

*Tre Bicchieri
va in vacanza.
Auguri di Buon Natale
e Buon Anno
ai nostri lettori.
Appuntamento
al 10 gennaio*

Anno 1 - n. 42 - giovedì 23/12/2010 - S. Vittoria

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

www.gualaclosures.com
www.savethewines.com

**Dalla Vite
alla Vite.**

Guala Closures Group

AGENDA VINO 2011

*I progetti, i programmi,
le speranze del settore
vitivinicolo italiano.*

Con gli interventi di...

5
✓ Giancarlo Galan,
ministro dell'Agricoltura

✓ Paolo De Castro,
presidente Commissione Agricoltura
del Parlamento Europeo

✓ Giovanni La Via
europarlamentare

6
✓ Lucio Mastroberardino,
presidente dell'Unione Italiana Vini

✓ Riccardo Ricci Curbaastro,
presidente di Federdoc

✓ Edoardo Narduzzi,
economista del vino



"Quando non c'è energia non c'è colore,
non c'è forma, non c'è vita"

- Michelangelo Merisi detto il Caravaggio -

www.galaenergia.it



Direttore responsabile Daniele Cernilli
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 Ecreativity (Enrico Redaelli) Milano



Il ministro dell'Agricoltura Galan: si sta impegnando nella semplificazione.



Lucio Mastroberardino, produttore e presidente dell'Unione Italiana Vini.



Paolo De Castro, presidente della Commissione Agricoltura Europarlamento

IL MINISTRO DELL'AGRICOLTURA

Semplificherò la vita alle aziende del vino

di Giancarlo Galan

Compito della politica è, innanzitutto, comprendere le esigenze del settore al quale si rapporta, cercando, se è possibile, almeno di non complicare la vita di chi produce e di chi vi lavora. Per questa ragione la semplificazione è un punto irrinunciabile del mio mandato, appena affidatomi, di ministro delle politiche agricole alimentari e forestali.

Sono particolarmente orgoglioso di aver varato, proprio in questi giorni prenatalizi, quattro decreti che modernizzano e semplificano l'agricoltura italiana, fissando nuove regole per il riconoscimento della qualità, della tutela e dell'accesso per le produzioni vitivinicole. Un traguardo importantissimo, per un settore in cui l'Italia è leader nel mondo intero. La capacità e l'arte che i nostri produttori mettono nel loro lavoro è un indiscusso punto di riferimento per chiunque nel mondo si avvicini all'enologia, o comunque al vino, con un po' di curiosità. In questi anni, gli operatori della filiera vitivinicola hanno mostrato una forte capacità di modernizzarsi scegliendo, intelligentemente, di farlo nella direzione giusta: quella della qualità.

La sempre maggiore penetrazione nei mercati internazionali, pur con tutte le difficoltà imputabili alla congiuntura economica internazionale e alle nostre difficoltà interne (parlo, come si può capire, della crisi e dei tagli alla spesa pubblica) è dovuta principalmente a questa caratteristica del nostro vino. Dobbiamo fare in modo che questa tensione prosegua con sempre maggior energia e competenza. Il 2011 - ne sono assolutamente convinto - sarà l'anno dei risultati concreti: troveranno, infatti, applicazione tutte le nuove misure di gestione, previste dal decreto legislativo n. 61/2010 e dai decreti applicativi. Queste nuove regole, a trent'anni di distanza dalle vecchie norme del 1992, puntano a una forte innovazione e semplificazione del sistema produttivo, al fine di rendere più efficiente e competitivo il settore dei nostri vini di qualità sui mercati nazionali, comunitari e internazionali.

I testi degli interventi pubblicati in queste pagine sono stati raccolti da Carlo Ottaviano, Giuseppe Corsentino e Gianluca Atzeni.

LUCIO MASTROBERARDINO

PRESIDENTE DELL'UIV

Ecco come sconfiggere i nemici del vino italiano

di Lucio Mastroberardino

Guido dal 14 luglio dell'anno scorso l'Unione Italiana Vini, la più importante organizzazione professionale del settore (un migliaio di aziende iscritte che rappresentano un fatturato aggregato di oltre otto miliardi e una quota dell'export vinicolo che si avvicina al 90%). E qualche volta, pensando alla data del mio insediamento, mi viene in mente che anche noi produttori di vino dovremmo fare la nostra rivoluzione, avere la nostra Bastiglia. Ma chi assaltare? Il ministero dell'Agricoltura? I venti assessorati regionali? I palazzi dell'Unione Europea a Bruxelles? Oppure quello dell'Ice che deve occuparsi della promozione del vino italiano all'estero e, chissà per

quale maleficio, non ci riesce quasi mai con successo per cui accade che nel mercato più grande del mondo, la Cina, l'Italia vinicola è all'ottavo posto e i nostri cugini francesi, quelli che hanno fatto la Rivoluzione e chiuso con l'Ancien Regime, sono primi, maledettamente primi, con i loro Bordeaux e i loro Champagne. Scherzi a parte, non saprei da dove cominciare. Prendiamo l'export. Tutti dicono: bisogna conquistare i nuovi mercati. Benissimo. Ma bisogna anche guadagnarci perché se guardo i dati, mi accorgo che il prezzo medio di un litro di vino esportato nel 2000 era di 1,36 euro e nel 2010 di 1,46 euro (al netto dell'inflazione). Ora ditemi se 10 centesimi di euro possono bastare a finanziare tutti gli investimenti industriali e di

marketing indispensabili per essere player vinicoli mondiali. Certo, il crollo del prezzo delle uve ha finanziato i bassi prezzi della bottiglia, ma questo vuol dire distruggere il sistema vino. Voglio dire, insomma, che c'è un serio problema di sostenibilità della filiera. Di cui pochi sembrano rendersi conto in un Paese che fa 42 milioni di ettolitri di vino e deve venderli con profitto (cioè con margini industrialmente accettabili) e non solo sui mercati internazionali ma anche su quello interno. Tenere in equilibrio domanda e offerta vuol dire, allora, lavorare sulla domanda (nazionale ed estera). Altrimenti la soluzione è quella malthusiana: ridurre l'offerta, estirpare i vigneti. Non è quello che vogliamo.

PAOLO DE CASTRO COMMISSIONE AGRICOLTURA PARLAMENTO UE

L'Europa darà una mano

di Paolo De Castro

Sono passati oltre due anni dall'entrata in vigore dell'Ocm vino e nel 2012, l'Unione Europea verificherà lo stato di salute della riforma. Certamente, dal 2007 ad oggi, lo scenario mondiale è profondamente mutato: l'intensità della crescita economica ha prodotto un depauperamento delle risorse naturali e lo squilibrio tra il loro sfruttamento e la loro capacità di rigenerazione ha assunto maggior rilievo.

La crisi economica del 2009 ha, poi, messo in luce le carenze strutturali dell'economia europea. Nonostante tutto, il settore vitivinicolo italiano continua a

occupare una posizione di leadership mondiale. Oltre alla quantità, si punta ormai da anni sulla qualità che è il nostro principale punto di forza. Ma oggi, la qualità da sola non basta più. Occorrono nuove forme organizzative per essere forti sui mercati, perché la via dei commerci internazionali è una direzione obbligata per tutto l'agroalimentare, vino compreso.

Fortunatamente, la vocazione all'export dell'Italia può essere un punto di forza per il comparto. Bisogna proseguire su questa strada, rafforzando le capacità strutturali e organizzative lungo la filiera produttiva. L'Europa,

del resto, sta facendo della qualità un perno delle sue politiche di sostegno alla crescita. E noi dobbiamo trasferire il riconoscimento della qualità lungo la catena del valore modernizzando la struttura e l'organizzazione della base produttiva. Certamente, le regole Ue di politica agraria sono una "macchina complessa". Occorrono, quindi, presenza e impegno istituzionale per sfruttarne le tante opportunità.

Dobbiamo capire che l'Europa non è un luogo di decisione al quale guardare con diffidenza, ma uno spazio di opportunità per le imprese del comparto agroalimentare.

www.gualaclosures.com

www.savethewines.com



3 0 0 0 0 0 0 0 0 0 1

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.



Guala Closures Group



Giovanni La Via, europarlamentare, relatore del bilancio agricolo dell'Ue.



Riccardo Ricci Curbastro, produttore e presidente di Federdoc.



Edoardo Narduzzi, economista, specializzato nella "wine economy".

Pubblicità
Direttore commerciale Franco Dammicco
 06 55112356 - mail: dammicco@gamberosso.it
resp. Divisione Pubblicità Stefano Dini Ciacci
 06 55112346 - mail: ciacci@gamberosso.it
Concessionaria Poster Pubblicità
 Via Angelo Bargonni, 8 00153 Roma
 tel. 06 68896911 mail: poster@poster-pr.it
 Piera Allegretti 06 68896932 allegretti@poster-pr.it
 Caterina Giordano 06 68896904 cgiordano@poster-pr.it

GIOVANNI LA VIA EUROPARLAMENTARE COMMISSIONE AGRICOLTURA

Destra e sinistra unite. A Bruxelles e per il vino

di Giovanni La Via

Voglio cominciare questo intervento con una rassicurazione a tutti i lettori professionali di Tre Bicchieri: non c'è europarlamentare italiano di destra o di sinistra che non abbia a cuore i problemi del vino (e, più in generale, dell'agroalimentare). Grazie alla mia formazione - sono un economista agrario laureato a Catania con un Phd a Saragozza - sono il relatore permanente del bilancio agricolo dell'Unione, lavoro fianco a fianco con Paolo De Castro, e posso testimoniare che gli europarlamentari italiani, ripeto di destra e di sinistra, hanno sempre votato insieme tutti i provvedimenti a favore dell'agricoltura nazionale. Si lavora meglio a Bruxelles che a

Roma. Soprattutto quando si tratta di governare grandezze finanziarie dell'ordine di 63 miliardi di euro, che è il budget attuale della Pac e che è destinato a scendere, da qui al 2020, a 45 miliardi di euro e, per conseguenza, a modularsi diversamente, come sappiamo tutti. Oggi l'agricoltura italiana può mettere a bilancio 4,6 miliardi di euro alla voce "premio Pac". Il rischio reale è che questo "premio" si riduca di almeno un miliardo se dovesse passare la politica dell'ettaraggio (cui tengono molto la Polonia e i Paesi dell'Est con grandi superfici agricole). La partita è tutta qui, anche per l'OcmVino la cui discussione in sede europea non comincerà prima della fine del 2011, quando si saranno stabiliti principi e

criteri della nuova Pac 2013-2020. In ogni caso, è evidente che dovremo lavorare con risorse calanti perché il bilancio europeo nel suo complesso non potrà continuare a crescere all'infinito (e Francia e Germania hanno messo per iscritto che il budget 2011 - pari a 142 miliardi di euro, 54 alla voce agricoltura - sarà l'ultimo con il segno positivo). Certo, noi italiani - di destra e di sinistra - faremo una battaglia a Bruxelles perché il criterio dei contributi per ettaro sia "temperato" con i criteri del valore aggiunto della produzione, dell'occupazione, del contributo alla difesa del suolo e alla tutela dell'ambiente. Ma in futuro bisognerà darsi da fare con meno risorse.

RICCARDO RICCI CURBASTRO PRESIDENTE DI FEDERDOC

Impreparati al futuro

di Riccardo Ricci Curbastro

Federdoc ha concluso un 2010 positivo. Abbiamo contribuito alla nuova normativa sulle Do e Ig che semplifica le procedure burocratiche e detta le regole sulla qualità. Sul piano europeo, abbiamo dato il primo contributo alla stesura del documento della Commissione sulla politica della qualità, e altrettanto stiamo facendo per la Pac post 2013.

Con i consorzi associati stiamo attuando un Progetto triennale di promozione nelle Repubbliche Baltiche, Belgio e Olanda (1,1 milioni di euro nel 2010) e un Progetto triennale in Usa e Giappone (920mila euro).

Quanto al settore vino italiano, malgrado l'ottimismo che si ricava dall'export dei primi sette mesi (+3,7% in volume e +7% in valore) continua il calo dei consumi e ciò che si guadagna all'estero non compensa la perdita dei volumi all'interno. Uno scenario in cui imprese e istituzioni non sembrano capaci di assumere iniziative adeguate. Manca un focus sulle strategie per la conquista dei mercati. Invece, è proprio la promozione lo strumento indispensabile per il vino: la cabina di regia deve essere del Ministero e le competenze a chi ha dimostrato di saper fare progetti validi, come i nostri Consorzi.

Punto debole del sistema è la proliferazione delle Doc, che il mercato non segue. Da tempo chiediamo una semplificazione, che forse arriverà nel 2011. L'Italia si sta rivelando impreparata di fronte alla nuova Pac, che concederà poco al mondo agricolo, visto che finiranno gli aiuti ai Piani nazionali di sostegno (Pns). La Francia, ad esempio, assegna 480 milioni agli investimenti, mentre noi pensiamo di spalmarci a pioggia i 130 milioni che dal 2012 non andranno più a distillazioni e ai mosti. E sulla liberalizzazione degli impianti, Francia e Germania hanno già detto no, mentre noi siamo in ritardo. Come al solito.

L'ECONOMISTA DEL VINO

Le quattro mosse per vincere la partita globale

di Edoardo Narduzzi

Il mercato del vino chiude il 2010 meglio rispetto all'anno precedente quando il Pil italiano era crollato del 5% il valore più importante dell'intero dopoguerra. Ma come sarà l'economia del vino nel 2011 e, soprattutto, quali macrotrend sarà bene tenere sotto stretta osservazione? Per fare poker vanno tirate su dal mazzo le seguenti quattro carte.

Calcio totale nel mercato domestico. Le dinamiche di crescita della ricchezza italiana e, conseguentemente dei redditi, saranno modeste anche nel 2011. Gran parte dell'incremento del Pil sarà imputabile alla ripresa delle esportazioni. Il mercato domestico, in termini di consumi, sarà ancora debole. Per di più nel caso del vino proseguirà la tendenza ribassista, anche se lieve, nei consumi per capita. In questo scenario le aziende debbono giocare un calcio totale: dimenticare la marcatura a uomo fatta dalle vecchie politiche commerciali ed esplorare nuovi canali, nuovi prezzi, nuovi abbinamenti di prodotto e originali politiche di marketing.

Occhio al vino low cost. Una fascia crescente dei consumatori mondiali è sensibile a offerte a prezzi competitivi. Significa togliere dal processo di produzione della bottiglia il maggior numero dei costi diretti e indiretti possibili. La scamificazione del vino, simile a quanto fatto da Zara nei vestiti, è in pieno svolgimento. I produttori che resteranno indietro potrebbero soffrire in termini di quote di mercato. **e-commerce pronto al decollo.** L'iPad per il commercio elettronico del vino potrebbe essere un passaggio non neutrale. Il Pc non ha funzionato come interfaccia ottimale per stimolare l'e-business, sempre stato nel caso del vino ampiamente inferiore a quello di altri comparti merceologici. Ora i tablet rivoluzionano l'interfaccia e vendere vino via Internet potrebbe farsi molto più agevole. Un canale da presidiare.

Export-led strategy. Crescita e margini vanno ricercati all'estero. Esportare è ora una scelta obbligata. Una partita tutta giocata in punta di marketing, terreno nel quale le aziende italiane, ancora troppo familistiche e piccole dimensionalmente, sono indietro. Australiani e cileni puntano da decenni sulle esportazioni e vantano imprese che fatturano miliardi di dollari. Gli americani nel marketing sono dei numeri uno. Gli imprenditori debbono fare una evoluzione culturale per passare dall'esportazione indotta dalla degustazione all'export guidato dal messaggio posizionato nella testa del consumatore.

ROSSO

1472
1472
1472
1472
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