vinid'Italia 2012
Da 25 anni vi aiutiamo a scegliere.
2.350 produttori. 20.000 vini. 375 tre bicchieri

Anno 3 n.22 martedì 7/02/2012 Luna piena

TRE BICCHIERI
il quotidiano dei professionisti del vino
GAMBERO ROSSO

vinid'Italia 2012
Da 25 anni vi aiutiamo a scegliere.
2.350 produttori. 20.000 vini. 375 tre bicchieri

VINO&MERCATI.1 PARADOSSO FRANCESE

Il report di una banca d'affari annuncia un eccesso di domanda. A cui i produttori risponderanno con queste strategie commerciali.

C'è la crisi? Champagne!

E Lvmh fa un miliardo di utili

di Giuseppe Corsentino (Parigi)

Et si l'on venait à manquer de Champagne? E se venisse a mancare lo Champagne? E se, già nei prossimi anni, la domanda mondiale di Champagne fosse così forte da mettere in crisi il segmento più importante della wine industry francese? In Italia si saprebbe già la risposta: niente Champagne? Bene, che il mondo beva Prosecco, Trentodoc, Franciacorta, Asti e altre bollicine italiane.
Ma qui, in Francia, lo stesso giorno in cui il colosso Lvmh di Bernard Arnault diffonde i primi dati del bilancio 2011 (23,6 miliardi di fatturato e 5,2 di profitti) da cui si apprende che solo la divisione wine&spirits ha fatto un miliardo

Segue a pag. 2 >>>

Bianco & Rosso

Il ministro Catania l'aveva annunciato come una grande innovazione, un cambiamento di marcia (e di comportamenti) nelle relazioni quasi sempre conflittuali tra fornitori agricoli e clienti della distribuzione commerciale (piccoli e grandi). Nel decreto legge sulle liberalizzazioni approvato esattamente due settimane fa dal governo, l'ottimo Catania era riuscito a inserire (all'art.62) l'obbligo del contratto scritto ("per evitare veri e propri soprusi a danno degli agricoltori") e l'obbligo tassativo di pagare entro 30 giorni i prodotti freschi (come l'ortofrutta) ed entro 60 giorni i prodotti non deteriorabili (come il vino).

Applausi da tutte le componenti del mondo agricolo, da Cia all'Unione Italiana Vini. Peccato che il dossier pagamenti sia lontanissimo dal chiudersi nel senso auspicato da Catania e dai produttori. Perché, spenti i riflettori dei media, nell'ombra e nel silenzio dei lavori parlamentari nelle Commissioni, la lobby della distribuzione (quella privata e quella cooperativa rappresentata da Coop e Conad) sta provando a inserire un piccolo comma che recita "salvo diverso accordo tra le parti". Capita l'antifona? Se passa l'emendamento i termini di 30 e 60 giorni non li rispetterà nessuno. Attento, ministro! (g.cors.)

la GIORNATA

Vino & Finanza

a pag. 2

- La rubrica settimanale del wine economist Narduzzi.

La Borgogna fa scuola

a pag. 2

- La lezione di Romanée Conti: tenere i costi sotto controllo.

Nuovi vigneti in Toscana

a pag. 2

- La Regione offre 203 ettari per il reimpianto agli under 40.

Per scrivere a Tre Bicchieri
quotidiano@gamberorosso.it

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

L'unico con Argon
L'Argon, gas inerte per eccellenza unito alla tecnologia Winefit garantisce la qualità del vino a bicchiere fino a 35 giorni

vino al bicchiere di qualità
winefit
Quality wine dispenser
Stabilimento e Uffici: Via Luigi Longo 21 - 50019 Sesto Fiorentino - Firenze - Italia
Tel. 055 0988077 - Fax 055 0988076 - www.winefit.it - info@winefit.it

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

VINO&FINANZA *di Edoardo Narduzzi**

Perchè troppe Do e Igt danneggiano il vino italiano

Siamo a quota 527. Tante sono le Doc e le Igt del vino italiano. Troppe, sicuramente, anche per un paese ricco di vitigni autoctoni e di una tradizione enologica plurisecolare. Nella globalizzazione contemporanea la denominazione di origine dovrebbe agire come un rafforzativo del brand, non come un'informazione che disorienta il consumatore. In termini economici una Docg è l'equivalente di una barriera all'entrata. La Champagne, di cui si parla oggi in prima pagina, è il miglior esempio degli effetti economici positivi producibili da una barriera all'entrata di tale natura: il valore dei terreni è cresciuto esponenzialmente nel tempo, perché uno Champagne è tale soltanto se proviene dalle aree certificate per produrlo. Ma perché una denominazione assolva al meglio il suo obiettivo economico devono essere presenti alcuni elementi. Innanzi tutto l'estensione dell'area certificata: deve essere sufficientemente ampia da consentire una produzione adeguata per rispondere alla domanda. Poi, la Docg deve saper produrre economie di scopo tra i produttori, cioè interessare un numero minimo di imprese. Infine, serve qualche campione "locale", cioè un'impresa con dimensione di fatturato sufficientemente elevata da poter fare da leader della Docg, determinando il prezzo di vendita ed evitando il rischio della concorrenza quasi perfetta da eccesso di frammentazione che riduce la redditività.

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

LA FEBBRE DELLO CHAMPAGNE

Continua da pag. 1 >>>

di utili (+18% rispetto al, 2010), l'interrogativo che si è posto un analista della banca d'affari parigina Aurel-Bcg, Jean-Marie L'Home, in un report che sta facendo il giro di tutte le grandi maison della Champagne, è terribilmente serio. Perché, come spiega a Tre Bicchieri il portavoce del Civc (Comité interprofessionnel du vin de Champagne), la regione ha, al momento, una capacità produttiva di circa 400milioni di bottiglie e nessuna innovazione agronomica, nessun aumento della resa per ettaro può spingere più in alto questo che viene definito il "meilleur niveau", il livello massimo possibile a invarianza qualitativa.
Non resterebbe, allora, altra scelta che l'allargamento del perimetro della denominazione: faccenda difficile, per non dire impossibile dal momento che va a colpire interessi consolidati e strategie industriali di grandi maison private e grandi cooperative di produttori. In ogni caso, nessuno, tra Reims e Parigi mette in dubbio la previsione di Aurel- Bcg, nessuna la considera una "fuga in avanti" in un momento di crisi economica e di contrazione dei consumi. Per una ragione molto semplice: i primi consuntivi delle vendite del 2011 forniscono un'indicazione in linea con le previsioni della banca d'affari.
L'anno scorso, infatti, il mondo ha bevuto qualcosa come 330 milioni di bottiglie di Champagne, con una crescita del 2-3% rispetto al 2010 (a seconda dei mercati), sfiorando quasi il record dei 340milioni di bottiglie nel 2007, l'anno prima della Grande Crisi americana con il crollo dei subprime e il fallimento di Lehman Brothers. E ci sono mercati come quello tedesco cresciuti del 15% per non dire della domanda dei "noveaux clients", i consumatori cinesi, indiani, russi, brasiliani. "La Champagne a retrouvé un rythme plus classique de progrès" commentano con soddisfazione al Civc e ricordano a Tre Bicchieri che il tasso di crescita della domanda mondiale è stata sempre in media del 5% all'anno negli ultimi 50 anni, con poche interruzioni come il -9% di vendite del biennio 2008-2009 (gli anni forse più duri della crisi mondiale, già dimenticata) a cui la wine industry dello Champagne ha reagito dando un taglio drastico di almeno il 20% (a seconda delle marche) ai margini operativi (e riducendo, quindi, i prezzi al consumo). Tutto finito, a quanto pare: "le Champenois savourent la sortie de la crise" e si godono un fatturato (per ora stimato) di 4,3 miliardi di euro (pari al valore di tutte le esportazioni di vino italiano) con crescite che vanno dal +3,3% per le cooperative al 4,5% per le grandi maison.
Quindi, se il trend dovesse proseguire e stabilirsi al "livello storico" del +5% all'anno, il rischio che il mondo resti senza Champagne è più che l'esercitazione statistica di una banca d'affari.
E se l'offerta difficilmente potrà superare i 400milioni di bottiglie, allora non resterà che "monter ancore le prix pour selectionner la clientèle" come spiegano con un sorriso negli uffici della Laurent Perrier. À la santé!

TOSCANA, BANDO SU DIRITTI REIMPIANTO PER GLI UNDER 40

Diritti di reimpianto per realizzare nuovi vigneti a giovani imprenditori agricoli under 40. Lo ha deciso la Regione Toscana per favorire l'imprenditoria giovanile in agricoltura. Il bando, che rientra nel pacchetto GiovaniSì, sarà emesso nei prossimi giorni e nel caso di giovani imprenditori agricoli professionali che si insediano per la prima volta in un'azienda, la concessione dei diritti è a titolo gratuito. I diritti che saranno assegnati ammontano a 203 ettari e potranno essere utilizzati solo per produrre vini con origine geografica, ad esclusione delle denominazioni soggette a contingentamento delle produzioni. Per l'assessore all'agricoltura Salvadori si favorirà così il ricambio generazionale.

PIEMONTE, AD ASTI IL GELO PREOCCUPA I VITICOLTORI

Le temperature polari registrate in questi giorni nelle zone dell'astigiano, in Piemonte, con il termometro sceso ampiamente sotto i 18 gradi nelle zone collinari del Monferrato, oltre ad aver compromesso buona parte delle colture invernali (cavoli, verze, carciofi, etc.), potrebbero portare qualche danno anche alle viti. E molti produttori sono preoccupati. "La differenza la fa una prolungata esposizione al gelo estremo, perché temperature molto basse per diversi giorni consecutivi rischiano di causare anche il congelamento delle piante", dice il responsabile del Centro studi vini del Piemonte, Secondo Rabbione. Il consiglio più importante è ovviamente quello di non effettuare potature.

VINO&MERCATI.2 **FRANCIA**

Il proprietario del Domaine de la Romanée-Conti fa una lezione di buona gestione aziendale ai cugini bordolesi. Che non replicano.

Bordeaux meno costosi? Basta copiare la Borgogna

C'era da prevederlo: i vignerons della Borgogna non hanno perso tempo per tentare l'affondo ai danni dei rivali storici bordolesi. Dopo le dichiarazioni nei giorni scorsi dell'ad di Chateau Lafite, Christophe Salin, il quale aveva ammesso che, sì in effetti, i prezzi del Bordeaux erano troppo alti , definendo "arrogante" il comportamento commerciale di molti produttori della regione, ma soprattutto dopo che il mercato mondiale (Cina in primis) aveva cominciato a voltare le spalle ai grandi rossi, ora il più grande produttore della Borgogna, Aubert de Villaine (foto), proprietario del Domaine de la Romanèe-Conti, fa sapere che terrà a prezzi costanti ("steady pricing") il suo vino, uno dei più apprezzati al mondo.

"Bisogna tenere sotto controllo la distribuzione per mantenere i prezzi a livelli sostenibili", ha dichiarato De Villaine, alla presentazione a Londra dell'annata 2009, considerata di altissima qualità, quasi come quella del 1959. "Tutto dipende dal produttore – ha spiegato il ceo di Romanée Conti - il vino fa troppi passaggi prima di arrivare al consumatore ed è facile che i prezzi lievitino se non c'è un controllo a monte della filiera. I vignerons bordolesi non sono stati bravi in questo e i risultati sono i prezzi alle stelle". Secondo De Villaine il problema si risolve così: "Controllare la distribuzione, impostare i prezzi senza lasciarlo fare ad altri, mantenersi a livelli di prezzi logici e costanti e non vendere a chi ha come unico obiettivo quello di speculare con le aste". Queste "istruzioni" di De Villaine trovano l'appoggio di Corneys, ceo di Adam Brett-Smith (uno dei maggiori distributori inglesi di vini francesi): "Nonostante l'interesse cinese per la Borgogna non vedo nessun pericolo che i prezzi nelle grandi annate si gonfino rapidamente come è avvenuto per il Bordeaux, perché qui la struttura aziendale è più semplice: dai lavori in cantina al controllo sulla commercializzazione, i vignerons della Borgogna fanno tutto. I bordolesi dovrebbero prenderla a modello". ***(loredana sottile)***

GAMBERO ROSSO

TOP Italian Wines road show

2011/2012

MUMBAI
October 24, 2011
Hotel Taj Lands End

SINGAPORE
October 27, 2011
Hotel St. Regis

SEOUL
October 31, 2011
Grand Hyatt Seoul

MOSCOW
November 29, 2011
Hotel Baltschug Kempinski

SÃO PAULO
23 april, 2012
Hotel Unique

RIO DE JANEIRO
27 april, 2012
Sheraton Rio Hotel & Resort

Participating Wineries

Apollonio
Argiolas
Bertani
Cantina Gallura
Cantine Due Palme
Cantina Tollo
Cavit
Cecchi
Ceci
Colle Massari - Grattamacco
Còlpetrone
Conti Zecca
Cusumano
Di Majo Norante
Domini Castellare di Castellina
Donnafugata
Elvio Cogno
Falesco
Fattoria del Cerro
Feudi di San Gregorio
Firriato
Gaja
Gruppo Italiano Vini
Guido Berlucchi & C.
Livon
Lunae Bosoni
Marchesi di Barolo
Masciarelli
Masi/Serego Alighieri
Medici Ermete & Figli
Monte Schiavo
Nals Margreid
Nino Franco Spumanti
Planeta
Poderi dal Nespoli
Provenza
Rocca delle Macìe
Ruffino
Ruggeri & C.
Tenute Donna Olga
Tenuta San Guido
Tenute Sella&Mosca
Tolaini
Torrevento
Umani Ronchi
Valle Reale
Velenosi
Villa Medoro
Villa Sandi
Volpe Pasini
Zonin

INFO: eventi.estero@gamberorosso.it

Official Logistic Partner

Acqua Panna S.Pellegrino
Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali
RCR
Bonaventura Maschio
Farm. Cavaiuoli Professionali MADE IN ITALY
Giorgio Dori