



La distribuzione delle Igt nelle regioni italiane
Fonte: elaborazione Tre Bicchieri su dati Ismea-Federdoc.

Anno 2 n.106 mercoledì 15/06/2011 Luna piena



Portabottiglie di design
www.esigo.it

esigo
DESIGNED FOR YOUR WINE

Bianco & Rosso

La Birra Moretti, storico brand italiano, è da oggi un nuovo main sponsor delle Città del Gusto di Gambero Rosso. Da sei anni Birra Moretti ha avviato un percorso finalizzato a divulgare una nuova cultura della birra in Italia, proponendone il consumo durante i pasti, sia come bevanda di accompagnamento alle pietanze sia come vero e proprio ingrediente per realizzarle.

All'interno delle diverse edizioni dei nostri corsi professionali verrà inserito un modulo formativo dedicato all'abbinamento birra-cibo, così come se ne parlerà nel master in Giornalismo e Comunicazione enogastronomica della Scuola del Gambero Rosso. Verranno proposti Cooking Show (il primo questa sera con Igles Corelli) e tanto altro ancora.

"Non c'è dubbio che per noi il Gambero Rosso è un partner ideale col quale cooperare in una serie di iniziative congiunte finalizzate a diffondere la cultura della birra in Italia" ha affermato Alfredo Pratolongo, direttore Comunicazione e Affari Istituzionali Heineken Italia, il gruppo olandese che dal 1996 è proprietario del marchio Birra Moretti. Da parte nostra aggiungiamo che la birra è sempre più un prodotto apprezzato dai foodies italiani, che oltre alle nostre tradizioni guardano a stili di consumo globali. Gambero Rosso e Birra Moretti lavorano per diffondere una cultura della birra legata al consumo responsabile e di qualità. Proprio da questa concordanza d'intenti nasce la nuova collaborazione.

ESCLUSIVO NODO CERTIFICAZIONE

A tarda sera negli uffici dell'ICQRF a Roma tutti d'accordo sulla proroga. Ma la filiera si impegna a mettere a punto un piano condiviso. Ci riuscirà?

Igt, controlli al Mipaaf Restano all'Ispettorato fino al 2012

di Giuseppe Consentino

Alla fine, ieri sera, dopo una lunghissima giornata di confronti, di analisi, di botta-e-risposta, la "filiera del vino italiano", come ama definirsi nei comunicati ministeriali (rappresentata da Uiv, Federvini, Fedagri-Concooperative, Lega Coop e dagli "inviati" delle Regioni), ha trovato l'accordo sull'unica decisione su cui è stata sempre d'accordo: la proroga per altri dodici mesi dei controlli sulle Igt a carico dell'Ispettorato Controllo Qualità del Mipaaf. L'Icqrf se ne occupa dal 2010, cioè dall'anno in cui sono entrate in vigore le norme europee dell'Ocm Vino che impongono le stesse procedure e le stesse regole di controllo e certificazione delle Doc e delle Dgci (ora Do) anche per le Igt, il primo gradino nella scala qualitativa del vino.

"Due anni fa" aveva spiegato a Tre Bicchieri il direttore dell'Icqrf Giuseppe Serino al termine della prima riunione il 6 giugno scorso "la filiera ci aveva comunicato di non essere pronta per quest'altro check e aveva chiesto di farcene carico, giusto il tempo di attrezzarsi e definire al suo interno i cosiddetti piani di controllo da affidare poi agli enti terzi di



Giuseppe Serino
direttore
dell'Ispettorato
Controllo Qualità
e Repressione
Frodi del Mipaaf.



NON SOLO VINO

Il mal d'Africa della grande finanza

Finora sapevamo che i "nuovi colonialisti" dell'Africa erano i cinesi (soprattutto i grandi "kombinat" dell'agroalimentare controllati dallo Stato) che hanno fatto incetta di terreni agricoli. Ora sappiamo anche che tra i "nuovi agrari" del Continente africano ci sono anche i grandi finanzieri di Wall Street, quelli che giocano con derivati, supprime, hedge fund e tutti gli altri "veicoli" del turbocapitalismo. La denuncia arriva da

un paper abbastanza sconcertante (Understanding Land Investment Deals in Africa) curato da Oakland Institute, un think tank guidato dall'economista indiano Anuradha Mittal. Secondo il rapporto, tra gli investitori agricoli ci sono perfino i fondi pensione di grandi università americane come Harvard, Spelman College, Vanderbilt. E si capisce: un ettaro di terreno agricolo costa solo 2 in Sierra Leone, 6 in Etiopia. C'è margine.

laGIORNATA

Chianti nuovo look

a pag. 2 • Piace ma non è trendy. Così il Consorzio corre ai ripari.

Fare il vino in Africa

• Con vitigni italiani e poca acqua: progetto di una Onlus.

a pag. 2

Agea si giustifica

a pag. 2 • Fruscio oggi al Senato: è lo Stato che ha tagliato i fondi.

Champagne anticipa

• Troppo caldo, si vendemmia prima di Ferragosto.

a pag. 3

Per scrivere a Tre Bicchieri
quotidiano@gamberorosso.it

Per ricevere Tre Bicchieri
trebicchieriquotidiano@gamberorosso.it

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

Segue a pag. 2 >>>

L'UNICO MODO PER SCOPRIRE I SEGRETI DEI GRANDI CHEF
È SEDERSI A TAVOLA CON LORO.
VI ACCORGERESTE CHE C'È UNA COSA CHE NON MANCA MAI,
ANZI DUE.



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

Agea, la difesa di Fruscio al Senato "E' lo Stato che ha ridotto i fondi"

■ Il presidente di Agea, Dario Fruscio (ex senatore della Lega, dato in uscita secondo indiscrezioni) difende l'operato dell'Agenzia e punta il dito contro la riduzione dei trasferimenti statali, passati da 214,5 milioni del 2008 a 121,3 milioni del 2011. In un'audizione oggi al Senato, Fruscio ha parlato di "tagli", che hanno costretto l'Agea a dare fondo all'avanzo di amministrazione per garantire i servizi d'erogazione e controllo. Risultato: spese ridotte da 203 milioni del 2008 a 111 milioni del 2011, necessarie proprio per quelle attività che servono a dare garanzie all'Ue sulla regolarità dei pagamenti. "Depotenziare l'Agea - ha detto Fruscio ai senatori - potrebbe ripercuotersi su tutto il comparto agricolo e sulla qualità dei servizi futuri. (g.a.)



IGT, CONTROLLI AL MIPAAF

Continua da pag. 1 >>>

certificazione". Sono passati due anni e siamo al punto di prima: con la filiera che non trova un accordo al suo interno (anche se va riconosciuto l'impegno del presidente dell'Uiv, Lucio Mastroberardino, ad affermare una volta per tutte che i controlli vanno fatti, ma senza pesare troppo sul conto economico delle aziende) e l'Icqr che non chiarisce fino in fondo qual è la vera situazione del mercato Igt (quanto se ne produce realmente, quanto se ne imbottiglia, quanto se ne commercializza, per non parlare poi dei vini varietali ricavati dalle Igt). Lo stesso Mastroberardino, intervistato da Tre Bicchieri il 9 giugno scorso, aveva parlato di "magma", di un'area di opacità e di scarsa trasparenza dalla quale, per quanto gli fosse stato possibile, ha tutta l'intenzione di uscire per "dare certezze alla produzione e onorare il patto di fiducia ai consumatori". Resta il punto del "come fare i controlli". Come li fa, con scrupolo, Valortalia-Federdoc che l'anno scorso ha certificato il 75% della produzione di Doc e Docg comunicando al MipAAF 240mila pareri. In altre parole, con un sistema che intrecci in modo virtuoso "tracciabilità documentale" (su vigneti, uve prodotte, etc) e "controlli ispettivi" in azienda? La questione è tutta qui: perché - dice una fonte della filiera consultata da Tre Bicchieri - fare controlli veri (non come quelli dell'Icqr che si limita a sorteggiare un certo numero di aziende che risultano, per la loro storia, a rischio frode) significa ridurre quella "zona grigia" delle 118 Igt (il "magma" di cui parla Mastroberardino) in cui si muovono con una certa agilità produttori, imbottiglieri, commercianti di vino. Ora la filiera si è impegnata a presentare un piano dei controlli in un "tempo congruo" (testuale). Domanda: se non lo fa, che succede? Altra proroga?

VINO & MODE

RICERCA ASTR

Conosciuto. Apprezzato. Comprato. Bevuto. Ma con qualche "defaillance" di immagine. Soprattutto verso i nuovi consumatori.

Chianti, un vecchio amore che deve riconquistare i giovani

di Loredana Sottile

Chianti, il vino preferito da 13,4 milioni di italiani. Lo dice l'indagine demoscopica di AstraRicerche, l'istituto diretto dal sociologo Enrico Finzi, svolta su commissione del Consorzio Vino Chianti, presieduto da Giovanni Busi, (foto), produttore anche lui, titolare di Villa Travignoli sulle colline di Pelago, in provincia di Firenze. Il campione sentito (on line e per telefono) da AstraRicerche era di 2.094 persone equivalente statisticamente ad un universo di 44 milioni di italiani tra i 18 e i 64 anni e la maggior parte di questi dimostra di avere un'eccezionale conoscenza del Chian-



ti: il 41% (circa 18,2 milioni) a fronte di un 3% che non lo ha mai sentito nominare. Ma c'è di più. Il 76% degli intervistati lo ritiene uno dei motivi di orgoglio del made in Italy e per il 61% è il miglior rosso del Belpaese. In seconda posizione,

secondo la griglia di AstraRicerche il "vicino dui casa" Brunello di Montalcino (scelto dal 49% del campione), seguito da Nero d'Avola (38%), Rosso di Montalcino (31%) e Montepulciano d'Abruzzo (29%). Ma il Chianti perché piace così tanto agli italiani? Per il gusto (33%), la corposità (26%), il profumo (14%), la garanzia di qualità (12%) e il colore (10%). Non da meno il prezzo: il 14% delle bottiglie non supera, infatti, i 4 euro; il 24% si colloca tra i 5 e i 6 euro; il 38% tra i 7 e i 10 euro e solo il 24% costa più di 11 euro. E il peggior difetto? Per il 12% degli intervistati il Chianti non è un vino trendy e alcuni parlano, addirittura, di divorzio in

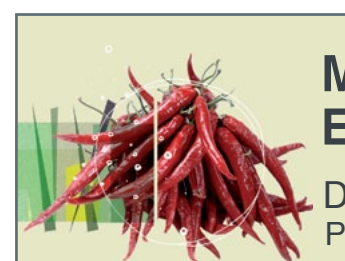
atto con le nuove generazioni. Divorzio messo in evidenza anche dall'identikit del consumatore medio: geograficamente trasversale, compra il Chianti nei supermercati, e ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni. Insomma, è vero che il Chianti è ancora il vino italiano più conosciuto, ma questo non basta per farne un prodotto di successo in grado di intercettare i gusti delle nuove generazioni. "Ma ci sarà modo di recuperare" conclude il presidente del Consorzio che venerdì scorso ha organizzato a Firenze gli Stati Generali del Chianti. "Il Chianti si rifà nuovo" dice Busi "proprio come ha titolato il vostro Tre Bicchieri".

"Laghidivini", il festival dei vini prodotti sui laghi italiani

Ottanta aziende e 150 etichette in rappresentanza delle produzioni vinicole di 35 laghi italiani dislocati in tutta la penisola: dall'Alto Adige alla Sicilia. Questo il biglietto da visita della quarta edizione di "Laghidivini", il festival dei vini prodotti sulle sponde dei laghi italiani, che si aprirà domani fino a domenica a Bracciano. I "Laghidivini" è un format di successo che unisce gusto, cultura, arte e intrattenimento. L'edizione 2011 di "Laghidivini" vede il sostegno e il finanziamento della Regione Lazio, della Provincia di Roma e del Comune di Bracciano. Sponsor dell'iniziativa l'Egl Italia, società di vendita e distribuzione di energia, e la Banca Popolare di Puglia e Basilicata.

Coltivare i vitigni italiani nell'Africa subsahariana

Fare il vino in Africa per sostenere le Onlus impegnate nello sviluppo rurale nei paesi della fascia subsahariana. E' il progetto dell'Associazione "Cultural Foundation Group Italy" nata nel 1995 a Torino allo scopo di favorire l'inserimento degli immigrati e incoraggiare il ritorno nei loro Paesi con un bagaglio di conoscenze. Al momento è in corso la collaborazione con aziende di Asti, Monferrato, Cuneo (ma anche siciliane, abruzzesi, venete) che vendono i loro vini in Ghana, Nigeria, Benin. "Tra un paio d'anni - dice a Tre Bicchieri Izuogbu, ghanese, direttore della Onlus torinese - saremo in grado di far crescere in Africa quei vitigni che non hanno bisogno di acqua".



MASTER IN COMUNICAZIONE E CULTURA ENOGASTRONOMICA [FORMULA WEEKEND]
[inizio corso: 16.09.2011]

Dodici weekend all'insegna del food & wine
Per info: master@gamberorosso.it

GAMBERO ROSSO

Champagne/Anticipo record come nel 2003, si vendemmia a Ferragosto

■ La "secheresse", due mesi di gran caldo e l'assenza di pioggia, nella regione ha messo in allarme i vigneron francesi della Champagne. La soluzione trovata, per evitare il peggio, è vendemmia anticipata a metà agosto. A fine maggio, infatti, era già completa la fioritura delle viti e, come sanno i produttori, normalmente la raccolta inizia 92 giorni dopo (che potrebbero diventare 80 visto il caldo previsto per il mese di agosto). Una possibile data per l'inizio della vendemmia è quindi il 16 agosto (addirittura l'11 per lo Chardonnay). Praticamente tre settimane prima del previsto. Se così fosse si supererebbe il record del 2003, anno in cui si vendemmiò il 18 agosto. (l.so.)

VIAGGI DELLE ELEFANTE
TOUR OPERATOR

GAMBERO ROSSO

www.gamberorossotravel.it

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

ITALIAN WINE

Il gruppo Cevico (Galassi, Ronco e San Crispino) lancia una catena di "enoteche sensoriali". Cominciando da Hiroshima l'8 luglio.

Romagna in Giappone

Un angolo di profumi in enoteca per avvicinare il consumatore e fargli scoprire il bouquet di un vino. Dopo il successo ottenuto al Vinitaly, il progetto del Gruppo Cevico (130mila tonnellate d'uva, un fatturato da cento milioni, etichette popolari come Galassi, Ronco e San Crispino) prende corpo e sbarca all'estero il prossimo 8 luglio in Giappone. L'idea del marketing olfattivo sui vini, partita da un'intuizione di Paolo Terenzi, presidente della storica cereria a San Giovanni Marignano (Rimini), è stata sviluppata a e ha consentito in poco tempo l'apertura di diversi punti: Hong Kong (Cina), Dubai (Emirati Arabi), Yangon (Birmania) e Riga (Lettonia). "Abbiamo iniziato un anno fa quasi per gioco con l'idea dei corner sensoriali, suddivisi in tre stazioni olfattive. E ora ne stiamo alle-

stendo altri a Shanghai e a Bangkok" dice Francesco Paganelli, export manager di Cevico. Ma c'è di più. Il consorzio di Lugo sta sviluppando, sempre all'estero, un nuovo concetto di wine bar. L'idea è fare concorrenza alle enoteche francesi proponendo luoghi di degustazione che devono essere "angoli di Romagna in grado di avvicinare il pubblico giovane". Cevico ha deciso l'apertura del primo punto di degustazione a Hiroshima. "Nel primo anno vogliamo raggiungere i 300 bicchieri di vino al giorno - conclude Paganelli -. Serviremo anche finger food e prodotti tipici romagnoli. In Giappone, vogliamo offrire un buon Sangiovese a 400-500 Yen (4-5 euro), rispetto alla media dei wine-bar che si aggira sui 1300-1500 Yen (15-18 euro) a bicchiere". (gianluca atzeni)



Tutto il mondo del Gambero Rosso su iPhone e iPad



CI SONO PAESAGGI INCONTAMINATI, TRADIZIONI MILLENARIE, PROFUMI, SAPORI E SENSAZIONI
DI UNA TERRA UNICA AL MONDO. CI SONO TUTTE QUESTE COSE, IN UN SOLO BICCHIERE DI CHIANTI.



DALLA TOSCANA,
IL VINO D'ITALIA NEL MONDO.

ARMANDO TESTA

LE PIÙ BELLE COLLINE TOSCANE SI VEDONO A TAVOLA.



Consorzio Vino Chianti www.consorziovinochianti.it

REALIZZATO CON IL CONTRIBUTO DEL MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E FORESTALI DM.11366-20/07/2009