LE BLUE CHIPS MONDIALI DEL WINE&SPIRITS (16-23 marzo)

CAMPARI € 5,19 -0,86%	DIAGEO £ 1510,00 -0,95%	PERNOD-RICARD € 77,63 -3,14%	CONSTELLATION $ 23,53 3,34%	LANSON-BCC € 46,98 4,12%
V. POMMERY € 26,99 5,22%	L.PERRIER € 81,00 0,62%	BROWN-FORMAN $ 81,69 1,79%	BEAM INC. $ 58,24 2,50%	CONCHA Y TORO $ 45,23 -1,87%

FTSE MIB -3,49	Euro Stoxx 50 -3,18	MSCI WORLD -0,96	GL Beverages +0,14

a cura di BNL-BNP PARIBAS PRIVATE BANKING

Anno 3 n.56 lunedì 26/03/2012 Luna nuova

TRE BICCHIERI

il quotidiano dei professionisti del vino

GAMBERO ROSSO

ESCLUSIVO **CONSUMI 2011** *Un miliardo di euro, 340 milioni di bottiglie (da 0,75). Ecco le etichette preferite dai consumatori secondo i dati riservati di Symphony Iri elaborati da Tre Bicchieri. Da cui risulta che la scelta di una bottiglia è guidata da diversi fattori. Per esempio…*

ECCO I SUPER DEL SUPER

I vini nel carrello della spesa degli italiani

ROSSI/I 10 TOP DELLE VENDITE

	n° bottiglie	prezzo medio (€)
1) Freschello (Cielo e Terra)	4.412.379	1,5
2) Nero d'Avola Gattopardo	1.542.688	2
3) Corvo Rosso (Ilva)	1.349.405	5,2
4) Santa Cristina (Antinori)	1.347.590	5,5
5) Mont. d'Abruzzo La Cacciatora (Caldirola)	1.142.888	2
6) Sangiovese Botte Buona (Caviro)	1.094.776	1,5
7) Morellino di Scansano La Mora	1.085.766	5,7
8) Mont. d'Abruzzo Rocca Ventosa (Cantina Tollo)	1.033.377	2,6
9) Gutturnio Casabella	1.023.756	3,4
10) Mont. d'Abruzzo Villa Torre (Citra)	1.022.750	2,9

ROSSI/I 10 TOP DEL FATTURATO

	fatturato (€)	prezzo medio (€)
1) Santa Cristina (Antinori)	6.921.805	5,5
2) Corvo Rosso (Ilva)	6.275.862	5,2
3) Freschello (Cielo e Terra)	5.883.128	1,5
4) Morellino di Scansano La Mora	5.190.502	5,7
5) Nero d'Avola Rapitalà (Giv)	4.083.105	5,1
6) Teroldego Mezzacorona	3.087.751	4,9
7) Morellino di Scansano (Cantina del Morellino)	2.940.330	5,6
8) Nero d'Avola Gattopardo	2.334.743	2
9) Gutturnio Casabella	2.311.269	3,4
10) Sangiovese Galassi (Cevico)	2.289.804	3,3

BIANCHI/I 10 TOP DELLE VENDITE

	n° bottiglie	prezzo medio (€)
1) Freschello (Cielo e Terra)	4.250.047	1,5
2) Chardonnay Maschio (Giv)	3.046.048	2,9
3) Garzellino Secco (Civ&Civ)	2.669.649	1,9
4) Verduzzo Maschio (Giv)	2.215.550	2,9
5) Turà Lamberti (Giv)	2.183.809	2,8
6) Garzellino Amabile (Civ&Civ)	1.786.916	1,9
7) Fontana di Papa	1.345.242	1,5
8) Vermentino Aragosta	1.326.607	4,1
9) Vermentino Sella&Mosca (Campari)	1.224.403	5
10) Est! Est!! Est!!! (Bigi)	1.026.360	3,8

BIANCHI/I 10 TOP DEL FATTURATO

	fatturato (€)	prezzo medio (€)
1) Chardonnay Maschio (Giv)	7.544.316	2,9
2) Freschello (Cielo e Terra)	5.630.893	1,5
3) Vermentino Sella&Mosca (Campari)	5.539.327	5
4) Verduzzo Maschio (Giv)	5.395.510	2,9
5) Turà Lamberti (Giv)	5.178.696	2,8
6) Corvo Glicine (Ilva)	4.656.011	5
7) Vermentino Aragosta	4.463.917	4,1
8) Corvo Bianco (Ilva)	4.449.414	5,1
9) Garzellino Secco (Civ&Civ)	4.305.289	1,9
10) Est! Est!! Est!!! (Bigi)	3.694.391	3,8

Tre Bicchieri e Terroir. La bella domenica del Gambero al Vinitaly

La premiazione dei 14 produttori e di sette terroir selezionati insieme con Confagricoltura. Poi la maxi degustazione dei 375 vini Tre Bicchieri. E già si pensa al 2013.

a pag. 3

Un miliardo di euro, 340 milioni di bottiglie da 0,75. E al primo posto, otto milioni di bottiglie Freschello, sommando rossi e bianchi, autentico vino low cost (costa, in media, 1,5 euro) prodotto dalle Cantine Colli Berici che supera sia il Nero d'Avola Gattopardo, new entry nella tipologia dei rossi, sia il classicissimo Corvo Rosso, e perfino lo Chardonnay Maschio, etichetta leader del colosso Gruppo Italiano Vini, nella tipologia dei bianchi.
Le tabelle pubblicate oggi da Tre Bicchieri che ha elaborato i dati riservati di Symphony Iri (che stamattina al Vinitaly ha presen-

Segue a pag. 2 >>>

TRE BICCHIERI
il quotidiano dei professionisti del vino
GAMBERO ROSSO

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

VINI&MARTELLI

Anche al Vinitaly arriva il vino bio. Vi spiego io che cos'è

Sembrava che i Paesi vitivinicoli europei fossero d'accordo sul concetto che "tutto il vino è biologico" e che quindi una specifica categoria sarebbe stata inopportuna, invece no. L'Ue, con il regolamento 203/2012, ha ufficialmente decretato il "vino biologico" mentre prima era permesso solo produrre "vino ottenuto da uve biologiche". Che il varo di questo regolamento non sia stato facile lo dimostra anche il fatto che l'Ue abbia già previsto una rinegoziazione entro il 1° agosto 2015. La normativa entrerà in vigore il 1° agosto 2012, con la prossima vendemmia. In ogni caso sarà possibile etichettare come "vino biologico" anche produzioni antecedenti a patto che il produttore dimostri che il vino sia stato ottenuto nel rispetto del regolamento. Ma che cos'è il vino biologico? Anzitutto esso deve provenire solo da uve biologiche. Inoltre sono vietate le seguenti pratiche: concentrazione parziale a freddo, eliminazione dell'anidride solforosa con procedimenti fisici, trattamento per elettrodialisi per garantire la stabilizzazione tartarica, dealcolizzazione parziale, trattamenti con scambiatori di cationi. Le dosi di anidride solforosa sono abbassate rispetto ai vini convenzionali: per i rossi si passa dai 150 milligrammi/litro ai 100, per quelli bianchi e rosati da 200 milligrammi/litro a 150.

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

IL VINO ITALIANO AL SUPER

Continua da pag. 1 >>>

tato la sua consueta ricerca sulle vendite di vino nella Gdo nel 2011 insieme con una seconda ricerca sui comportamenti dei consumatori curata dalla sociologa Marilena Colussi per conto di Veronafiere), dimostrano che, nell'anno forse più duro della crisi gli italiani considerano con estrema attenzione il fattore prezzo pur non rinunciando alla qualità come dimostra la tenuta di etichette storiche come il rosso Santa Cristina di Antinori o il Vermentino Sella&Mosca di Campari.
Del resto il 46,7% del campione della ricerca della sociologa Colussi (2mila consumatori intervistati a febbraio scorso) dichiara di "cercare sempre il prezzo più basso" mentre una percentuale molto più alta (il 78,3%) riconosce che la qualità dell'offerta dei vini nella Gdo è migliorata.
Insomma, come hanno riconosciuto i partecipanti al panel Symphony Iri di stamattina (Gianluca Di Venanzo, dg di Despar, Sergio Soavi di Coop Italia, Giuseppe Zuliani, direttore marketing Conad e Virgilio Romano, client service director di Symphony Iri), gli italiani non rinunciano al vino ma sanno modulare gli acquisti a seconda delle capacità di spesa e l'occasione d'acquisto (consumo quotidiano o qualche evento in famiglia).
Ecco perchè queste tabelle - lo diciamo per prevenire le obiezioni delle aziende citate ma anche di quelle non citate e della stessa Symphony Iri che non pubblicizza i dati etichetta per etichetta - sono, piaccia o no, una fotografia esatta delle scelte fatte dai consumatori negli iper, nei super e nei punti vendita di superficie compresa tra 100 e 399 mq. E pertanto non vanno lette per quello che non sono: graduatorie di performance commerciali (non si può paragonare, per dire, il Freschello da 1,5 euro con il Morellino La Mora a 5,7 euro a bottiglia) nè tampoco come classifiche di qualità. Semmai l'attenzione va posta sulle new entry e sul tasso di crescita, indicatore quest'ultimo di politiche commerciali attente al mercato.

ROSSI/CHI CRESCE DI PIÙ (in volumi)

1) Nero d'Avola Gattopardo	+63,3%
2) Bonarda Le Cascine (Losito&Guarini)	+43,4%
3) Montepulciano d'Abruzzo La Cacciatora (Caldirola)	+42,2%
4) Chianti Le Chiantigiane	+27%
5) Sangiovese Galassi (Cevico)	+11,4%
6) Nero d'Avola Settesoli	+11,3%
7) Morellino di Scansano La Mora	+10,2%
8) Freschello (Cielo e Terra)	+9,9%
9) Santa Cristina (Antinori)	+8,9%
10) Bonarda Casabella	+8,8%

BIANCHI/CHI CRESCE DI PIÙ (in volumi)

1) Corvo Glicine (Ilva)	+13%
2) Turà Lamberti (Giv)	+9%
3) Prosecco La Gioiosa	+6,9%
4) Verduzzo Maschio (Giv)	+6,5%
5) Chardonnay Maschio (Giv)	+5%
6) Muller Thurgau Martellozzo	+4,6%
7) Vermentino Sella&Mosca (Campari)	+3,4%
8) Garzellino Amabile (Civ&Civ)	+2,9%
9) Vermentino Lughena (Giogantinu)	+2,7%
10) Freschello (Cielo e Terra)	+1,9%

VINO&CONSUMI **L'ANALISI**

Prezzo. Pubblicità. Tradizione. Le decisioni d'acquisto di un vino sono guidate da diversi fattori. Che le aziende vinicole conoscono sempre meglio. Grazie al marketing sempre più strategico nelle scelte di produttori e imbottigliatori.

Le etichette più amate dagli italiani

di Lorenzo Tersi *

Per leggere le tabelle pubblicate oggi da Tre Bicchieri elaborate sui dati di SymphonyIri che stamattina al Vinitaly ha presentato la sua consueta ricerca annuale sui consumi di vino nella Gdo, è bene fare alcune precisazioni. Di ordine qualitativo e quantitativo. Partiamo dai vini bianchi. In questo segmento il best player del fatturato (7,5 milioni di euro) resta il Gruppo Italiano Vini che fa brand-building con i marchi Maschio e Lamberti. La forza contrattuale verso le insegne distributive trascina sopra il milione di pezzi venduti anche l' Est!Est!Est! di Bigi e Fontana di Papa.
Nella classifica dei bianchi crescono vini con caratteristiche tipiche dell'"easy to drink" come il Corvo Glicine del gruppo Ilva (+13%) e il Turà di Giv (+9%): siamo di fronte nel primo caso davanti al fenomeno dei vini a bassa gradazione e petillant, nel secondo davanti a un consumatore "psicocentrico" che trova sicurezza-relativa verso marchi storici. Non deve stupire il fenomeno Freschello (del guppo Cielo e Terra, Cantine dei Colli Berici): vero vino low cost, nelle due versione bianco e rosso vince il torneo della convenienza, prezzo medio 1,50 euro, un vero "driving market". Il miglior posizionamento qualitativo della tipologia bianco va al vermentino Sella & Mosca del gruppo Campari: un vino che marca un territorio vocato ai bianchi come la Sardegna che presenta un secondo player come il Vermentino Aragosta.
Nei vini rossi vediamo una forte dicotomia fra gli "entry wine", come il Nero d' Avola Gattopardo che cresce del 63% mentre il Sangiovese Botte Buona, il Montepulciano d' Abruzzo La Cacciatora Caldirola sono tutti al di sotto dei 2 euro. Buona la performance di Marchesi Antinori con il classico Santa Cristina. Gli Antinori stanno giocando la carta della brand-extension: dopo il bianco il rosato proporranno il Chianti. Il must del sud Italia resta il Corvo rosso mentre il Morellino La Mora di Cecchi resta il miglior vino di posizionamento qualitativo e prezzo medio di vendita con tasso di sviluppo del 10,2%. Sorprendenti le performance di sviluppo del Sangiovese di Romagna Galassi con una crescita del 11,4%, frutto di una ponderata crescente e di un tasso di fidelizzazione supportato dalla comunicazione televisiva.
La Bonarda, molto venduta al Nord Ovest, trova negli imbottigliatori Lo Sito e Guarini un' espansione degna di nota. La cooperativa Le Chiantigiane con un +27% ha beneficiato di attività promozionali "spinte" così come il Montepulciano d' Abruzzo la Cacciatora. Il Teroldego di Mezzacorona vince la gara dei dei vini trentini. All' ufficio "vini scomparsi" i piemontesi.

* *wine consultant*

Il ministro dell'agricoltura, Mario Catania, con il presidente del Gambero Rosso, Paolo Cuccia. A destra, la degustazione dei Tre Bicchieri.

TRE BICCHIERI
il quotidiano dei professionisti del vino
Gambero Rosso

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 maiil: poster@poster-pr.it

VINITALY.1 VINO&PREMI *La premiazione dei 14 produttori e dei sette terroir selezionati con Confagri. Poi la maxi degustazione dei 375 vini Tre Bicchieri. E già si pensa al 2013.*

La domenica del Gambero

Il Vinitaly si è aperto, ieri, all'insegna del Gambero Rosso. Con la premiazione di 14 imprenditori del vino (vedi Tre Bicchieri di venerdì) rappresentanti di sette terroir italiani che hanno saputo sfidare la crisi (anzi, sono diventati driver di sviluppo) selezionati insieme con Confagri. E, sempre nella giornata di domenica, con una maxi-degustazione dei 375 vini top (Tre Bicchieri) della Guida del Gambero.
"I premi ai terroir e ai loro campioni imprenditoriali" ha esordito il presidente di Confagri Mario Guidi "vogliono inaugurare un nuovo modo di comunicare il vino e per questo l'allenza con il Gambero Rosso è importante". "In un paese come il nostro è fondamentale recuperare il concetto di meritocrazia: le pagelle aiutano l'intero sistema a crescere", gli ha fatto eco Paolo Cuccia, presidente del Gambero Rosso" E' arrivato il momento di fare sistema tra enti fieristici, associazioni di categoria e governo".
Vale la pena ricordare le 14 aziende premiate: Bava e La Caudrina per il Moscato d'Asti; Merotto e Bisol per il Prosecco; Ca' Lojera e Provenza per Lugana; Brigaldara e Zenato per la Valpolicella; Ermete Medici e Villa di Corlo per il Lambrusco; il Chianti Geografico e Castello Banfi per il Chinati; Candido e Leone De Castris per il Salice Salentino.
Non meno emozionante il secondo evento della giornata, la degustazione dei vini Tre Bicchieri a cui ha partecipato un wine lover d'eccezione come il ministro dell'Agricoltura, Mario Catania, che nell'intervista esclusiva a Tre Bicchieri di venerdì aveva confidato le sue passioni enologiche. Tra i degustori entusiasti anche l'ambasciatore coreano Young-Seok Kim: " Sono rimasto impressionato, in particolare, dai rossi sardi e siciliani. Sono convinto che il vino italiano possa crescere moltissimo sui mercati orientali: si tratta di lavorare molto a livello comunicativo e formativo".
"La sensazione" ha ribadito Cuccia "è che le stagioni migliori stiano finalmente per arrivare. Confortano, in questo senso, i dati del 2011: sono stati esportati quasi 24 milioni di ettolitri, di vino con un giro d'affari di 4,4 milioni di euro". E già si pensa alle iniziative di promozione del 2013.

VINITALY.2 VINO&BANCHE *In questa fase di crescita sui mercati esteri, il sostegno del sistema bancario è fondamentale, dice il presidente di Fedagri, Gardini. Che lancia un appello.*

PIÙ CREDITO, PIÙ EXPORT

di Gianluca Atzeni

Partiamo da un assunto: maggiore è l'attività di lavorazione e trasformazione, più alta sarà la necessità di capitale. E questo vale soprattutto per il vino. Ecco perché dal gremitissimo Auditorium Verdi del Vinitaly, davanti al ministro Catania e al presidente della commissione agricoltura del Parlamento Ue, Paolo De Castro, il mondo della cooperazione ha voluto mandare un messaggio forte: "Diamo credito al vino italiano". Un titolo che avrebbe meritato un punto esclamativo alla fine, perché "l'accesso al credito – ha detto il presidente di Fedagri, Maurizio Gardini, durante il dibattito moderato dal direttore del Corriere della Sera, Ferruccio De Bortoli – è un punto critico per lo sviluppo delle coop vitivinicole. Abbiamo bisogno di strumenti finanziari strutturati soprattutto per esportare il vino". Il settore, che vanta un grado di patrimonializzazione sopra la media della cooperazione agricola nel suo complesso, conta 2,2 miliardi di debiti finanziari (dati 2009). Gran parte delle risorse si riferiscono a debiti verso le banche per 1,6 miliardi (il 73%) a cui si aggiunge mezzo miliardo di risparmi investiti dai soci nelle coop (prestito sociale). Ma l'impresa cooperativa ha il problema del reperire risorse e ciò dipende anche dalla bassa patrimonializzazione rispetto alle spa. I rapporti con le banche sono difficili e i rubinetti del credito si stanno chiudendo: il 15,4% dei richiedenti ha ottenuto prestiti inferiori a quelli richiesti e il 7,7% si è visto respingere la domanda. Mentre le sofferenze bancarie in tutto il comparto agroalimentare sono cresciute del 39% tra settembre 2010 e settembre 2011. Non solo: a parità di importi e durata dei prestiti, un'azienda agricola sostiene nel breve periodo quasi il doppio del costo del denaro rispetto ad altri settori (a settembre 2011 il Taeg medio ponderato per prestiti fino 5 anni è del 4,51 per le agricole e del 2,39 per le manifatturiere). Per contrastare gli scarsi investimenti, diverse iniziative sono state messe in campo da Ismea, Unicredit, Intesa Sanpaolo (Agriventure) e BancaImpresa, a cui Gardini ha rinnovato anche un altro appello: "Evitare che i marchi del Made in Italy vadano in mano straniera".

VINO & OLIO
LA GUIDA DEL GAMBERO AL SOL

Non solo vino a Vinitaly. L'altro grande protagonista è l'olio cui è dedicato il salone Sol che si volge in concomitanza con il salone del vino sempre a Verona: stamattina l'extravergine è stato al centro del convegno in Sala Salieri "La filiera olivicola italiana incontra il mercato" in cui sono intervenuti il presidente del Gambero Rosso Paolo Cuccia, il presidente Unaprol Massimo Gargano, la senatrice Colomba Mongiello (Pd), gli assessori all'agricoltura Angela Birindelli (Lazio) e Mauro Febbo (Abruzzo), il direttore dell'Icqrf Giuseppe Serino, il presidente della Commissione Agricoltura del Senato Paolo Scarpa Bonazza Buora e il presidente Coldiretti Sergio Marini. Grande successo anche per la presentazione della seconda edizione della Guida Oli d'Italia realizzata dal Gambero Rosso in collaborazione con il Mipaaf e l'Unaprol: 330 aziende per 500 oli divisi per regioni e con informazioni su olivicoltura del territorio e consigli su dove mangiare e dormire. Le selezioni si sono svolte sugli oli dell'ultima campagna valutati in foglie (un rating equivalente ai Tre Bicchieri del vino), da zero a tre. E a dimostrazione dell'attenzione rivolta all'extravergine d'oliva ii carabineri del Nac in collaborazione con l'Unaprol hanno presentato stamattina il decalogo "Senzaimbrolio", per guidare i consumatori nella lettura dell'etichetta.

Nomacorc presenta Select Series, la nuova gamma di tappi coestrusi per vino dalle elevate prestazioni

- Garanzia della gestione costante dell'ossigeno in bottiglia rispetto a qualsiasi altro tappo per vino
- Colore e materiale di realizzazione indistinguibili dal sughero naturale
- Prima e unica chiusura alternativa ed ermetica che può essere stampata all'estremità

Per saperne di più sulla Promessa dell'Enologo visita **http://it.nomacorc.com/**

NOMACORC® Select Series

seguici anche su:

Nomacorc SA | Via L.Dalla Via | Centro direz. Summano, Torre A, Piano 3 | 36015 Schio (VI) | Italia | tel. +39/0445/500808 | Fax +39/0445/500897 | nomacorc.com

500.000.000

di chiusure **eco-responsabili.**

Guala Closures Group, leader mondiale nella produzione di chiusure a vite in alluminio per il vino, è impegnato in una strategia di eccellenza e innovazione eco-responsabile. Ha messo a punto il primo label eco-responsabile del settore. Nel 2012, Guala Closures Group compenserà le emissioni di CO_2 generate dalla produzione di 500 milioni di chiusure in alluminio per vino*.

top™ Label di qualità eco-responsabile e controllata

- Qualità e sicurezza
- Ottimizzazione dei consumi energetici
- Compensazione del 100 % delle proprie emissioni di CO_2**
- Controllato da un ente certificatore indipendente

ENVIRONNEMENT ECOCERT

Guala Closures Group

*chiusure Divinum®, Wak® e Roll On Te® prodotte in Italia, Australia e Nuova Zelanda.

Per informazioni: info@gualaclosures.com - www.gualaclosures.com

**durante il ciclo di produzione della chiusura, fino alla consegna al cliente.

ulysse/agoodforgood®