

LE BLUE CHIPS MONDIALI DEL WINE&SPIRITS (13-20 aprile)

CAMPARI € 5,16 0,29%	DIAGEO £ 1582,00 4,11%	PERNOD-RICARD € 78,19 3,17%	CONSTELLATION \$ 21,24 -1,62%	LANSON-BCC € 43,66 -5,70%
V. POMMERY € 26,12 -0,50%	L.PERRIER € 79,80 -0,24%	BROWN-FORMAN \$ 84,98 1,96%	BEAM INC. \$ 57,02 0,00%	CONCHA Y TORO \$ 43,16 -2,13%
FTSE MIB +0,29	Euro Stoxx 50 +0,86	MSCI WORLD +1,05	GL Beverages +1,57	

a cura di PRIVATE BANKING



Appuntamento con il *Gambero Rosso*
Marco Sabellico ospite a Caldarò
03-05 maggio 2012

Escursione: giovedì, 3 maggio alle 13.30 visita dei vigneti di Caldarò insigniti dei 3 Bicchieri nei vini d'Italia 2012 del Gambero Rosso e degustazione verticale dei vini premiati.
Simposio: venerdì, 4 maggio alle 11 all'Accademia del vino Alto Adige, discussione sul tema "Il Lago di Caldarò ieri, oggi e domani".

● Anno 3 n. 75 lunedì 23/04/2012 Luna nuova

TRE BICCHIERI

il quotidiano dei professionisti del vino



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 **CITTA' DEL GUSTO**

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

Bianco & Rosso

PIÙ RISPARMI MENO BUROCRATI

Va dato atto al nuovo ministro dell'Agricoltura, Mario Catania, di non aver traccheggiato (come i colleghi degli Esteri, dell'Interno e della Difesa) di fronte alle richieste del governo di ridurre le spese. E di aver reso subito operativo (dal 2 maggio prossimo) un piano di riorganizzazione delle direzioni generali e dei dipartimenti che genera un risparmio di 15,3 milioni di euro. Ma non si tratta solo di risparmi. Il piano genera anche efficienza. Perché tutta l'attività del Mipaaf viene concentrata su tre Dipartimenti: uno per l'internazionalizzazione e i rapporti con l'Europa; il secondo per la competitività delle filiere e la qualità dei prodotti; il terzo per la repressione delle frodi (l'ex Icqrf). Peccato che dei tre Dipartimenti solo uno (il secondo) abbia un capo: Giuseppe Serino. L'efficienza, si sa, la fanno i bravi capi. (g.cors.)

VINO&MERCATI.1 Dopo due anni di crescita ininterrotta si sente qualche scricchiolio. Mentre i francesi salgono al 52%. Paese difficile, spiegano Antinori e Frescobaldi. Ma anche la promozione Ocm Vino non inganna. Perché?

SINDROME CINESE

Al 5° posto dopo la Spagna. E' crisi?



Pubblicità del Tavernello in un supermercato e lungo l'autostrada per Shanghai.

Sbarcando in Cina per vendere nei supermercati, nei ristoranti "popular" e nelle mense aziendali, tutto si sarebbe aspettato Sergio Dagnino, direttore generale del gruppo Cavaro di Faenza (la cooperativa che fa il Tavernello, 250 milioni di euro di fatturato sommando vetro, brik e vino sfuso), di dover competere con il suo concorrente storico, il gruppo Cevico, la cooperativa di Lugo di Romagna che fa il Galassi, il Ronco e il San Crispino (un centinaio di milioni di euro di fatturato aggregato)

Segue a pag. 2 >>>

laGIORNATA

a pag. **2** **VINI & MARTELLI**
Enologi a congresso in mezzo al mare

a pag. **2** **VINO & CONSORZI**
Gavi, nuove strategie nuovo presidente

*** CHI NE ESPORTA DI PIÙ (milioni hl)**

	2010	2011	Δ%
Francia	0,749	1,2	+71%
Spagna	0,473	0,739	+56%
Australia	0,565	0,447	-21%
Cile	0,556	0,435	-22%
Italia	0,208	0,312	+50%
Stati Uniti	0,128	0,147	+15%
Portogallo	0,023	0,064	+171%
Sudafrica	0,041	0,058	+42%
Germania	0,033	0,042	+28%
Argentina	0,031	0,035	+13%
MONDO	2,8	3,6	+28%



*** CHI CI GUADAGNA DI PIÙ (milioni €)**

	2010	2011
Francia	278,3	539,0
Australia	112,3	155,9
Cile	58,2	75,2
Spagna	36,1	71,9
Italia	36,8	67,4
Stati Uniti	28,0	41,4
Sudafrica	7,7	15,4
Germania	10,5	14,1
Nuova Zelanda	8,3	13,3
Argentina	7,2	10,4
MONDO	604,0	1037,9

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

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.

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



Enologi, a bordo! Salpa il 67° congresso nazionale

Bando alle ironie. Non è la prima volta che Assoenologi organizza il suo congresso nazionale a bordo di una grande nave da crociera. Lo abbiamo fatto nel 2000 sulla Costa Classica, nel 2007 sulla Costa Victoria, e lo facciamo quest'anno sulla Costa Atlantica.

Al di là dei contenuti di loisir caratteristici di una crociera, credo che quattro giorni di "isolamento" sulla rotta Savona-Ibiza (dal 3 al 7 giugno) ci serviranno, eccome, per approfondire i tre aspetti-chiavi della wine industry del futuro (un futuro vicinissimo, si badi): i cambiamenti climatici, le innovazioni tecnologiche, le strategie commerciali per conqui-

stare spazi e quote di mercato in un contesto internazionale sempre più competitivo, che non consente distrazioni. Navigando, avremo modo di approfondire le questioni del clima con Luigi Mariani, docente di agrometeorologia, con Riccardo Cotarella, docente di viticoltura a Viterbo, con Giuliano D'Ignazi, direttore tecnico di Terre Cortesi. Di mercato si parlerà con Ettore Nicoletto, ad di Santa Margherita e con Sergio Dagnino, dg del gruppo Caviro (Tavernello). Infine, le tecniche colturali con Luigi Bonato, direttore di Evoluzione Ambiente, Paolo Peira, direttore di Antesi ed Enrico Zanoni, dg di Cavit.

Giuseppe Martelli è il direttore generale di Assoenologi - Associazione Enologi Enotecnici Italiani.



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

SINDROME CINESE

Continua da pag. 1 >>>

che esporta il Tavino. Italia contro Italia. Tavernello contro Tavino, brand italiano, imbottigliato e distribuito da una trading company di Shanghai. "E poi continuano a dire di fare sistema" ride Dagnino che intanto si consola con la notorietà del suo Tavernello, al quinto posto nel ranking mondiale di Impact Data Bank, dopo Concha y Toro e prima dell'australiano Yellow Tail. Ma le cose nel grande e liberissimo mercato cinese vanno così e spetta agli esportatori guardarsi in giro, farsi furbi (più furbi degli importatori che hanno licenze di commercio regionali, sono monopolisti del mercato e lo fanno pesare!) e intercettare la domanda dei consumatori, diventati accorti anche loro (complice il rallentamento dell'economia: come si sa il pil cresce solo dell'8%) ma per i quali i grandi vini d'eccellenza sono e restano i francesi. Gli italiani hanno fatto miracoli, è vero (e tutte le statistiche che Tre Bicchieri ha condensato nella tabella di prima pagina), ma - come ammettono Renzo Cotarella, ad di Antinori, e Lamberto Frescobaldi, dg di Marchesi Frescobaldi, cioè due campioni del fine wine italiano - la Cina resta un mercato difficile, suggestivo per le sue dimensioni e le potenzialità (i cinesi bevono appena un litro di vino pro-capite all'anno), ma complicatissimo da afferrare. Un esempio: la promozione italiana, a differenza di quella francese che si muove sotto il marchio-ombrello di Maison France, è parcellizzata in regioni e in Consorzi. E perfino uno strumento positivo come l'Ocm Vino (che l'anno scorso ha erogato più di cento milioni di euro) ha un sistema procedurale che ha incentivato la polverizzazione dei progetti (160 con importi medi abbastanza bassi). E in un Paese enorme come la Cina non ci si può presentare divisi (per regioni e per consorzi). E infatti, occhio ai dati, già si sente qualche scricchiolio. Forse è bene preoccuparsi.

VINO&MERCATI.2 ANALISI

Perché la wine industry italiana fa fatica sul mercato più grande del mondo? Risponde una delle migliori analiste di mercato, Tiziana Sarnari di Ismea.

LA LUNGA MARCIA DEL VINO

di Tiziana Sarnari *

In pochi anni la Cina ha accresciuto l'import, ha aumentato il consumo e la produzione. Con oltre 15 milioni di hl, infatti, la Cina è ormai il sesto produttore mondiale davanti a Cile e Australia. L'import in soli sei anni è passato da 500mila ai 3,7 milioni di hl del 2011 portando il Paese tra i primi dieci importatori mondiali. Per ora, comunque, il mercato cinese parla francese. Fino al 2010 un quarto delle importazioni in volume proveniva dalla Francia, nel 2011 la quota è salita al 35%. In valore la Francia ha il 52% del mercato. Del resto le aziende francesi, che per prime hanno saputo leggere le potenzialità della Cina, sono state anche le prime a investire in joint venture già venti anni fa. Inoltre, la distribuzione è aiutata dalla presenza di canali distributivi che battono bandiera francese. Ben posizionati anche Cile e Australia con quote vicine al 20% fino al 2010 ma che nel 2011 hanno segnato una battuta d'arresto sia in volume, con flessioni del 21%, sia in quota di mercato scesa al 12%. Situazione dovuta in larga misura allo sfuso. E sembra essere stata la Spagna a guadagnare in questo

mercato con oltre 540mila hl e una progressione del 44%, grazie alla quale si posiziona nel 2011 al secondo posto tra i fornitori cinesi in volume. Molto più indietro in quantità, solo il 9% nel 2011, ma sullo stesso livello in valore, è l'Italia che a differenza di Francia e Spagna ha stentato a trovare una sua collocazione.

Da una parte perché i vini di alta gamma sono poco conosciuti e subiscono la concorrenza delle ben più note etichette francesi, mentre i vini di fascia media non sono concorrenziali con cileni e australiani. Nonostante le difficoltà di "insediamento" comunque, la performance italiana è di tutto rispetto.

Secondo i dati Istat, dopo un 2010 dove è più che raddoppiato in valore e quasi triplicato in volume, nel 2011 si evidenzia un ulteriore passo in avanti. Con oltre 300 mila hl, infatti, i volumi sono cresciuti del 35%, trainati soprattutto dagli sfusi, più che raddoppiati rispetto al 2010. Ora lo sfuso sul totale pesa il 21%. E l'imbottigliato scende del 2% che resta comunque sopra la soglia del 50% del totale consegnato. Triplicata, nel frattempo, la domanda di spumanti italiani.

*analista di Ismea



CONSORZI/GAVI BROGLIA PRESIDENTE CON SEI NEW ENTRY

Cambio della guardia all'interno del Consorzio del Gavi Docg. Gian Piero Broglia (Tenuta La Meirana) è il nuovo presidente (succede a Gianni Martini) designato all'unanimità dal nuovo cda.

Sei consiglieri su 13 non facevano parte dei consigli degli ultimi nove anni. "E' un segno del rinnovamento. Ma prima dobbiamo risolvere un problema di comunicazione, che cambieremo a 360 gradi - dice Broglia a Tre Bicchieri - perché pochi sanno che siamo uno dei vini italiani più noti all'estero". Intanto, la Docg piemontese (200 soci, 10 milioni di bottiglie, per 35 milioni di euro, quota export a 66%) continua a crescere: +10% di vendite nei primi tre mesi 2012. (g.a.)

E ARRIVA IL GAMBERO. CON LA GUIDA, LA TV E UN MAGAZINE



Gambero Rosso e Guangdong Provincial Publishing Group hanno firmato un nuovo accordo che coinvolge tutti i media del Gruppo editoriale italiano e dà seguito al contratto dell'anno

scorso, per la pubblicazione in cinese della guida "Vini d'Italia": la seconda edizione sarà disponibile da agosto. La prima edizione della guida "Vini d'Italia" in cinese (foto) è stata un grande successo, diventando molto velocemente un must per gli appassionati del vino italiano e uno strumento indispensabile per gli operatori del settore. Durante l'ultimo Vinitaly il Comitato Grandi Cru d'Italia l'ha eletta come una delle migliori guide enologiche internazionali. Ma l'accordo non si limita alla Guida Vini: Il Gambero Rosso e la Guangdong Provincial Publishing Group realizzeranno a breve un inserto mensile: "Italian Wine Futures" all'interno del mensile WINE, edito da Guangdong Group. L'accordo include anche la realizzazione di contenuti televisivi a cura di Gambero Rosso Channel, visibile in Italia sulla piattaforma SKY 411, tramite coproduzioni di programmi televisivi per il pubblico e il trade cinese, che saranno visibili sulla piattaforma multicanale Guangdong TV Channel.

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.

