

Ecco quanto berranno e quanto spenderanno gli italiani per i pranzi e le cene di Natale (Fonte: Oeve di Piacenza).





Bianco & Rosso

I prezzi delle uve continuano a scendere e questo, a fronte di un sia pur lieve incremento dei prezzi agricoli (+ 0,8%), come hanno ricordato stamattina la Cia. che ha tenuto a Roma la sua assemblea annuale, e l'Inea, l'istituto di economia agraria del Mipaf, non è proprio un bel segnale. Se poi si incrocia questo dato con le rilevazioni diffuse ieri da Eurostat (da cui risulta che il reddito pro capite degli agricoltori italiani è sceso quest'anno del 3.3% il risultato peggiore dell'Ue) non si può non essere preoccupati. Perchè se il mercato non remunera l'impresa vitivinicola (pochi centesimi al chilo sono quasi una beffa), la conseguenza non può che essere il taglio degli investimenti utili per fare qualità. E. nei casi

La Cia, nell'assemblea di oggi, ha parlato di 25mila aziende agricole "sparite" dal mercato (non tutte vitivinicole, si badi) e di un pesante taglio degli investimenti (-3,5% rispetto al 2009) che sono, come dicevamo, il carburante della crescita (soprattutto qualitativa). Quello che sta facendo una vera controtendenza che ci piace segnalare l'olivicoltura ormai avviata su quel percorso del "fly to quality" che negli anni scorsi ha fatto la fortuna del vino italiano e che, ora, promette di fare la fortuna dell'olio italiano. Per il 2010, dice l'osservatorio economico della Cia, è attesa una crescita della produzione olearia del 6%. Più olio, ma soprattutto più olio di qualità (extravergine). E a prezzi capaci di remunerare la filiera.

TRE BICCHIERI@

COME RICEVERE QUESTO GIORNALE

estremi, la chiusura.

Tre Bicchieri è il primo quotidiano dedicato ai professionisti del vino e alla "wine economy". Nasce dalla competenza e dall'esperienza del Gambero Rosso.

E' un quotidiano on line (come saranno presto tutti i quotidiani). Per riceverlo basta lasciare i propri dati e la propria mail scrivendo a:

trebicchieriquotidiano@gamberorosso.it

IMPARARE A BERE

TOR VERGATA Si è conclusa oggi a Roma la campagna 2010 di educazione alimentare in 13 Università. Coinvolti 18mila ragazzi.

Il vino va all'Università

Premiati gli enospot degli studenti



I vincitori del premio PerBacco. Alba di Gennaro (alla sinistra di Beppe Fiorello). Mirko Rovini (terzo da destra). Gabriele Maurizi (secondo da destra). Elia Agostini (ultimo a destra)

di Loredana Sottile

1 vino punta sulle "annate giovani". Fuor di metafora, il sistema vino prova a intercettare (e a fidelizzare) nuovi consumatori e in un mercato interno che ha visto letteralmente crollare i consumi (oggi siamo a meno di 40 litri pro capite), i destinatari della cultura enologica non possono che essere i giovani. Così si spiega l'incontro di oggi "Vino e giovani-L'art de vivre!" alla Facoltà di Economia dell'Università Tor Vergata di Roma a termine della

Segue a pag. 2 >>>

IL NATALE DI NONSOLOVINO

Un'annata come il 2006 *

Sono sicurissimo di cosa regalerei a Natale: una magnum di Chablis Le Clos '06 di Dauvissat.

Una bottiglia semplicemente straordinaria: sarei felice al pensiero che qualcuno se la possa godere. Mentre sarei felicissimo di ricevere in regalo dal buon Dio

un'ottima annata vinicola com'è stata quella del 2006. Sarebbe un regalo che aprirebbe la strada a mille altri doni.

* Andrea Sottimano Azienda Sottimano Neive (Cn)

la**GIORNATA**



Bollicine a quota 100

• E' il numero delle bottiglie stappate per le Feste.

Il vino per bambini



Si chiama Chicco d'uva. Idea di una coop emiliana.





Lambrusco



• Prodotta a Parma con i lieviti del vino.

Promozione Bordeaux



· Le idee per promuovere il vino francese nel 2011.





www.galaenergia.it







Direttore editoriale esecutivo Carlo Ottaviano Redazione Giuseppe Corsentino 06 55112244 mail: newsletter@gamberorosso.it

Gambero Rosso Holding spa Via Enrico Fermi 161 - 00146 Roma Progetto grafico Ercreativity (Enrico Redaelli) Milano

La prima birra fatta con il Lambrusco

■ Cantine Ceci di Torrile (Parma), storica azienda produttrice di Lambrusco, ha creato la prima bionda al mondo con i lieviti del Lambrusco. Si chiama Birra di Parma, nelle versioni Oro (chiara) e Bronzo (ambrata). Da un'idea della famiglia Ceci in collaborazione con Leonardo Di Vincenzo del Birrificio del Borgo (Rieti), una birra non filtrata, non pastorizzata, rifermentata in bottiglia con i lieviti del vino.

Cia, a Natale il vino si compra in campagna

■ A Natale il vino si compra in campagna direttamente dal produttore. L'ultima ricerca della Cia, la Confederazione italiana agricoltori (che quest'oggi fa la sua assemblea annuale a Roma), fornisce un altro indicatore della crisi: 10 milioni di italiani per i pranzi di Natale e Capodanno andranno a fare la spesa in campagna (dal contadino e in cantina) o nei mercatini delle varie organizzazioni agricole. Prodotti e bottiglie di vino del territorio.

Lo spumante Durello festeggia con Zaia

■ Il Durello festeggia le 600mila bottiglie. Giovedi' 23 dicembre a Palazzo Balbi, a Venezia, saranno le bollicine del Lessini Durello, lo spumante nato sulle colline di Verona e Vicenza dall'uva autoctona Durella, a celebrare il brindisi natalizio del presidente della Regione Luca Zaia.Sara' un momento di visibilita' per questo particolare spumante che chiude il 2010 mettendo a segno importanti risultati: +9% di botiglie prodotte rispetto al 2009.

VINO & GIOVANI

Continua da pag. 1 >>> campagna di educazione alimentare organizzata dall'Enoteca Italiana di Siena, dal Ministero delle Politiche Agricole, dalla Regione Lazio in partnership con il progetto europeo "WineInModeration. Art de vivre". "Educare i giovani al consumo consapevole è fondamentale - spiega Fabio Carlesi, segretario generale di Enoteca Italiana - così come far capire che il mondo del vino è anche un settore che offre occupazione". Il vino, anzi la "wine economy", come opportunità di lavoro. Il progetto del Ministero in 12 mesi ha coinvolto 18mila ragazzi in 13 Università. Guest star di oggi, l'attore Beppe Fiorello. Tra gli eventi, la presentazione dei progetti vincitori del concorso "PerBacco", dedicato alla comunicazione creativa del vino. Sul podio dei vincitori, Mirko Rovini, 29 anni, di Pisa (suo lo slogan vincente: "Wine Fi"); Alba Di Gennaro, 21 anni, di Avellino; Gabriele Maurizi, 26 anni, di Arezzo (suo lo slogan"Winenot") e Elia Agostini, 19 anni di San Benedetto del Tronto. Per loro un premio di 1.000 euro e un week end in una cantina associata al Movimento Turismo del Vino (partner del concorso). Ma l'ultima parola nella lunga giornata romana spetta al vino con le due degustazioni che hanno concluso l'evento: una guidata, collaborazione con l'Agivi del Lazio, l'altra libera, dedicata alle etichette del

ESCLUSIVO

CONSUMI DI NATALE L'Osservatorio economico vini effervescenti di Piacenza anticipa a Tre Bicchieri i dati di fine anno. Tutti positivi

Auguri, l'Italia stappa 100 milioni di bollicine



di Gianluca Atzeni

nsumi di bollicine stazionari per le feste 2010, nonostante la crisi. A cavallo tra dicembre e gennaio si stapperanno 101 milioni di bottiglie (97 italiane e 4 straniere), 60 nella sola notte di Capodanno, per una spesa totale di 720 milioni di euro. Sono i dati dell'Osservatorio economico vini effervescenti di Piacenza, anticipati a Tre Bicchieri, secondo cui per queste festività prevarrà l'acquisto last-minute con un +6% nella Gdo e le bollicine made in Italy preferite per i regali (+5%) rispetto ai cesti tradizionali (-10%). Lieve calo di presenze in



II logo del nuovo Osservatorio vini effervescenti creato a Piacenza da Giampietro Comolli (a sinistra).

ristoranti e cenoni (-4%), a prezzi stabili, e crescita di happy hour e mescita nei wine bar. Le tipologie brut e dry copriranno il 70% dei brindisi di fine anno, mentre continua il calo dello champagne: da 5,1 milioni di bottiglie del 2007 ai 3,5 milioni del

2010, ma in leggera risalita grazie a prezzi più bassi. Cambia il rapporto giovanibollicine."Fra i giovanissimi spiega il direttore dell'Osservatorio Giampietro Comolli - un

calice di vino effervescente ha sostituito nel 50% dei casi analcolici e cocktail; e negli ultimi due anni, il 60% dei consumatori abituali ha aumentato il consumo di vini italiani con bollicine".

Il comparto italiano spumanti vale 2,9 miliardi di euro al consumo e l'Italia si conferma terzo paese produttore, dopo Germania e Francia, con 380 milioni di bottiglie (+9% sul 2009) che escono soprattutto dalle cantine di Veneto, Piemonte e Lombardia, e primo esportatore mondiale con 226 milioni di bottiglie (+33 milioni sul 2009). E in tutto il mondo, per la notte di Capodanno, voleranno 150 milioni di tappi italiani.

VENDITE ON LINE/DESIGNWINE.COM

SE IL VINO PRENDE FORMA COME UN OGGETTO DI DESIGN

Il vino come oggetto di design. Questa l'idea di DesignWine.com. Una enoteca on line, in sostanza, dove "il processo di selezione - spiega Timothy O'Connell, presidente e socio fondatore - è imparziale ed è curato esclusivamente dai nostri degustatori". Una formula che ha portato, a otto mesi dal lancio del sito, ad un migliaio di iscritti."I nostri clienti – afferma Timothy - sono più che soddisfatti. E la cosa più gratificante, operando noi in Romagna, è che molti di loro siano del Sud".

MARKETING ENOLOGICO

Una cantina di Modena lancia il vino per bambini

Si chiama "Chicco d'uva" il vino per i bambini realizzato dalla Cantina Formigine Pedemontana, cooperativa vitivinicola modenese. «È un prodotto naturale che contiene il 90% di uva Grasparossa - dice il presidente della cooperativa, Alberto Vaccari - nella zona del Lambrusco siamo la prima cantina a realizzare un prodotto così».



Lazio.





Berebene low cost 2011 su iPhone e iPad

2600 vini a prezzi giusti e quasi 600 vini con il miglior rapporto qualità prezzo





Dalla Vite alla Vite.

OLTRE 3 MILIARDI DI CHIUSURE A VITE PER IL VINO VENDUTE NELL'ULTIMO ANNO.

Dal 1954 Guala Closures Group soddisfa le esigenze delle più prestigiose case vinicole, in Italia e nel mondo, personalizzandone le chiusure con una gamma infinita di colori, forme, dimensioni e materiali. Attraverso le più avanzate tecnologie di serigrafia, stampa a caldo, litografia, offset e stampa a rilievo, il Gruppo è in grado di creare per i propri clienti un'identità di marca inconfondibile, elemento fondamentale di una politica di marketing di successo. Più di 2.000 managers, professionisti e tecnici uniti da un'unica passione: proteggere la qualità del vino attraverso una costante ricerca e innovazione che ha portato il Gruppo ad introdurre, per primi sul mercato, una chiusura a vite dotata di banda "Tamper Evident" contro la contraffazione del vino.





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 Piera Allegretti 06 68896932 allegretti@poster-pr.it Caterina Giordano 06 68896904 cgiordano@poster-pr.it

Jack Daniel's e Constellation vendono tutte le loro etichette

Due tra le più grandi compagnie di beverage al mondo stanno vendono le loro etichette di vino. Secondo il WSJ, la Brown-Forman (famosa per il Jack Daniel's, foto) sarebbe intenzionata a mettere all'asta la sua "wine-unit" che vanta brand come Fetzer e Bonterra Vineyard. La vendita potrebbe fruttare alcune centinaie di milioni di dollari. La compagnia aveva già venduto nel 2008 le sue due etichette di vino italiano: Bolla e Fontana Candida. Anche la Constellation Brand, multinazionale leader del settore con sede a Victor nello stato di New York, sarebbe in procinto di vendere gran parte delle sue etichette non americane ad un prezzo che oscilla tra 200 e 250 milioni di euro.



Argentina e Australia promuovono i loro vini. Così

■L'Argentina e l'Australia riorganizzano la promozione dei loro vini. ProMendoza, l'azienda di promozione argentina, apre un nuovo ufficio a Shanghai a marzo 2011. La direttrice, Maria Florencia Rebudero, a Decanter: "Daremo lo spazio ai produttori di Mendoza che potranno così farsi conoscere". Australian Wine, l'azienda di promozione australiana, nomina un nuovo direttore per il mercato europeo. Yvonne May, che sempre a Decanter, ha annuciato: "Farò di tutto per ricostruire l'immagine del vino australiano come vino di qualità".

ARCHITETTI **& BORDEAUX**

I francesi per vino e cultura non badano a spese. Sono ben cinque le equipe di architetti e designer selezionate per sovrintendere alla costruzione del "Centro Culturale del Vino" di Bordeaux che verrà inaugurato nel 2014. Uno spazio di intrattenimento e scoperta culturale da diecimila metri quadri per il quale sono stati stanziati 46 milioni di euro.

STRATEGIE

L'ESEMPIO FRANCESE Il Cvib (l'equivalente dei nostri consorzi) ha varato ieri un piano per tutelare il vino: stop ai bassi prezzi, lotta alla contraffazione, sostegno ai produttori.

Le tre buone idee del Bordeaux

di Martina Zanetti

Bordeaux il vino presenta le sua agenda "post-crisi" 2011. La CIVB (il Consiglio Interprofessionale Vini di Bordeaux, l'equivalente dei nostri consorzi), alla riunione generale di ieri, ha fatto il punto della situazione. Obiettivi raggiunti e obiettivi da raggiungere in uno scenario di una

ripresa del settore. A luglio tà, severe misure contro la scorso la CIVB aveva presen- contraffazione e sostegni ai tato un piano di rilancio chiamato "Bordeaux Domani". Piano che prevede un freno deciso al ribasso dei prezzi (perchè una corretta politica di prezzo è fondamentale quando messe in atto e prevediamo di si tratta di prodotti di eccellenza come il vino Bordeaux); controlli più rigidi sulla quali-

produttori in crisi. Il presidente della CIVB, George Haushalter, ha commentato così al quotidiano Le Parisien: "Molti misure sono già state raggiungere tutti i nostri obiettivi nel corso del 2011".



George Haushalter presidente della CIVR Bordeaux.



GALA S.p.A.,

nata a seguito della liberalizzazione del mercato elettrico attuata nel 1999, opera nel settore dell'energia ed ha per oggetto sociale:

- 🖊 la commercializzazione dell'energia elettrica e del gas (quest'ultimo dal 2011)
- 📮 lo sviluppo di servizi per il risparmio energetico
- 📮 la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili

GALA è sinonimo di energia pulita: infatti è in grado di fornire ai propri clienti energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili ed assisterli per individuare gli interventi che possono effettivamente ridurre i consumi (i costi) energetici. Il settore enologico, anche al fine di competere con maggiore possibilità di successo sui mercati internazionali, vive con grandissima attenzione l'esigenza di orientare la produzione del vino in tutta la sua filiera verso processi altamente qualificati ed ecologici e di ridurne i costi. Una importante componente dei costi è rappresentata dal consumo di energia elettrica.

GALA, in occasione dell'evento "Tre bicchieri" della Guida dei Vini d'Italia 2011 del Gambero Rosso, ha messo a punto per le aziende che operano nel settore enologico una proposta molto interessante denominata "Winenergy D.O.C." che prevede la fornitura di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili con tariffe particolarmente competitive, studiate sulla stagionalità dei consumi di energia che caratterizza questa tipologia di utenze.

Vi invitiamo ad inviare copia della Vostra bolletta energetica a GALA che Vi dirà quanto risparmiate con la tariffa "Winenergy D.O.C." messa a punto specificatamente per le aziende che operano nel settore viti-vinicolo, le quali potranno sottolineare nelle proprie iniziative promozionali che utilizzano nei processi per la produzione del vino esclusivamente energia pulita generata da fonti rinnovabili.

PER CONOSCERE MEGLIO GALA, VISITATE IL NOSTRO SITO





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.

