



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

## OBIETTIVO SCANDINAVIA

Eik Annen  
Etasje

### EXPORT

Crescite a due cifre per gli spumanti, bene le Dop in Scandinavia: 10 mesi visti da Ismea *pag. 2*

### GUERRE

Veuve Clicquot VS Ciro Picariello. Il produttore si difende: "Io non ho copiato" *pag. 5*

### BORDEAUX

Un modello in declino? L'analisi: troppe denominazioni e pochi marchi glamour *pag. 8*

### AMARONE

Si apre sabato a Verona la stagione delle Anteprime: tutti i numeri del rosso veneto *pag. 10*

### VINI D'ITALIA TOUR

Viaggio in Scandinavia by Gambero Rosso. L'Italia che piace all'estero *pag. 14*





EXPORT GENNAIO-OTTOBRE ECCO I NUMERI: CRESCITE A DUE CIFRE PER GLI SPUMANTI, BENE LE DOP IN SCANDINAVIA

a cura di Gianluca Atzeni

Crescita a due cifre per gli spumanti italiani inviati fuori confine nei primi dieci mesi del 2013, arco temporale in cui il vino nel suo complesso fa registrare un calo dei volumi del 2,9% e un aumento dei valori dell'8,4% (a 4,1 miliardi di euro) rispetto allo stesso periodo 2012. Per le bollicine italiane, da gennaio a ottobre, secondo l'Ismea, si registra un +15,2% in volume (1,6 milioni di ettolitri) e un +18,2% in valore (571 milioni di euro), con la categoria degli "altri spumanti Dop" (che comprende il Prosecco) che cresce del 30% in quantità e del 29% in valore. L'Asti cresce di meno con +2% e +11%. L'export è in positivo in tutti i principali Paesi tranne Germania (-23,4% in volumi e -12,3% in valore) e Giappone (-2,2% e -8,2%). Tra le singole voci delle esportazioni italiane, gli sfusi (che valgono il 28% dei volumi totali) perdono il 9% in quan-

tità con guadagni a +19%, soprattutto per l'aumento dei listini alla produzione che, tuttavia, hanno iniziato una fase discendente. I frizzanti perdono il 4,3% in quantità, sotto il milione e mezzo di ettolitri, guadagnando però l'1,3%. I vini confezionati scendono dell'1,4% ma guadagnano il 6,2% a quota 2,8 miliardi di euro: bene gli Usa (+2,4% in volumi e +7,9% in valore, primo mercato di destinazione in valore) e il Canada (+6% in volume a valori sta-

bili); diminuiscono le spedizioni nel Regno Unito (-5%) e in Germania (-3%) a fronte di un aumento degli incassi del 9 e del 6%; cali anche per Svizzera (-5%), Giappone (-6%), Cina (-20%) e Russia (-5%). Considerando le Dop (-2% a volumi e +4,8% a valori), soffrono Svizzera e Canada mentre vanno bene Svezia (+15% e +17,4%) e Norvegia (+9,5% e +20,3%). Stabili i volumi delle Igp con valori che superano il miliardo di euro (+8%).

EXPORT SPUMANTI ITALIANI (gen-ott 2013)

	ETTOLOTRI			MIGLIAIA DI EURO		
	gen-ott 2012	gen-ott 2013	var. %	gen-ott 2012	gen-ott 2013	var. %
Spumanti Dop	980.866	1.171.771	19,5	372.444	451.753	21,3
Spumanti Dop (altri)	633.516	820.215	29,5	242.817	312.274	28,6
Asti	341.167	347.500	1,9	112.402	125.218	11,4
Champagne	6.183	4.056	-34,4	17.225	14.261	-17,2
Spumanti Igp	32.449	30.164	-7,0	12.851	11.906	-7,4
Spumanti varietali	77.521	66.328	-14,4	18.264	18.628	2,0
Spumanti comuni	335.884	375.557	11,8	80.308	89.599	11,6
Totale spumanti	1.426.720	1.643.819	15,2	483.867	571.886	18,2

Fonte: Ismea

La Regione Veneto lancia il progetto "Business China": favorirà vino e agroalimentare



Il sistema Veneto (prima regione con 11,7 mln di quintali) punta alla Cina, dove oggi, su un export vino di 1,5 miliardi di euro, esporta appena 11 milioni (dato quadruplicato in 5 anni). E lo farà con un programma apposito (fondi per 365 mila euro) finanziato dalla Regione. Previsti tirocini di operatori cinesi in Italia e di italiani nelle province di Hebei, Jiangsu e Guangdong; azioni di incoming, tramite Veneto Promozione e Fondazione Italia Cina, che coinvolgeranno il sistema del vini a denominazione (Uvive), i consorzi, le organizzazioni di produttori, associazioni di categoria e consorzi di promozione turistica. Con l'Università di Venezia, sarà organizzata un'attività di formazione socio-culturale propedeutica per capire la Cina. I posti sono circa 40 per la formazione e 20 per le missioni economiche. Destinatari: opinion leader, stampa specializzata (anche web), buyers e referenti delle categorie professionali operanti nelle regioni target. - G. A.

Il Prosecco Doc a 240 mln di bottiglie. Zanette: Merito anche dell'export

C'è soprattutto l'export tra i fattori che hanno contribuito al bilancio positivo della Doc Prosecco nel 2013. Ne è convinto il presidente del Consorzio, Stefano Zanette, che ha presentato i dati dello scorso anno: oltre 240 milioni di bottiglie imbottigliate, per una produzione pari a 1,8 milioni di ettolitri, pari a complessivi 243.255.483 pezzi, considerando le bottiglie nei vari formati, e una crescita del 24,2% rispetto al 2012. "Sono numeri in linea con le nostre previsioni" dice Zanette "che si spiegano con l'impegno dei soci, la loro capacità di produrre qualità e la loro abilità nella penetrazione di nuovi mercati, soprattutto esteri". Per il Consorzio, la qualità media del prodotto si è alzata nonostante siano state immesse 30 milioni di bottiglie in più. Alla produzione piena, secondo le stime, si arriverà a breve con una previsione di 400 milioni di bottiglie. In quattro anni di attività, il Consorzio conta 20mila ettari vitati (16.500 in Veneto, 3.500 in Friuli Venezia Giulia). E nel frattempo è arrivata anche una conferma positiva da Wine Searcher (portale di acquisti online) che colloca il Prosecco tra i bianchi più ricercati negli Usa sotto i 25 dollari.

VINI&SCIENZA. I CONTENUTI AMBIGUI DEL TERROIR Nell'antichità il nome di un vino era l'espressione di un territorio, ma i suoi significati semantici erano legati soprattutto al suo utilizzo (per le cerimonie da simposio) o per i rapporti che quel territorio aveva con la divinità (Dioniso ed i vini di Tracia). Anche nel Medioevo i vini più famosi, le Malvasie, le Vernacce, il Vinsanto erano il risultato di operazioni commerciali legate ad un particolare territorio (il Mediterraneo orientale). Il termine *terroir* nella sua interpretazione recente è il risultato della classificazione dei *climat* borgognoni, fatta in base alla loro capacità di produrre vini di diversa qualità da parte del monachesimo benedettino medievale, ma diventa strumento di marketing solo verso la metà dell'800 per il ruolo crescente della borghesia nella società francese e della politica commerciale anglo-olandese nel diffondere i vini atlantici (Porto, Sauternes). È l'innovatività del consumatore che decide finalmente il successo di un vino, non più il potere economico legato ai privilegi dei nobili. Sono i vini di Bordeaux i primi vini a comunicare la loro fama attraverso il nome di un territorio ben definito. Agli inizi del '900, con la delimitazione del territorio dello Chablis, la prima zonazione basata su riscontri oggettivi, vengono messe in luce le caratteristiche pedo-climatiche della zona di produzione e la loro influenza sulla qualità dei vini. Dove è l'ambiguità? La nascita delle denominazioni non avviene per la qualità del vino espressione di particolari condizioni ambientali, ma per gli aspetti legati alla sua commercializzazione ed alla sua notorietà. I *terroir* più famosi nel passato non erano quelli che consentivano la produzione di vini di qualità particolari, ma quelli che erano posti lungo le strade di traffico come la via Francigena (Borgogna), vicino ai porti di imbarco (Bordeaux, Vernazza), lungo i fiumi navigabili (Reno), attorno alle città (Milano e Roma, prima della ricostruzione postfillosserica), dove cioè si poteva vendere il vino a basso prezzo perché non gravato dai costi elevati dei trasporti.



Attilio Scienza Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

Bertani Domains, Emilio Pedron svela il suo piano in quattro mosse

a cura di Gianluca Atzeni

Sono quattro le linee di intervento nel piano di Bertani Domains, neonata srl da 20 milioni di euro di fatturato (65% all'estero), che unisce le attività agricole e vitivinicole del Gruppo Angelini. A spiegarlo a Tre Bicchieri è lo stesso presidente Emilio Pedron che non nasconde di sentire il peso della responsabilità di questa investitura: "È una sfida importante e condivido il progetto". Progetto che impegnerà alcune centinaia di migliaia di euro di investimenti e che parte, in primis, dal superamento del concetto di appassimento: "Bisogna andare oltre perché il cambiamento climatico sta mettendo alle corde la tradizionale tecnica produttiva. Rispetto al passato, raccogliamo uve già mature. Quindi" spiega Pedron "pensiamo a vini di territorio tenendo conto che l'appassimento non è più necessario come una volta". Il secondo pilastro riguarda il Sangiovese: "Nelle nostre tenute in Toscana lavoreremo sul vitigno in purezza e bandiremo Cabernet e Merlot, sviluppando al meglio la viticoltura di precisione. Investiremo sulla ricerca in vigneto piuttosto che in grandi cantine firmate da architetti. Lavoriamo a un Nobile, un Chianti e un Igt Toscana al 100% Sangiovese. E per far questo, sono in cantiere alcune collaborazioni con Università italiane, da Milano a Napoli. E stiamo pensando al lancio di una Academy entro il mese di maggio". Il terzo passo si lega all'irrigazione: "Faremo un uso scientifico dell'acqua in vigna, che consideriamo un fattore di qualità piuttosto che di quantità. In questo, ci avvarremo anche di tecnici australiani e lo applicheremo di sicuro a Verona". Infine, Bertani Domains investirà sulla Ribolla Gialla: "È l'unico autoctono friulano, è un'uva che predilige le quantità, ne facciamo già un metodo classico, ma vogliamo trovare un sistema che viri decisamente alla qualità, per sfatare dei luoghi comuni che vedono lo Chardonnay come vitigno più adatto". L'idea generale che sta alla base del progetto, Pedron la sintetizza così: "In un mondo in stasi da anni, c'è bisogno di innovazione. I primi che la fanno si possono attendere dei risultati".

- 1 superare il concetto di appassimento
- 2 investire sul Sangiovese
- 3 innovare l'irrigazione
- 4 valorizzare la Ribolla Gialla

Il fiume Secchia invade le cantine del Lambrusco

Si contano i danni nel distretto del Lambrusco. L'esondazione del Secchia a Bomporto ha causato l'allagamento della Cantina della Volta (2 m d'acqua) interessando gli impianti di produzione del metodo classico, compromettendo il packaging. Probabile la perdita del 10% del prodotto. Disagi anche per la Cantina Sociale di Sorbara e per Aurelio Bellei. Il Consorzio sta lavorando per fornire un aiuto economico ai soci. Nessun rischio asfissia per i vigneti.





## Frescobaldi al Quirinale

Il Presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano, ha ricevuto ieri al Quirinale il produttore Lamberto Frescobaldi che gli ha illustrato i primi risultati del progetto sociale "Frescobaldi per Gorgona" realizzato con l'impegno dei detenuti della casa di reclusione dell'isola toscana. "Nel primo anno sono state prodotte 2700 bottiglie" ha detto Frescobaldi "vendute in pochi mesi nei migliori ristoranti ed enoteche d'Italia, Usa e Germania. Nella prossima primavera sarà impiantato un altro ettaro di vigna e a maggio si presenterà la nuova annata".

## Franciacorta su Alitalia

Mentre si decide il destino di Alitalia e del suo piano industriale da 295 milioni di risparmi (e 1.900 esuberi), i vini di Franciacorta approdano in classe Magnifica, la business intercontinentale. L'accordo tra Consorzio e compagnia aerea sarà per le 108 cantine associate una vetrina importante che potrebbe favorire l'allargamento della quota export, oggi al di sotto del 20% dei volumi.



### supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

### hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Loredana Sottile, Andrea Gabbrielli, Marco Sabellico, Attilio Scienza

### progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

### contatti

settimanale@gamberorosso.it  
06.55112201

### pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco | 06.55112356  
dammicco@gamberorosso.it  
resp. pubblicità

Paola Persi | 06.55112393

persi@gamberorosso.it

Concessionaria Poster Pubblicità

Via Angelo Bargoni, 8 00153 Roma  
06.68896911 | poster@poster-pr.it

## ENO MEMORANDUM

### 25 gennaio Anteprima Amarone 2010

Verona  
Palazzo  
della Gran guardia  
fino al 26 gennaio  
www.consorzio  
valpolicella.it

### 27-29 gennaio Millesime Bio Montpellier www.millesime-bio.com

### 3-5 febbraio Salon des Vins du Val de Loire Angers www.salondes vinsdeloire.com

### 15 febbraio Buy Wine Firenze Fortezza da Basso fino al 17 febbraio 16 febbraio Anteprima Chianti Firenze Fortezza da Basso Oltre 100 aziende con tutti i consorzi delle sottozone dalle 9.30 alle 19.30

### 16 febbraio Gradito l'abito rosso incontro tra i vini di Friuli Venezia Giulia e Slovenia Venezia Hotel Europa & Regina San Marco 2159 ingresso 15 euro www.fisarvenezia.com

### 16-17 febbraio Sorgentedelvin LIVE 2014 Mostra dei vini naturali, di tradizione e territorio" Fonderia di Reggio Emilia www.sorgente delvinolive.org

### 24 febbraio Vinisud Salone internazionale dei vini mediterranei Montpellier (Francia) fino al 26 febbraio

### 26 febbraio Assemblea elettiva della Cia Roma Auditorium della Tecnica fino al 27 febbraio

### 2 marzo Terre di Toscana Lido di Camaiore (Lu) Una Hotel fino al 3 marzo www.terreditoscana.info

### 15 marzo I Fiumi del vino Mira - Venezia Villa dei Leoni fino a domenica 16 marzo

### fino ad aprile Cinemadivino con degustazione www.cinemadivino.net

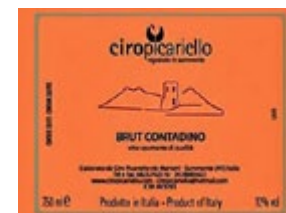
## Cantina Due Palme innova la Palmetta. Obiettivo? 400 ettari di "alberello riallineato"

Parte a ottobre prossimo il progetto pilota di Cantina due Palme che punta a riallineare l'alberello pugliese, conferendogli la forma a palmetta (vedi foto) in vista della meccanizzazione del raccolto. Con un investimento di circa 30 mila euro, la cantina diretta da Angelo Maci andrà incontro all'esigenza, da un lato, di salvaguardare integrità dei vecchi vigneti e biodiversità e, dall'altro, di ovviare alle difficoltà nel reperire il personale per la complessa vendemmia manuale, meccanizzando la raccolta. **Si parte con 30 ettari di nuove vigne, altrettanti si proverà a trasformarli ogni anno.** Sono circa 400 gli ettari ad alberello che la Due Palme punta a trasformare, con l'obiettivo finale di applicare questa forma di allevamento su tutti i nuovi impianti. "I vantaggi" spiega il direttore dell'area agronomica di Due Palme, Nicola Scarano "sono qualitativi e non quantitativi". Ora si tratta di coinvolgere i viticoltori in questo progetto, che nasce da un accordo con la Simonit&Sirch. - **G. A.**



## Veuve Clicquot VS Ciro Picariello: etichette troppo simili? Parla il produttore campano

"Dato che sono così poche, sarei anche disposto a cambiare etichette, perché farlo non pregiudicherebbe le mie vendite". Così Ciro Picariello a Tre Bicchieri, a seguito della vicenda che lo vede contrapposto al gigante dello champagne Veuve Clicquot (gruppo Lvmh), per una presunta somiglianza tra il suo Brut Contadino (base Fiano d'Avelino) e uno dei prodotti della maison francese (foto). Da Reims, precisano di non aver intentato alcuna causa legale e che è in corso una "amicable conversation" con Picariello (riporta Just Drinks). Di sicuro, come ci spiega lo stesso produttore, le raccomandate firmate dai legali giunte negli ultimi tre mesi a Summonte, non hanno un contenuto proprio "amichevole", visto che in esse si parla di danni economici da quantificare. Lettere che, invece, hanno provocato la mancata immissione sul mercato (enoteche e ristoranti selezionati) delle 3.300 bottiglie di brut. "E tanta perdita di tempo", aggiunge Picariello che risponde ai francesi punto su punto: "È tutto diverso: colori, contenuto, mercati e soprattutto nessuna pubblicità ingannevole. Non ne abbiamo bisogno". - **G. A.**



## Velenitaly sei anni dopo: il mondo del vino si mobilita

Grande mobilitazione nel mondo del vino in seguito alla condanna del direttore di Millevigne Maurizio Gily nella vicenda Velenitaly che lo vede contrapposto al giornalista dell'Espresso Paolo Tessadri. Una sanzione di 5 mila euro più spese legali, così si è pronunciato il Tribunale di Rovereto provocando immediatamente l'indignazione di produttori, blogger e giornalisti che hanno risposto con una raccolta fondi (<http://www.buonacausa.org/cause/velenitaly-ricorso-in-appello-per-maurizio-gily>): obiettivo arrivare a 15 mila euro, cifra necessaria per il ricorso in appello. Ma ricordiamo la vicenda.

È il 2008 quando, alla vigilia di Vinitaly, l'Espresso esce con una copertina provocatoria e satirica: "Benvenuti a Velenitaly". All'interno, infatti, vi è un'inchiesta sul caso, scoppiato poco prima, relativo alla sofisticazione di vini di bassa gamma. Il dito è puntato sul mondo dei viticoltori, mentre l'allarme si diffonde tra i consumatori italiani e anche stranieri. Maurizio Gily prende posizione e decide di dire la sua sul suo sito Millevigne, ribadendo l'esagerazione dei toni allarmistici e ricordando che di fatto di veleni nei vini non ne erano stati ritrovati. In particolare in riferimento a Tessadri parla di eccesso di fantasia - "fantasie horror" - nel riportare notizie raccolte in una procura ed elaborate in modo creativo. Solo tre anni dopo arriva la denuncia per diffamazione da parte del giornalista dell'Espresso che rifiuta la proposta di controbattere sullo stesso Millevigne e chiede dapprima 50 mila euro di risarcimento. Poi si arriva al processo che, per una serie di vicissitudini, si svolge a Rovereto (permettendo a Tessadri di giocare in casa). Infine la sentenza. Ma il mondo del vino non ci sta e in questi giorni è tutto un susseguirsi di post e articoli che rivendicano la libertà di stampa e ribadiscono che il vero atto da condannare è il procurato allarme e la creazione di un caso mediatico da parte dell'Espresso, non il tentativo di Gily di fare chiarezza. La vicenda continua... - **L. S.**





## Pioneers of Natural Farming in Franciacorta



## Pioneers of Biodynamic Farming in the Marche



# Bordeaux? Sul viale del tramonto



▲ a cura di Loredana Sottile

**S**ISTEMA-BORDEAUX, UN FRANCHISING incrollabile? Non troppo a giudicare dalle notizie che si susseguono e che fanno riferimento sia ai crolli dei prezzi nelle wine auction, sia alle défaillances delle vendite en primeur, passando per produzione e consumi. Da ultimo un'analisi della rivista americana Wine Business che paragona il sistema vitivinicolo della regione francese a quello che è stato General Motors per il mondo automobilistico. Un leader, certo, fino a quando i concorrenti non lo hanno sovrastato. Ma vediamo nel dettaglio. In media a Bordeaux si producono 5,5 milioni di ettolitri di vino, la metà dell'intera produzione di Cile o Australia, tuttavia la percentuale di esportazioni sul mercato statunitense è minore dell'1%. Un

dato che fa riflettere, visto che quello Usa è diventato il più grande mercato per i consumi di vino, con una crescita del 50% dal 2000 al 2012.

**COME SI SPIEGA QUESTA ANOMALIA?** Una delle risposte la si può trovare nei numeri del commercio mondiale di vino: a fronte di una crescita esponenziale, sembrerebbe che il Bordeaux (e la Francia in genere) non sia riuscito a tenere il passo. Seconda risposta: i concorrenti hanno sviluppato prodotti più facili da capire con denominazioni uniche, al posto delle 60 denominazioni (Aoc) di Bordeaux. Inoltre ad analizzare l'export bordolese ci si renderà conto che sul mercato si sono imposti i vini di fascia alta, e di conseguenza a reggere l'economia dell'intera Regione sono solo una manciata di denominazioni, quelle più glamour, a danno dei piccoli produttori. Gli stessi che

hanno iniziato a vendere le loro proprietà. Poche settimane fa, poi, è stato lanciato anche un nuovo allarme dal Ministero dell'Agricoltura francese: molti vigneron sopra i cinquant'anni non hanno al momento piani per la successione. Se le cose non dovessero cambiare 30 mila ettari potrebbero essere messi in dubbio. Si aggiunga il crollo dei consumi in Francia e il quadro è quasi completo. Tuttavia c'è da fare un'ultima osservazione: le difficoltà che il sistema Bordeaux sta vivendo sarebbero di certo più gravi se, nel frattempo, non fosse esploso il mercato cinese, a caccia di nomi famosi con cui riempirsi - letteralmente - la bocca. Ma quanto a lungo ci si potrà fidare della Cina? Non si dimentichi che l'ultimo atto del Dragone è stata l'indagine antidumping sul vino europeo (francese in primis).

## ▲ IL MIO EXPORT. Antonio Patricelli e Amedeo De Luca - Collefrisio

### 1. QUAL È LA PERCENTUALE DI EXPORT SUL TOTALE AZIENDALE?

Guardiamo molto all'estero: la nostra percentuale di export arriva al 90%

### 2. DOVE SI VENDE MEGLIO E DOVE PEGGIO E PERCHÉ?

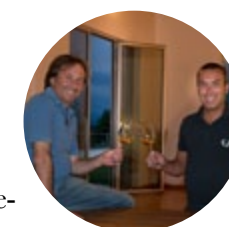
I Paesi dove attualmente abbiamo risultati sorprendenti sono l'Olanda e il Giappone. Entrambi, relativamente alla cultura del vino, sono cresciuti in maniera esponenziale non legandosi a brand famosi, ma ricercando prodotti dove ci sia corrispondenza tra prezzo e qualità.

### 3. COME VA CON LA BUROCRAZIA?

Paradossalmente vendere in Paesi extra Ue è molto meno complicato che vendere nella Comunità Europea e richiede, anche in seguito, minori adempimenti. Il mondo del vino è un mondo vessato dalla burocrazia e da leggi che invece di semplificarci la vita, rendendo agevole e pratico il nostro lavoro, lo complicano inverosimilmente.

### 4. COME SONO CAMBIATI L'ATTEGGIAMENTO E L'INTERESSE DEI CONSUMATORI STRANIERI NEI CONFRONTI DEL VINO ITALIANO?

La nostra è un'azienda molto giovane ha infatti solo otto anni di vita, eppure in questo breve periodo abbiamo assistito ad una crescita culturale, in questo settore, veramente impressionante. Si è passati, in alcuni casi, da un totale disinteresse per il vino al diventarne massimi esperti. Naturalmente c'è ancora molto da fare, il mondo è molto vasto e lo spazio da conquistare è immenso.



Collefrisio | Piane di Maggio | Frisa | Chieti | [www.collefrisio.it](http://www.collefrisio.it)

NEL PROSSIMO NUMERO  
CANTINE VINCENZO IPPOLITO



*Alla vigilia dell'anteprima, il focus sulla Docg veneta: progetti, numeri e caratteristiche di uno dei rossi più famosi d'Italia, ma più bevuto all'estero. E mentre Verona si prepara al debutto dell'annata 2010, anche quest'anno c'è chi preferisce dissociarsi*

# Anteprime. L'Amarone si presenta

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

**C**ON L'AMARONE DELLA VALPOLICELLA, INIZIA la lunga stagione delle anteprime italiane. A Verona sarà presentata da 60 cantine associate al Consorzio Tutela Vini Valpolicella, la nuova annata 2010 che, essendo terminato il periodo di invecchiamento minimo obbligatorio previsto dal disciplinare, è possibile commercializzare dall'inizio dell'anno. Daniele Accordini, enologo, vicepresidente del Consorzio, la definisce ottima: *“È stata piuttosto fredda e ciò si è tradotto in una notevole variabilità: le vallate della parte più pianeggiante hanno sofferto di più mentre le vallate dove le altitudini sono un po' più elevate, hanno dato risultati migliori. Nasceranno vini di grande longevità, con un'acidità più sostenuta della media e gradazioni alcoliche leggermente più basse”*.

## GRANDI ASSENZE: LE FAMIGLIE DELL'AMARONE D'ARTE NON CI SARANNO

All'Anteprima non parteciperanno le 12 aziende dell'associazione Famiglie dell'Amarone d'Arte (Allegrini, Begali, Brigaldara, Masi, Musella, Nicolis, Speri, Tedeschi, Tenuta Sant'Antonio, Tommasi, Venturini, Zenato). “Per noi la manifestazione non ha molto senso” ha spiegato a Tre Bicchieri la presidente Marilisa Allegrini “Basti pensare che i nostri Amarone 2010 usciranno tra la fine del 2014 e l'inizio del 2015. La nostra è una scelta che vuole esaltare la longevità, la complessità e l'eleganza di cui il vino è dotato, specialmente in un'annata come il 2010”. Aggiunge Sandro Boscaini di Masi, past president delle Famiglie “Lo strumento Anteprima sarebbe pure valido, ma l'uscita precoce favorisce le aziende che si rivolgono al mercato di largo consumo. Noi abbiamo scelto una strada diversa”.

**L'AMARONE È UN GRANDE ROSSO ITALIANO - SVILUPPA UN** giro d'affari tra i 200 e i 220 milioni di euro all'anno - sempre più raro sulle nostre tavole visto che l'80% della produzione ormai è destinata all'estero. Specialmente nei Paesi del Nord Europa dove le sue caratteristiche così particolari, ottenute dalle uve messe lungamente ad appassire (più o meno un centinaio di giorni), risultano particolarmente gradite. La resa di uva permessa nei vigneti della Valpolicella è di 12 t/ha, ma il quantitativo massimo di uva destinata all'appassimento non può essere superiore al 65%, che il Consorzio per l'annata 2013 ha ridotto al 50% (come succede dal 2009) ovvero a 6 t/ha di uva. Alla base dell'odierno successo ci sono 7200 ettari di vigneto per l'Amarone (su 76.000 complessivi della Regione), poco meno di 1500 aziende agricole dedicate, 272 imbottiglieri di cui 213 anche trasformatori, e 7 cantine cooperative, tutte di cospicue dimensioni. Non a caso la terre da vino >>



della Valpolicella sono valutate sui 530-550 mila euro ad ettaro, un prezzo del 5% superiore a quello di cinque anni fa. Insomma un player di prima grandezza nell'ambito di una regione, il Veneto, che negli ultimi dieci anni ha inanellato una lunga serie di risultati positivi: se l'intera filiera vitivinicola vale 2,2 miliardi di euro, l'export da solo vale 1,4 miliardi cioè il 36% dell'export agroalimentare veneto e il 31,8% del totale italiano.

**TRA LE NOVITÀ DI QUEST'ANNO ANCHE UN NUOVO MARCHIO** che sintetizza il legame fra territorio, filiera e tipicità, associando nel segno i concetti di uva, lavoro e prodotto. Già registrato a livello comunitario, verrà utilizzato nell'ambito della promozione dei vini della Valpolicella e della loro tutela. “La nostra tradizione si ritrova nel carattere tipografico, classico ed elegante, un Bodoni” spiega Olga Bussinello, direttrice del Consorzio “allo scopo di sottolineare l'identità italiana riconosciuta come valore di qualità indiscussa in tutto il mercato mondiale”. E proprio per rafforzare l'identità tra vitigno, azienda e territorio, strategica per i vini di alto profilo, l'innovazione rappresenta il principale driver. Un tema sviluppato nell'ambito dell'Anteprima, dal prof. Andrea Marchini, dell'Università degli Studi di Perugia che illustrerà le possibilità offerte dalla Pac. “L'innovazione come principale strumento dello sviluppo rurale” dice “viene posta al centro dell'agenda politica dell'Unione Europea. A partire dal Programma Horizon 2020 per la ricerca e l'innovazione, che per le tematiche agricole rende

## L'AMARONE SECONDO I CONSUMATORI: IL QUESTIONARIO DI VINARIUS

Le risposte ad un questionario, proposto da *Vinarius* ai suoi clienti, nella parte relativa all'Amarone, sostiene che tra i suoi elementi distintivi c'è il territorio (40%) e l'armonia del vino (30%). Il 100% conosce il territorio di produzione e l'80% ha visitato la Valpolicella. Le parole chiave dei commenti sull'Amarone sono risultate “tradizione” e “ricercato dal consumatore all'interno della sua fascia di prodotti”, forse anche in virtù del rapporto qualità-prezzo, ritenuto corretto dal 90% degli interpellati.

disponibili 4,6 miliardi di euro mentre all'interno dell'OCM unica c'è il Programma di sostegno per il vino. In questo caso le novità riguarda un'azione specifica per l'innovazione dei sistemi produttivi e la possibilità di realizzare investimenti per la competitività delle imprese. Inoltre sostenere le azioni di comunicazione conta su un budget di 337 milioni di euro”. Secondo Christian Marchesini, presidente del Consorzio Tutela Vini Valpolicella “L'Anteprima è un'occasione per mettere in relazione lo stato dell'arte della denominazione con gli obiettivi richiesti dalla filiera e imposti dal mercato. Un'evoluzione a cui il Consorzio è chiamato a rispondere mettendo in campo professionalità e competenze sempre maggiori”. Insomma se le disponibilità finanziarie ci sono, si tratta però di sfruttarle adeguatamente e soprattutto con un'ottica rivolta al futuro. Dopotutto la qualità dell'Amarone si esalta proprio sulla lunga distanza.



*È ripartito il Vini d'Italia Tour del Gambero Rosso con il tris scandinavo: Stoccolma, Copenhagen e Oslo, mercati in forte espansione per il wine&food del Belpaese. Le testimonianze di quegli italiani che si sono trasferiti nel cosiddetto Norden investendo sul made in Italy...*

## Viaggio in Scandinavia: tre tappe per tre storie

▲ a cura di Marco Sabellico

**T**RE TAPPE IN TRE GIORNI PER IL VINI D'ITALIA Tour del Gambero Rosso. E una conferma: la Scandinavia è un mercato che dà grandi soddisfazioni a chi punta sulla qualità. Dal DogA di Oslo - Norwegian Centre for Design and Architecture - all'elegantissimo Moltkes Palae di Copenhagen, per chiudere con il Grand Hotel di Stockholm. Oltre 500 persone per tappa, tra importatori, giornalisti e tantissimi professionisti del settore. Attenti, qualificati, curiosi, nei vari seminari di approfondimento quanto durante le degustazioni ai banchi d'assaggio. "C'è un clima di straordinaria attenzione per i prodotti made in Italy qui in Danimarca" è stato il commento dell'Ambasciatore italiano in Danimarca Stefano Queirolo Palmas "ma direi in tutti i Paesi Scandinavi. Il mondo della produzione italiana deve essere presente con iniziative come questa che noi sosterremo concretamente". Grande la soddisfazione tra i produttori italiani intervenuti. "Lavorare con il regime dei monopoli di Stato è impegnativo, ma può dare grandi soddisfazioni" dichiara Vittorio Leopardi Dittajuti di Numana (Ancona) "noi ad esempio siamo riusciti a sviluppare una

piena cooperazione che ci ha portato a collocare il nostro Rosso Conero Villa Marina tra i rossi più venduti in Svezia negli ultimi anni. Ovviamente assecondando le richieste dei nostri partner dalla bottiglia in vetro leggero al tappo a vite. Oggi raccogliamo i frutti di questo impegno". "È stata la mia prima esperienza con il Gambero Rosso" è il commento di Donatella Cinelli Colombini alla tappa di Stoccolma "Siamo felicissimi. Abbiamo riscontrato grande interesse per il nostro Brunello Riserva 2008 appena uscito sul mercato e ancora con l'etichetta provvisoria. Assaggi molto professionali e domande pertinenti, è un piacere degustare con persone così. I seminari organizzati per i professionisti e gli appassionati sono il vero valore aggiunto di questi eventi". Andiamo nel dettaglio e lo facciamo assieme alle elaborazioni Ismea sui dati Istat: le importazioni di vino italiano in Danimarca sono aumentate del 7,4% nei primi 10 mesi del 2013 rispetto allo stesso periodo 2012; del 15,7% in Norvegia, ancora meglio in Svezia con una performance da +17,8%. I consumi sono decisamente orientati verso i vini rossi, con soglie superiori al 70%. Ma non solo numeri, durante il nostro viaggio abbiamo raccolto anche una serie di storie di successo di wine&food (italiani!) che vi riportiamo fedelmente. »



Grand Hotel Stockholm

### Norvegia. Francesco Azzarone È italiano il miglior sommelier norvegese

**F**RANCESCO AZZARONE, PUGLIESE DI VIESTE, HA appena 32, anni ma è già da tre anni campione nazionale della sommelierie norvegese e ha rappresentato con onore (è finito decimo su 64 concorrenti) la nazione scandinava ai campionati mondiali ASI di Tokyo nel 2012. "Sono Arrivato in Norvegia per amore" racconta Francesco "Dopo la scuola alberghiera ho lavorato in un Grand Hotel di Zermatt, in Svizzera, dove ho conosciuto mia moglie, Catherine, e nel 2004 ci siamo stabiliti a Oslo. Qui ho fatto le scuole da Sommelier e ho vinto i miei primi concorsi. In Norvegia c'è un grande entusiasmo per il vino, i consumi sono in rapida crescita...". Francesco in Norvegia è un personaggio noto. Wine-consultant, lavora per Fondberg, uno dei più grandi importatori, dove è responsabile del portfolio di Italia, Austria e Australia. Da poco ha avuto una bella bambina, Martina, ma trova il tempo per conti-



nuare ad allenarsi per i prossimi mondiali. "Il vino italiano, soprattutto il rosso, qui è amatissimo. Abbiamo il 45% del mercato. Soprattutto con i rossi" ci dice "Rossi morbidi, strutturati, come Primitivo, Valpolicella Ripasso, Barbera piemontese, e poi i classici Barolo, Barbaresco, Brunello di Montalcino, Chianti Classico e Amarone". Purtroppo, lamenta Francesco, in Norvegia non c'è ancora una grande ristorazione italiana. I nostri connazionali gestiscono soprattutto trattorie e pizzerie, mancano le grandi tavole, che oggi sono appannaggio della cucina franco-scandinava, che però usa sempre più spesso ingredienti italiani. C'è ancora molto da fare, insomma. "Ai nostri produttori raccomando qualità e competitività sui prezzi" continua "C'è possibilità di crescere, ai norvegesi piace il gusto italiano, e c'è ancora tanto spazio per i vini del Sud. La mia scommessa? Punto sui vini dell'Etna. Nerello Mascalese e Carricante". »



## Danimarca. Achille Melis

### In cucina con filosofia: a casa Kierkegaard si mangia italiano

**S**E SOREN KIERKEGAARD, IL CELEBRE FILOSOFO danese, avesse mangiato italiano... Forse il suo pensiero si sarebbe orientato verso visioni meno cupe e stringenti e si sarebbe aperto a più gioiose e mediterranee visioni. Siamo stati a cena a casa sua, a Copenhagen, al numero 7 di Rosenborggade. I questo elegante palazzetto ottocentesco, in quello che fu l'appartamento del filosofo, oggi c'è un delizioso profumo di cucina italiana. È il San Giorgio, il miglior ristorante tricolore della capitale danese. Chef e patron un personaggio fuori del comune, Achille Melis. Nel pieno dei suoi cinquanta, Achille, originario di Mogoro, in Sardegna, è un torrente in piena quando parla di cucina. Ha lavorato nelle grandi cucine italiane, s'è formato con Paracucchi e Marchesi, ha rapporti fraterni con Stefano Mei e conosce tutti i protagonisti della nostra cucina. Ma quel che conta è che ai fornelli riesce, anche lontano dalla madrepatria, ad



esprimere un'italianità elegante, fatta di prodotti d'alta qualità, ricette classiche rivisitate e creative, e dove mostra uno straordinario talento nell'interpretare le nostre materie prime. Carne e pesce non hanno segreti per lui. *"Avevo un ristorante a Palau, ma nell'85 sono arrivato a Copenhagen per una prova, un esperimento. Mi sono innamorato di questo paese, della sua gente, che ama l'Italia e il gusto mediterraneo. E da allora sono qui con mia moglie Olimpia, il San Giorgio e l'altro mio locale, La Vecchia Signora, una pizzeria con forno a legna"*. Lumache al pomodoro, basilico e arancio in tempura, anatra glassata alla sapa, una fantastica aragosta alla catalana, guancia di rana pescatrice con dadolata di melanzane in agrodolce, una indimenticabile quaglia al fumo di fieno... sono solo alcune delle centinaia di preparazioni tra cui straordinarie paste e risotti che Achille alterna in base alle stagioni, al mercato, alla disponibilità dei prodotti freschi. Un indirizzo che vale la pena di visitare davvero.

## Danimarca. Almani Group

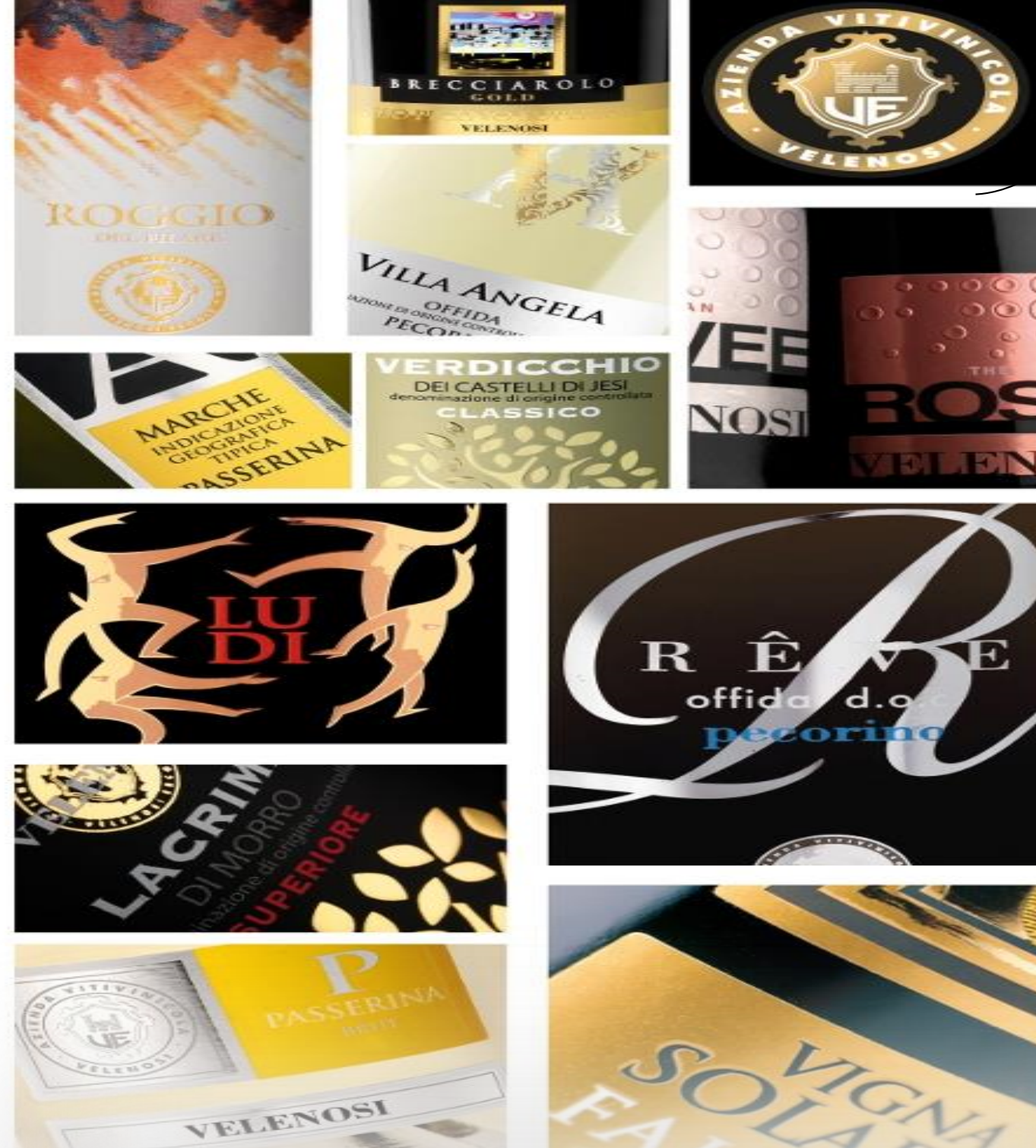
### Non solo vino: caffè ristretto a Copenhagen

**A**L NOSTRO EVENTO DI COPENHAGEN NELLE SALE Moltkes Palae, tra una degustazione e l'altra di vino, c'era la possibilità di bere un ottimo caffè. A proporlo Alessandro, Massimo e Nicola, tre ventenni italiani che poco più di un anno fa hanno scelto di vivere in Danimarca dove hanno dato vita ad una fiorente attività di importazione e di distribuzione di prodotti tipici italiani d'alta qualità: Almani Group (Al-Ma-Ni sono le loro iniziali). *"Il caffè è stato il primo passo"* racconta Massimo, modenese *"abbiamo subito inserito la cioccolata artigianale di Modica, l'olio extravergine di varie regioni, poi l'aceto Balsamico della mia terra (addirittura*



*biodinamico)* e tanti altri prodotti, dalle macchine per il caffè alle attrezzature professionali da cucina. Dopo 15 mesi il bilancio è positivissimo. Cresciamo rapidamente e ci stiamo espandendo in Danimarca, con il progetto di entrare anche negli altri mercati scandinavi".

Il loro segreto? Simpatia travolgente, entusiasmo, competenza nella scelta dei prodotti (solo alta ed altissima qualità), straordinaria voglia di lavorare e la capacità di offrire un servizio accurato e continuativo alla ristorazione di livello. *"La Danimarca è un paese esigentissimo in fatto di qualità e di servizi, ma è anche un mercato perfetto per i grandi prodotti italiani. Siamo qui per crescere, ed ampliare sempre più l'offerta"* conclude Massimo. Bravi.



VELENOSI  
VINI

Via dei Biancospini 11 - 63100 Ascoli Piceno - Italy

Tel +39 0736341218 Fax +39 0736346706

[www.venenosivini.com](http://www.venenosivini.com) - [info@venenosivini.com](mailto:info@venenosivini.com)

Velenosi Vini







▲ **STOCCOLMA, COPENHAGEN E OSLO.** È ripartito dalla Scandinavia il Vini d'Italia Tour del Gambero Rosso: Stoccolma (foto da 1 a 4), Copenhagen (foto da 5 a 8) e Oslo (foto da 9 a 11). Tre eventi che hanno coinvolto produttori, critici enogastronomici e wine lover.

Nella photogallery alcuni momenti di incontro e degustazione, a cui sono intervenuti anche autorità dei Paesi ospitanti: vedi ambasciatore italiano in Danimarca Stefano Queirolo Palmas (foto n.5). Prossime tappe Londra, il 27 febbraio, e Monaco il 21 marzo.