Sarò ossessivo con te e ti ricorderò sempre che l'Italia è creditore netto nei confronti dell'Ue" lo ha sfidato il nuovo capo del Mipaaf). Ciolos ha confermato che "l'obiettivo della Commissione sarà quello di lasciare inalterato il budget per la Pac,

puntando soprattutto su innovazione e ricerca, e sui finanziamenti diretti agli agricoltori". Dichiarazioni che hanno tranquillizzato solo in parte il presidente di Coldiretti Sergio Marini, il quale non ha potuto fare a meno di ricordare che la proposta di riforma su cui si sta lavorando taglierebbe le risorse per 1,4 miliardi di euro per il periodo 2014-2020.

Un tema questo ripreso da Paolo De Castro, presidente della Commissione agricoltura del Parlamento europeo: "Al momento -ha ricordato - nulla è ancora chiaro sui fondi che la Commissione intende realmente mettere a disposizione. Noi siamo pronti a batterci affinché vengano tenute in conto

le esigenze della nostra agricoltura, anche con riguardo al settore vitivinicolo che rappresenta un capitolo a sé nel programma della nuova Pac". E tanto per restare in tema vino Sergio Marini ha ricordato che quest'anno l'Italia ha superato la Francia anche sul mercato delle bollicine, con un aumento record del 24%. E, ancora, che il nostro Paese è leader europeo nel turismo enogastronomico con 5 milioni di appassionati e che le produzioni italiane hanno il primato della sicurezza alimentare con un record del 99% di campioni regolari per frutta, verdura, vino e olio. Come a dire che un Paese così merita ben altro trattamento da parte dell'Ue.

## IL GAMBERO ROSSO A MOSCA CINQUANTA GRANDI VINI ITALIANI INCONTRANO IL MERCATO RUSSO

Sbarca oggi a Mosca (all'Hotel Baltschug Kempinski dalle 17: per stampa e operatori dalle 14) il Top Italian Wines Roadshow del Gambero Rosso. Dopo il successo delle prime tre tappe asiatiche (Mumbai, Singapore e Seoul), 50 aziende saranno nuovamente protagoniste di una grande degustazione, con seminari condotti da Marco Sabellico, senior wine editor del Gambero e curatore della Guida Vini. Formazione, promozione e valorizzazione delle eccellenze enologiche italiane all'estero: è questa la mission del Gambero Rosso. Il prossimo appuntamento, giovedì 1° dicembre a San Pietroburgo. La Russia è uno dei mercati più ricchi e interessanti per il vino italiano che ha qui una delle sue leadership mondiali. E proprio in questi giorni si sta risolvendo anche la questione dei "valori fiscali" del vino italiano, considerati troppo bassi dalla Dogana russa.



## LA CENA DEI TRE GAMBERI. QUINDICI CHEF E BUON APPETITO

La cena di ieri alla Città del gusto di Roma dedicata alle osterie inserite nella guida Ristoranti d'Italia 2012 e premiate con i Tre Gamberi, ha visto protagonisti 15 chef che hanno preparato i piatti della migliore tradizione italiana. Le osterie: Vecchia Marina (Roseto degli Abruzzi), Al convento (Cetara), Cibus (Ceglie Messapica), Osteria della Villetta (Palazzo sull'Oglio), Locanda al Gambero Rosso (Bagno di Romagna), Caffè la Crepa (Isola Dovarese), Locanda delle Grazie (Curtatone), La Sangiovesa (Santarcangelo di Romagna), Tischi Toschi (Messina), Ai Cacciatori (Cavasso Nuovo), Consorzio (Torino), Antichi Sapori (Andria), La Brinca (Nervi), Maso Cantanghel (Civezzano), La Madia (Brione).

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

**RONER**

roner.com

ROSSO 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.



**MONTE  
DEI PASCHI  
DI SIENA**  
BANCA DAL 1472

[www.1472.it](http://www.1472.it)