





ESCLUSIVO

Nella settimana delle "Ventes en primeur" Tre Bicchieri è andato a vedere lo stato di salute economico del vino simbolo della Francia che vende 728 milioni di bottiglie nel mondo. Ma che non dorme sugli allori, anzi...



L'annata è buona ma per Mrs Jancis.



di Loredana Sottile (Bordeaux)

ordeaux 2011 better than expected. Sono questi i primi positivi commenti dei degustatori durante la settimana en primeur (si conclude venerdì). Spazzate via, quindi le preoccupazioni di chi temeva che l'annata fosse un po' sottotono: "Vini profondamente colorati, molto

Segue a pag. 2 >>>

di Giuseppe Corsentino (Bordeaux)

una guerra dei nervi, dice Patrick Bernard in una pausa della mitica Ban du Millésime, la cena con 550 invitati organizzata per il Bordeaux en primeur dall'Union de Grand Cru al Museo d'Arte Moderna in attesa che sia pronto il Museo del Vino, l'architettura futuribile a forma di caraffa approvata qualche mese fa dal sindaco Juppé (e che i lettori di Tre Bicchieri hanno visto in anteprima). Patrick Bernard è il patròn di Millesima, uno dei più importanti negociant di "vins en primeurs", quindi uno avvezzo alle trattative commerciali, alla guerra dei nervi con i grandi produttori che, nel caso del Bordeaux, farebbero meglio quest'anno a darsi una regolata. "Nel 2002" ricorda a Tre Bicchieri "una bottiglia di Chateau Lafite Rotschild la trattavo a 60 euro, a 100 nel 2008 e a 500 nel 2009 e nel 2010. Mi pare che sia venuto il tempo della ragionevolezza. E le posso assicurare che il prezzo del 2008 sarebbe già

Bianco & Rosso

L'agroalimentare, wine&spirits soprattutto (ma non vanno dimenticati latte e cereali) sono la voce che cresce di più nella bilancia commerciale francese. Con 160 miliardi di euro di fatturato totale e campioni nazionali come Pernod Ricard (il numero due al mondo del wine&spirits dopo il colosso inglese Diageo), Danone, Lactalis (il nuovo padrone di Parmalat) l'agroalimentare, scrivono oggi i quotidiani parigini, da Figaro a Les Echos, è ormai "un sector clef de l'économie française". Anche la settimana delle "ventes en primeur", di cui Tre Bicchieri dà conto nel reportage di copertina di oggi, è a suo modo una conferma dello stato di buona salute complessiva del settore primario (anche se i problemi ci sono. eccome).

Problemi che, come ha scritto ancora Tre Bicchieri nell'edizione di lunedì, entrano a pieno titolo nel dibattito politico di questa vigilia elettorale. Perchè la Francia, fanno notare gli esperti di economia agricola, ha perso dal lontano 2005 il primo posto tra i grandi Paesi esportatori di prodotti agroalimentari a vantaggio degli Stati Uniti. Colpa della perdita di efficienza e dell'eccessiva frammentazione: troppe piccole e medie imprese e se lo dicono i francesi che cosa dovremmo dire noi italiani? Da noi il settore vale 127 miliardi di euro ma esporta molto meno (23 miliardi) e soffre di nanismo (solo 6.300 imprese con più di 9 dipendenti). Ma il mercato globale vuole colossi. (g.cors.)

la**GIORNATA**

a pag.

EXPORT IN RUSSIA Perchè vince il vino cattivo

VINO&DEAL Mps vende il 32% di Fontanafredda

a pag.

THAIFEX-World of food ASIA 2012 Savor Your Success

Lasciati strabiliare da uno degli appuntamenti più spettacolari del mondo asiatico dedicati al cibo. Vieni a scoprire tutte le novità e le più recenti tecnologie. Trade: 23 - 25 May 2012 (10:00 - 18:00 hrs.) Public: 26 - 27 May 2012 (10:00 - 20:00 hrs.) IMPACT, Bangkok, Thailand







Via A. Albricci, 8 20122, Milano, ITALY Tel: +39-02-89011467 Fax: +39-02-89011478 Email: ttomilan@thaitradeitaly.com, thaitcmilan@ditp.go.th



BORDEAUX EN PRIMEUR

Continua da pag. 1 >>>

aromatici, abbastanza puri, di peso medio e più acidi rispetto alle ultime due annate", è questa la definizione di Robert Parker che vede molte somiglianza tra il 2011 e il 2008. Tallone di Achille dell'annata è la sovraestrazione, la maggiore estrazione dei composti aromatici avvenuta ad agosto per rimediare alla mancanza di sole. E mentre a Bordeaux proseguono le degustazioni en primeur, c'è anche chi in controtendenza, sostiene che sia uno spreco aprire una bottiglia non ancora pronta e che il Bordeaux è un vino "designed to age".

È la la Master of Wine Jancis Robinson che, sulle colonne del Financial Times, preferisce piuttosto dare i suoi consigli sui Bordeaux delle annate precedenti. What's ready? "Sicuramente il Bordeaux 2001, dapprima sottovalutato, ma che provato nuovamente a dieci anni di distanza si rivela anche migliore del 2002", dice Mrs Robinson che consiglia in particolare Yquem (12 bottiglie 5,5mila sterline), Latour (4,8mila) e Lafite (7,5mila). L'annata più recente pronta per la degustazione? "Il 2007. Per tutto il resto è ancora presto e ci si potrà pronunciare tra qualche anno", sostiene la master of wine che però, concorda con gli altri critici sulla questione prezzi ("giustificabili solo se si parla di annate molto vecchie"): a partire dal 2002 sono saliti un po' troppo. Adesso la parola d'ordine è moderazione se non si vuol rischiare di spingere gli acquirenti verso la vicina e rivale Borgogna.

06 55112244 quotidiano@gamberorosso.it Gambero Rosso Holding spa Via E. Fermi 161 - 00146 Roma

Giuseppe Corsentino

Direttore editoriale Carlo Ottaviano

Redazione

BORDEAUX, MA A CHE PREZZO

Continua da pag. 1 >>>

più che remunerativo per i produttori". Andare oltre, dice con sorriso, sarebbe "la folie furieuse". Ma c'è da dire che di "pazzi furiosi" se ne vedono ben pochi qui a Bordeaux, anche in questi giorni di eccitazione per la "semaine des ventes en primeur" con 4mila tra giornalisti, sommelier, buyer, esperti di ogni genere arrivati da tutta la Francia e da mezzo mondo perchè il Bordeaux è il simbolo stesso dell'enologia francese, come lo Champagne. E quest'anno, forse, un po' di più visto che l'export dei vini bordolesi è arrivato a sfiorare quello dello Champagne e del cognac: 1,97 miliardi di euro contro i 2,13 delle bollicine e i 2,04 dello spirit. Una "croissance spectaculaire": 728 milioni di bottiglie che hanno generato un fatturato complessivo (sommando export e consumi interni) di 3,9 miliardi di euro (+16% in valore e +8% in volumi). Eppure, scrivono

i giornali francesi, "la bouteille à moitié pleine" per almeno due ragioni: il tasso di crescita della domanda cinese e asiatica, quella che alimenta le performance internazionali del Bordeaux, non può durare così all'infinito; mentre il livello dei consumi interni fa qualche timido passo indietro (-1%).

În effetti, sommando i risultati di Hong Kong e della Cina risulta che il Bordeaux ha realizzato vendite per 682 milioni di euro, dieci in più di tutto il fatturato della Vecchia Europa (dove solo la Gran Bretagna ha 296 milioni di euro, la Germania 121 e la Svizzera 106). Un trend che, secondo il presidente del Conseil interprofessionel des vins de Bordeaux (Civb), Georges Haushalter, non può certo esaurirsi nei prossimi anni (a ben vedere, i consumi di Bordeaux della Cina sono appena il doppio di quelli del Belgio), ma che comunque fa riflettere (come dovrebbe avvenire in Italia per certi boom enologici degli ultimi anni) sulla composizione della domanda e sul rischio di una sovraesposizione dei mercati internazionali. Perchè, come dice da noi il buon Gaja, domanda estera e domanda interna vanno bilanciate in qualche modo. Per questo il Civb ha deciso di destinare 5 dei 25 milioni della promozione dell'Ocm Vino (5 dei quali arrivano dall'Ue) a una serie di azioni sul mercato francese. Contemporaneamente, gli 8mila produttori bordolesi sono chiamati a migliorare la qualità dei loro vini e a ristrutturare le loro aziende per renderle più efficienti e competitive. L'obiettivo è arrivare a 6,3 milioni di ettolitri (un milione in più rispetto alla produzione attuale) e a 4,6 milioni di euro di fatturato. Perchè neanche il Bordeaux, di questi tempi, può

VINO&MERCATI

INTERVENTO L'ad di Casali Viticoltori di Reggio Emilia (3,5 milioni di fatturato) ha scoperto a Mosca perché il vino cattivo scaccia quello buono. E come si può rimediare.

RUSSIA, FAR WEST DEI VINI

di Giovanni Sidoli *

l mercato russo sembrava l'Eldorado dei vini italiani e invece, da mesi le vendite sono completamente ferme, non ci sono ancora le accise pronte, gli importatori stanno andando sotto scorta e in alcuni casi perdono quote di mercato. I più danneggiati sono i produttori di vini con meno di 9% di alcool (l'Emilia con il Lambru-

sco, il Piemonte con il Brachetto e l'Asti). Fino a pochi giorni fa non si sapeva nulla delle nuove regole doganali e la sensazione, tra noi produttori, è che le prime spedizioni potrebbero cominciare non prima di maggio. Alle aziende toccherà, quindi, recuperare i volumi persi in un periodo non particolarmente favorevole a causa della difficoltà nel reperire la materia prima, nel produrre con tempi molto compressi ingenti quantità di prodotto e spedirli in un momento in cui anche le alte temperature potrebbero rappresentare una ulteriore minaccia. Inoltre cinque mesi di assenza dal mercato potrebbero anche metterti fuori dalla Gdo russa, il canale più importante per i vini italiani. Ed è un peccato

perchè la sensazione, parlando con gli importatori che ho incontrato durante un mio recente viaggio a Mosca, è che i russi comincino a preferire il vino alla vodka. Unica nota dolente, dal mio punto di vista, il prezzo franco cantina che questi vini devono avere: il più basso possibile! All'importatore russo non interessa tanto la qualità e tanto meno i problemi che prodotti di scarsa qualità potrebbero avere. La condizione essenziale per potere fare contratti è offri-

vivere di rendita.

re prodotto a prezzi stracciati (soprattutto per le tipologie Lambrusco, Chianti, Prosecco, Asti, Valpolicella, ecc..). Questo tipo di domanda favorisce gli imbottigliatori, quelli che imbottigliano fuori dalle zone di produzione e che offrono prezzi stracciati e qualità quanto meno discutibile. In questo modo si danneggia il vino italiano due volte: si mette sul mercato un prodotto che distrugge l'immagine del vino italiano di qualità e si avvantaggiano aziende che non portano nessun vantaggio ai territori di produzione. I francesi, vi assicuro, non fanno così. Non distruggono l'immagine del loro vino come facciamo noi con i nostri.

* ad Casali Viticoltori Reggio Emilia 🛚 🧲



VINO & DEAL MPS VENDE IL 32% **DI FONTANAFREDDA**

La Fondazione Mps, azionista del Montepaschi, continua a fare cassa (per pagare i debiti). Dopo aver ceduto il 4% della banca agli Aleotti (Menarini Farmaceutici) per 173 milioni di euro, nei giorni scorsi ha deciso di disfarsi del suo 32% della casa vinicola Fontanafredda rilevata nel 2008 da Montepaschi (che la controllava dal lontano 1931, dopo averla rilevata dal fallimento del conte Guerrieri di Mirafiori) in cordata con i due inventori di Eataly, Oscar Farinetti e Oscar Baffigo Filangeri al prezzo di circa 100 milioni. Quasi una partita di giro, dunque: dalla banca alla Fondazione. Ora la cessione ai due soci Farinetti e Filangeri al prezzo di 32,5 milioni di euro, lasciando invariata la valutazio ne di 100 miliioni del 2008. Un buon affare, quindi, per Farinetti che ora controlla un marchio, Fontanafredda da 7,5 mlioni di bottiglie e 40 milioni di fatturato.

VINO&EXPORT **DAL SANNIO AL WINE** TRADE DI SHANGHAI

Dalla Falanghina al Fiano, dal Greco all'Aglianico: i vini del Sannio si avvicimano al mercato cinese. Nell'ultiumo week end di marzo il Samnium Consorzio Tutela Vini ha ospitato Jin Xiaodong, presidente della Shanghai Italy Wine International Trade, società cinese che da anni importa esclusivamente vino italiano.

Jin Xiandong, che è stato anche al Vinitaly, è stato per tre giorni nel Beneventano, dove ha incontrato il presidente del Consorzio, Libero Rillo, insieme ai vicepresidenti Nicola Venditti e Gabriele Sebastianelli.

Accompagnato dal direttore del Samnium Consorzio, Nicola Matarazzo, ha inoltre visitato ristoranti e strutture ricettive, in vista di una futura collaborazione tra il Samnium Consorzio e la **Shanghai Italy Wine International** Trade.

Vini innovativi che interpretano in chiave moderna il gusto classico del Sangiovese grosso (Brunello) e che rappresentano il volto giovane dell'azienda ... freschi ed intriganti al naso, con i loro aromi delicati sono gentili al palato, con piacevoli tannini e retrogusti speziati: un interessante riferimento per chi ama bere vini moderni e con una forte connotazione della nostra Toscana.



IL GRAPPOLO* Fortius S.r.l. - Montalcino Italy - www.ilgrappolofortius.it