



Anno 3 n. 72 mercoledì 18/4/2012 Ultimo quarto

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

BOLLICINE & MERCATI.1

Per blindare la denominazione (che oggi vale quasi un miliardo di euro di fatturato) Regione Friuli e Mipaaf coinvolsero i produttori del Carso. Con mille promesse. Tutte dimenticate.

Noi, i fregati di Prosecco

di Loredana Sottile (Prosecco-Trieste)

Tante promesse e neanche un ettaro di Prosecco impiantato. I produttori di vino del Carso si sentono, giustamente, presi in giro dalle istituzioni, soprattutto dalla Regione Friuli, che li ha prima coinvolti nella Doc Prosecco e poi li ha abbandonati. E ora si ribellano, come ha scritto ieri il Piccolo di Trieste (ripresso dall'agenzia Selpress). Siamo nel Carso, a Prosecco, il piccolo paese che dà il nome ad una delle più note denominazioni italiane, ma dove, paradossalmente, non si produce Prosecco. Una contraddizione tutta italiana, che inizia due anni fa con la nuova Doc interregionale Veneto-Friuli Venezia Giulia, nata per blindare e tutelare il marchio dal rischio imitazioni. L'appiglio era proprio quella piccola località di nome Prosecco che giustificava il legame col territorio e

Segue a pag. 2 >>>

LA MARCIA SU ROMA DEL Franciacorta

a pag. **2**

laGIORNATA

Sorpresa, si ferma l'export in Cina

• Stop a quota 300mila hl e 65milioni di euro di fatturato. Si spiega così.

a pag. **2**

Siguria punta alla Doc Custoza

• Il secondo ente di certificazione (1,5 mln) ora sfida ValorItalia.

a pag. **3**

LA CLASSIFICA DEL MONDO LE DIECI AZIENDE CHE CRESCONO MENO

Ecco un altro indicatore importante per misurare lo stato di salute della wine industry italiana: la crescita del fatturato (2011/2010) così come risulta dalla classifica del settimanale *il Mondo*. Ieri abbiamo pubblicato la graduatoria delle dieci aziende migliori. Oggi le dieci peggiori.

FAZI BATTAGLIA	-30%
CAVIRO	-9%
BERLUCCHI	-8,9%
GIORDANO VINI	-4,6%
MASCIARELLI	-3,4%
CARLO PELLEGRINI	-2,8%
DUCA DI SALAPARUTA	-1,6%
ROCCA DELLE MACIE	-1,5%
CUSUMANO VINI	-1%
CIELO E TERRA	+0,15%

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

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

www.worldoffoodasia.com / www.thaitradefair.com
 www.thaitrade.com / DITP Hotline 1169

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

EXPORT CINA.1 SI FERMANO I VINI ITALIANI

■ **Pausa di riflessione o c'è da preoccuparsi? Secondo i dati Istat l'export di vino italiano in Cina sono fermi da almeno due mesi dopo un 2011 con il segno positivo come, del resto, tutte le esportazioni arrivate, come si sa, a 4,4 miliardi di euro. Dall'inizio dell'anno, in Cina, il vino italiano è fermo a 65 milioni di euro e a circa 300mila ettolitri. Potrebbe essere un fatto normale dopo una fase di crescita anche se va detto che è la prima volta che si verifica: negli ultimi anni la crescita è stata ininterrotta anche in questo periodo di inizio anno. Vale la pena osservare, comunque, che i dati Istat confermano un certo rallentamento dell'export a gennaio con volumi in calo del 6,5% a 1,4milioni di ettolitri. Cresce, invece, in valore a 265milioni di euro.**

EXPORT CINA.2 E INTANTO ARRIVANO I GRECI

■ **La vera novità è che i cinesi non bevono più solo vini francesi. Secondo i dati del 1° China Worldwide Wine Summit la Cina ha speso 1,27 miliardi di dollari per le importazioni di vino, con un incremento medio del 94% in soli due anni. E a crescere sono soprattutto le importazioni di vino cileno e greco. In quest'ultimo caso, si tratta ovviamente di quantità modeste non paragonabili con l'import di vini francesi, americani, e anche italiani. Ma tanto basta a far dire con soddisfazione all'ambasciatore greco a Pechinon Theodoros Goergkelos: "Nel 2011 la Grecia ha esportato vino in Cina per un valore di 2,5 milioni di dollari". Insomma una smentita della predominanza francese nei gusti enologici cinesi.**

I FREGATI DEL PROSECCO

Continua da pag. 1 >>>

che impediva la produzione delle bollicine al di fuori delle due regioni. Ma per farlo esistevano due condizioni: estendere la Doc alla zona del Carso (anche se lì non si produceva neanche un ettaro di Prosecco) fino a comprendere il paesino (1.300 abitanti) e cambiare il nome del vitigno da Prosecco a Glera (effettivamente coltivato in provincia di Trieste). Ma perché i 25 produttori carsici avrebbero dovuto accettare di divenire parte di una denominazione praticamente inesistente sul loro territorio? La contropartita era il rilancio di quelle zone che fino a qualche decennio fa vantavano una forte vocazione vitivinicola. Si è arrivati così nel 2010 al protocollo d'intesa firmato dai produttori con il presidente della Regione Friuli, Renzo Tondo, pdl, e l'assessore all'agricoltura, Claudio Violino (Lega Nord) con il sostegno interessantissimo dell'allora ministro

dell'Agricoltura, Luca Zaia, ora presidente del Veneto. Risultato: dopo due anni, mentre il boom del Prosecco ha portato a superare quota 200milioni di bottiglie facendo arricchire centinaia di produttori (si calcola un business da un miliardo) e mentre sono cresciuti anche gli ettari in Friuli (il contingentamento fissa un limite a 3,5mila ettari, e a 16,5mila per il Veneto), nel Carso non è stato impiantato neppure un ettaro. "Chiediamo - spiega a Tre Bicchieri Sandi Skerk, titolare dell'omonima cantina nel Prepotto e presidente del Consorzio Carso - il rispetto dei patti: poter impiantare i nostri vigneti e avere i contributi per riconvertire alla vigna zone da tempo abbandonate. Ricordo che l'obiettivo dell'accordo con la Regione era di impiantare cento ettari in dieci anni, in aggiunta ai 400 esistenti". La Regione perché non lo ha fatto? Per mancanza di fondi, fa sapere. "Non ci credo - incalza Skerk - hanno stanziato 800mila euro per ammodernare una strada che porta a Prosecco. Ma che ce ne facciamo di una stra-

da del vino se poi manca proprio il vino?" "Tra l'altro - continua - le cose sono peggiorate: oltre ai vincoli geologici che impedirebbero l'impianto di nuovi vigneti, il 28 marzo è spuntata anche una norma europea sui volatili in via d'estinzione. Va bene proteggere queste specie, ma perché la Regione ha pensato di individuare le aree per la nidificazione proprio sui terreni destinati alla viticoltura"? La Regione, interpellata da Tre Bicchieri, preferisce il silenzio. Mentre il Consorzio Doc prova a mediare: "È vero che ci sono vincoli geologici - dice il presidente Fulvio Brunetta - ma non sono incompatibili con la viticoltura. Ne discuteremo e proveremo a uscire da questa impasse". Se, però, i piccoli viticoltori del Carso dovessero perdere la pazienza, le cose potrebbero mettersi male per la Doc: senza il Carso e senza il paese di Prosecco non avrebbe più senso una denominazione legata al territorio. E l'Europa, ora per competente per le Doc, potrebbe anche decidere di cancellarla.

VINO & CONTRIBUTI REGIONE PIEMONTE AIUTA LE ENOTECHICHE

La Regione Piemonte ha destinato 300mila euro a 14 enoteche regionali come contributo alle spese sostenute nel 2011. "Si tratta un aiuto straordinario viste le difficoltà che hanno riscontrato lo scorso anno - fa sapere l'assessore all'agricoltura Claudio Sacchetto - ma da adesso bisognerà cambiare registro e proporre nuove strategie di marketing". Tanto che ai nuovi finanziamenti del Psr 2007-2013 (9milioni di euro per l'attività 2012/2013) potranno accedere solo quelle strutture che si occupano di attività di informazione e promozione dei prodotti alimentari, enoteche e consorzi compresi. Termine: il 30 aprile. (La Stampa - Selpress)

BOLLICINE & MERCATI.2

Secondo Astra Ricerche ha una notorietà pari a quella dello Champagne. Ma a Roma non riesce a sfondare. Per questo il Consorzio prova a coinvolgere i soliti vip della Capitale. Mentre lavora seriamente sui conti economici.

Franciacorta punta alle terrazze romane

Che cosa c'entrano tutti i personaggi che vedete nelle fotine qui in basso con il Franciacorta, l'unico vino spumante italiano (ma guai ad usare questo termine con il vulcanico presidente del Consorzio bresciano, Maurizio Zanella, presidente della Ca' del Bosco controllata insieme a Marzotto di Santa Margherita) che ha lo stesso livello di notorietà dello Champagne, secondo l'ultima analisi demoscopica di Astra Ricerche? Alemanno, è vero, è il sindaco di Roma, ma è di origini pugliesi

e ama i vini della sua regione. Ma la Chiabotto? E Rossella (che beveva Crodini alle cene eleganti di Arcore)? E Biagiotti? La risposta la dà ancora Zanella mentre sale le scale del Palazzo delle Esposizioni dove tra poco (alle 18,30) offrirà un Luxury Cocktail e premierà i sette vip con il premio "Franciacorta in Roma": "A Nord il target medio alto dei consumatori spesso ci preferisce allo Champagne; a Roma e nelle grandi città del Centro Italia non è così. Sulle terrazze romane circola anco-

ra lo Champagne, più come status symbol che per scelta. Ecco perché siamo qui, con questo premio che è solo il numero zero di un vero premio (giornalistico o di comunicazione tout court) con cui pensiamo di affermare il nome Franciacorta sul mercato delle bollicine metodo classico". Un mercato in buona salute, come scrive il Cermes Bocconi: 11,6 milioni di bottiglie (+10% sul 2010) per un fatturato complessivo di oltre 200 milioni di euro e una potenzialità di 25 milioni di bottiglie nei prossimi anni. La prima Doc italiana delle bollicine (risale al 1967) sembra aver ingranato il turbo: cresce più dei suoi competitori diretti (Trentodoc e Oltrepò) e ha un prezzo medio più alto (intorno a 20 euro a bottiglia). "Abbiamo grandi progetti" si accommiata Zanella. Tra i primi, il rientro nel Consorzio della Guido Berlucchi, 5 milioni di bottiglie, 40 milioni di euro di fatturato (g.cors.)



Alemanno Biagiotti Rossella Chiabotto Vespa Ricci Lippi

I GRANDI APPASSIONATI ASPETTANO SOLO IL CONCERTO MIGLIORE

MEDICI ERMETE
IL LAMBRUSCO DEI GRANDI RICONOSCIMENTI

Le Doc del Veronese vogliono stare sul Siquiria. Pure Custoza?

di Gianluca Atzeni

Oltre 150 milioni di bottiglie certificate e un fatturato di 1,5 milioni di euro nel 2011. Sono i numeri del bilancio di Siquiria che, con il 15% del mercato, è il secondo ente accreditato di certificazione dei vini dopo Valoritalia. “A tre anni dalla nostra costituzione, lavoriamo sul 70% dei vini della provincia di Verona e sul 30% di quella di Vicenza e registriamo un'ulteriore crescita delle bottiglie certificate rispetto alle 141 milioni del 2010”, spiega a Tre Bicchieri il direttore generale, Guido Giacometti, che stamattina a Verona, a Palazzo della Gran Guardia, presenta il sindaco Flavio Tosi, ha presentato le cifre più significative del lavoro di Siquiria. In portafoglio ci sono alcune delle più importanti denominazioni venete come Bardolino, Colli Berici, Soave e Valpolicella, per un totale di 9mila viticoltori e mille aziende. “Eseguiamo in media otto controlli al giorno – aggiunge – con tempi dimezzati rispetto al passato e un'incidenza sul prezzo della bottiglia decisamente contenuta, che va allo 0,3% dell'Amarone all'1,5% dei Colli Berici (n.d.r. vedi grafico). Insomma, una certi-



QUANTO INCIDE LA CERTIFICAZIONE SUL PREZZO					
	Amarone	Ripasso	Bardolino	Soave	Colli Berici
Prezzo di mercato (€/l)	8	3	0,9	0,75	0,7
Costo della certificazione (€/l)	0,027	0,026	0,0103	0,0103	0,0103
Incidenza	0,3%	0,8%	1,1%	1,3%	1,5%

ficazione low cost nel senso più positivo del termine”. Siquiria ha anche realizzato una customer satisfaction tra i propri clienti, attraverso un questionario telematico, a cui ha risposto il 40% del campione, e da cui è emerso un buon grado di soddisfazione (giudizio globale 8,25 su una scala da uno a dieci). “È il segno tangibile che il nostro modello territoriale funziona”, osserva Giacometti. Sul fronte dei risultati dei controlli, secondo quanto emerso dal bilancio, resta costante la percentuale di bottiglie non conformi (3%) con un 1% di gravi problemi di qualità. Sui progetti di Siquiria è il presidente Luca Sartori (ad dell'azienda di famiglia in Valpolicella, 40 milioni di fatturato) a intervenire:

“Apriremo un laboratorio di analisi accreditato a esclusivo uso interno per un'ulteriore compressione dei tempi e contenimento dei costi. E, ad agosto, inizieremo il controllo sulle Igt (o Igp) che entreranno a tutti gli effetti nel piano controlli”. Non solo: è iniziato il dialogo con la Doc Custoza (ora certificata dal concorrente Valoritalia) che, passando a Siquiria, dovrebbe completare la mappa delle Doc veronesi certificate. In questo caso, si tratterebbe di un bel salto: 500 associati, che nelle quattro tipologie previste dal disciplinare (Custoza, Custoza superiore, spumante e passito) producono 12 milioni di bottiglie, di cui il 30% all'estero e il 70% in Italia.

LETTERE

Il margine vero di Feudi San Gregorio

Caro Tre Bicchieri, vi segnalo che il dato percentuale del nostro margine Ebitda è errato: 0,2 è valore assoluto. Sarebbe dovuto essere convertito in percentuale (17.5%). Spero si possa procedere alla rettifica anche per evitare di apparire come i meno redditizi del settore.

Antonio Capaldo
presidente Feudi San Gregorio

Capaldo ha ragione. Qualche volta i numeri ingannano.

VI SEGUO DAL PRIMO NUMERO. GRAZIE PER L'ATTENZIONE CHE DEDICATE ALL'UIV.
Lucio Mastroberardino

VI SEGUO OGNI GIORNO E SPESSO LO GIRO AI MIEI AMICI.
Donatella Cinelli Colombini

GRAZIE PER L'ATTENZIONE CON CUI SEGUITE I NOSTRI LAVORI PARLAMENTARI.
on. Nazzareno Oliverio



Quando ci scrivono, i lettori di Tre Bicchieri sono molto sobri.

Degustare le notizie. Ogni giorno alle 17 sulla tua mail.

Per riceverlo: www.gamberorosso.it. Per scriverci: quotidiano@gamberorosso.it

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.

