

L'exploit del rosso di Francia

1,6 milioni di ettolitri

BORDEAUX

1,3 miliardi di euro

I dati dell'export (in volumi e in valore) del Bordeaux nel mondo (dati 2010). Fonte: www.inumeridelvino.it

Anno 2 - n. 2 - martedì 11/01/2011 - S. Iginò

TRE BICCHIERI
il quotidiano dei professionisti del vino

GAMBERO ROSSO

www.gualaclosures.com
www.savethewines.com



Dalla Vite alla Vite.

Guala Closures Group

VINO & MARKETING

L'ESEMPIO FRANCESE

Ma perchè gli italiani non lo imitano? Troppe gelosie e pochi soldi, rispondono i Consorzi al sondaggio di Tre Bicchieri.

SISTEMA BORDEAUX

Wine bar specializzati in tutto il mondo

laGIORNATA

Una donna all'Agivi

a pag. 2
Carlotta Pasqua è il nuovo presidente.

Potatura via web



a pag. 2
Un nuovo metodo e una scuola (anche su Internet).

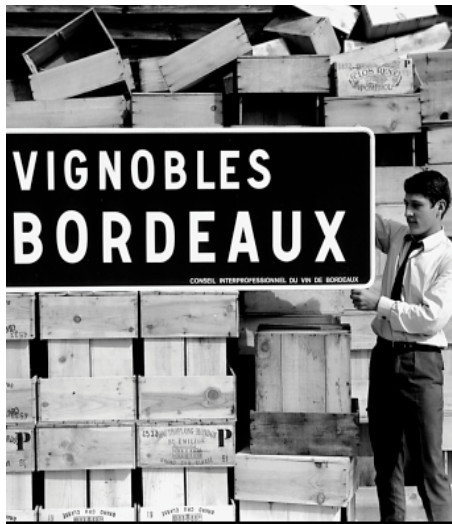
La Spagna non beve

a pag. 4
Il consumo procapite di vino locale sotto i 10 lt.

Wine Center a Pechino



a pag. 4
Il più grande importatore cinese finanzia il progetto.



Uno dei visual pubblicitari della campagna istituzionale del Civb, il Consorzio che raggruppa i produttori del Bordeaux.

di Gianluca Atzeni

Cinque wine bar in cinque metropoli, Shanghai, Londra, Berlino, New York e Hong Kong, per dimostrare che i vini di Bordeaux sono accessibili al grande pubblico e non solo un prodotto luxury per super-ricchi. L'iniziativa è del Civb, Conseil interprofessionnel des vins de Bordeaux, e punta a sfatare il mito che il Bordeaux sia un vino troppo caro. Il Consorzio l'ha inserita nel più vasto progetto denominato "Bordeaux demain". L'idea accende la discussione anche in Italia: "Un'ottima operazione - commenta Andrea Ferrero, direttore del Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe e Roero -. Noi guardiamo i cugini francesi con occhi attenti, a volte con un po' di invidia, perché spesso ci anticipano. Dobbiamo migliorare sul marketing, ma non scordiamoci che a livello internazionale ci stiamo prendendo

Segue a pag. 2 >>>

laVIGNETTA



La vignetta di oggi è il manifesto di "Cinegustologia" disegnato da Ugo Nespolo, pittore torinese. (Il servizio a pag.2)

Bianco & Rosso

I quotidiani del Veneto nei giorni scorsi hanno parlato a lungo del Governatore Zaia, leghista e difensore del made in Italy agroalimentare, che ha trascorso la notte di Capodanno in un ristorante cinese, facendosi fotografare accanto allo chef con occhi a mandorla. A "denunciare" il Governatore sono stati alcuni ristoratori di Padova con una lettera di fuoco al Mattino. In effetti, in passato, quand'era ministro dell'Agricoltura, Zaia aveva precisato di non avere nulla a che dire contro la cucina etnica: "però - aveva aggiunto - utilizziamo materie prime italiane laddove è possibile". Un discorso corretto e condivisibile.

Noi adesso a Zaia diamo una idea per "riconquistare" la simpatia dei suoi conterranei. A Milano, scrive oggi il Giornale, lo spritz in quasi tutti i bar lo si fa col vino rosso. Il Governatore si armi di ricette della tradizione e dalle guglie del Duomo gridi ai barbari della Milano da bere che no, assolutamente no, il rosso nello spritz non ci va. Le ricette sono chiare: 6 cl di prosecco, 4 cl di Aperol, seltz o soda, serviti in un tumbler basso. E ricordi a tutti che il nome spritz nasce dal verbo «sprizzare» che significa «tagliare», ammorbidire il vino e che dicendo all'oste «Mi sprizza un bianco?» si intendeva chiedere un vino chiaro con l'acqua minerale gassata.

TRE BICCHIERI@

COME RICEVERE QUESTO GIORNALE

Tre Bicchieri è il primo quotidiano dedicato ai professionisti del vino e alla "wine economy". Nasce dalla competenza e dall'esperienza del Gambero Rosso. E' un quotidiano on line (come saranno presto tutti i quotidiani). Per riceverlo basta lasciare i propri dati e la propria mail scrivendo a: trebicchieriquotidiano@gamberorosso.it

NONSOLOVINO

Il pane quotidiano

Probabilmente le radici degli scontri che stanno letteralmente insanguinando due grandi (e moderni) Paesi del Maghreb come l'Algeria e la Tunisia, sono assai più profonde di quelle condensate nei titoli dei giornali come "L'Intifada del pane" o "La rivolta del pane". Ma bisogna riconoscere che il riferimento al pane, motore della lotta sociale, nell'era della Grande Affluenza, fa

una certa impressione. Il pane è nato in Africa (forse in Etiopia) e, come ricorda lo scrittore bosniaco Pedrag Matvejevic nel suo ultimo libro "Pane nostro" (Garzanti), è da sempre segno e simbolo della storia umana. Se manca il pane, vuol dire che qualcosa si è rotto nel processo di sviluppo di una comunità. E non servono le brioches come sappiamo dal lontano 1789.

"Quando non c'è energia non c'è colore, non c'è forma, non c'è vita"

- Michelangelo Merisi detto il Caravaggio -

www.galaenergia.it



Carlotta Pasqua, la prima donna alla guida dell'Associazione Giovani Viticoltori Italiani

■ E' la prima volta in 22 anni di storia che Agivi, l'Associazione Giovani Imprenditori Vinicoli Italiani, elegge una donna alla Presidenza. Carlotta Pasqua (foto), 36 anni, master in Wine Business al Mib di Trieste, responsabile delle relazioni esterne dell'azienda di famiglia, succede a Enrico Drei Donà, da sei anni alla guida dell'associazione. "Il mio impegno" dice subito Carlotta Pasqua "sarà proseguire sulla strada delineata dalla presidenza Drei Donà. Un obiettivo importante sarà, in particolare, quello di superare il passaggio generazionale, coinvolgendo sempre di più giovani soci, rafforzandone la coesione con progetti nuovi e importanti". In questo senso va anche la nomina degli altri componenti del Consiglio Direttivo, che vede molti volti nuovi tra i consiglieri, con un'età media compresa tra i 25 e i 35 anni, laureati e con esperienze di Master in Italia e all'Estero. Al fianco di Carlotta Pasqua ci saranno come vicepresidenti Francesca Argiolas (Cantine Argiolas) e Sebastiano de Corato (Azienda Rivera). Presidente Onorario, Marcello Lunelli della Ferrari di Trento.



Direttore responsabile Daniele Cemilli
Direttore editoriale esecutivo Carlo Ottaviano
Redazione Giuseppe Corsentino 06 55112244
mail: newsletter@gamberorosso.it

Gambero Rosso Holding spa
Via Enrico Fermi 161 - 00146 Roma
Progetto grafico Ecreativity (Enrico Redaelli) Milano

SISTEMA BORDEAUX

Continua da pag. 1 >>>

qualche rivincita, in primis quella sullo Champagne". Un'idea "da imitare", per il presidente del Consorzio del Brunello di Montalcino, Ezio Rivella, che osserva: "Sul marketing i francesi hanno cento anni di vantaggio sull'Italia, dove ci sono ancora troppi campanilismi, con i produttori che si considerano come dei competitori, in un clima da Palio di Siena. I francesi, invece, hanno imparato che occorre camminare insieme. Se ci fossero i contributi ma anche la maturità dei produttori potremmo fare altrettanto". E' dello stesso avviso Federico Carletti, presidente del Consorzio del Nobile di Montepulciano: "Ottima idea ed esempio replicabile. Purtroppo, per ora, noi italiani siamo bravi nel fare il vino ma ci manca la professionalità nel marketing. Per questo occorre investire in formazione, puntando sui giovani e valorizzando i territori".

TECNICHE AGRARIE

IL METODO SIMONIT-SIRCH

Due enologi friulani hanno "inventato" un nuovo sistema. E hanno aperto una scuola. Frequentatissima

Imparare a potare per fare un buon vino

di Loredana Sottile

Finite le feste, riaprono le scuole e venerdì prossimo, 14 gennaio, tocca anche a quella di potatura. Unica nel suo genere, questa Scuola Italiana di Potatura della Vite (questo il suo nome) è stata ideata tre anni fa dagli agronomi Marco Simonit e Pierpaolo Sirch. Oggi è presente in sette regioni (Piemonte, Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Toscana e Campania). "Sui banchi, direttori, tecnici e operai della filiera viticola - spiega l'ideatore Marco Simonit - ma anche studenti, appassionati di viticoltura. E tra

le novità di quest'anno la possibilità di fare lezione via web". Previste 32 ore di incontri, suddivise tra il periodo invernale e quello primaverile per poter seguire le varie fasi della potatura. Il sistema utilizzato è quello messo a punto dagli stessi ideatori Simonit e Sirch, frutto di vent'anni di sperimentazioni nei vigneti con interventi mirati a raddoppiare l'età delle viti. "La maggiore difficoltà è stata quella di trasferire le vecchie tecniche di taglio nella moderna viticoltura, rappresentata in particolare dai più intensivi sistemi di coltivazione a spalliera, come il Guyot e il cordone speronato"



precisa Simonit. Poi aggiunge: "Il nostro è un metodo soft, il meno invasivo possibile che si basa sulla gestione manuale della pianta, per lo meno nella fase finale e più importante, il taglio". Tra gli obiettivi della Scuola di Potatura, che ha la sua sede centrale a Udine, che si autofinanzia (280 euro ad iscritto) e che ha il sostegno dei vari enti locali delle città dove si svolgono le lezioni, c'è il recupero dell'antico mestiere del potatore da applicare alla moderna viticoltura. "Il segreto è molto semplice: si tratta di rispettare la pianta, favorire il suo sviluppo naturale senza forzare troppo, con tagli eccessivi, la capacità biologica della vigna", concludono i due ideatori del metodo. Una possibile prospettiva di lavoro nel settore? "Le risposte e l'interesse dei giovani ci fanno ben sperare", conclude Simonit. Per i neopotatori futuro assicurato.

VINO & CINEMA

LA CINEGUSTOLOGIA

Quando il film ha lo stesso gusto di un bicchiere di rosso o di bianco

Siete stufo di leggere le solite recensioni di cinema ed enogastronomia? Allora l'approccio che fa per voi è la "cinegustologia", neologismo inventato dal critico enogastronomico-cinematografico Marco Lombardi, autore del libro "Cinegustologia". Ma attenzione, non si tratta di un nuovo lin-

guaggio per esperti, ma di un modo libero di descrivere vini e cibi accostandoli ai film al di là dei "codici" un po' stanchi di sommelier e gourmet. Così il critico accosta vini come il Carato Venusio 2001, l'Aglianico del Vulture doc al film "Il Laureato" per cupezza, morbidezza e freschezza; il

bianco Zuani di Felluga all'ultimo film di Clint Eastwood, "Hereafter", per la sua natura una e trina. Il "gioco" può continuare all'infinito secondo il proprio gusto personale e sul sito www.cinegustologia.it chi vuole può dire la propria improvvisandosi "cinegustologo". (I.s.)

VINO & LETTERATURA

IL CONCORSO

Bere e scrivere (un romanzo) L'idea della Bel Ami Edizioni

Continua il fortunato connubio vino-letteratura. La Bel-Ami Edizioni, una piccola ma attivissima casa editrice nata nel 2008 a Pescara, ha lanciato il concorso letterario "Il vino dà alla testa, ma aiuta la mano". Come si legge nel sito dell'editore, "il vino come fonte d'ispirazione, come sapore da contemplare e come compagno di avventure, consapevoli del fatto che chi non lo beve mai, forse ha un segreto da nascondere". Scadenza il 1° marzo. In palio la pubblicazione dell'opera con premiazione al "DieciLune - Festival dell'Autore" di Napoli.

BAE
BEL-AMI
EDIZIONI

GAMBERO ROSSO



Berebene low cost 2011 su iPhone e iPad

2600 vini a prezzi giusti e quasi 600 vini con il miglior rapporto qualità prezzo

Disponibile su
App Store

www.gualaclosures.com

www.savethewines.com

3 0 0 0 0 0 0 0 0 0 1

Dalla Vite alla Vite.

**OLTRE 3 MILIARDI DI CHIUSURE A VITE
PER IL VINO VENDUTE NELL'ULTIMO ANNO.**

Dal 1954 Guala Closures Group soddisfa le esigenze delle più prestigiose case vinicole, in Italia e nel mondo, personalizzandone le chiusure con una gamma infinita di colori, forme, dimensioni e materiali. Attraverso le più avanzate tecnologie di serigrafia, stampa a caldo, litografia, offset e stampa a rilievo, il Gruppo è in grado di creare per i propri clienti un'identità di marca inconfondibile, elemento fondamentale di una politica di marketing di successo. Più di 2.000 managers, professionisti e tecnici uniti da un'unica passione: proteggere la qualità del vino attraverso una costante ricerca e innovazione che ha portato il Gruppo ad introdurre, per primi sul mercato, una chiusura a vite dotata di banda "Tamper Evident" contro la contraffazione del vino.

 *Guala Closures Group*

TRE BICCHIERI

il quotidiano dei professionisti del vino

GAMBERO ROSSO

Pubblicità
Direttore commerciale Franco Dammicco
 06 55112356 - mail: dammicco@gamberorosso.it
resp. Divisione Pubblicità Stefano Dini Ciacci
 06 55112346 - mail: ciacci@gamberorosso.it
Concessionaria Poster Pubblicità
 Via Angelo Bargonini, 8 00153 Roma
 tel. 06 68896911 mail: poster@poster-pr.it
 Piera Allegretti 06 68896932 allegretti@poster-pr.it
 Caterina Giordano 06 68896904 cgiordano@poster-pr.it

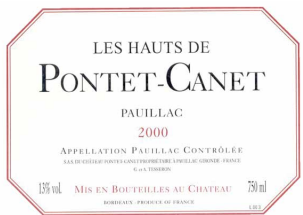
Un centro culturale del vino a Pechino

■ Il più importante importatore di vino pregiato in Cina, l'Asc, apre un centro commerciale e culturale del vino a Pechino. Qui, oltre ad acquistare le bottiglie, si potranno seguire corsi di formazione e organizzare eventi. L'Asc è stata fondata nel 1996 e oggi rappresenta più di cento etichette tra cui Gaja, Masi, Ruffino, Bollinger, Lafite e Mouton. Nel 2009 il 70% delle quote di Asc sono state acquistate dal gruppo giapponese Suntory.



Due Chateaux storici diventano "bio"

■ Due Chateaux della famosa classificazione del 1855 di Bordeaux diventano biologici. Lo riferisce la rivista inglese Decanter. Chateau Guiraud a Sauternes e Pontet-Canet a Pauillac (etichette a sinistra), infatti, sono stati i primi a raggiungere la piena certificazione biologica rilasciata (come in Italia) da agenzie autorizzate e saranno, quindi, anche i primi che potranno stampare sulle loro etichette il simbolo AB (Agriculture Biologique).



WINE BAR IN VENDITA A LONDRA

Una storica catena di wine bar londinesi è in vendita e, come riferisce il Times, sarebbero già un centinaio le società e i privati interessati all'acquisto. Balls Brothers, questo il nome della catena nata 50 anni fa, conta 19 wine bar e 332 dipendenti. Top secret, il prezzo.

CONSUMI VINICOLI ALLARME DA MADRID

Le statistiche dell'agenzia pubblica "Mercasa" fotografano un Paese quasi astemio. In Rioja, Murcia ed Extremadura i cali più forti.

La Spagna non beve. Solo 9,5 lt.

Gli spagnoli producono tanto vino, lo esportano, ma non lo bevono. Ecco ciò che emerge dalla ricerca condotta da "Mercasa" (l'azienda pubblica spagnola a sostegno del settore alimentare, l'equivalente della nostra Agea) pubblicata sulla sua rivista di settore "Distribucion y Consumo". Il consumo medio pro capite di vino spagnolo, infatti, è di soli 9,5

litri l'anno. Dato ben al di sotto delle previsioni dei più pessimisti analisti che avevano ipotizzato, poco più di un mese fa, un consumo medio di 16 o 17 litri. La sorpresa più grande, però, l'ha riservata la Rioja. Pare, infatti, che quella che è la più importante regione di produzione vinicola spagnola sia al terzultimo posto per consumo pro capite di vino locale

con solo 6,4 litri l'anno seguita solamente da Extremadura e Murcia (6,3 litri). Al primo posto, invece, la regione autonoma della Cantabria con 17,7 litri, quasi il doppio del consumo medio nazionale. Seguono le Isole Baleari (15 litri), le Asturie (13,2 litri), la Catalogna (13,1 litri) e i Paesi Baschi (11,7 litri). Il consumo italiano è di 40 lt.



Il logo di Mercasa, l'azienda pubblica spagnola che si occupa di sostegno alle imprese agricole.



GALA S.p.A., nata a seguito della liberalizzazione del mercato elettrico attuata nel 1999, opera nel settore dell'energia ed ha per oggetto sociale:

- la commercializzazione dell'energia elettrica e del gas (quest'ultimo dal 2011)
- lo sviluppo di servizi per il risparmio energetico
- la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili

GALA è sinonimo di energia pulita: infatti è in grado di fornire ai propri clienti energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili ed assisterli per individuare gli interventi che possono effettivamente ridurre i consumi (i costi) energetici. Il settore enologico, anche al fine di competere con maggiore possibilità di successo sui mercati internazionali, vive con grandissima attenzione l'esigenza di orientare la produzione del vino in tutta la sua filiera verso processi altamente qualificati ed ecologici e di ridurre i costi. Una importante componente dei costi è rappresentata dal consumo di energia elettrica.

GALA, in occasione dell'evento "Tre bicchieri" della Guida dei Vini d'Italia 2011 del Gambero Rosso, ha messo a punto per le aziende che operano nel settore enologico una proposta molto interessante denominata "Winenergy D.O.C." che prevede la fornitura di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili con tariffe particolarmente competitive, studiate sulla stagionalità dei consumi di energia che caratterizza questa tipologia di utenze.

Vi invitiamo ad inviare copia della Vostra bolletta energetica a **GALA** che Vi dirà quanto risparmiare con la tariffa "Winenergy D.O.C." messa a punto specificatamente per le aziende che operano nel settore viti-vinicolo, le quali potranno sottolineare nelle proprie iniziative promozionali che utilizzano nei processi per la produzione del vino esclusivamente energia pulita generata da fonti rinnovabili.

PER CONOSCERE MEGLIO GALA, VISITATE IL NOSTRO SITO
 >> www.galaenergia.it

ROSSO

1472
1472
1472
1472
1472



**CHIANTI DOCG 2009, CHIANTI CLASSICO DOCG 2008,
TOSCANA IGT 2005: UNA STORIA, GRANDI VINI.**

Una storia fatta di piccoli gesti quotidiani e straordinari, di passione, di progetti e di idee sempre nuove. Banca Monte dei Paschi di Siena è la prima nel mondo a presentare una linea di vini firmata dal suo sigillo e dal suo anno di fondazione: 1472.



**MONTE
DEI PASCHI
DI SIENA**
BANCA DAL 1472