



Anno 3 n.66 martedì 10/4/2012 Luna piena

TRE BICCHIERI
 il quotidiano dei professionisti del vino

GAMBERO ROSSO

Per i futuri comunicatori del food & wine

GAMBERO ROSSO

MCGE
 Master in Comunicazione e Giornalismo Enogastronomico
 [inizio: 17 settembre 2012]

Data selezione: 7 maggio 2012 **CITTÀ DEL GUSTO**

Per candidarti invia il cv a:
 master@gamberorosso.it

Bianco & Rosso

"Siamo partita da posizioni molto lontane ma alla fine, ragionando ragionando, siamo riusciti ad evitare una batosta che avrebbe messo in ginocchio l'intero settore". Indovinate chi fa queste rassicuranti dichiarazioni sul Corriere della Sera di stamattina: Marini della Coldiretti? Politi della Cia? Guidi della Confagri? No, è il ministro Catania che, apprendiamo dal quotidiano, "per settimane ha marcato a uomo il sottosegretario all'Economia Vieri Ceriani". Proprio come fa un bravo sindacalista che costringe il suo interlocutore a negoziare fino ad arrivare al compromesso possibile. E Catania, come lo ha definito Tre Bicchieri, è il migliore sindacalista degli agricoltori italiani.

E infatti, "ragionando e ragionando" con il sottosegretario Ceriani (l'ex responsabile fiscale di Bankitalia che l'ex ministro Tremonti aveva scelto per l'operazione "spending review"), Catania, scrive il Corriere, "è riuscito a limare di parecchio le norme sull'Imu". Limature non indifferenti, come si sa: zero tassa per i fabbricati rurali nelle zone di montagna; 6mila euro di franchigia per le zone di pianura; acconto del 30% a giugno in attesa di verificare il gettito a fine anno, quando si spera il Fisco avrà ultimato le operazioni di accatastamento. "E se arriveranno più soldi del previsto" annuncia Catania "l'Imu potrà essere abbassata" (g.cors.)



ESCLUSIVO CHIANTI CLASSICO Nuova piramide qualitativa (con l'aggiunta della Selezione e regole più severe per la Riserva). Certificazione anche per lo sfuso. Cambia la governance con l'arrivo di un ad.



Il Gallo Nero vola alto

In anteprima il piano che rivoluzionerà la storica denominazione



di Gianluca Atzeni

Ul Gallo Nero ha deciso di volare alto. Dopo l'applicazione delle funzioni erga omnes, parte il cammino che in due anni rivoluzionerà per molti aspetti il Chianti classico, distretto agroalimentare da oltre 33 milioni di bottiglie (per il 78% esportate), 300 aziende e un fatturato intorno ai 400 milioni di euro. Miglioramento della piramide qualitativa, modifiche al disciplinare, divieto delle movimentazioni di vino (sfuso e imbottigliato) non ancora certificato, nuova governance, restyling e riposizionamento del marchio; sono alcuni dei punti su cui il consiglio di amministrazione sta lavorando da tempo e che Tre Bicchieri è in grado di anticipare. Un piano che punta, da un lato, a evitare le continue e perico-

lose oscillazioni di prezzo dello sfuso che negli ultimi anni hanno messo in difficoltà molti produttori e riportare le quotazioni dai 140-170 euro al quintale di oggi ai 230-250 euro; dall'altro, a creare nuovo interesse sulla denominazione, valorizzando la riserva (25-30% sui volumi prodotti e 35-40% del fatturato totale) e costituendo un nuovo segmento vinicolo pari al 5-6% del totale. L'assemblea dei soci, tenuta a fine marzo, è servita a illustrare ai produttori le linee principali del cambiamento.



I soci hanno chiesto del tempo e ora è in atto un vivace dibattito interno. All'orizzonte ci sono le due assemblee di maggio e giugno, in cui si discuterà anche di rinnovo delle cariche. Nei dettagli, per la Docg toscana (che ha di recente riabbracciato il marchese Antinori e incassato il sì della Castello di Gabbiano della australiana Foster's) si prospetta una sostanziale modifica della piramide qualitativa verso l'alto: alla base resterà l'Igt, nel terzo gradino il Chianti classico Docg d'annata, seguito dalla Riserva e, più in alto ancora, dalla selezione. In particolare, chi vorrà produrre la Riserva dovrà dichiararlo in anticipo e passare sotto la lente della commissione di degustazione. Questa modifica dovrebbe evitare che il Chianti Docg in vendita e spesso di qualità inferiore sia di-

Segue a pag. 2 >>>

laGIORNATA

a pag. **2** **CASO AMARONE**
 Le Famiglie vogliono vedere i prezzi

a pag. **2** **VINO & FINANZA**
 Un algoritmo meglio di un wine tasting

THAIFEX-World of food ASIA 2012

Savor Your Success

Trade : 23 - 25 May 2012 (10:00 - 18:00 hrs.)
 Public : 26 - 27 May 2012 (10:00 - 20:00 hrs.)
 IMPACT, Bangkok, Thailand

Lasciatevi strabiliare da uno degli appuntamenti più spettacolari del mondo asiatico dedicati al cibo. Vieni a scoprire tutte le novità e le più recenti tecnologie.

Thai Trade Center, Milano
 Via A. Albricci, 8 20122, Milano, ITALY Tel : +39-02-89011467 Fax : +39-02-89011478
 Email : tomilam@thaitradeitaly.com, thaitcmilan@dtp.go.th

Direttore editoriale Carlo Ottaviano
Redazione Giuseppe Corsentino
06 55112244
quotidiano@gamberorosso.it
Editore Gambero Rosso Holding spa
Via E. Fermi 161 - 00146 Roma



Se un algoritmo funziona meglio di un wine-tasting

E' possibile assegnare un prezzo a una bottiglia di una determinata annata senza bisogno di aprirla? Secondo alcuni economisti quantitativi sì, perché tutte le informazioni per stabilire il valore di un vino sono determinabili da un algoritmo in grado di assegnare un peso a ogni fattore che ha un ruolo nella qualità della annata di quella specifica bottiglia. I teorici favorevoli a questa impostazione ritengono che tutte le informazioni di input rilevanti per determinare il valore di una bottiglia sono disponibili a prescindere dal wine-tasting. La quantità di pioggia, l'insolazione di un certo vigneto, l'uvaggio utilizzato e il passaggio in cantina e così via sono tutti dati utilizzabili da un algoritmo. In questo modo

il valore di una annata potrebbe essere determinato senza alcuna necessità di assaggio. Per i gestori di un wine fund sposare la filosofia dell'algoritmo significa acquistare le etichette da inserire nel proprio portafoglio di investimento senza tener conto dei giudizi espressi dai vari degustatori ma affidandosi esclusivamente a quanto ottenuto dal proprio modello di investimento. Una nuova sfida, in qualche modo, tra lo uomo e la macchina che coinvolge uno dei settori da sempre più sensibile al fascino della sperimentazione sensoriale. Ma anche un chiaro segnale di come la spinta della globalizzazione e della finanziarizzazione stia trasformando il mondo dell'enologia.

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

RIVOLUZIONE CHIANTI

Continua da pag. 1 >>>

chiarato Riserva semplicemente una volta passati due anni di tempo. E il nuovo disciplinare ne dovrà stabilire chiaramente i parametri organolettici. Per quanto riguarda la selezione, per la prima volta il vino sarà strettamente legato al territorio e sarà "integralmente prodotto" da quel vigneto di quell'azienda.

Un segmento che, se ci sarà compatibilità ampelografica, potrebbe comprendere persino alcuni Supertuscan, anche se è difficile oggi pensare a un Chianti

classico venduto ai prezzi di un Tignanello o di un Masseto. L'altro capitolo riguarda la movimentazione del vino "atto a divenire", ovvero quello proveniente dai vigneti del Chianti e non ancora certificato. Fenomeno consolidato in Toscana, questo, che si punta a eliminare, per evitare che sul mercato circoli un prodotto di dubbia provenienza. In che modo? Consentendo la commercializzazione esclusiva del vino certificato. Una mossa che dovrebbe scardinare il fenomeno del livellamento verso il basso di qualità e di prezzi. Perché oggi, nel Chianti classico, circa 350 aziende (su un totale di 615) fan-

no tutta la filiera e imbottigliano con propria etichetta il miglior vino. Ma appena 30 di queste detengono circa il 70% del mercato e questo fa sì che i prezzi siano determinati dal quel 30% di volumi (130mila ettolitri circa) che vengono scambiati e che spesso sono di qualità non eccelsa. E per tenere sotto controllo la curva dei prezzi, il Consorzio sta mettendo a punto un sistema di gestione e programmazione delle produzioni. L'obiettivo è dotarsi di un sistema, basato su parametri economici, che sia in grado di mettere in allerta il Consorzio rilevando dannose altalene dei prezzi. A questo proposi-

to, sono in corso contatti con alcune università italiane e straniere a cui sarà affidato questo compito.

Infine, marchio a parte (argomento a cui Tre Bicchieri dedicherà altri servizi), potrebbe cambiare anche il sistema di governance del Consorzio, con la creazione di centri decisionali per rispondere più rapidamente alle esigenze della Docg: si pensa, infatti, a un comitato esecutivo con precise deleghe da parte del consiglio d'amministrazione. E al posto di un direttore generale potrebbe arrivare la figura dell'amministratore delegato. Quasi come una spa.

GUERRA IN VALPOLICELLA

Le Famiglie Storiche hanno deciso di creare un Osservatorio per i mercati internazionali. I dati serviranno a chiedere un intervento del Consorzio.

Amarone, controllare i prezzi

LETTERE

Giv, Campari, Caviro: i dati non sono comparabili, dice l'ad di Mondo del Vino

Caro Tre Bicchieri, mi tocca fare una precisazione: sul numero di giovedì 5 aprile, nel servizio di copertina dedicato a Giv, Caviro e Campari, uniche tre aziende italiane presenti nella graduatoria dei colossi mondiali del vino, sono riportati dati di fatturato non comparabili tra di loro. Infatti, nei primi posti della classifica delle dimensioni aziendali (proprio al primo posto) manca la E&J Gallo e tra le prime dieci mancano almeno tre aziende francesi. Nel fatturato delle italiane è indicato il fatturato della divisione vino della Campari, mentre in quello Caviro è incluso quello del settore distilleria e mosti concentrati, per altro facilmente rivelati dall'analisi dei valori unitari ed ancor più nei bilanci delle varie annate. Credo che, per conseguenza, anche i valori unitari di vendita e i margini unitari siano da rivedere.

Alfeo Martini, ad Mondo del Vino

Tre Bicchieri si è limitato a commentare i dati della ricerca annuale di Mediobanca che dedica un capitolo all'analisi dei bilanci delle società vinicole internazionali quotate. Ecco perché non ci sono la E&J Gallo e le tre francesi.

Una bottiglia di Amarone a 16 euro o poco più sugli scaffali della Gdo di mezza Europa del nord, i principali mercati di sbocco dell'eccellenza enologica della Valpolicella, non va assolutamente bene ed è ora di mettere i prezzi sotto controllo. E poi porre il problema una volta per tutti al Consorzio guidato da Emilio Pedron che da mesi si spende per un possibile appeacment con i grandi produttori delle Famiglie dell'Amarone ma con scarso successo. Il problema è quello della politica di "svendita" dell'Amarone praticata da molte delle aziende associate al Consorzio (volumi! volumi!) e che rischia, come denunciano le dodici aziende delle Famiglie storiche (da Allegrini a Zenato passando per Masi e Tommasi), di compromettere l'immagine del prodotto, di distruggerne il valore e, nel medio periodo, di mettere a rischio l'economia di tutta la Valpolicella. Proprio per evitare che la miopia di tanti produttori associati al Consorzio (che, a quanto pare, non dispone di strumenti di deterrenza verso i suoi soci), le Famiglie dell'Amarone hanno deciso di creare un "Osservatorio dell'Amarone" sui principali mercati internazionali. Con l'obiettivo di raccogliere i dati che poi serviranno a chiedere al Consorzio di intervenire.

(L'Arena - Selpress)

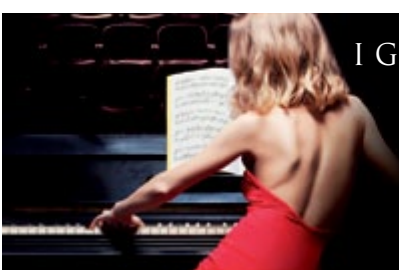
VINO & PREMI CECI (LAMBRUSCO) VINCE A BORDEAUX E TRATTA COL BRASILE

Il Lambrusco di Cantine Ceci, azienda controllata dalla famiglia Ceci da mesi in trattative con un fondo di private equity brasiliano per una possibile cessione (come riferito da Tre Bicchieri) conquista Bordeaux. Otello Nero di Lambrusco e Terre Verdiane si sono aggiudicati la Medaglia d'Oro al "Challenge International Du Vin", il più antico concorso internazionale di vini che si tiene a Bordeaux. Il Challenge francese è una competizione aperta a tutti i vini e distillati di origine viticola, approvato dalla Comunità Europea dal 1986 e disciplinato dalle norme del "Codice internazionale delle pratiche enologiche di Vigna e del Vino". Ogni anno 800 degustatori giudicano alla cieca oltre 4700 vini provenienti da 38 Paesi. Ceci vende circa 2 milioni di bottiglie (il 70% in Italia) per un fatturato di 8 milioni di euro. Le trattive con i brasiliani sono riprese dopo il Vinitaly.

I GRANDI APPASSIONATI ASPETTANO SOLO IL CONCERTO MIGLIORE

MEDICI ERMETE

IL LAMBRUSCO DEI GRANDI RICONOSCIMENTI



Vini innovativi che interpretano in chiave moderna il gusto classico 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.

