



IL CORRIERE SEMPRE PIÙ SOCIAL

Seguici su Facebook, Twitter e LinkedIn per essere sempre aggiornato sulle notizie del settore.
www.corrierevinicolo.com



Scarica l'app

Per leggere il Corriere Vinicolo digitale e tutte le altre pubblicazioni, come Vite, Wine by Numbers, Vino in Cifre e i dossier speciali.



Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

ASSOCIAZIONE PER LA TUTELA GENERALE DELLE ATTIVITÀ DEL CICLO ECONOMICO DEL SETTORE VITIVINICOLO

EDITRICE UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26
Abbonamento per l'Italia: versamento Ccp n. 508200, 120,00 euro (Iva assolta); 90,00 euro versione on-line (Iva inclusa);
versione cartacea + on-line 150,00 euro - Una copia 5,00 euro, arretrati 6,00 euro - Area internet: www.corrierevinicolo.com

Registrazione Tribunale di Milano n. 1132 del 10/02/1949 Tariffa R.O.C.: Poste italiane spa, spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano
Stampa: Sigraf, Treviglio (Bergamo) - Associato all'Uspi, Unione Stampa Periodica Italiana.

**Uno step decisivo nel processo di internazionalizzazione delle aziende italiane.
Abbona, presidente UIV: "Aperti nuovi scenari e opportunità di business"**

“Il giudizio è stato unanime per la gran parte degli espositori: nonostante la vendemmia abbia sfavorito la partecipazione di alcuni Paesi dell'emisfero Nord, soprattutto Europa e Nordamerica, si è intercettato un nuovo pubblico proveniente dai Paesi dell'emisfero Sud e dall'Oriente che ha aperto nuove opportunità di business. Un bilancio positivo che miglioreremo sicuramente nelle prossime edizioni di SIMEI, trovando tempi e modi ottimali per consentire una presenza trasversale e completa a livello internazionale. Desidero rivolgere un ringraziamento particolare a tutti gli espositori presenti, che hanno creduto nell'evento e con i quali vogliamo costruire il successo del futuro di questa manifestazione. La mia gratitudine va anche a Fiera Monaco, per il supporto che ci ha dato e per l'intento comune di procedere insieme in questo cammino condiviso, rafforzando una sinergia veramente strategica che auspico si consoliderà nei prossimi anni a favore di tutto il comparto". Con queste parole **Ernesto Abbona**, presidente di Unione Italiana Vini, commenta la 27ª edizione di **SIMEI**, la più importante fiera internazionale delle tecnologie per enologia e imbottigliamento, che si è chiusa lo scorso 15 settembre a Monaco di Baviera. Per la prima volta la manifestazione, organizzata dal 1963 da Unione Italiana Vini, è andata in scena in Germania, in concomitanza con **drinktec**, fiera leader mondiale del liquid food e beverage. Una sinergia importante dimostrata dai numeri: **drinktec** ha infatti registrato un incremento di pubblico del 15% rispetto alla scorsa edizione grazie proprio alla presenza di **SIMEI** e, in totale, le due fiere hanno superato i 75 mila visitatori.



SIMEI 2017 LA STRADA GIUSTA Bilancio della prima edizione con drinktec

CONTINUA A PAGINA 2

CONFERENZA STAMPA AL MIPA AF

Clima e prezzi protagonisti del dibattito in occasione delle previsioni vendemmiali UIV - Ismea
a pagina 3



EXPORT ITALIA 1° SEMESTRE



Giro di boa positivo: prosegue il boom della spumantistica (+12%), a cui si affianca il dato di discreta crescita dei vini fermi (+3%). In stallo i frizzanti, recupera lo sfuso comune



a pagina 5



www.nortan.it

Stringer 120

La prima macchina per legatura a spago.

La tradizione di sempre, l'eleganza della tecnologia, l'eccellenza italiana.



Innovation Challenge Lucio Mastroberardino
SIMEI-ENOVITIS 2013



NEW TECHNOLOGY



200
espositori di tecnologie
per il comparto enologico

200
delegati in visita
provenienti da tutto il mondo

oltre 20
incontri formativi e informativi,
tra convegni e workshop tecnici

➔ segue dalla prima pagina

SIMEI 2017: LA STRADA GIUSTA

Internazionalizzazione in primo piano

“Si tratta di una nuova esperienza, sicuramente positiva - commenta **Cristina Bertolaso**, titolare dell'omonima azienda e presidente del Comitato permanente di SIMEI -. Le grandi competenze tecniche italiane, la nostra capacità di innovare e di relazionarci con il cliente sono state ampiamente riconosciute e oggi sono pronte a conquistare mercati nuovi. SIMEI a Monaco è stata una scelta vincente perché ha portato molti potenziali clienti soprattutto dall'emisfero australe. Abbiamo investito con convinzione in questo progetto, consapevoli che essendo il periodo della

vendemmia in Italia e anche in altri Paesi europei e americani, ci sarebbero state comunque della assenze, ma crediamo fermamente nell'internazionalizzazione che questa sinergia può offrire”.

“Il sentore degli espositori è per la maggioranza molto buono - aggiunge **Marzio Dal Cin**, presidente Anformape -. La presenza di moltissimi stranieri è un aspetto davvero positivo e la ragione per la quale le aziende hanno deciso di credere e investire in questo progetto. Fattore, questo, che ha in parte compensato la scarsa presenza di produttori europei e nordamericani a causa della vendemmia, come avevamo

previsto. Gli impiantisti sono molto soddisfatti, così come chi sta ampliando il proprio target anche agli ambiti del beverage, perché hanno potuto incontrare un pubblico trasversale. Per le prossime edizioni sarà indispensabile conciliare le esigenze di tutti i produttori a livello internazionale per consentire una presenza veramente 'globale'”.



Marzio Dal Cin



Cristina Bertolaso con Ernesto Abbona

Da sinistra:
Reinhard Pfeiffer,
Franz Josef Pschierer
ed **Ernesto Abbona**



SIGLATE NUOVE INTESA PER IL FUTURO DEL COMPARTO



L'INAUGURAZIONE

“Siamo molto orgogliosi che SIMEI abbia varcato per la prima volta i confini nazionali per approdare qui a Monaco e aprire, insieme a drinktec, le porte dell'internazionalizzazione alle nostre imprese. Siamo qui per celebrare con il SIMEI@drinktec 2017 una partnership tra Unione Italiana Vini e Messe München alla quale crediamo molto e che, siamo certi, avrà un grande futuro. Stiamo lavorando insieme a Fiera Monaco e al suo vice amministratore delegato, mr. Pfeiffer, per rafforzare un'intesa nata nel 2015 che, a breve, conoscerà un nuovo decisivo sviluppo”. Con queste parole **Ernesto Abbona**, presidente di Unione Italiana Vini, è intervenuto alla cerimonia inaugurale della 27ª edizione di SIMEI (foto nei toni). “Ringrazio Unione Italiana Vini per aver creduto, come noi, in questo progetto - ha aggiunto il vice AD di Fiera Monaco, **Reinhard Pfeiffer** -. Si tratta di una sinergia importante che vogliamo sviluppare e consolidare. In tal senso, in questi giorni, sono previsti importanti momenti di confronto”. A dare un caloroso benvenuto agli espositori di SIMEI anche il sottosegretario del Ministero dell'Economia tedesco, **Franz Josef Pschierer**, che ha ribadito come la collaborazione porti valore aggiunto a entrambe le Fiere. “Questo ponte tra la Baviera e l'Italia è fondamentale. Grazie a SIMEI, drinktec sarà impreziosita da un polo tecnologico fondamentale, dedicato al vino, mercato che nella nostra Franconia sta assumendo sempre più rilevanza. SIMEI potrà invece beneficiare di un pubblico ancora più ampio e trasversale”.



Qui sopra,
a sinistra: **Evandro Fontana** e **Paolo Castelletti**.
A destra:
i vertici UIV
insieme allo staff
di SIMEI
e alla nutrita
delegazione cinese

Castelletti, segretario generale UIV:
“Abbiamo messo le basi per nuove partnership
commerciali, a partire da Cina e Brasile”

“SIMEI a Monaco, oltre a un'eccezionale vetrina internazionale per le migliori tecnologie italiane del settore enologico, è stata un'importante occasione di incontro e confronto con enti, istituzioni, imprese e delegazioni provenienti da ogni parte del mondo, quest'anno davvero numerose. Abbiamo creato sinergie importanti per il futuro del comparto e messo le basi per nuove partnership commerciali, a partire da quelle con la Cina, con cui è nato un accordo di reciproca promozione, e Brasile, Paese molto interessante per i nostri prodotti. Inoltre, abbiamo siglato un memorandum con la Camera di Commercio Italo Tedesca, alla presenza di Renato Cianfarani, console generale a Monaco, per promuovere i nostri prodotti tecnologici e i nostri vini. Siamo quindi molto soddisfatti di questa edizione di SIMEI, contesto ottimale per rendere ancora più internazionale il nostro miglior made in Italy”. Con queste parole **Paolo Castelletti**, segretario generale di Unione Italiana Vini, ha commentato i numerosi incontri istituzionali avvenuti in occasione di SIMEI@drinktec. Tra UIV e **Mr. Liu Jun**, presidente della China National Grape Society e Hebei Grape Society, è stato

siglato un memorandum di intesa per creare una piattaforma di collaborazione nell'ambito delle tecnologie del vino e delle più moderne pratiche enologiche; le istituzioni cinesi presenteranno il meglio delle macchine e delle attrezzature esposte a SIMEI ai produttori cinesi, promuovendone l'utilizzo. Un accordo di reciproco scambio è stato poi siglato con **Annamaria Andretta**, presidente della Camera di Commercio Italo Tedesca, con l'obiettivo di rafforzare la presenza e l'immagine delle produzioni vinicole italiane in Germania, attraverso l'organizzazione congiunta di progetti di promozione e dandone reciproca visibilità attraverso i rispettivi canali di comunicazione. Molto significativo infine l'incontro con **Evandro Fontana**, segretario generale dell'assessorato alle Attività produttive, scienza e tecnologia della regione brasiliana di Rio Grande Do Sul, presente a Monaco con una delegazione di oltre 45 imprese. Un mercato interessante anche per i produttori vitivinicoli: la regione ha infatti manifestato interesse a importare una maggiore quantità di vino italiano e quindi a lavorare congiuntamente con UIV per migliorare gli scambi commerciali tra i due Paesi.



TUTTI I
NUMERI DI

SIMEI @drinktec

SIMEI@drinktec ha visto la presenza di 200 espositori di tecnologie per il comparto enologico a livello mondiale, di cui 157 italiani, e 200 delegati in visita da tutto il mondo. Oltre che da Brasile, Cina, Cile, Sudafrica e molti altri Paesi, per la prima volta hanno partecipato imprese anche da Messico, Ecuador, Ucraina, che hanno potuto testare da vicino la tecnologia italiana attraverso visite guidate e presentazioni aziendali organizzate ad hoc. E l'innovazione è stata poi protagonista alla premiazione delle sei aziende vincitrici dell'Innovation Challenge "Lucio Mastroberardino" 2017. Successo anche per le degustazioni di vini e prodotti enogastronomici italiani organizzate da UIV al Sensory Bar allestito all'interno dei padiglioni SIMEI. Centrale anche in questa edizione è stata la formazione: oltre 20 eventi, tra convegni e workshop tecnici, hanno visto la partecipazione di importanti realtà nazionali e internazionali, tra cui il Ceev, il Cervim, la Stazione Sperimentale del Vetro, la Confederazione Europea del Sughero, la Spirits Valley, e importanti personalità istituzionali come Joao Onofre, Capo unità Vino DG Agricoltura e sviluppo rurale della Commissione Europea, Pau Roca, segretario generale della FEV, Monika Christmann, presidente OIV, Felice Assenza, direttore generale delle politiche internazionali al ministero dell'Agricoltura, Paolo De Castro, vice presidente Commissione Agricoltura, Jean-Marie Barillere, presidente del Ceev e Federico Terenzi, presidente di Agivi.

Nel prossimo numero un approfondimento dedicato agli eventi in fiera



PROSSIMO
APPUNTAMENTO
CON **SIMEI** A MILANO
DAL 19 AL 22
NOVEMBRE 2019

Da sinistra: Paolo Castelletti, Ernesto Abbona, Andrea Olivero, Raffaele Borriello, Ignacio Sanchez Recarte, Fabio Del Bravo



PREVISIONI VENDEMMIALI

Clima e prezzi al centro del dibattito

Il presidente Ernesto Abbona alla conferenza stampa al Mipaaf: "Vendemmia complessa: cautela nei dati, qualità solo con viticoltura professionale"

di GIULIO SOMMA

Cambiamenti climatici, gestione dei prezzi e metodiche di analisi delle previsioni: su questi tre temi si è concentrato il dibattito seguito alla presentazione dei dati sulle previsioni vendemmiali, svoltasi in occasione della recente conferenza stampa organizzata al Ministero per le Politiche agricole da Unione Italiana Vini e Ismea. "Una vendemmia complessa, dove è stata difficile la ricognizione in tutte le zone vitate del Paese caratterizzate da territori e vitigni molti diversi tra loro che hanno reagito in modo differente al bizzarro andamento stagionale di quest'annata - ha detto **Ernesto Abbona**, presidente di Unione Italiana Vini, aprendo l'incontro - obbliga a una estrema cautela metodologica nella raccolta e analisi dei dati previsionali. I cambiamenti climatici su scala globale stanno incidendo in maniera determinante sulle pratiche viticole delle nostre aziende, modificando alcuni parametri ambientali e, di riflesso, mettendo in difficoltà i sistemi consolidati di misurazione previsionale dell'andamento produttivo". Sebbene quest'anno, con la raccolta anticipata, le previsioni di UIV e Ismea per l'Osservatorio del Vino si basano su dati che vedono quasi la metà delle uve già in cantina, la flessione del 26% del dato complessivo (per circa 40 milioni di ettolitri, come abbiamo ampiamente illustrato nell'ultimo numero del Corriere Vinicolo) rimane fortemente condizionata dall'andamento meteorologico che caratterizzerà le ultime settimane della vendemmia. Sul fronte qualitativo, invece, ha proseguito il presidente di UIV, "è troppo presto per dare valutazioni complessive, ma certamente si evidenzierà sempre più la differenza tra impianti condotti in modo tradizionale e, viceversa, vigneti allevati con l'ausilio di pratiche agronomiche volte a favorire il radicamento profondo delle viti che risultano assai più protetti dagli eccessi di insolazione o precipitazioni atmosferiche".

Una viticoltura professionale che però, oggi, di fronte ai cambiamenti climatici, ha bisogno del supporto della ricerca e dell'innovazione, ha sostenuto **Ignacio Sanchez Recarte**, segretario generale del Ceev dopo aver presentato i dati vendemmiali dei principali Paesi europei. Tesi ribadita dal viceministro delle Politiche agricole, **Andrea Olivero**. "Oggi più che mai siamo consapevoli che i cambiamenti climatici incidono in modo sempre più determinante sul settore agricolo e vitivinicolo in particolare - ha detto Olivero - di conseguenza l'innovazione e la cura professionale dei vigneti consentono una maggiore competitività, assicurando maggiori ricavi a tutti gli attori della filiera ed è in questa direzione che dobbiamo continuare a operare". Certamente il bilancio conclusivo di questa vendemmia, ha proseguito il viceministro "andrà valutato nelle opportune sedi per la sua portata generale, anche con iniziative straordinarie. Stiamo pensando a misure di emergenza per il vino, come l'aumento di dotazione del Fondo di Solidarietà Nazionale, all'ipotesi di aprire ad assicurazioni sui cali di redditività del vino, perché le fluttuazioni di prezzo stanno diventando un elemento decisivo per le imprese, che hanno bisogno di sostegno. Voglio vedere, però, anche il bicchiere mezzo pieno: nonostante una vendemmia scarsa, l'Italia mantiene il primato della produzione mondiale con 40 milioni di ettolitri".

Rischio di tensioni sui prezzi

Un primato che, però, non ci tiene al riparo dalle tensioni sui prezzi. "I listini dei vini comuni mostrano una tendenza all'aumento - ha sottolineato **Fabio Del Bravo** di Ismea -. Secondo le nostre rilevazioni, la campagna si è aperta con i prezzi di agosto in crescita del 4% sui bianchi comuni e del 2% sui rossi comuni rispetto a luglio, aumento che si conferma anche su base tendenziale annua, soprattutto per i bianchi". Ma per inquadrare correttamente le dinamiche dei prezzi "dovremo attende-

re le prossime settimane - ha rassicurato **Raffaele Borriello**, direttore generale di Ismea - in quanto i numeri di quest'anno vanno inquadrati nel contesto più generale delle ultime vendemmie. Rimaniamo convinti che in questa campagna difficile, un'efficace gestione delle scorte disponibili nelle cantine italiane consentirà di fronteggiare i deficit quantitativi della vendemmia. Certo se una situazione simile si dovesse ripetere per 2-3 anni di seguito, dovremmo arrivare a un ripensamento generale della viticoltura e delle strategie di crescita". Ma il tema delle giacenze non è stato sufficiente a rasserenare gli animi dei produttori. Nel

da 'grande annata' che rende molto difficile scaricare incrementi sul mercato". Vanno, poi, considerate anche le difficoltà legate alle fluttuazioni valutarie, ha ricordato **Daniele Simoni**, ad di Shenk Italia, che "contribuiscono a rendere più complesso lo scenario competitivo e limitano ancora di più gli spazi di manovra sul prezzo finale del prodotto". Per **Valentino Di Campi**, presidente di Codice Citra e del Consorzio Vini d'Abruzzo, invece, l'effetto combinato del calo produttivo e dell'aumento dei costi non potrà essere sopportato solamente dalle cantine: "dobbiamo trovare, però, una soluzione condivisa da tutta la filiera per



dibattito, sollecitato da **Paolo Castelletti**, segretario generale di UIV, che ha moderato l'incontro, il coro è stato unanime nel sottolineare l'oggettività dell'aumento dei costi e, nel contempo, la difficoltà di trasferire i rincari a valle sul prodotto finale. Dopo **Antonio Rallo**, ad di Donnafugata, che ha evidenziato l'urgenza di pensare al futuro impostando nuove strategie di gestione dell'acqua, è stato **Enrico Vignierchio**, ad di Banfi, a chiarire come "in annate difficili come questa la necessità di lavorare di più in vigneto e cantina fa crescere i costi per ottenere una qualità non certo

trasferire al mercato aumenti di prezzo limitati, soprattutto sui prodotti di prima fascia, cercando di contenere gli effetti negativi sulla competitività". L'invito ad adottare una logica di lungo periodo è arrivata, infine, dal dg di Cavit, **Enrico Zannoni**: "trasferire gli aumenti di prezzo della materia prima sul prezzo finale del prodotto è una logica tipica delle commodity, ambito dal quale abbiamo cercato, negli ultimi anni, di tirare fuori il vino. Dovremo sopportare un po' di sofferenza sulla redditività, quest'anno, per non rischiare di fare un pericoloso passo indietro in termini di strategia e posizionamento".



enoplastic

enoplastic.com

| Italy | Spain | Usa | Australia | New Zealand |

Via L. Galvani,1 - 21020 Bodio Lomnago (VA)

EXPORT ITALIA 2017 PRIMO SEMESTRE

EXPORT ITALIANO DI VINO PER TIPOLOGIE - GENNAIO-GIUGNO

	Litri			Euro			Euro/litro		
	2016	2017	Var. %	2016	2017	Var. %	2016	2017	Var. %
Spumanti	140.710.207	157.826.708	12,2	499.564.937	572.335.638	14,6	3,55	3,63	2,1
Bottiglia < 2 litri	563.446.320	578.685.228	2,7	1.902.316.079	2.005.735.566	5,4	3,38	3,47	2,7
- Frizzanti	75.551.919	75.079.006	-0,6	173.473.380	179.998.766	3,8	2,30	2,40	4,4
- Vini fermi	483.988.052	498.800.888	3,1	1.712.375.405	1.806.832.638	5,5	3,54	3,62	2,4
2-10 litri		17.490.254			30.914.918			1,77	
Sfusi	266.261.161	276.519.422	3,9	197.875.067	176.282.735	-10,9	0,74	0,64	-14,2
Totale	970.417.688	1.030.521.612	6,2	2.599.756.083	2.785.268.857	7,1	2,68	2,70	0,9

Un giro di boa positivo

Prosegue il boom della spumantistica, a cui si affianca il dato di discreta progressione dei vini fermi. In stallo i frizzanti, recupera lo sfuso comune

di CARLO FLAMINI

Il secondo trimestre dell'anno conferma lo stato di salute dell'export italiano di vino, con chiusura dei sei mesi a 10 milioni di ettolitri (+6%) e valori poco sotto i 2,8 miliardi di euro, equivalenti a una crescita del 7%. A trainare sono gli spumanti, che confermano le progressioni del primo trimestre, mentre i vini in bottiglia si dividono tra staticità dei frizzanti e discreta progressione dei fermi, attestati a una crescita più sostanziosa sui volumi che non sui valori. Per gli sfusi il rallentamento del primo trimestre viene confermato e aggravato nel secondo, soprattutto sul fronte valore, dove si scende di oltre il 10%. Ma come vedremo il calo non intacca i vini comuni, che anzi sono in piena corsa.

► SPUMANTI

La progressione del comparto spumanti continua a essere a doppia cifra, con volumi attestati quasi a 1,6 milioni di ettolitri (+12%) e valori prossimi ai 600 milioni di euro, in aumento del 15% sul corrispondente semestre 2016. A crescere sono solo due categorie di prodotto: Prosecco e

varietali/comuni, mentre l'Asti prosegue nel trend generale di ribasso. Per il Prosecco, essendo la categoria doganale nuova di zecca, inaugurata a gennaio, è impossibile calcolare variazioni percentuali precise, ma si può ovviamente riassemblarla alla categoria Dop dove era inserito fino al 2016, di cui

Continua a pagina 7 ➔

EXPORT SPUMANTI PER CATEGORIE - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2017	Var. %	2017	Var. %	2017	Var. %
Champagne	224.065	-29,2	9.792.973	-2,6	43,71	37,6
Cava	316.046		1.150.247		3,64	
Prosecco	87.335.871		339.039.936		3,88	
Asti	11.280.392	-1,7	37.761.059	-2,6	3,35	-0,9
Dop	25.768.436	-74,0	106.316.690	-72,0	4,13	7,8
Igp	5.108.925	-7,2	12.335.379	-8,2	2,41	-1,1
Varietali	4.467.349	25,7	13.967.640	34,8	3,13	7,2
Comuni	23.325.624	12,5	51.971.714	9,6	2,23	-2,6
Totale spumanti	157.826.708	12,2	572.335.638	14,6	3,63	2,1

Fonte: elaborazioni Corriere Vinicolo su dati Istat

IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE
ERNESTO ABBONA

DIRETTORE RESPONSABILE
CARLO FLAMINI c.flamini@uiv.it

REDAZIONE
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it

HANNO COLLABORATO: Giulio Somma, Bruno Donati

GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI,
ALESSANDRA FARINA

SEGRETERIA DI REDAZIONE
LAURA LONGONI, redazione@corrierevinicolo.com

PROMOZIONE & SVILUPPO
BRUNA ZACCAGNINI, tel. 02 72 22 28 41
b.zaccagnini@uiv.it - corrierevinicolo@uiv.it
Grafica pubblicitaria: tel. 02 72 22 28 57
grafica.editoria01@uiv.it

ABBONAMENTI
NOEMI RICCÒ, tel. 02 72 22 28 48
abbonamenti@corrierevinicolo.com



Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana





Io c'ero.



In tutti i momenti belli come questo: io c'ero. Pensateci bene.
Per proteggere e far respirare un vino importante ancora da bere, come già sa l'86% di voi.
E c'ero quando, appena stappato, mi avete odorato per apprezzarne l'aroma.
E dopo, quando mi avete tenuto come ricordo di un brindisi intimamente importante
che meritava di essere conservato.
C'ero, perché i vini migliori sono sempre accompagnati dai tappi di sughero 100% naturali.

Continuate a seguirci su facebook.com/loStoColSughero e ilsughero.org.



➔ Segue da pagina 5

costituiva l'80%, per ottenere crescita indicative dell'8% in Germania, del 10% in UK e del 22% in Usa, parlando di volumi, per un totale generale sopra del 14% (vedi tabella a fianco). Dove va il Prosecco? Il 40% circa dei fatturati viene ricavato in UK, un quarto in Usa, per un totale dei due Paesi del 63% (a volume siamo al 65%). Percentuali minori da Germania (6%), Francia, Svizzera e Canada (3%), e poi il resto del mondo che fa il 20%. Una concentrazione molto spinta, con problemi da affrontare nel prossimo futuro relativi a Brexit e cambi con l'euro di sterlina e dollaro. Ancora poca cosa il continente asiatico, con Giappone, Cina, Corea e HK che

non arrivano all'1% del totale. A livello generale, i 340 milioni di euro fatturati dal comparto Prosecco (nella sola versione spumante) portano il prodotto a pesare per quasi il 60% sul totale export bollicine e per il 12% sul totale export del nostro Paese. Specchio generale dell'andamento del Prosecco è la classifica per Paesi della spumantistica italiana: in testa UK, Usa e Germania, tutti in grande crescita, con i tedeschi che stanno facendo incetta di prodotto comune. In rallentamento il mercato francese, mentre spinte molto forti arrivano da Canada, Russia (in recupero sul critico 2016) e Svezia.

Continua a pagina 9 ➔

EXPORT SPUMANTI DOP + PROSECCO

	Litri			Euro			Euro/litro		
	2016	2017	Var. %	2016	2017	Var. %	2016	2017	Var. %
Germania	4.843.287	5.250.066	8,4	21.378.024	23.373.564	9,3	4,41	4,45	0,9
UK	39.834.816	43.765.426	9,9	134.473.889	153.256.260	14,0	3,38	3,50	3,7
Usa	24.157.145	29.555.920	22,3	97.149.497	120.960.739	24,5	4,02	4,09	1,8
Totale	99.131.338	113.104.307	14,1	379.555.007	445.356.626	17,3	3,83	3,94	2,8

EXPORT SPUMANTI PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

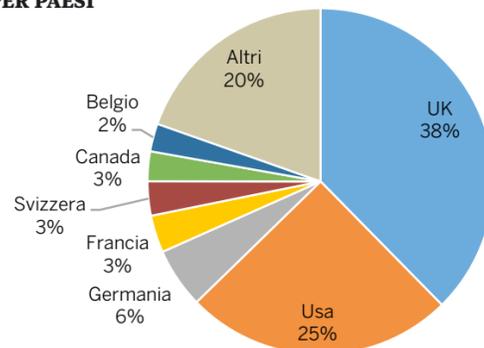
	Litri		Euro		Euro/litro	
	2017	Var. %	2017	Var. %	2017	Var. %
Regno Unito	47.465.633	9,6	164.251.536	12,0	3,46	2,2
Stati Uniti	34.011.357	18,3	138.284.912	21,4	4,07	2,6
Germania	11.964.847	24,7	41.400.461	12,6	3,46	-9,7
Svizzera	4.647.518	2,4	22.760.393	-6,0	4,90	-8,2
Francia	10.571.180	-1,3	20.526.442	11,7	1,94	13,3
Svezia	4.375.759	16,2	16.729.100	15,4	3,82	-0,7
Belgio	3.971.659	-0,8	16.329.801	10,4	4,11	11,4
Canada	2.701.732	27,2	12.990.526	26,1	4,81	-0,9
Giappone	2.967.615	9,4	12.567.712	7,6	4,23	-1,6
Russia	3.990.495	23,6	11.905.620	24,6	2,98	0,8
Austria	2.581.259	4,9	10.453.709	4,0	4,05	-0,8
Norvegia	1.707.955	-4,7	7.760.800	-2,2	4,54	2,7
Cina	2.226.580	13,8	7.374.101	28,2	3,31	12,6
Paesi Bassi	1.246.901	-6,1	6.558.053	3,4	5,26	10,1
Spagna	3.052.512	-9,0	5.565.416	-9,3	1,82	-0,4
Polonia	1.362.243	6,7	5.064.213	11,4	3,72	4,4
Danimarca	968.926	-12,0	4.291.944	2,9	4,43	16,9
Finlandia	1.036.610	-8,6	4.127.998	-2,1	3,98	7,2
Rep. Ceca	735.925	7,9	2.521.155	4,0	3,43	-3,6
Hong Kong	377.681	42,2	2.326.142	51,5	6,16	6,5
Brasile	608.620	81,9	1.876.318	86,0	3,08	2,3
Corea del Sud	423.671	66,7	1.845.062	75,4	4,35	5,2
Irlanda	458.330	18,2	1.786.917	15,9	3,90	-1,9
Ucraina	478.174	12,7	1.719.219	4,2	3,60	-7,5
Altri	13.893.526	23,6	51.318.088	26,6	3,69	2,4
Totale	157.826.708	12,2	572.335.638	14,6	3,63	2,1



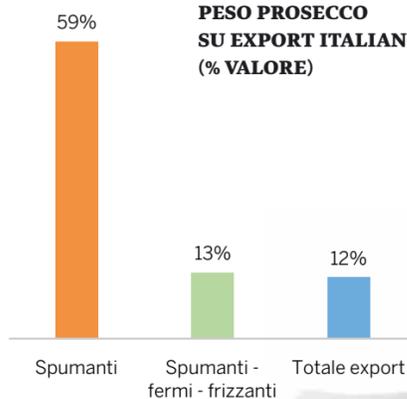
EXPORT PROSECCO SPUMANTE PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

	Litri	% su totale volume	Euro	Euro/litro	% su totale valore
UK	36.350.066	41,6%	127.578.648	3,51	37,6%
Usa	20.739.568	23,7%	85.070.962	4,10	25,1%
Germania	4.548.889	5,2%	19.033.100	4,18	5,6%
Francia	3.463.836	4,0%	11.823.263	3,41	3,5%
Svizzera	2.381.586	2,7%	10.825.319	4,55	3,2%
Canada	1.851.172	2,1%	9.425.716	5,09	2,8%
Belgio	2.612.385	3,0%	8.820.128	3,38	2,6%
Svezia	2.100.424	2,4%	8.500.872	4,05	2,5%
Austria	1.642.728	1,9%	7.176.720	4,37	2,1%
Norvegia	1.210.282	1,4%	5.575.177	4,61	1,6%
Polonia	871.125	1,0%	3.622.292	4,16	1,1%
Russia	857.877	1,0%	3.476.420	4,05	1,0%
Finlandia	545.394	0,6%	2.318.481	4,25	0,7%
Repubblica Ceca	449.349	0,5%	1.737.028	3,87	0,5%
Spagna	390.986	0,4%	1.626.855	4,16	0,5%
Paesi Bassi	366.040	0,4%	1.623.395	4,44	0,5%
Giappone	270.105	0,3%	1.300.517	4,81	0,4%
Irlanda	244.984	0,3%	1.033.217	4,22	0,3%
Cina	233.507	0,3%	982.547	4,21	0,3%
Danimarca	175.071	0,2%	826.181	4,72	0,2%
Ucraina	199.158	0,2%	818.684	4,11	0,2%
Hong Kong	129.013	0,1%	654.879	5,08	0,2%
Corea del Sud	77.263	0,1%	396.980	5,14	0,1%
Brasile	91.249	0,1%	382.296	4,19	0,1%
Altri	5.533.814	6,3%	24.410.259	4,41	7,2%
Totale	87.335.871	100,0%	339.039.936	3,88	100,0%

EXPORT PROSECCO SPUMANTE: % VALORE PER PAESI



PESO PROSECCO SU EXPORT ITALIANO (% VALORE)



WINE BY NUMBERS
A PROJECT BY IL CORRIERE VINICOLO



SCARICA LA NUOVA EDIZIONE
www.winebynumbers.it



Provide the right closure
labrenta.com



wine : solutions
close to you



LABRENTA Srl
via dell'Innovazione 2
36042 Breganze (VI) Italy
info@labrenta.com

DISCOVER OUR
NEW WEBSITE
www.labrenta.com



EXPORT FRIZZANTI PER CATEGORIE - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2017	Var. %	2017	Var. %	2017	Var. %
Dop	26.883.524	-2,7	79.690.722	5,6	2,96	8,5
Igp	35.140.853	4,1	74.994.238	3,7	2,13	-0,4
Varietali	347.631	-33,1	937.940	-37,8	2,70	-7,0
Comuni	12.706.998	-6,8	24.375.866	0,8	1,92	8,2
Totale	75.079.006	-0,6	179.998.766	3,8	2,40	4,4

EXPORT FRIZZANTI PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2017	Var. %	2017	Var. %	2017	Var. %
Germania	21.936.802	-11,9	50.540.851	-6,4	2,30	6,2
Stati Uniti	13.356.974	-3,4	40.309.860	-1,5	3,02	2,0
Austria	3.835.045	3,3	8.764.142	2,7	2,29	-0,5
Messico	3.803.953	53,2	8.120.096	50,9	2,13	-1,5
Francia	3.927.105	-13,7	7.836.033	19,1	2,00	37,9
Paesi Bassi	2.835.903	-24,7	6.669.675	-17,3	2,35	9,9
Regno Unito	2.459.202	0,5	6.593.004	5,1	2,68	4,5
Spagna	3.535.966	-15,4	5.229.238	-19,5	1,48	-4,9
Irlanda	1.312.425	40,5	4.450.915	42,3	3,39	1,3
Repubblica Ceca	1.842.042	6,0	4.367.848	20,8	2,37	14,0
Russia	2.646.940	102,2	3.654.526	84,2	1,38	-8,9
Giappone	1.313.741	3,5	3.590.357	8,7	2,73	5,0
Cina	1.014.954	-17,3	3.458.430	2,8	3,41	24,2
Brasile	1.719.606	91,2	2.875.345	100,4	1,67	4,8
Svizzera	828.126	118,4	2.857.447	115,1	3,45	-1,5
Canada	706.182	18,0	2.312.596	-9,3	3,27	-23,2
Belgio	411.190	-5,4	1.336.787	1,2	3,25	7,0
Danimarca	302.679	26,0	1.141.900	52,8	3,77	21,3
Polonia	260.481	72,4	704.914	64,8	2,71	-4,4
Hong Kong	55.813	-17,3	701.972	-10,8	12,58	7,9
Finlandia	215.495	-13,2	591.539	-8,6	2,75	5,3
Corea del Sud	112.091	-44,3	493.709	-34,1	4,40	18,4
Norvegia	138.347	79,2	486.622	67,0	3,52	-6,8
Svezia	66.602	24,0	248.636	-0,2	3,73	-19,6
Altri	6.441.342	10,2	12.662.324	12,5	1,97	2,1
Totale	75.079.006	-0,6	179.998.766	3,8	2,40	4,4

➔ Segue da pagina 7

► VINI FRIZZANTI

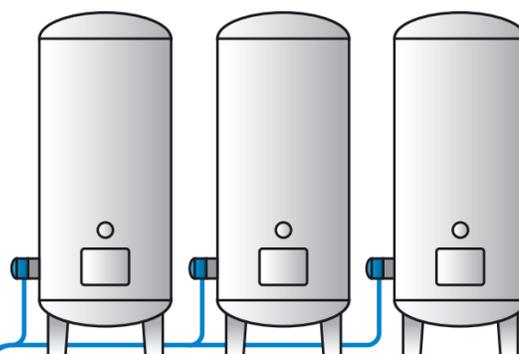
Statico il bilancio dei vini frizzanti, che comunque chiudendo il semestre a -1% recuperano il -3% volumico dei primi tre mesi dell'anno. Unica categoria a segnare aumenti volumici è quella degli Igp (quindi Lambruschi Emilia, Glera ecc.), mentre gli emiliani piazzati nella categoria Dop soffrono una leggera contrazione fisica, compensata per ora da un discreto andamento sul fronte valori (+6%). A livello di Paesi, se la Germania e gli Usa sono in

fase involutiva, quello che stupisce è la crescita poderosa del mercato messicano, balzato al quarto posto della graduatoria generale (era sesto a chiusura 2016), con 8 milioni di euro di valore e aumenti superiori al 50% annuo. In pesante regressione invece Francia, Paesi Bassi e Spagna, mentre neutra la performance del mercato britannico. In recupero la Russia, che ha raddoppiato le richieste rispetto ai minimi registrati nel terribile 2016.

BIONICA® SPARK



Modello utilizzato per prove dimostrative in cantina



...Simply the future

BIONICA è l'innovativo sistema in grado di monitorare il processo fermentativo, gestendo automaticamente il dosaggio in linea dei nutrienti e dell'ossigeno, nelle quantità e nei tempi realmente necessari al regolare processo metabolico del lievito, durante la fermentazione alcolica.

BIONICA SPARK è la versione specifica per la spumantizzazione in autoclave; garantisce elevatissimi standard di automazione, fermentazioni sostenibili e vini altamente qualitativi.

- Installabile su tutte le autoclavi sia di forma orizzontale che verticale.
- Totale automazione delle fasi a serbatoio aperto e chiuso.
- Monitoraggio e memorizzazione di tutte le fasi e i parametri della fermentazione alcolica.
- Gestione automatica degli agitatori e degli accessori elettrici e elettronici del serbatoio.
- Intervento da remoto per la variazione della velocità fermentativa e della presa di spuma.
- Sistema compatibile con smartphone.



www.hts-enologia.com

EXPORT VINI FERMI IN BOTTIGLIA - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2017	Var. %	2017	Var. %	2017	Var. %
Bianchi Dop	80.312.683	2,2	304.128.786	5,8	3,79	3,5
Rossi Dop	130.903.197	3,3	694.488.130	4,6	5,31	1,3
Totale Dop	211.215.880	2,9	998.616.916	5,0	4,73	2,0
Bianchi Igp	121.495.178	-1,5	310.701.820	1,4	2,56	3,0
Rossi Igp	110.354.391	7,0	382.853.445	9,7	3,47	2,5
Totale Igp	231.849.569	2,4	693.555.265	5,8	2,99	3,4
Bianchi varietali	7.274.707	53,0	8.976.989	36,2	1,23	-10,9
Rossi varietali	4.934.934	6,9	11.391.747	-2,0	2,31	-8,3
Totale varietali	12.209.641	30,3	20.368.736	11,8	1,67	-14,2
Bianchi comuni	20.454.144	7,9	24.546.483	8,1	1,20	0,2
Rossi comuni	20.355.218	-4,5	44.085.222	0,7	2,17	5,5
Totale comuni	40.809.362	1,3	68.631.705	3,2	1,68	1,9
Totale vini fermi	496.084.452	3,1	1.781.172.622	5,3	3,59	2,2
Liquorosi e passiti						
Marsala	1.081.982	-15,8	3.481.956	-12,3	3,22	4,1
Dop-Igp fino 22°	1.517.076	26,6	21.727.530	30,3	14,32	3,0
Comuni fino 22°	117.378	-1,9	450.530	-7,6	3,84	-5,7
Tot. liquor. e passiti	2.716.436	4,4	25.660.016	21,5	9,45	16,4
Tot. fermi + liquorosi	498.800.888	3,1	1.806.832.638	5,5	3,62	2,4



VINI FERMI

EXPORT VINI FERMI IN BOTTIGLIA PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2017	Var. %	2017	Var. %	2017	Var. %
Stati Uniti	112.334.435	0,6	503.363.553	3,0	4,48	2,4
Germania	103.527.907	-1,8	312.572.312	3,8	3,02	5,7
Regno Unito	80.983.981	11,4	170.001.900	5,7	2,10	-5,1
Canada	30.771.591	6,9	132.245.674	11,4	4,30	4,2
Svizzera	19.012.603	-11,4	124.170.144	-1,9	6,53	10,7
Giappone	15.343.465	6,6	58.609.090	7,8	3,82	1,1
Danimarca	14.069.949	2,5	58.147.409	0,1	4,13	-2,3
Paesi Bassi	14.516.267	-3,9	48.843.553	-1,9	3,36	2,0
Svezia	11.839.640	0,1	46.934.077	0,6	3,96	0,5
Cina	12.704.206	28,3	43.475.381	29,2	3,42	0,7
Francia	13.852.246	5,1	38.905.723	5,3	2,81	0,2
Belgio	12.055.203	37,3	35.781.935	18,9	2,97	-13,4
Norvegia	5.387.972	-1,5	25.677.116	-3,7	4,77	-2,2
Russia	9.734.492	36,1	23.774.496	41,9	2,44	4,3
Austria	8.196.517	3,2	22.401.085	5,1	2,73	1,8
Polonia	5.346.060	-12,4	13.513.213	-5,0	2,53	8,5
Hong Kong	1.215.463	9,8	11.927.360	15,9	9,81	5,5
Brasile	3.411.232	103,9	10.451.761	83,1	3,06	-10,2
Finlandia	2.614.908	21,3	9.876.486	17,6	3,78	-3,1
Irlanda	3.722.758	-0,1	9.490.704	-0,8	2,55	-0,7
Corea del Sud	1.526.284	0,8	8.824.843	2,4	5,78	1,6
Repubblica Ceca	3.027.117	1,1	7.565.574	3,1	2,50	2,0
Spagna	1.322.534	-6,0	6.347.569	4,2	4,80	10,9
Messico	1.182.570	52,0	4.513.811	49,6	3,82	-1,6
Altri	15.906.822	-16,0	98.322.031	15,4	6,18	37,4
Totale	503.606.222	3,2	1.825.736.800	5,6	3,63	2,3

Comprese le riesportazioni

Capitolo vini fermi: confermata la progressione di marzo, attorno a +3% a volume e +5% a valore, con un riallineamento delle performance tra Igp e Dop: miglior categoria oggi è quella dei rossi a indicazione geografica, capaci di crescita volumiche attorno a +7% e del 10% a valore. Statici gli omologhi bianchi (dove milita il Pinot grigio delle Venezie). A livello di Paesi, Stati Uniti confermati in un momento di riflessione, così come la Germania, mentre crescono le spedizioni verso il Regno Unito e il Canada. Male il semestre in Svizzera (-11%), mentre il Giappone si riprende la sesta piazza scippatagli l'anno

scorso dalla Danimarca. In generale la Scandinavia, eccettuata la piccola Finlandia, ha infilato un momento di stanca, così come i Paesi Bassi. In recupero invece il Belgio e in forte progressione il mercato cinese, attestato in decima posizione. Sono queste performance in linea con quanto fatto dai nostri principali competitor europei? Se guardiamo la Francia, no: da gennaio a giugno l'export transalpino nel mondo è cresciuto dell'8% in volume, ma - quel che più conta - del 15% a valore, a una velocità tripla rispetto a quanto non stia facendo il nostro vino in bottiglia. Bordeaux è attorno al 24%, con gli Usa a +30%, mentre la Borgo-

gna ha segnato +12%, con gli Usa a +11%. Macinano strada anche le seconde linee: il Languedoc-Roussillon ha chiuso il semestre a +11%, il Beaujolais a +20%. A livello generale, gli unici cali volumici i vini francesi li registrano in un solo mercato top, il Giappone (-5%), mentre i pochi altri sono concentrati in Paesi di seconda fascia, come Corea del Sud, Norvegia e Italia. La Spagna invece è allineata alle nostre performance, con saldo generale a +4% valoriale e di +5% sui volumi. Positivo il mercato americano, ma in calo risultano la seconda e terza destinazione, UK e Germania.

Ricerca APCOR nell'ambito della Campagna internazionale di promozione del sughero 2017

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

Tappo di sughero e vino di qualità: unione perfetta



Il tappo di sughero si conferma sinonimo di qualità tra gli italiani. È quanto emerge dalla ricerca "L'immagine del tappo di sughero presso gli Italiani", condotta da GfK e promossa nell'ambito della Campagna internazionale di promozione del sughero 2017, sostenuta e finanziata in Italia da APCOR (Associazione Portoghese dei Produttori di Sughero), insieme all'azienda produttrice Amorim Cork Italia. I risultati non lasciano dubbi: l'86% del campione totale (820 intervistati) infatti associa il vino di qualità al tappo di sughero; per il 75% dei consumatori della bevanda il tappo in sughero è indicatore della qualità del vino; per l'82% degli intervistati che consuma vino, il tappo di sughero è un materiale vivo, in grado di proteggere la bevanda prevenendo ogni possibile danno. Risultati in linea con il trend internazionale: secondo dati APCOR, oltre l'80% dei consumatori a livello globale collega il tappo di sughero a un vino di alta qualità e 7 bottiglie su 10 sul mercato sono sigillate con questo materiale. In particolare, in Cina il 95%⁽¹⁾ dei vini più venduti sono chiusi da un tappo di sughero, in Spagna il sughero è il materiale preferito dal 95%⁽²⁾ dei consumatori di vino e in Francia i cultori del tappo di sughero rappresentano ben l'83%⁽³⁾. Abbiamo incontrato Carlos Santos, ad Amorim Cork Italia e responsabile della campagna APCOR per l'Italia.

La ricerca realizzata da APCOR ha evidenziato il forte legame tra vino di qualità e chiusure in sughero nella percezione dei consumatori. Come giudicate i risultati emersi? Quali proprietà del sughero supportano e confermano questi risultati?

I risultati emersi dalla ricerca condotta da APCOR in Italia supportano ancora una volta una preferenza che non è casuale se pensiamo che il sughero è il materiale utilizzato per chiudere il vino da secoli. Inoltre, il sughero è presente nel DNA degli Italiani da sempre e spesso si lega al rito dello stappare una bottiglia di vino di alta qualità. Lo stretto legame tra vino e sughero deriva sicuramente dalla tradizione, ma trova la sua forza in due aspetti fondamentali. Il primo è rappresentato dalla micro-ossigenazione che è data dalla struttura microcellulare del sughero; il secondo aspetto, forse il più rilevante, è legato all'apporto al vino da parte del sughero di determinati polifenoli che agiscono a vari livelli (ad esempio sulla morbidezza e sulla conservazione del colore del vino).

Il vino è una materia viva che non si può chiudere ermeticamente, altrimenti avviene la riduzione; vi è dunque la necessità dell'equilibrato contributo del sughero che permette l'ossigenazione del vino e favorisce l'attività dei polifenoli.

Cosa fa APCOR, in particolare attraverso la Campagna di promozione del sughero, per rafforzare la comunicazione sui plus dell'utilizzo di questo materiale?

Quest'anno la campagna di promozione, che è giunta al suo terzo anno, ha come obiettivo principale quello di promuovere le proprietà del sughero: un materiale importante non solo per la chiusura del vino, ma anche per il suo ruolo attivo nella tutela dell'equilibrio dell'ecosistema. Basti pensare che il Mediterraneo rappresenta uno dei 35 santuari della biodiversità nel mondo e che le foreste di sughero hanno una funzione di deterrenza nei confronti del processo di desertificazione. Inoltre, attraverso la campagna, vogliamo stimolare una riflessione anche di carattere sociale: non dimentichiamo che il settore è in grado di dare occupazione a ben 100.000 lavoratori.

Quali gli obiettivi e le attività/iniziative previste nella Campagna 2017?

Possiamo dire che ogni campagna ha avuto un target specifico che mano a mano si è ampliato. Intercork 1, la prima campagna lanciata 3 anni fa, aveva come destinatari principali i professionisti del mondo del vino, si è trattato dunque di una campagna molto B2B. Il secondo anno, attraverso Intercork 2, abbiamo voluto concentrarci di più sul consumatore finale attraverso l'utilizzo di canali standard, con l'obiettivo di educarlo affinché potesse identificare la qualità del prodotto. Infine, quest'anno, la nostra attività continua il dialogo con il consumatore finale, ampliando però il bacino del nostro target - penso ad esempio ai Millenials - grazie a un utilizzo preponderante dei social network nella nostra attività di comunicazione.

(1) Nielsen survey, June 2017 / (2) Iniciativa Cork survey, July 2017 / (3) Opinion Way survey, May 2017



Info: www.ilsughero.org
<https://www.facebook.com/loStoColSughero>
<https://twitter.com/loStoColSughero>
<http://www.youtube.com/lostocolSughero>



LE DOP REGIONALI

Rossi piemontesi ok,
stabili i toscani. A Nordest
male i veneti, boom
per i bianchi TAA/FVG

Andando a esaminare la dinamica esportativa delle principali Dop (o raggruppamenti di Dop), vediamo buone performance dei vini bianchi del Trentino e del Friuli Venezia Giulia, che registrano performance di crescita superiori al 20%, grazie a poderose crescite su Usa (+59%) e Canada, che vanno a compensare i ritracciamenti registrati in Germania. In calo invece i cugini bianchi veneti, dove tutti e tre i principali mercati (Germania, UK e Usa) vedono decrescite a doppia cifra. Migliore - anche se sempre con segno meno - la situazione dei rossi Dop veneti: qui i cali sono generati dalle cattive performance di Svizzera e Germania, mentre resta in crescita il mercato nordamericano.

I rossi toscani chiudono un semestre pallido, con cali in Usa, principale sbocco, e in UK, ma crescite in Germania, Canada e Svizzera. Buona la performance infine dei rossi a denominazione prodotti in Piemonte, con saldo generale a +9% in valore: stabili gli Usa, primo mercato, in forte crescita UK e Canada, mentre in calo risultano Germania, Svizzera e Danimarca.



VINI ROSSI VENETO

	Litri 2017	Var. %	Euro 2017	Var. %	Euro/litro 2017	Var. %
Svizzera	2.473.000	-13,2	18.546.554	-4,7	7,50	9,8
Canada	2.506.881	5,4	16.385.976	7,3	6,54	1,8
Germania	4.167.076	-13,2	15.774.813	-7,4	3,79	6,7
Usa	1.877.936	7,0	12.557.141	10,2	6,69	3,0
Svezia	1.332.383	-9,7	9.499.567	-10,5	7,13	-0,9
Danimarca	1.262.156	3,0	8.823.481	0,5	6,99	-2,4
UK	990.411	1,3	5.913.122	0,0	5,97	-1,3
Paesi Bassi	665.471	-28,6	3.760.617	-39,5	5,65	-15,3
Francia	1.044.767	-5,7	3.741.094	-0,3	3,58	5,7
Cina	721.571	68,1	2.950.652	42,0	4,09	-15,5
Giappone	203.044	-20,1	1.185.334	-24,4	5,84	-5,4
Russia	158.748	-15,6	837.072	9,2	5,27	29,5
Totale	20.645.020	-4,6	118.011.211	-2,5	5,72	2,1



VINI ROSSI PIEMONTE

	Litri 2017	Var. %	Euro 2017	Var. %	Euro/litro 2017	Var. %
Usa	3.230.781	0,1	32.025.397	4,2	9,91	4,1
Germania	1.414.830	-10,4	12.032.340	3,1	8,50	15,0
UK	1.132.997	9,8	10.286.539	20,3	9,08	9,6
Svizzera	641.634	-15,1	7.405.912	1,8	11,54	19,9
Canada	754.739	10,4	6.933.267	15,3	9,19	4,4
Danimarca	828.477	-18,2	6.038.303	-7,9	7,29	12,6
Giappone	469.744	0,3	5.134.176	9,5	10,93	9,2
Svezia	754.936	39,4	4.464.953	12,2	5,91	-19,5
Paesi Bassi	536.151	8,0	3.801.637	30,5	7,09	20,9
Francia	245.736	8,2	2.917.403	27,7	11,87	18,0
Cina	331.793	14,4	2.305.975	18,1	6,95	3,2
Russia	119.130	13,7	794.509	26,7	6,67	11,5
Totale	13.057.355	1,0	116.315.213	9,4	8,91	8,4

VINI BIANCHI TRENTO E FRIULI

	Litri 2017	Var. %	Euro 2017	Var. %	Euro/litro 2017	Var. %
Usa	16.443.046	59,2	64.139.266	34,5	3,90	-15,5
Germania	4.131.589	-13,9	14.513.235	0,4	3,51	16,6
Canada	1.391.889	25,0	7.916.821	25,3	5,69	0,2
UK	2.165.711	7,9	6.173.381	3,7	2,85	-3,9
Paesi Bassi	379.906	7,7	2.003.749	5,9	5,27	-1,7
Svizzera	237.927	-9,3	1.783.762	1,1	7,50	11,4
Giappone	263.645	47,5	1.198.201	19,8	4,54	-18,8
Francia	190.166	116,9	801.467	57,6	4,21	-27,3
Cina	188.649	-46,8	758.157	-27,2	4,02	36,7
Russia	123.676	9,7	615.534	-4,3	4,98	-12,7
Danimarca	51.752	-1,7	400.268	5,8	7,73	7,6
Svezia	55.724	0,4	281.543	3,0	5,05	2,5
Totale	27.456.866	29,5	109.465.290	22,2	3,99	-5,7

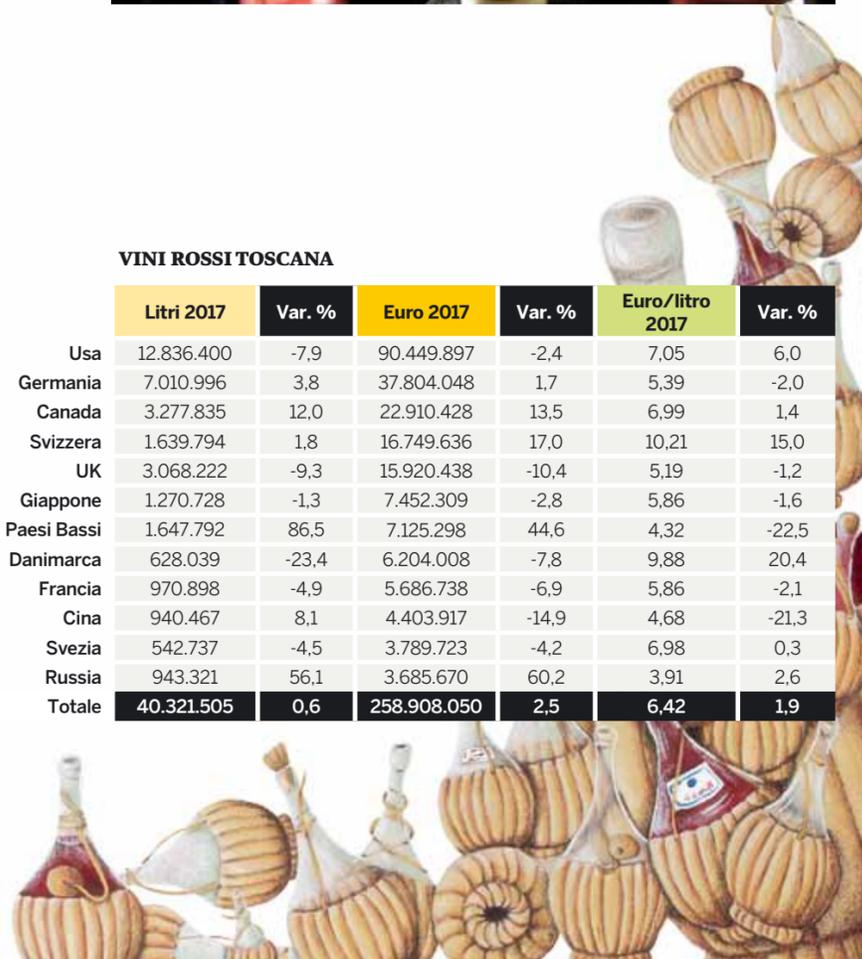


VINI BIANCHI VENETO

	Litri 2017	Var. %	Euro 2017	Var. %	Euro/litro 2017	Var. %
Germania	5.330.030	-38,1	15.693.396	-26,4	2,94	18,9
UK	3.643.994	-18,3	6.159.920	-16,8	1,69	1,8
Usa	1.119.381	-25,3	3.689.183	-29,3	3,30	-5,3
Canada	556.249	-3,9	1.971.314	15,0	3,54	19,7
Paesi Bassi	492.849	-6,5	1.750.846	-6,0	3,55	0,5
Giappone	376.131	-2,4	1.729.332	28,8	4,60	32,0
Svizzera	335.417	-12,1	1.375.497	18,7	4,10	35,1
Russia	472.268	54,6	1.093.564	62,1	2,32	4,9
Cina	98.030	-75,1	544.604	-11,2	5,56	255,9
Francia	177.549	28,1	440.962	-4,0	2,48	-25,1
Danimarca	116.930	-13,6	416.302	-8,6	3,56	5,9
Svezia	90.551	-1,5	361.541	-17,8	3,99	-16,5
Totale	15.596.657	-22,9	43.622.454	-14,0	2,80	11,6

VINI ROSSI TOSCANA

	Litri 2017	Var. %	Euro 2017	Var. %	Euro/litro 2017	Var. %
Usa	12.836.400	-7,9	90.449.897	-2,4	7,05	6,0
Germania	7.010.996	3,8	37.804.048	1,7	5,39	-2,0
Canada	3.277.835	12,0	22.910.428	13,5	6,99	1,4
Svizzera	1.639.794	1,8	16.749.636	17,0	10,21	15,0
UK	3.068.222	-9,3	15.920.438	-10,4	5,19	-1,2
Giappone	1.270.728	-1,3	7.452.309	-2,8	5,86	-1,6
Paesi Bassi	1.647.792	86,5	7.125.298	44,6	4,32	-22,5
Danimarca	628.039	-23,4	6.204.008	-7,8	9,88	20,4
Francia	970.898	-4,9	5.686.738	-6,9	5,86	-2,1
Cina	940.467	8,1	4.403.917	-14,9	4,68	-21,3
Svezia	542.737	-4,5	3.789.723	-4,2	6,98	0,3
Russia	943.321	56,1	3.685.670	60,2	3,91	2,6
Totale	40.321.505	0,6	258.908.050	2,5	6,42	1,9





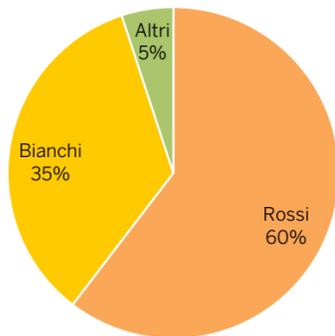
I BAG-IN-BOX

Categoria nuova di zecca è quella relativa ai vini confezionati in contenitori >2<10 litri, comprendenti il segmento dei bag-in-box: il totale a giugno è di 175.000 ettolitri, per un valore di 31 milioni di euro, equivalenti al 2% del totale export Italia a volume e all'1% a valore. Il grosso di questa categoria è vino a Igp (82.000 ettolitri per 16 milioni di euro, corrispondenti a una quota del 51% sul totale), mentre il blocco Dop equivale al 22% (6,7 milioni di euro, di cui 1,8 milioni di Dop Piemonte).

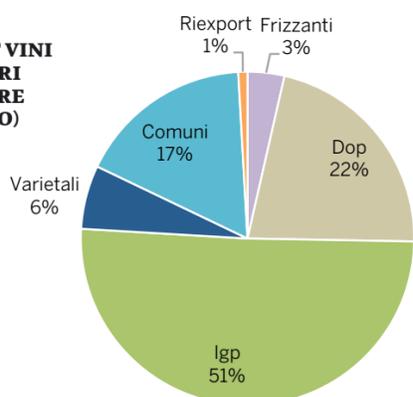
A livello di segmentazione colore, il grosso del prodotto è rosso-rosato (60%), contro un 35% di bianchi. La distribuzione per Paesi spiega questa particolarità: in cima alla lista degli acquirenti, oltre a UK e Usa, tradizionalmente "bianchisti", troviamo Svezia, Norvegia, Germania, Danimarca, Svizzera e Finlandia, tutti Paesi in cui invece è preferito il rosso.

Prezzi medi attorno a 1,80 euro al litro, con picchi superiori ai 2 euro in Scandinavia e minimi in Est Europa (Polonia, Repubblica Ceca) e UK (1,16 euro al litro).

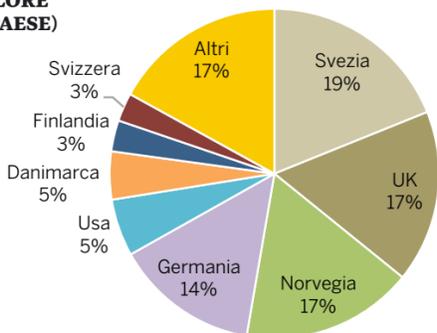
EXPORT VINI 2-10 LITRI (% VOLUME PER COLORE)



EXPORT VINI 2-10 LITRI (% VALORE PER TIPO)



EXPORT VINI 2-10 LITRI (% VALORE PER PAESE)



EXPORT VINI 2-10 LITRI PER CATEGORIE - GENNAIO-GIUGNO

	Litri	Euro	Euro/litro
Frizzanti	763.892	1.102.816	1,44
Piemonte Dop	732.905	1.845.079	2,52
Bianchi Dop	898.796	1.204.163	1,34
Rossi Dop	1.344.517	3.663.816	2,73
Totale Dop	2.976.218	6.713.058	2,26
Bianchi Igp	3.178.079	4.870.971	1,53
Rossi Igp	4.981.519	10.787.976	2,17
Totale Igp	8.159.598	15.658.947	1,92
Bianchi varietali	785.171	1.216.130	1,55
Rossi varietali	571.863	691.791	1,21
Totale varietali	1.357.034	1.907.921	1,41
Bianchi comuni	1.181.609	1.077.645	0,91
Rossi comuni	2.932.833	4.180.177	1,43
Totale comuni	4.114.442	5.257.822	1,28
Riexport	119.070	274.354	2,30
Totale 2-10 litri	17.490.254	30.914.918	1,77

EXPORT VINI 2-10 LITRI PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

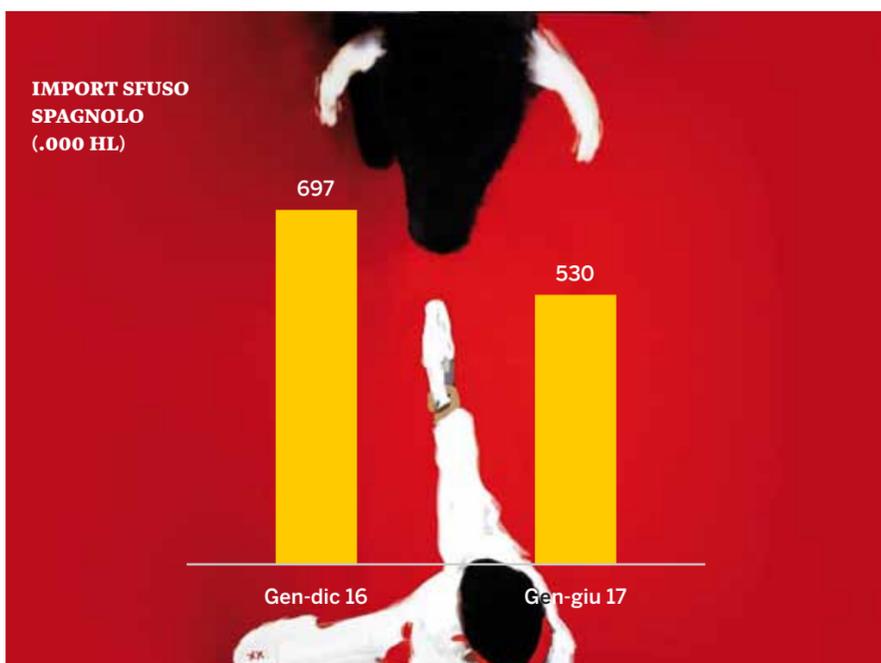
	Litri	Euro	Euro/litro
Svezia	2.562.816	5.843.438	2,28
UK	4.497.542	5.229.629	1,16
Norvegia	2.032.742	5.221.456	2,57
Germania	2.296.619	4.375.719	1,91
Usa	946.246	1.733.895	1,83
Danimarca	851.427	1.455.521	1,71
Finlandia	542.050	942.471	1,74
Svizzera	354.701	861.634	2,43
Repubblica Ceca	706.093	840.215	1,19
Giappone	483.960	618.546	1,81
Francia	270.074	490.030	1,81
Polonia	600.450	465.467	0,78
Canada	154.514	296.072	1,92
Altri	1.191.020	2.540.825	2,13
Totale	17.490.254	30.914.918	1,77

EXPORT VINO SFUSO PER CATEGORIE - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2017	Var. %	2017	Var. %	2017	Var. %
Frizzanti	2.188.990	-31,1	2.801.685	-29,7	1,28	2,0
Bianchi Dop	6.038.969	-65,9	5.418.260	-80,1	0,90	-41,5
Rossi Dop	4.830.535	-39,6	8.538.166	-45,3	1,77	-9,4
Totale Dop	10.869.504	-57,7	13.956.426	-67,4	1,28	-22,8
Bianchi Igp	22.461.026	0,8	22.003.860	-6,2	0,98	-6,9
Rossi Igp	36.345.923	-9,6	41.419.902	-12,9	1,14	-3,6
Totale Igp	58.806.949	-5,9	63.423.762	-10,6	1,08	-5,1
Bianchi varietali	3.663.329	14,9	2.472.930	-0,3	0,68	-13,2
Rossi varietali	5.200.114	85,5	5.064.903	126,7	0,97	22,2
Totale varietali	8.863.443	47,9	7.537.833	59,9	0,85	8,1
Bianchi comuni	135.132.379	11,2	55.083.395	16,7	0,41	5,0
Rossi comuni	54.555.933	32,2	26.855.364	16,3	0,49	-12,0
Totale comuni	189.688.312	16,5	81.938.759	16,6	0,43	0,1
Riexport	6.102.224	0,4	6.624.270	28,8	1,09	28,2
Totale	276.519.422	3,9	176.282.735	-10,9	0,64	-14,2

EXPORT VINO SFUSO PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2017	Var. %	2017	Var. %	2017	Var. %
Germania	137.611.287	8,5	68.799.354	6,0	0,50	-2,3
Svizzera	10.819.619	11,1	15.904.665	7,3	1,47	-3,4
Francia	29.696.937	47,8	13.084.181	24,9	0,44	-15,5
Svezia	9.482.702	-8,9	12.664.671	-18,3	1,34	-10,3
Regno Unito	8.998.997	-58,8	8.781.151	-60,7	0,98	-4,6
Repubblica Ceca	13.231.601	11,8	6.561.408	11,6	0,50	-0,2
Austria	10.930.719	-2,1	5.800.297	-5,7	0,53	-3,7
Danimarca	3.706.945	-25,4	5.398.223	-29,2	1,46	-5,1
Norvegia	1.897.088	-59,6	4.441.661	-58,2	2,34	3,5
Ungheria	9.184.165	8,7	4.001.233	17,8	0,44	8,4
Stati Uniti	1.432.157	-78,0	3.696.169	-69,0	2,58	41,2
Canada	3.941.018	91,1	3.391.901	92,5	0,86	0,8
Giappone	1.187.779	27,6	2.261.858	43,9	1,90	12,7
Altri	34.398.408	28,7	21.495.963	2,9	0,62	-20,0
Totale	276.519.422	3,9	176.282.735	-10,9	0,64	-14,2



SFUSO

Primo semestre complicato per il segmento dello sfuso, almeno nella parte alta della piramide qualitativa, con vini Dop e Igp in forte calo. In aumento invece continua a essere la voce vini comuni, che fa circa la metà dei valori e il 70% dei volumi: le progressioni dei bianchi continuano a essere sostenute, attorno a +11%, mentre ancora più performante è il comparto rossi, minoritario in volume (1/3 circa del totale), con progressione del 30%. I prezzi sono in tenuta per i bianchi, in forte erosione per i rossi, sotto del 12% rispetto a quanto si spuntava di questi tempi un anno fa. A livello di Paesi, Germania tonica (+9%), così come Svizzera e soprattutto Francia, dove le nostre progressioni sono del 48% a volume contro il -14% dei nostri colleghi spagnoli. Qui la differenza nella sorte dei due prodotti sta essenzialmente nel prezzo: mentre le cantine castigliane sono andate su del 17%, noi siamo scesi esattamente della stessa cifra, ritornando di fatto competitivi. Nota finale sui movimenti interni: con la scarsa vendemmia che si annunciava già da primavera, per via delle gelate, i nostri operatori sono corsi proprio in Spagna a comprare vino sfuso: il grafico a sinistra illustra in maniera eloquente i movimenti registrati, con un volume cumulato in sei mesi (530.000 ettolitri) di poco inferiore a quanto movimentato nell'intero anno 2016 (700.000). Di sicuro i traffici tra i due Paesi si sono intensificati da luglio in avanti, ma di questo avremo contezza quando verranno rilasciati i prossimi dati statistici da Istat.

INTERVISTA CON RUENZA SANTANDREA, PRESIDENTE DEL GRUPPO CEVICO

Il mondo sta cambiando ancora Vincerà l'alta specializzazione

Necessario dotare le aziende di funzioni verticali, soprattutto verso il cliente: marketing, assistenza post-vendita, flessibilità distributiva. Le cooperative che si sono adeguate per tempo e che oggi presidiano grandi areali produttivi hanno una marcia in più

di BRUNO DONATI e CARLO FLAMINI

Lugo (Ra). Il Gruppo Cevico incarna l'essenza di una cooperazione che non è stata immobile a guardare il mondo in cambiamento, ma che ha risposto e reagito in maniera dinamica alle profonde trasformazioni che hanno interessato il settore vitivinicolo a partire dalla riforma dell'Ocm del 2008, ponendosi oggi come una delle cooperative più strutturate sul panorama nazionale e con grandi prospettive anche all'estero. Il presidente è **Ruenza Santandrea**, che dopo essere stata responsabile settore vitivinicolo di Legacoop Agroalimentare, oggi rappresenta gli interessi cooperativi di filiera per conto dell'Alleanza delle Cooperative Agroalimentari. L'abbiamo incontrata nella sede del gruppo a Lugo, in provincia di Ravenna.

Presidente, la cooperazione è stata in qualche modo forzata dalla riforma europea del 2008 a guardare al mercato per sopravvivere. Le aziende che vivevano di sostegni pubblici e che non hanno reagito oggi non esistono più, mentre quelle che si sono messe in moto, magari trovando la strada delle fusioni e delle acquisizioni, oggi sono diventate dei veri protagonisti sul mercato. Non più e non solo nella fase produttiva ma anche in quella di commercializzazione, cosa che le pone spesso in concorrenza con il settore privato. Che cos'è oggi il Gruppo Cevico e come si muove in questo contesto competitivo?

Il Gruppo Cevico ha anticipato di molti anni i processi messi in moto dalla riforma Fischer-Boel e che per quanto riguarda la cooperazione in particolare hanno spinto le aziende al percorso di cui parla lei. Cevico ha oltre 50 anni di storia alle spalle, ma nasce da una cooperativa che inizialmente si chiamava Centro vinicolo cooperativo ravennate che di anni ne ha più di 70. I nostri fondatori - era il 1963 - hanno dimostrato intelligenza e lungimiranza: allora c'erano sei cantine che si facevano una concorrenza spietata nel mercato del vino sfuso. Si sono resi conto di come questa situazione rappresentasse un nonsenso e hanno deciso di mettersi insieme, creando Cevico. Hanno sottoscritto uno statuto con patti interni blindati: d'ora in poi, per riassumere in sintesi estrema, avrebbero avuto una funzione commerciale operativa valida per tutti.

Non è stata una cosa scontata come può apparire oggi, a quei tempi la nascita del consorzio di secondo grado ha rappresentato davvero un unicum a livello nazionale, perché gli altri consorzi andavano sul mercato per proprio conto, sia nel vino sfuso sia nell'imbottigliato. ➔

La vendemmia del Sangiovese di Romagna



GRUPPO
CEVICO
Viticoltori dal 1963

DATI DI SINTESI*

Soci
oltre 5.000Ettari gestiti
6.800Produzione uve
1,4 milioni di quintali

Stabilimenti di confezionamento
2 a conduzione diretta (Lugo e Forlì), più un terzo a Reggio Emilia gestito dalla società Medici Ermete & Figli. La capacità diretta di stoccaggio è di oltre 750.000 ettolitri. Le associate Le Romagnole e Cantina dei Colli Romagnoli operano su 18 cantine di vinificazione presenti in tutto l'asse romagnolo.

Marchi gestiti
24

di cui uno dedicato alle produzioni biologiche

Imbottigliamento annuo
oltre 650 mila ettolitri

Fatturato consolidato
(Cevico, Le Romagnole, Cantina dei Colli Romagnoli, Le Romagnole Due, Due Tigli, Rocche Malatestiane, Sprint Distillery, Winex, Tenuta Masselina e Medici Ermete & Figli)

130 milioniPatrimonio netto
69 milioni di euroUtile
906.000 euro

Export
31 milioni di euro
(+21%, imbottigliato +14%)

Mercati principali
Cina, Giappone, Russia, Francia, Regno Unito.

*Dai risultati della gestione 2015/16, presentati all'assemblea di bilancio di fine 2016

**SAFECORK**

Tradizione ed innovazione per la perfetta conservazione del tuo vino.



Mai più sapore di tappo

BITEK

Tappo ideale per vini spumanti

safecork.it



Le grotte di affinamento a Santarcangelo

➔ **In seguito cosa è successo?**

Da questo primo passo ne sono naturalmente venuti altri. Cevico, il cui consiglio d'amministrazione è formato da una parte dei rappresentanti delle cantine socie, si è dato un'organizzazione specifica che rispondesse all'esigenza primaria di imbottigliare e commercializzare la maggior parte del vino prodotto dai soci, ottenendo una serie di economie di scala rispetto alle stesse operazioni fatte nelle varie cantine. Ci si è resi conto che con un centro unico si potevano risparmiare costi amministrativi, ottenere una migliore gestione finanziaria, risparmiare sull'acquisto di prodotti e attrezzature. E questo pian piano ha spinto poi le varie cantine a fondersi, arrivando alla situazione attuale: di fatto oggi abbiamo una grande cooperativa di collina, che esprime le Doc di Romagna e che produce da Imola fino a Rimini, e una, altrettanto grande, di pianura, che sovrintende tutta la zona del Ravennate, fin verso Forlì.

Questo assetto oggi consente al gruppo di essere competitivo?

I processi di accentramento produttivo e commerciale che hanno dato vita al Gruppo Cevico hanno spinto l'azienda a specializzare sempre più le proprie funzioni, e credo che questa sia la strada corretta per stare oggi sul mercato in un contesto globale e altamente sfidante. Ma specializzazione fa rima con dimensione, è la dimensione aziendale che ti consente di aprire uffici commerciali per l'estero, avere l'ufficio marketing e quello che si occupa di strategie web, gestire squadre di tecnici in vigneto e cantina, insomma tutto quello che occorre per essere efficienti e competitivi. Quando hai una massa importante di base, questi diventano costi sostenibili, così come gli investimenti nelle cantine, a cominciare dalla tecnologia. Che poi ti consente di migliorare continuamente la qualità del prodotto rimanendo competitivo sul mercato.

Quindi le aziende con poca verticalizzazione non sono competitive oggi?

Le aziende in cui una sola persona fa il viticoltore e l'enologo, poi si siede in ufficio e disegna l'etichetta, fa il marketing e poi prende la valigia e va a vendere, forse 50 anni fa potevano ancora essere competitive, ma oggi a mio modo di vedere fanno molta più fatica. La mancanza di specializzazione comporta infatti costi che devi necessariamente trasferire al consumatore, ma la cosa è possibile fino a un certo punto.

In che senso?

Mi rendo conto che il consumatore medio non abbia gli strumenti per capire perché una bottiglia di vino possa avere così ampie fasce di prezzo, e genericamente gli si comunica che sotto un certo prezzo non può esserci vino buono, ma è una comunicazione errata. Dovremmo invece spiegarli le economie di scala generate da milioni di pezzi, in termini per esempio di acquisto del vetro e del packaging, e forse potrà farsi un'idea più corretta e aderente al vero.

Ma non sarà che le aziende medio-piccole vanno in apnea proprio perché ci sono colossi come quelli cooperativi che fanno piazza pulita sul mercato?

Nel mondo del vino ci sono aziende grandi, medie e piccole. Di queste ultime, alcune si costruiscono una nicchia e riescono a vivere bene, altre fanno molta fatica, proprio per il discorso di economie di scala che facevo in precedenza. Lasciamo stare alcune zone, come quelle del Barolo o del Brunello: sono belle eccezioni in cui magari possono bastare anche 2 ettari. Nel resto dell'Italia, con una proprietà media parcellizzata, che cosa puoi fare? Io credo che la cooperativa sia la risposta naturale per questo tipo di viticoltori, e anzi se

Cevico, canali di vendita e piramide della qualità



Compito della cooperazione è garantire lo sviluppo sostenibile del territorio

oggi venendo qui lei ha visto vigneti in ogni dove è proprio perché c'è una cooperativa che fa fruttare quell'uva. È proprio grazie ai soci riuniti nella cooperazione che l'Italia riesce a mantenere integro il suo paesaggio vitato. Dopodiché la cooperazione, che oggi dispone di vigneti in zone diverse

per vocazionalità, proprio in virtù dell'alta specializzazione di cui parlavo prima, riesce anche a fare progetti qualitativi di eccellenza, entrando in concorrenza anche su questo livello. Nel nostro caso, cioè di un gruppo che opera su volumi non certo piccoli, con due stabilimenti di imbottigliamento e 18 per la raccolta che interessano tutta la Romagna, possiamo proporci secondo un'ampia scelta di portafoglio, dal vino di tutti i giorni a quello di nicchia.

Il presidente di Fedagri Giorgio Mercuri sostiene che quanto fatto dalla cooperazione fino a oggi non basti, ma si debba spingere su collaborazioni tra gruppi operanti in diversi areali, per avere un portafoglio prodotti più ampio e competitivo. Progetti in tal senso - eccettuati alcuni casi, come l'ultimo in ordine di tempo Wine Net - latitano ancora.

Posso dire che Cevico è stato pioniere anche in questo. Nella linea B.io, per esempio, lanciata un anno fa, abbiamo in portafoglio vini della Romagna, dell'Emilia, della Sicilia, della Puglia, grazie alla collaborazione con cooperative di altri territori. Stiamo stringendo accordi con cooperative umbre, siamo intervenuti occupandoci dell'aspetto commerciale dei loro vini dopo il terremoto. Ora abbiamo anche una collaborazione in Puglia con la Cantina Svevo di Lucera, nel Foggiano, mentre in Sicilia da tempo operiamo in sinergia con le cantine Colomba Bianca, con diversi progetti in corso a cominciare dal biologico. Il nostro vino percorre 10 mila chilometri e conta quindi molto anche il servizio. Noi possiamo caricare un container anche con altri vini che ci vengono richiesti, offrendo così all'acquirente un servizio molto importante e che svolgiamo regolarmente. Un percorso di filiera cooperativa che realizziamo non contro i privati, ma per assolvere il compito della cooperazione, che è quello di garantire lo sviluppo sostenibile del territorio. A questo proposito credo che proprio la sostenibilità sia la scommessa dei prossimi dieci anni del vino.

Avete anche redatto un Bilancio di sostenibilità. A cosa serve esattamente un documento come questo?

Prima che un soggetto produttivo, un'impresa è un tessuto ambientale e sociale, perché inserita all'interno di un sistema su cui incide, spesso modificandolo. Con il Bilancio di sostenibilità vogliamo che anno dopo anno questa azienda possa mostrare che cosa è migliorato in termini di sostenibilità nella sua attività, intesa a 360 gradi, non solo ambientale. Da quest'ultimo punto di vista infatti è abbastanza semplice e schematico: abbattimento dell'uso di fitofarmaci, lotta integrata, biologico e così via. Ma abbiamo deciso di rendere l'impatto del gruppo sempre più leggero in tutte le fasi, dall'utilizzo del fotovoltaico al risparmio in termini di consumo di acqua per la produzione, ma anche a cose più piccole, come gli erogatori di acqua per i dipendenti al posto delle bottiglie di plastica.

Poi vi è un aspetto sociale della sostenibilità, altrettanto importante del precedente, e che riguarda le persone, quelle interne al gruppo e quelle che vivono nel nostro territorio, in parti-



Due immagini della Tenuta Masselina a Castelbolognese e dei suoi vigneti

colare i più giovani. Solo per citare un esempio di cosa abbiamo fatto, con l'Istituto tecnico agrario Scarabelli di Imola abbiamo avviato un progetto di apprendimento in cantina, creando un vero e proprio percorso di realizzazione di una linea di vino di cui i ragazzi si sono dovuti occupare di ogni fase: dalla produzione al marketing, alla vendita online. Il vino ottenuto lo abbiamo presentato con i ragazzi al Vinitaly.

La sostenibilità è anche un elemento di marketing? Intendo dire, si colgono frutti economici da tutti questi investimenti e impegni?

Oggi il consumatore apprezza sempre di più un'azienda etica, è innegabile, e in questo senso la sostenibilità è anche un potente strumento di marketing. Ripeto, credo che la sostenibilità sia la scommessa dei prossimi dieci anni e che l'Italia la possa vincere. Per fare un esempio, rispetto alla Francia abbiamo un clima che facilita pratiche meno impattanti in viticoltura, dobbiamo partire da questo vantaggio competitivo e sfruttarlo al meglio.

Cevico è assieme a Caviro il più grande produttore di Romagna. Parliamo proprio di Romagna, una Doc che è andata incontro ad alcuni cambi di disciplinare, in certi sensi atipici, scegliendo di mettere in risalto il nome territoriale e in secondo piano quello dei vitigni. È sufficiente?

Penso sia arrivato il momento di fare il passo successivo, perché Romagna contiene ancora troppi nomi di vitigni. Detto in maniera secca, il Sangiovese a mio modo di vedere dovrebbe diventare Romagna Rosso e il Trebbiano Romagna Bianco. È un percorso non facile, non tutti sono d'accordo qui, ma dovremo arrivarci.

L'ammissione che sul Sangiovese la Romagna ha proprio commesso grossi errori...

Credo che in passato l'errore compiuto dalla Romagna sia stato quello di prendere a modello la Toscana. Ora invece ci sono innovazioni stilistiche più adatte al nostro prodotto, gli stiamo conferendo espressioni diverse, che ricordano quello che era un tempo: di pronta beva e da servire anche fresco, accanto al pesce. Ed è il momento giusto per questa evoluzione, perché le nuove modalità di approccio al cibo e l'attenzione alla

salute, che hanno favorito l'esplosione dei vini frizzanti e spumanti, sui vini fermi stanno premiando quelli più leggeri, da pasto o da aperitivo. Sul Trebbiano invece abbiamo sviluppato linee di spumante e frizzante che stanno funzionando molto bene, e oggi parte del prodotto invece di finire in Germania sfuso resta qui, per essere imbottigliata in queste tipologie che stanno sfruttando pienamente l'onda Prosecco.

A proposito di mercato italiano: per un gruppo come il vostro, che vende moltissimo in casa, intercettare le evoluzioni credo sia di vitale importanza. Che sentiment ha?

I consumi nel nostro Paese hanno imboccato una strada di non ritorno: sta sparendo quello quotidiano a casa, mentre diventa sempre più importante il consumo occasionale, fuori dai pasti, o meglio in occasioni diverse dal pasto tradizionale in famiglia, specie nei grandi centri urbani. Per affrontare questi cambiamenti, che hanno impattato il vino ma non altri tipi di alcolici, come la birra, noi, ma assieme a noi tutto il sistema del vino, dobbiamo porci qualche domanda, a cominciare da questa: perché siamo così poco simpatici ai giovani?

E che risposta si è data?

Probabilmente abbiamo creato una serie di sovrastrutture e di linguaggi che li hanno allontanati dal consumo. Lo dico spesso: vorrei che si parlasse del vino in modo più pop e rock, proviamo a cambiare questo sistema che ci siamo costruiti e che, a suo tempo, ha anche funzionato per far uscire l'Italia da un consumo di bassa qualità, ma che oggi rappresenta a conti fatti un freno all'ingresso di nuovi consumatori.

Cosa servirebbe invece per parlare alle giovani generazioni?

Serve un racconto nuovo, più vicino alle libertà individuali. Viviamo in un'epoca in cui le persone sono estremamente libere: 40 anni fa eravamo pieni di costrizioni sociali, sul modo di vestire, di parlare, di comportarsi in società a seconda che si fosse uomo o donna. Adesso le libertà individuali sono la norma, nessuno si scandalizza più

di nulla, ed è anche giusto che sia così. Poi però arriviamo nel nostro settore, e la libertà d'incanto sparisce: siamo pieni di cliché, di concetti prefabbricati che non fanno altro che rendere la bevanda vino inavvicinabile, per non dire ostile. Chi l'ha detto che non puoi mangiare una fiorentina con un Prosecco o un'insalata di pesce con il vino rosso? Perché devo sentirmi considerato come uno stupido se non ordino il vino che ha in testa l'enotecario o il sommelier? Finisce che allora prendo altro, o non bevo.

Ma allora i ristoranti dovrebbero eliminare i sommelier?

Ma no, è giusto che ci sia personale in grado di indirizzare le persone, consigliarle, ma non deve essere un dogma, un'imposizione. Ritorno al rispetto della libertà della persona, fossimo noi stessi un po' più laici ne guadagneremmo tutti.

Sarà anche per questo che siete quasi gli unici che vendono bag-in-box in Italia?

Sì, mentre questo tipo di packaging funziona benissimo in Nordeuropa e persino in Francia, dove tra l'altro è tutto vino spagnolo. Quando abbiamo cominciato noi, il BIB era sconosciuto e abbiamo dovuto spiegare che era vino sottovuoto, non dentro una semplice scatola. Credo sia un ottimo contenitore, non stiamo ovviamente parlando di vini da invecchiamento, ma in Italia ormai è identificato con vini basic, ed è difficile schiodarlo da questa immagine. Stesso discorso per il tappo a vite: all'estero funziona tantissimo, qui da noi meno, ma credo che avrebbe invece un senso almeno per i vini giovani. Questione di pregiudizi culturali, quelli di cui parlavo prima, che però ci precludono importanti possibilità di mercato.

Stesso discorso per il tappo a vite: all'estero funziona tantissimo, qui da noi meno, ma credo che avrebbe invece un senso almeno per i vini giovani. Questione di pregiudizi culturali, quelli di cui parlavo prima, che però ci precludono importanti possibilità di mercato.

Cevico è anche uno dei più grossi centri di produzione e vendita di sfuso. Qual è oggi la situazione di questo segmento di mercato?

In Romagna abbiamo come mercati di riferimento Germania e Austria, dove esportiamo bianchi base spumante, mercati che hanno sempre pagato prezzi remunerativi per i nostri produttori. Tuttavia qui la concorrenza spagnola negli ultimi

anni è diventata molto forte, spesso impraticabile: i loro prezzi non sono compatibili con i nostri. Stiamo pertanto spingendo moltissimo nella quota dell'imbottigliato perché è volontà strategica del Cda di sganciarsi sempre più dalle quote dello sfuso, almeno da quello non remunerativo.

Parlando di mercati, voi siete molto presenti in Cina: come stanno andando le cose in questo Paese?

Siamo un po' atipici perché, pur esportando oggi in 62 Paesi, siamo arrivati relativamente tardi sui mercati, per una questione storica. Ci siamo guardati in faccia e abbiamo scelto di puntare maggiormente sul continente dove vi fosse meno presenza italiana, e quindi la scelta è caduta obbligatoriamente sull'Asia. La strategia è stata corretta, perché in questi anni siamo cresciuti moltissimo, soprattutto in Cina e Giappone, mercati su cui investiamo moltissime risorse. Inizialmente la Cina era un mercato solo da vino rosso e abbastanza importante, per cui lo abbiamo approssiato soprattutto con i nostri Sangiovese. Oggi cominciano ad andare bene anche gli spumanti e puntiamo soprattutto sul Trebbiano.

Qual è il futuro di Cevico?

Mi piacerebbe che Cevico in futuro continuasse a innovare come ha fatto in questi anni, nel prodotto come nel packaging, per essere sempre all'altezza delle richieste dei mercati. Abbiamo in essere un programma di investimenti di una quindicina di milioni per i prossimi 3-4 anni nell'imbottigliamento, nei magazzini e nella produzione di vini senza solforosa aggiunta. Stiamo ancora investendo nella nostra Tenuta agricola Masselina, abbiamo completato la bottaia e il reparto per il metodo classico del Pignoletto e per le prove del Trebbiano. Questo perché dobbiamo essere capaci di adeguarci in corsa a un mondo che cambia in fretta e spesso. Quando si dice: questa cosa non si vende, vuol dire che adesso al suo posto si vende qualcos'altro. Qui la capacità di capire cosa c'è di nuovo e rispondervi per tempo fa la differenza, anche in termini di servizio al cliente. La vendita è solo l'inizio di un processo, che ha al centro il servizio continuativo, fondamentale soprattutto all'estero: bisogna essere presenti sempre, continuativamente, con la capacità di correggere subito un errore. Oggi si è misurati anche e soprattutto su questo.

Per parlare ai giovani serve un racconto nuovo, senza dogmi o cliché

Integra
I t a l i a s.r.l.

specialisti del packaging

In una parola: chiudiamo.
In un gesto: conserviamo.

www.integralitalia.it

#1

#25

#4

#6

#9

#7

#32

#3

#11

#27

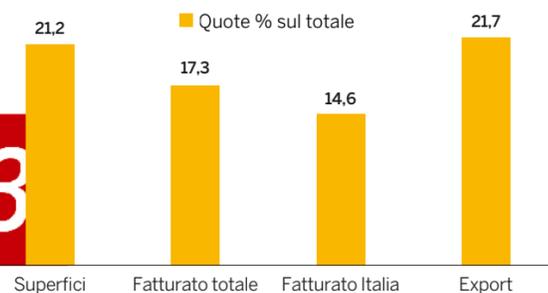
Analisi sui dati della classifica
di Anna Di Martino
per il Corriere della Sera

COOPERAZIONE

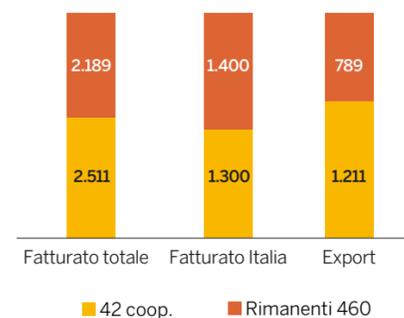
42 AZIENDE, 17% DEL FATTURATO TOTALE ITALIANO

Veneta la pattuglia più numerosa (10), mentre le 6 trentine sono quelle con la propensione export più alta: il 73%. Le emiliane vincono invece per fatturato totale e fatturato Italia. In Alto Adige la minore vocazione all'export, ma anche i prezzi più alti

IL PESO DELLE 42 COOPERATIVE* SUL SISTEMA VINO ITALIA



IL PESO DELLE 42 AZIENDE* SUL SETTORE COOPERATIVO VITIVINICOLO



* I dati sono limitati alle 42 aziende della classifica

LE AZIENDE COOPERATIVE PRESENTI NELLA CLASSIFICA

Rank classifica generale	Regione	Società	Fatturato (mln euro)	Var. % annua	Export (mln euro)	% su fatturato	Milioni bottiglie	Ettari	Dipendenti
1	Emilia R.	Cantine Riunite & Civ-GIV	566,1	3,6	377,0	66,6	205,7	4.896	1.096
2	Emilia R.	Gruppo Caviro	227,2	0,5	72,3	31,8	258,7	37.799	368
5	Trentino	Cavit	177,9	6,7	143,6	80,7	70,0	5.700	227
8	Trentino	Gruppo Mezzacorona	163,4	nc	137,3	84,0	45,0	3.500	441
12	Veneto	Cantina di Soave	116,0	9,4	45,0	39,0	35,0	5.600	174
13	Emilia R.	Gruppo Cevico	110,7	-1,7	30,9	27,9	72,0	6.815	247
15	Veneto	Collis Veneto Wine Group	106,0	2,0	28,0	26,4	18,0	6.700	167
17	Veneto	La Marca Vini e Spumanti	101,0	33,7	80,1	79,3	35,0	9.000	55
22	Trentino	La Vis	76,3	-8,6	56,5	74,0	31,5	773	150
27	Veneto	Cantina Viticoltori Ponte	57,0	13,0	17,0	29,0	17,0	2.000	66
33	Sicilia	Cantine Settesoli	50,2	-3,2	22,3	44,4	20,9	5.362	170
34	Veneto	Vi.V.O. Cantine	49,6	27,1	1,0	2,0	1,8	3.223	56
38	Friuli V.G.	Viticoltori Friulani La Delizia	46,1	21,3	18,9	41,0	25,9	2.000	73
41	Veneto	Cantina Prodt. Valdobbiadene	41,8	10,4	11,2	26,8	12,7	875	49
42	Lombardia	Terre d'Oltrepò (+ La Versa)	41,5	-13,0	4,2	10,0	0,0	4.500	0
44	Abruzzo	Cantina Tollo	40,4	9,0	6,3	15,4	10,6	2870	67
45	Piemonte	Araldica Castelvero	40,2	1,6	30,3	75,6	13,8	736	84
48	Veneto	Cantine Vitevis	38,0	36,0	9,6	26,0	6,0	2.200	48
51	Veneto	Cantina Valpolicella Negrar	35,1	10,9	19,4	55,0	7,4	693	38
56	Sicilia	Colomba Bianca	31,5	8,6	4,3	13,6	1,3	7.260	19
57	Friuli V.G.	Cantina di Rauscedo	31,1	32,7	1,3	4,2	1,0	1.450	31
58	Abruzzo	Citra Vini	30,8	7,8	15,4	50,2	21,5	6.050	58
62	Veneto	Cantina Montelliana e dei Colli Asolani	27,0	23,0	15,0	55,0	13,0	0	35
64	Marche	Terre Cortesi Moncaro	24,1	-2,4	10,6	44,0	7,3	1.350	62
65	Puglia	Cantine Due Palme	23,1	-11,0	11,0	48,0	8,0	2.400	80
68	Emilia R.	Cantina di Carpi e Sorbara	20,5	-26,3	2,5	12,2	2,4	2.237	35
70	Toscana	Le Chiantigiane	20,0	-8,3	3,8	19,0	11,0	0	43
74	Alto Adige	Cant. Prod. San Michele Appiano	19,0	4,0	3,5	18,4	3,1	380	39
76	Alto Adige	Cantina Prod. Bolzano	18,5	2,2	3,5	18,9	3,6	336	31
80	Emilia R.	Cantina Sociale Val Tidone	16,4	9,0	0,0	0,1	5,6	1.027	28
84	Trentino	Vivallis	16,0	33,0	0,0	0,0	0,2	814	16
85	Lazio	Gotto d'Oro	15,8	-6,0	0,8	6,0	6,3	1.400	31
87	Emilia R.	Cantina Sociale di San Martino in Rio	15,0	-12,0	1,0	6,0	0,2	1.000	18
88	Puglia	Cantina Vecchia Torre	14,9	7,6	5,1	34,6	2,7	1.200	13
91	Trentino	Cantina Toblino	13,8	3,9	0,0	0,0	0,4	784	15
92	Alto Adige	Cantina Caldaro	13,7	9,0	3,2	19,0	2,2	285	34
93	Toscana	Vecchia Cantina di Montepulciano	13,4	-10,1	6,8	49,1	0,0	950	49
94	Alto Adige	Cantina Colterenzio	13,3	8,2	3,1	25,0	2,9	300	37
97	Alto Adige	Cantina Tramin	13,0	5,4	2,4	18,0	1,8	271	26
98	Veneto	Cantina Castelnuovo del Garda	12,8	2,0	3,9	32,0	3,5	830	25
103	Trentino	Cantina Mori Colli Zugna	12,0	1,0	0,0	0,0	0,2	600	14
105	Sardegna	Cantina Santadi	10,5	1,7	3,2	30,0	1,5	475	30
Totale monitorato			2.511		1.211	48,2	987	136.641	4.345

Fonte: elaborazioni Corriere Vinicolo su classifica Anna Di Martino, annadamartino.it

di CARLO FLAMINI

Sono 42 le aziende cooperative entrate nella classifica annuale delle più importanti aziende per fatturato stilata da Anna Di Martino per il Corriere della Sera. Esprimono oltre 2,5 miliardi di euro di fatturato (17% sul totale del settore vino in Italia), di cui quasi la metà derivante dall'export (22% sul totale nazionale), e occupano circa 137.000 ettari di vigneto, equivalenti a un quinto della superficie a vite del Paese, per un totale di dipendenti e collaboratori attivi di circa 4.300 unità. Numeri di grande forza, considerando che stiamo parlando di una quarantina di aziende su un totale di circa 500 cooperative, e che si amplificano se il confronto lo facciamo con il sistema cooperativo vitivinicolo nel complesso: con circa 1 miliardo di bottiglie prodotte, le 42 in classifica esprimono infatti circa la metà del fatturato in Italia e il 60% di quello all'estero, a dimostrazione di un processo di concentrazione che negli anni ha prodotto dei veri e propri giganti. Tra questi, Cantine Riunite-Civ, colosso emiliano che ha in pancia anche la prima azienda privata italiana, il GIV, per un fatturato consolidato di 566 milioni di euro, prima azienda assoluta nella classifica generale del Corriere della Sera. Poi Caviro, con 227 milioni di euro di fatturato, seconda anche nella classifica generale. La terza cooperativa - Cavit - è quinta nella classifica generale, con un fatturato in forte crescita nel 2017 (+7%), mentre Mezzacorona, quarta nella classifica cooperativa, è ottava in quella globale. Chiude il quintetto di testa Cantina di Soave, prima azienda cooperativa veneta, 12° nella graduatoria generale con un fatturato di 116 milioni di euro.

Il trio di testa: Emilia Romagna, Veneto e Trentino

Abbiamo isolato e analizzato questo microcosmo cooperativo, per vedere dove sono dislocati i pesi maggiori a livello regionale (per rendere il campione più omogeneo, abbiamo sottratto i fatturati di GIV, a conti fatti azienda con logiche private e con plurime dislocazioni territoriali): la regione con il maggior numero di aziende in classifica è il Veneto (10), seguito a pari merito da Emilia Romagna e Trentino con 6. È però l'Emilia quella che macina più fatturato, seppure il divario rispetto al Veneto si sia assottigliato rispetto all'anno scorso: tra Italia ed export le cantine emiliano-romagnole sono arrivate a cubare 591 milioni di euro (il 28% del totale), contro i 584 delle venete (27%). Le sei cooperative trentine in classifica assommano



**Top 20 2017 cantine coop italiane
CANTINA VALPOLICELLA NEGRAR ANCORA SUL PODIO**

Per il secondo anno consecutivo, Cantina Valpolicella Negrar conquista il 1° posto nella "Top 20 Cantine Cooperative Italiane 2017" di Weinwirtschaft. Quest'anno, la cantina cooperativa negrelese condivide il gradino più alto del podio con la piemontese Viticoltori Associati di Vinchio-Vaglio Serra. "Arrivare primi in classifica è impegnativo, come lo è riuscire a mantenere nel tempo il primato, per cui siamo fieri della riconferma di eccellenza assegnata ai nostri vini, che suggella la bontà della nostra mission aziendale: guardare al mercato con attenzione alla qualità e al territorio di appartenenza", afferma Daniele Accordini, dg ed enologo della cantina.

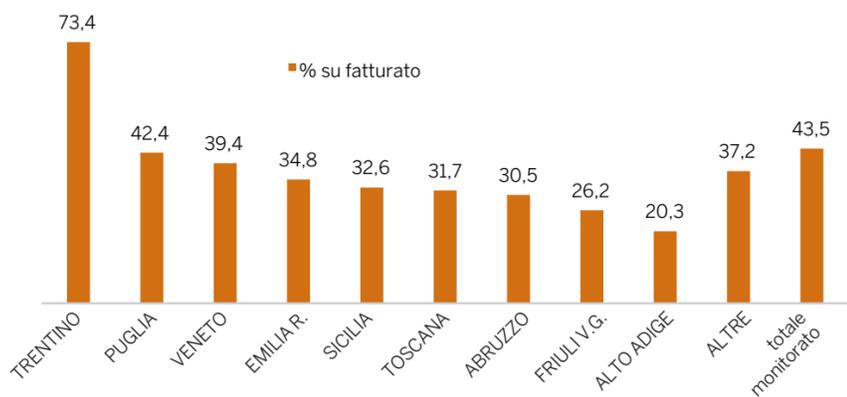
**IL MICROCOSMO
COOPERATIVO*
RAGGRUPPATO
PER REGIONI**

Regione	Totale cantine	Fatturato (mln euro)	Export (mln euro)	% su fatturato	Milioni bottiglie	Ettari	Dipendenti
Emilia R.	6	590,8	205,7	34,8	461,9	53.087	983
Veneto	10	584,3	230,2	39,4	149,4	31.121	713
Trentino	6	459,4	337,4	73,4	147,3	12.171	863
Sicilia	2	81,7	26,6	32,6	22,2	12.622	189
Alto Adige	5	77,5	15,7	20,3	13,6	1.572	167
Friuli V.G.	2	77,2	20,2	26,2	26,9	3.450	104
Abruzzo	2	71,2	21,7	30,5	32,1	8.920	125
Puglia	2	38,0	16,1	42,4	10,7	3.600	93
Toscana	2	33,4	10,6	31,7	11,0	950	92
Altre	5	132,1	49,1	37,2	28,9	8.461	207
Totale monit.	42	2.145,6	933,3	43,5	904,0	135.954	3.536

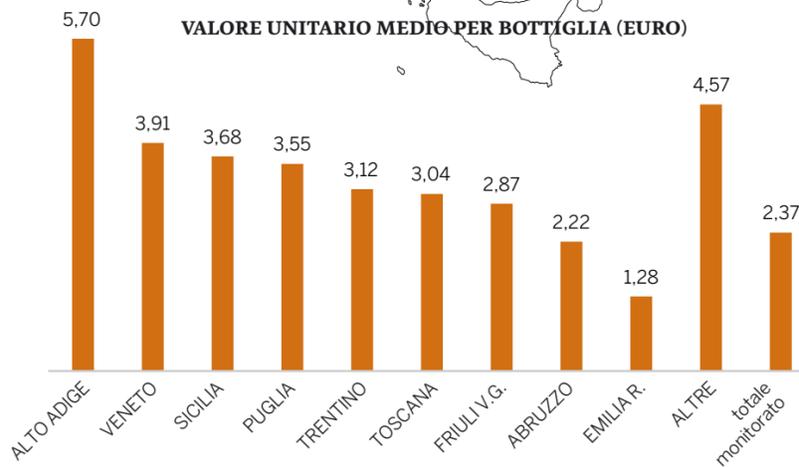
Nota: in Emilia Romagna, GIV scorporato da Riunite - CIV. Totale campione rimodulato di conseguenza



PROPENSIONE EXPORT DELLE COOPERATIVE PER REGIONE



VALORE UNITARIO MEDIO PER BOTTIGLIA (EURO)



460 milioni di euro (21%).

Il Trentino balza in testa quando si tratta di export: sia come valore assoluto (340 milioni), sia come incidenza sul fatturato regionale, pari al 73%. Il peso dell'export per le cantine venete scende al 40% del fatturato mentre per l'Emilia si arriva al 35%. Il primato del Trentino in fatto di export equivale al 36% del totale fatturato estero del campione cooperativo, contro il 25% delle venete e il 22% delle emiliane.

Sui fatturati espressi in Italia, il trio di testa si rimescola: ritorna in cima ovviamente l'Emilia Romagna (32% del totale cooperativo), seguita dal Veneto (29%), mentre la vocazione all'export trentino ridimensiona specularmente il peso della regione sul totale Italia al 10%.

In termini volumici, le sette cantine emiliane producono 462 milioni di pezzi, contro i 300 circa di Trentino e Veneto messe insieme: il prezzo medio unitario delle emiliane è però il più basso (1,30 euro a pezzo), contro i 3,12 del Trentino e i 3,91 delle cantine venete.

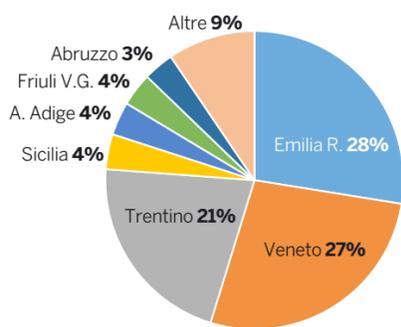
Le altre

A livello di fatturato, dopo il terzetto di testa fa capolino la Sicilia, che con solo due cantine presenti (Settesoli e Colomba Bianca) produce 82 milioni di euro (4% del totale), con una quota export del 33% ma un peso sul totale export del campione pari solo al 3% (contro il 4% sul totale fatturato Italia). Molto alta l'incidenza dell'export sui fatturati delle cantine pugliesi (42%), presenti in classifica con Due Palme e Vecchia Torre, che totalizzano un fatturato di 38 milioni di euro, per una media unitaria di prezzo attorno ai 3,55 euro, che valgono il quarto posto nella classifica dei prezzi.

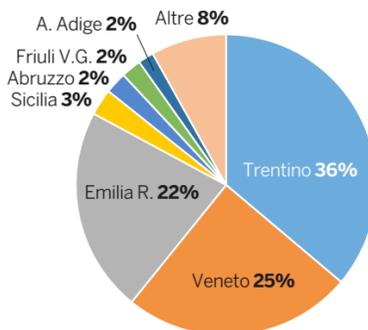
L'Alto Adige è invece la regione con il valore unitario a bottiglia più alto (5,70 euro), presente con 5 cantine in classifica che generano un'ottantina di milioni di euro di fatturato (il 5% del totale). La propensione all'export è la più bassa, solo il 20%, a dimostrazione che le aziende fanno il grosso del business nel territorio o in Italia. Ovviamente più pesante l'incidenza delle altoatesine sul totale fatturato Italia, al 5%, equiparabile a quello delle friulane. Abruzzo e Friuli hanno indici quasi simili: due aziende presenti in classifica, una settantina di milioni di euro di fatturato, e propensione all'export attorno al 25-30%. I valori unitari premiano però le friulane (2,90 euro contro 2,22 delle abruzzesi).

Per quanto riguarda le toscane, sono due le aziende entrate in classifica, con un fatturato di 33 milioni e una propensione all'export attorno al 30%.

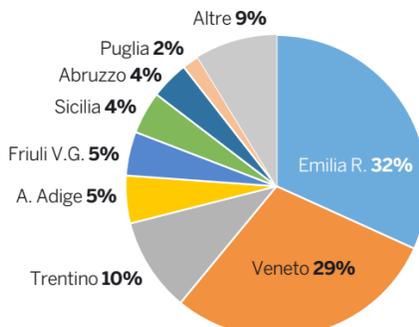
FATTURATO TOTALE: % PER REGIONE SU TOTALE CAMPIONE COOPERATIVO



FATTURATI ESTERO: % PER REGIONE SU TOTALE CAMPIONE COOPERATIVO



FATTURATI ITALIA: % PER REGIONE SU TOTALE CAMPIONE COOPERATIVO



LA CANNA DA ZUCCHERO CONVERTE LA
LUCE SOLARE IN SACCAROSIO.
E I CINICI IN CREDENTI.



Prima le chiusure alternative non erano considerate valide come il sughero naturale. Rappresentavano il compromesso che si doveva accettare per la carenza di sughero naturale. Ora però puoi finalmente avere il meglio.

La Green Line di Nomacorc è una nuova gamma di chiusure ricavate dalla canna da zucchero. Ti offre l'immagine e la qualità di cui hai bisogno per i vini più longevi garantendo le performance che ti aspetti da Nomacorc: totale controllo del trasferimento di ossigeno senza riduzione o deterioramento. Sono le chiusure più „dolci“ che tu abbia mai visto.



*Il momento
della verità...*

*...la garanzia
Mytik Diam!*

Mytik Diam è l'unico tappo in sughero che consente una perfetta omogeneità da una bottiglia ad un'altra ed un'ottima qualità di tappatura.

Grazie al procedimento DIAMANT® assicura inoltre una neutralità sensoriale*.

Preservando la finezza delle bollicine e degli aromi del vino durante tutto il suo periodo di conservazione, Mytik Diam

è il garante di una degustazione riuscita ad ogni occasione!

www.diam-cork.com

Mytik
DIAM

Il garante degli aromi



BOLLICINE DI RIBOLLA PER LA NUOVA CANTINA CIVA

di GIULIO SOMMA

**Inaugurazione
alla presenza
di Debora Serracchiani,
presidente del Friuli,
Ernesto Abbona,
presidente di UIV, e oltre
duecento ospiti**

Qui sotto, da sinistra: Ernesto Abbona,
Valerio Civa e Antonio Rallo



TRE DOMANDE A VALERIO CIVA SULLA SUA NUOVA ESPERIENZA DI PRODUTTORE

UN SOGNO E UN INVESTIMENTO NEL SEGNO DELLA RIBOLLA GIALLA

Dopo tanti anni di lavoro nella distribuzione, decide di investire in un'azienda vinicola. Calcolo di business o altro?

Il sogno che mi sta guidando in questa operazione è quello di realizzare un innovativo progetto agricolo per la grande distribuzione. Produrre vini di qualità da uve della tenuta e di piccole realtà agricole locali monitorate dall'azienda stessa. Bellazoaia, la sede aziendale, è stato un innamoramento a prima vista per le caratteristiche pedoclimatiche e la bellezza del paesaggio.

Dall'Emilia Romagna, terra dove è nato e ha la sua impresa distributiva, al Friuli e a Bellazoaia. Perché questa scelta?

La scelta di investire in questa regione, con l'acquisto delle proprietà di Bellazoaia di Povoletto e Manzano, non è stata casuale. Sono convinto che il Friuli vitivinicolo, con i Colli Orientali in particolare, sarà una delle realtà più interessanti sul mercato nei prossimi dieci anni. Un ritorno da protagonista, in particolar modo con la Ribolla gialla, di cui, da tempo ne ho intuito le potenzialità di sviluppo. I consumatori, infatti, sono sempre più curiosi nei confronti delle varietà autoctone e tradizionali e della Ribolla in particolare per le sue caratteristiche di freschezza, sapidità e delicatezza dei profumi.

Infine, qualche numero. Quanti ettari di vigna ha oggi in dote l'azienda, dove sono e con quali vitigni?

A quanto ammonta l'investimento complessivo? Quale obiettivo di vendite vi siete dati per il 2018 e per il prossimo triennio? In futuro ci sarà anche l'export?

Gli ettari vitati sono complessivamente 42. A Bellazoaia si allevano Ribolla gialla, Sauvignon, Pinot grigio, Glera, Merlot, Cabernet e il prezioso Picolit. A Ravosa lo Schioppettino. Mentre a San Giovanni al Natiseo e Manzano vi è un podere unico di 12 ettari dedicato alla Ribolla gialla (che diventeranno 30 nei prossimi anni), vigneti di Tocai friulano, Refosco dal peduncolo rosso e Merlot. Circa 8 milioni di euro sono stati investiti per l'acquisto della proprietà, tecnologia di cantina, attrezzature per la campagna, ristrutturazione degli edifici esistenti, acquisto di nuovi vigneti e sistemazione di quelli vecchi, e per l'acquisizione di diritti d'impianto pari a 50 ettari di vigna da mettere a dimora nei prossimi 5/6 anni per lo sviluppo del progetto Ribolla gialla. Nel 2016 sono state prodotte 350.000 bottiglie. 500.000 è l'obiettivo per il 2018, mentre per il triennio saranno 800.000, di cui 250.000 di Ribolla gialla Doc Friuli Colli Orientali. Il mercato estero è un altro degli obiettivi a cui l'azienda sta dedicando particolare attenzione.

**Federico Quaranta
(in arte Fede) ha detto...**

"Valerio è un visionario, un uomo di successo che ha fatto un percorso nel mondo del vino muovendosi con passione, vendendo con passione il vino alla grande distribuzione. L'insieme di passione, vino e supermercato sembra un ossimoro, ma è così. È riuscito a creare un paradigma, un modello, applicando il concetto della passione - che muove tutti quanti noi - e ne ha fatto business, piazzando etichette negli scaffali della grande distribuzione. E ha contribuito in maniera determinante a modificare nel corso del tempo il concetto del vino nella distribuzione moderna. E su questa esperienza, con lo stesso motore e la stessa passione, ha creato la sua azienda vitivinicola. È partito in grande perché sa che solo così può ottenere risultati importanti. E la cosa che mi è piaciuta di più, questa sera, è che la popolazione locale, i colleghi del comparto, la Regione, le istituzioni, le associazioni hanno apprezzato questo movimento come se Valerio avesse dato una sorta di 'scrollone' a tutti quelli che sono stati fermi per troppo tempo".

**...e, invece, Nicola Prudente
(in arte Tinto)...**

"È un visionario concreto perché prima ha pensato il prodotto, il progetto dell'azienda, poi grazie alle sue conoscenze sulle dinamiche commerciali acquisite in decenni di esperienza sul mercato saprà come venderlo. È il vero stratega. Ne vediamo tanti di imprenditori che non conoscono il nostro settore, comprano aziende per poi rivenderle poco dopo perché non riescono a vendere il vino. Valerio è tutta un'altra storia. Ha le idee chiare, un grande progetto, forte perché nasce senza pretese. A lui non interessano le carte dei ristoranti stellati: vuole produrre qualità per la grande distribuzione. Ha rotto un tabù. E nella scelta dell'azienda non ha inseguito l'occasione o il last minute. Ha scelto dopo aver visto molte realtà. E si è fermato a Bellazoaia, un nome che è un programma, per produrre Ribolla gialla. Un vino vitigno che piace, già dal nome".

Ernesto Abbona, presidente dell'Unione Italiana Vini - un vitigno con un nome curioso e bello. Spesso dimentichiamo che la nostra storia deve essere raccontata al mercato e se questo avviene attraverso un nome così musicale e suadente tutto è più facile. "Ho sempre ammirato in Valerio la capacità di organizzare la propria azienda e di creare il suo team di lavoro - ha sottolineato **Antonio Rallo**, past president di UIV e titolare dell'azienda Donnafugata -. È accaduto con la Effe.ci Parma e ora sono curioso di vedere come riuscirà ad affrontare questa nuova sfida, con tutte le variabili non controllabili che comporta l'essere un produttore vitivinicolo".

Valore aggiunto per il territorio

Animato con la consueta abile leggerezza e competenza da Fede & Tinto, (autori e conduttori di Decanter su Rai Radio2), il "dialogo" inaugurale ha visto l'intervento dell'esperto di viticoltura **Enos Costantini** che ha ripercorso l'interessante excursus storico sulla Ribolla gialla. "Il vino ha bisogno di spessore culturale - ha affermato - spessore che appartiene al vino friulano. Quanto è stato scritto della storia della vite e del vino in Friuli non trova pari neppure a Bordeaux o in Borgogna. Un valore aggiunto che dovremmo imparare a comunicare. 786 anni, tanti sono quelli della Ribolla. Un vitigno e un vino friulano riconsegnato alla storia, che prevedo avrà almeno altrettanti anni davanti a sé". È quindi intervenuta la presidente della Regione Friuli Venezia Giulia, **Debora Serracchiani**. "Siamo una regione che attrae investimenti se un produttore emiliano ha investito nel nostro territorio dimostrando di credere nella nostra regione, nella capacità e possibilità di fare impresa e nella qualità dei nostri prodotti. È importante - ha aggiunto la Serracchiani - accompagnare questi investimenti per recuperare il territorio, proteggerlo, farlo conoscere, dare visibilità al Friuli Venezia Giulia. Credo che la competenza di Valerio Civa rispetto alla grande distribuzione possa essere un tassello importante che nel mondo della produzione vitivinicola del Friuli Venezia Giulia mancava. Molti vini sono conosciuti a livello nazionale e internazionale, ma si ignorano i luoghi di produzione e raramente si sa collocare geograficamente il FVG, che ha bisogno di darsi visibilità attraverso i propri prodotti. L'impegno è rivolto anche verso il recupero di territori che si sono spopolati. L'attenzione della Gdo è non solo alla qualità dei prodotti, ma anche al territorio. Questo ha permesso di far rinascere luoghi che prima erano chiusi, penso ad esempio alla latteria di Castions di Strada o al lavoro fatto sulle vongole a Marano e tante altre piccole filiere che da sole non riuscirebbero a stare sul mercato, ma spinte dalla distribuzione moderna o da chi fa questo mestiere riescono a vivere bene". **Cristiano Shaurli** ha infine espresso soddisfazione per "un imprenditore che da subito ha dimostrato di conoscere il nostro territorio e di apprezzare i nostri vitigni autoctoni a partire dalla ribolla gialla sulla quale crede e che considera le bollicine nobili d'Italia". Per Shaurli l'investimento di questa azienda rappresenta un orgoglio per tutto il territorio "anche perché questo imprenditore ha la volontà di far crescere ancora i nostri vitigni più tradizionali, quelli che rappresentano la nostra identità quelli che, come dico spesso, non possono essere replicati altrove".





**LA RIVOLUZIONE DEI
COMPORTAMENTI
DI ACQUISTO:
UN'OPPORTUNITA'
DI CRESCITA**

Aiutiamo Industria e Distribuzione a stare al passo col cambiamento e a trarre vantaggio dall'evoluzione dello scenario dei consumi.

IRI è l'unica azienda in grado di offrire informazioni, modelli previsionali e tecnologia necessari a comprendere i fenomeni di mercato e a prendere decisioni di successo.

Scopri come possiamo far crescere la tua azienda:
www.iriworldwide.com





**Cantina di Carpi e Sorbara
ALESSANDRO MASTROTTO È IL NUOVO PRESIDENTE**

È Alessandro Mastrotto, 47 anni, imprenditore e titolare di un'azienda agricola a Rovereto di Novi, il nuovo presidente della Cantina di Carpi e Sorbara. Mastrotto, già vicepresidente vicario, è stato chiamato a ricoprire il nuovo incarico in seguito dall'improvvisa scomparsa di Fausto Emilio Rossi, avvenuta il 6 agosto scorso. Ad affiancare il neo presidente, in qualità di vice presidente vicario, sarà Carlo Piccinini, che già ricopriva la carica di vicepresidente assieme a Mastrotto nel precedente consiglio. "Continueremo - dichiara il neopresidente - a puntare sulla diversificazione della produzione e dell'approccio ai mercati, oltre al processo di ammodernamento delle strutture produttive".

Chiusure SINTETICHE & ALTERNATIVE

Una selezione, a cura delle aziende,
di macchine, attrezzature,
servizi e prodotti disponibili sul mercato

AMCOR CAPSULES

www.stelvin.com
www.paoloaraldo.com



Stelvin® Lux, sistemi di chiusura semplici ed eleganti per marchi attenti al design

Dieci anni fa, Amcor Capsules ha lanciato **Stelvin®Lux**, un sistema di chiusura brevettato in alluminio per vini di qualità, caratterizzato da eleganza, stile e praticità. Stelvin®Lux di Amcor presenta un inserto in plastica integrato che crea un rivestimento esterno completamente uniforme. Le filettature restano nascoste e questa elegante chiusura consente infinite varianti del design. Stelvin®Lux, equivalente all'originale **Stelvin®**, conserva il gusto e l'aroma del vino in bottiglia mantenendo inalterate tutte le sue caratteristiche. Amcor Capsules garantisce assistenza tecnica per l'imbottigliamento con il sistema Stelvin®Lux. "I nostri tecnici - afferma **Lucie Neubaurova**, communication manager di Amcor Capsules - saranno presenti in loco per il primo imbottigliamento. Offriamo inoltre assistenza fornendo le attrezzature per l'applicazione dei

tappi e mettendo a disposizione personale per la formazione in modo che l'imbottigliamento possa procedere senza problemi e interruzioni". Stelvin®Lux è solo una delle innovazioni introdotte da Amcor Capsules nell'universo dei tappi a vite in alluminio. Nel 2013, ha lanciato **Stelvin®Inside**, la capsula a vite in alluminio Stelvin® originale con 4 nuove guarnizioni diverse. Le guarnizioni Stelvin®Inside offrono 4 diversi livelli di OTR che consentono ai viticoltori di controllare i livelli di ossigeno nel vino. Inoltre tutti e quattro i tipi di guarnizioni Stelvin®Inside sono privi di PVDC e contribuiscono pertanto a ridurre l'impatto sull'ambiente dei sistemi di chiusura in alluminio. Stelvin®, Stelvin®Lux e Stelvin®Inside sono distribuiti in Italia dall'azienda Paolo Araldo.

INTEGRA ITALIA "Screwcaps" Guala Closures DGS

www.integralitalia.it

Realizziamo e distribuiamo chiusure moderne per bottiglie da vino, con caratteristiche tecniche che garantiscono l'ottima conservazione dei vini e l'eccellenza dell'immagine. Tra queste si segnalano i **Tappi a vite Guala Closures Dgs Poland**. Stampe a caldo, offset e serigrafiche realizzate con tecnologie all'avanguardia offrono ai nostri Tappi a vite immagini vibranti e precise, volte a valorizzare l'identità delle vostre bottiglie, per una presenza

commerciale efficace e distintiva. Gli "screwcaps" Guala Closures DGS Poland sono personalizzabili con combinazioni di stampe lucide e opache, bellissimi colori a spray e innovativi rilievi colorati. È disponibile anche l'elegantissima versione "Premium" con prefilettatura interna e la "Moss" con il sigillo per vini frizzanti. La distribuzione in linea e la rattatura sono perfette e le consegne sono puntuali e veloci. Tappi a vite Guala Closures Dgs Poland... scarto zero!



specialisti del packaging



In una parola: chiudiamo.
In un gesto: conserviamo.

www.integralitalia.it

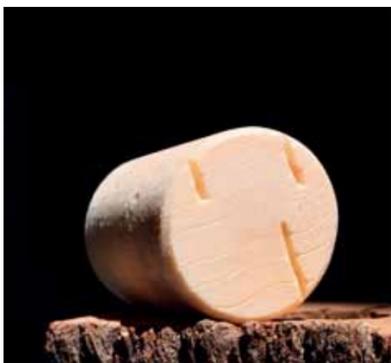
LABRENTA www.labrenta.com

Emula e First, linee di chiusure sintetiche

Prodotti diversi che rispondono a differenti esigenze di preservazione del vino, ma anche a differenti esigenze del cliente e del consumatore.

Emula è la chiusura sintetica che più di ogni altra assomiglia al sughero naturale. Il suo aspetto raffinato aiuta a comunicare la qualità dei vini, regalando un'incredibile esperienza d'uso. Sotto la veste elegante, Emula sfoggia un cuore tecnologico che garantisce performance ad alto livello a assoluta neutralità organolettica.

First è il tappo creato per funzionare in ogni linea di imbottigliamento con la massima semplicità. È facile anche per i consumatori, grazie alla perfetta esperienza d'uso ed estrazione. First è perfettamente preciso nelle dimensioni e nel peso, e costante nella permeabilità all'ossigeno. La sua purezza organolettica lo rende adatto a preservare al meglio l'aroma dei vini più giovani. First è disponibile in svariate sfumature di colore, che aiuteranno a creare un'identità unica attorno al vino. Parlate con i colori, comunicate con First.



IL CORRIERE VINICOLO

dal 1928 il primo e unico settimanale del mondo del vino

Campagna abbonamenti

- 120 euro** Abbonamento annuo cartaceo
- 90 euro** Abbonamento annuo digitale
- 150 euro** Abbonamento annuo cartaceo + abbonamento annuo digitale
- Premium 180 euro** Abbonamento annuo digitale + database statistiche + archivio
- Premium 200 euro** Abbonamento annuo cartaceo + abbonamento annuo digitale + database statistiche + archivio



Scarica l'app

Per leggere il Corriere Vinicolo digitale e tutte le altre pubblicazioni, come Vite, Wine by Numbers, Vino in Cifre e i dossier speciali.

Con la App, puoi sottoscrivere abbonamenti annui o semestrali, oppure acquistare la singola copia del giornale.



Disponibile per sistema iOS e Android

Ufficio abbonamenti: tel. 02 7222 2848
abbonamenti@corrierevinicolo.com
www.corrierevinicolo.com



ROBINO & C.

G A B B I E T T A T R I C I

Mercati vinicoli

QUOTAZIONI E ANDAMENTI
DEL VINO SFUSO

SITUAZIONE AL 14 SETTEMBRE 2017



PIEMONTE

Asti	
Piemonte Barbera Dop 2016 90,00 - 100,00	Barbera d'Asti Docg 2016 13° 110,00 - 120,00
Piemonte Cortese Dop 2016 85,00 - 95,00	Barbera del Monferrato Dop 2016 12-13,5° 100,00 - 110,00
Piemonte Grignolino Dop 2016 95,00 - 105,00	Grignolino d'Asti Dop 2016 110,00 - 125,00
Barbera d'Asti Docg 2016 13,5° 125,00 - 135,00	Mosto da uve aromatiche 2016 90,00 - 95,00

Alessandria

Monferrato Dolcetto Dop 2016 80,00 - 90,00	Piemonte Cortese Dop 2016 85,00 - 95,00
Piemonte Barbera Dop 2016 80,00 - 90,00	Ovada Dolcetto Docg 2015 95,00 - 105,00

Alba

Barbaresco Docg 2014 500,00 - 530,00	Barolo Docg 2012 850,00 - 900,00
Barbera d'Alba Dop 2015 190,00 - 230,00	Nebbiolo d'Alba Dop 2015 280,00 - 300,00
Roero Arneis Docg 2015 165,00 - 175,00	Dolcetto d'Alba Dop 2016 170,00 - 190,00

Prezzi q.le partenza.

LOMBARDIA

Vino Igp:	
Chardonnay Pv 2017 11,5° 1,10 - 1,20	Pinot nero 2016 vinific. in rosso 12° 1,10 - 1,20
Croatina Pv 2016 12° 0,80 - 0,85	Prezzi kg partenza.
Barbera Pv 2016 11,5° 0,85 - 0,90	Lambrusco Mn. 2016 11,5° 4,80 - 5,00
Pinot grigio Pv 2017 1,00 - 1,10	Prezzi gr. q.le partenza.
Vino Dop:	
Barbera O.P. 2016 12° 0,85 - 0,90	Moscato O.P. 2017 1,40 - 1,50
Pinot nero 2017 vinific. in rosso 12° 1,10 - 1,20	Malvasia O.P. 2017 11,5° 0,95 - 1,00
Pinot nero 2017 vinific. in bianco 11,5° 1,30 - 1,40	Buttafuoco-Sangue di Giuda O.P. 2016 11,5° 1,00 - 1,10
Pinot grigio O.P. 2017 1,20 - 1,30	Bonarda O.P. 2016 12,5° 0,90 - 1,00

Prezzi kg partenza.

EMILIA

Vino comune:	
Rossissimo desolfato 2016 6,70 - 7,20	Mosto muto Lancellotta 2017 7,50 - 8,00
Rossissimo desolfato mezzo colore 2016 6,00 - 6,30	Prezzi gr. q.le Fehling peso x0,6
	Filtrato di Lancellotta 2017 8,50 - 9,00 (Prezzi grado Bé.)
Vino Igp:	
Lambrusco Emilia 2016 4,30 - 4,60	Lambrusco bianco Emilia frizzantato 2016 n.q.
Bianco Lambrusco Emilia 2016 n.q.	Prezzi grado distillazione+zuccheri.
	Malvasia Emilia 2016 n.q.
	Prezzi q.le partenza

ROMAGNA

Vino comune:	
Bianco 2017 9,5-11° 6,00 - 6,20	Prezzi gr. q.le partenza.
Bianco TC base spumante 2017 9-10° 6,60 - 7,00	Mosto muto 2017 5,60 - 6,00 (pr. Fehling peso x 0,6)
Bianco TC 2017 10,5-12° 6,40 - 6,80	MCR 2017 4,50 - 4,70
Rosso 2017 11-12° 6,00 - 6,50	Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo
Vino Igp:	
Rosso Sangiovese Rubicone 2017 11-12° 6,20 - 6,70	Merlot Rubicone 2017 6,30 - 6,80
Bianco Trebbiano Rubicone 2017 11-11,5° 6,70 - 7,10	Chardonnay/Pinot Rubicone 2017 8,50 - 9,50

Prezzi gr. q.le partenza.

Vino Dop:

Romagna Sangiovese 2016 12-13° n.q.	Romagna Trebbiano 2016 11,5-12,5° n.q.
-------------------------------------	--

Prezzi gr. q.le partenza.



ABRUZZO - MOLISE

Vino comune:	
VNF Bianco 2017 n.q.	VNF Rosso 2017 11-12° 3,50 - 3,80
VNF Bianco TC 2017 4,00 - 4,40	VNF Rosso 2017 12,5-13,5° 4,00 - 5,00
Mosto muto 2017 n.q.	Prezzi grado complessivo in peso.
Vino Igp:	
Sangiovese 2015 n.q.	Mosto Chardonnay 2017 5,70 - 6,00
Prezzi gr. hl partenza	Prezzi grado complessivo in peso.
Vino Dop:	
Montepulciano d'Abruzzo 2016 5,00 - 5,20	Trebbiano 2015 3,80 - 4,00

Prezzi gr.hl partenza.

PUGLIA - FOGGIA, CERIGNOLA, BARLETTA, BARI

Vino comune:	
Bianco 2017 10,5-11,5° 4,80 - 5,00	Mosto muto rosso da uve Lambrusco 2017 12-13° 6,00 - 6,50
Bianco termovinif. 2017 10-11,5° 5,00 - 5,40	Mosto concentrato bianco 2017 33-35° 5,00 - 5,20
Rosso 2017 11-12° 4,80 - 5,00	Mosto concentrato rosso 2017 33-35° 5,00 - 5,50
Rosso da uve Montepulciano 2017 11-12° n.q.	Mosto conc. tradiz. certificato CSQA per ABM 2017 33-35° 5,20 - 5,50
Rosso da uve Lambrusco 2017 12,5-13,5° n.q.	Prezzi gr. Bé x q.le partenza.
	MCR 2017 65-67° 4,50 - 4,70
Prezzi gr. q.le partenza.	Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo.
Mosto muto bianco 2017 10-11° 4,00 - 4,20	
Mosto muto rosso 2017 11-12° 4,00 - 4,20	



ANDAMENTO DEI MERCATI

I simboli riportati accanto alle regioni indicano la percezione dell'andamento dei mercati espressa dagli operatori di Med.&A., che hanno modo di osservare dal vivo e rilevare puntualmente le tendenze di ciascuna piazza, determinate dall'interesse e dal fabbisogno dei clienti, dalla disponibilità e dalla qualità dei prodotti, dal rapporto fra la domanda e l'offerta e l'andamento degli scambi, indipendentemente dal rialzo o dalla diminuzione dei prezzi dei singoli prodotti.

- Mercato attivo / scambi sostenuti
- Mercato stazionario / scambi regolari
- Mercato debole / scambi ridotti

NOTA: tutti i prezzi sono espressi in euro.



pagine a cura di MED.&A.

COMMISSIONE PREZZI MED.&A.

PIEMONTE

Enrico e Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas)

LOMBARDIA

a cura di Med.&A.

VENETO

VERONA: Severino Carlo Repetto (L'Agenzia Vini Repetto & C. srl)
TREVISO: Fabrizio Gava (Quotavini srl)

TRENTINO ALTO ADIGE

Fabrizio Gava (Quotavini srl) con la collaborazione di Lucia Lanzafame (Cciaa Trento)

FRIULI VENEZIA GIULIA

Fabrizio Gava (Quotavini srl)

ROMAGNA ED EMILIA

Andrea Verlicchi (Impex srl)

TOSCANA

Enrico e Bernardo Brecci (Brecci srl)

LAZIO E UMBRIA

Enrico e Bernardo Brecci (Brecci srl)

MARCHE

Emidio Fazzini

ABRUZZO-MOLISE

Andrea e Riccardo Braconi (Braconi Mediazioni Vini sas)

PUGLIA

Domenico Colucci, Andrea Verlicchi (Impex srl)

SICILIA

Antonino Panicola (Rappresent. Enot. Salvatore Panicola sas)

D G A L A N D R I N O

C A P S U L A T R I C I

VENETO - VERONA E TREVISO

Vino comune:

Bianco 2016 (rilev. Verona) 9,5-12° n.q. (ettogrado partenza) } Mosto concentrato rettificato 2017 65/68 Bx 4,40 - 4,80
Rosso 2016 (rilev. Verona) n.q. (ettogrado partenza) } Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo.

Vino Igp:

Bianco Veneto/Trevezie 2017 (rilev. Tv) 10-11° 7,00 - 7,50 } Merlot (rilevaz. Treviso) 2017 10-12° 6,50 - 7,50
Rosso Marca Trev./Veneto/Trevezie 2017 (rilev. Tv) 10-11° 6,50 - 7,50 } Merlot (rilevaz. Verona) 2016 10-12° n.q.
Bianco Verona 2016 10-13° n.q. } Cabernet Franc 2017 10-12° 7,00 - 8,00
Rosso Vr 13-14° leggero appassim. 2016 n.q. (pr./litro) } Cabernet Sauvignon 2017 10-12° 7,00 - 7,50
Pinot bianco (rilevaz. Treviso) 2017 10-12° 8,70 - 9,20 } Raboso rosso 2017 9,5-10,5° 7,50 - 8,50
Pinot bianco (rilevaz. Verona) 2016 12° n.q. (pr./litro) } Raboso rosato 2017 9,5-10,5° 7,50 - 8,50
Chardonnay (rilevaz. Treviso) 2017 10-12° 8,50 - 9,00 } Refosco 2017 10-12° 8,50 - 9,00
Chardonnay (rilevaz. Verona) 2016 12° n.q. (pr./litro) } Prezzi ettogrado partenza.
Garganega 2016 n.q. } Pinot nero 2017 10,5-12° 1,05 - 1,15
Verduzzo (rilevaz. Treviso) 2017 10-11° 7,50 - 8,00 } Glera 2017 9,5-10° n.q.
Sauvignon (rilevaz. Treviso) 2017 10-12° 8,00 - 12,00 } Vino novello 2017 0,95 - 1,10
Durello 2016 n.q. } Prezzi litro
Tai Marca Trevigiana 2017 10,5-12° 7,50 - 8,00 }

Vino Dop:

Garda Garganega 2016 6,50 - 7,00 (ettogrado partenza) } Amarone e Recioto Classico Docg 2014 8,00 - 9,00
Soave 2016 11-12,5° 5,60 - 6,20 (ettogrado partenza) } Amarone e Recioto Classico Docg 2013 8,50 - 9,50
Soave classico 2016 12,5-13° 0,85 - 1,00 } Amarone e Recioto Classico Docg 2012 n.q.
Soave classico superiore 2013 12,5-13° n.q. } Gambellara 2016 11-12° 5,50 - 5,60 (prezzi ettogrado partenza)
Bardolino 2016 n.q. } Lugana 2016 3,85 - 4,20
Bardolino Charetto 2016 n.q. } Valdadige bianco 2016 n.q.
Bardolino Classico 2016 n.q. } Valdadige rosso 2016 11-12° n.q.
Valpolicella 2016 2,20 - 2,80 } Pinot grigio Valdadige 2016 11-12° n.q.
Valpolicella Classico 2016 2,40 - 2,80 } Custozza 2016 n.q.
Valpolicella atto a superiore 2016 12-13° 2,60 - 2,90 } Prosecco Atto 2017 9-10° 2,10 - 2,25
Valpolicella ripasso 2015 3,40 - 3,60 } Conegliano V. Prosecco Docg 2017 9-10° 2,80 - 3,00
Valpolicella Classico 2015 n.q. } Conegliano V. Prosecco Docg Sup. Cartizze 2017 9-10° 4,50 - 5,00
Valpolicella Classico ripasso 2015 3,50 - 3,70 } Pinot grigio delle Venezie 2017 10-12° 1,20 - 1,30
Valpolicella atto a superiore 2014 12-13° n.q. } Pinot grigio Venezia 2017 11-12° 1,30 - 1,40
Amarone e Recioto Docg 2014 7,50 - 8,50 } Prezzi al litro.
Amarone e Recioto Docg 2013 8,00 - 9,00 } Merlot Piave 2017 11,5-12° n.q. (prezzi ettogrado partenza)
Amarone e Recioto Docg 2012 n.q. } Cabernet Piave 2017 12-12,5° n.q. (prezzi ettogr. partenza)

TOSCANA

Vino Igp:

Rosso toscano 2015 12-13° 0,90 - 1,10 } Sangiovese Toscana 2015 1,00 - 1,20
Prezzi litro.

Vino Docg:

Chianti Docg 2016 12° 115,00 - 135,00 } Chianti Classico Docg 2015 12° 180,00 - 210,00
Chianti Docg 2015 12° 110,00 - 125,00 } Vernaccia di San Gimignano Docg 2015 12° n.q.
Chianti Classico Docg 2014 12° 220,00 - 240,00 } Prezzi hl partenza.

UMBRIA

Vino Igp:

Bianco Umbria 2017 12° 4,00 - 5,00 } Chardonnay Umbria 2017 12-12,5° 80,00 - 90,00
Rosso Umbria 2017 12-12,5° 4,50 - 5,50 } Grechetto Umbria 2017 12° 80,00 - 90,00
Prezzi ettogrado partenza. } Pinot grigio Umbria 2017 90,00 - 110,00
Prezzi q.le partenza.

Vino Dop:

Orvieto 2017 11,5-12° 85,00 - 90,00 } Orvieto classico 2017 90,00 - 100,00
Prezzi quintale partenza.

LAZIO

Vino comune:

Bianco 2017 11-12° 4,00 - 4,50 } Rosso 2017 11-12° 4,00 - 4,60
Prezzi gr. q.le partenza.

Vino Igp:

Bianco 2017 4,00 - 4,60 } Chardonnay Lazio 2017 13° 80,00 - 100,00
Rosso 2017 4,50 - 5,00 } Pinot grigio Lazio 2017 90,00 - 115,00
Prezzi gr. q.le partenza. } Prezzi q.le partenza.

FRIULI VENEZIA GIULIA

Vino Igp Venezia Giulia e Igp delle Venezie:

Chardonnay 2016 12-12,5° 85,00 - 95,00 } Pinot grigio 2016 12-12,5° 95,00 - 105,00
Pinot bianco 2016 12-12,5° 85,00 - 95,00 } Pinot nero 2016 12-12,5° 90,00 - 100,00
Sauvignon 2016 12-12,5° 100,00 - 130,00 } Merlot 2016 12-12,5° 65,00 - 75,00
Ribolla 2016 12-12,5° 150,00 - 170,00 } Cabernet Sauvignon 2016 12-12,5° 75,00 - 85,00
Prezzi ettolitro partenza

Vini Friuli Grave Dop:

Friulano 2016 (Tocai) 12-12,5° 105,00 - 115,00 } Merlot 2016 12-12,5° 80,00 - 90,00
Pinot bianco 2016 12-12,5° 105,00 - 115,00 } Cabernet Franc 2016 12-12,5° 90,00 - 100,00
Chardonnay 2016 12-12,5° 105,00 - 115,00 } Cabernet Sauvignon 2016 12-12,5° 90,00 - 100,00
Pinot grigio 2016 12-12,5° 120,00 - 130,00 } Refosco 2016 12-12,5° 90,00 - 100,00
Sauvignon 2016 12-12,5° 130,00 - 150,00 } Pinot nero 2016 12-12,5° 100,00 - 115,00
Verduzzo 2016 12-12,5° 85,00 - 95,00 } Prezzi al ettolitro partenza.

TRENTINO ALTO ADIGE

Vino Igp Vigneti delle Dolomiti:

Chardonnay 2016 n.q. } Merlot 2016 0,90 - 1,10
Müller Thurgau 2016 n.q. } Teroldego novello 2016 n.q.
Pinot grigio 2016 n.q. } Schiava 2016 n.q.

Vini Trentino Dop:

Chardonnay 2016 n.q. } Sorni Bianco 2016 n.q.
Pinot bianco 2016 n.q. } Sorni Rosso 2016 1,75 - 1,95
Riesling 2016 n.q. } Cabernet Sauvignon 2016 1,55 - 1,75
Müller Thurgau 2016 n.q. } Marzemino 2016 1,55 - 1,75
Pinot grigio 2016 n.q. } Pinot nero 2016 2,60 - 3,10
Traminer 2016 n.q. } Lagrein 2016 1,75 - 1,95
Moscato 2016 n.q. } Merlot 2016 1,35 - 1,65
Sauvignon 2016 n.q. } Prezzi litro partenza.
Nosiola 2016 n.q. }

Altre Dop:

Trento 2016 n.q. } Valdadige Schiava 2016 n.q.
Pinot nero base spum. Trento 2016 n.q. } Teroldego Rotaliano 2016 1,75 - 1,95
Lago di Caldaro 2016 n.q. } Lagrein rosato Kretzer 2016 1,55 - 1,75
Prezzi litro partenza.

LAZIO (segue)

Vino Dop:

Frascati 2017 75,00 - 85,00 } Colli Albani 2016 11,5-12° n.q.
Roma bianco 2015 90,00 - 110,00 } Marino 2016 11,5-12° n.q.
Roma bianco 2016 90,00 - 110,00 } Prezzi litro
Roma rosso 2015 100,00 - 120,00 } Castelli Romani bianco 2017 11-11,5° 4,50 - 5,50
Roma rosso 2016 100,00 - 120,00 } Castelli Romani rosso 2017 11,5° 4,50 - 5,50
Prezzi q.le partenza } Prezzi ettogrado partenza.

MARCHE

Vino comune:

Bianco Fiore 2016 n.q. } Rosato 2016 11-12,5° n.q.
Bianco fermentazione controllata 2016 10,5-11° 4,00 - 4,50 } Prezzi ettogrado partenza.
Bianco fermentazione controllata 2016 11,5-12,5° 4,00 - 4,50 } Montepulciano 2016 14-15° 0,80 - 0,90
Rosso Sangiovese 2016 10-11° 4,50 - 4,70 } Prezzi al litro.

Vino Igp:

Marche Sangiovese 2016 12-13° 0,55 - 0,70 } Marche Bianco 2016 12-12,5° 0,65 - 0,70
Marche Sangiovese Bio 2016 13-13,5° 1,00 - 1,00 } Marche Passerina 2016 12-13° 0,90 - 1,00
Marche Trebbiano 2016 12-12,5° 0,65 - 0,70 } Prezzi al litro.

Vino Dop:

Verdicchio Castelli Jesi cl. 2016 12-13° 0,85 - 0,85 } Offida Passerina 2016 12,5-13° 1,20 - 1,40
Verdicchio Matelica 2016 12-12,5° 1,00 - 1,00 } Rosso Piceno 2016 12-13° 0,80 - 0,90
Rosso Conero 2014 13° 1,30 - 1,30 } Rosso Piceno Bio 2016 13-14° 1,00 - 1,00
Rosso Conero 2015 13° 1,30 - 1,30 } Rosso Piceno superiore Bio 2014 13,5-14° 1,40 - 1,50
Falerio Pecorino 2016 12-13° 1,20 - 1,30 } Rosso Piceno superiore Bio 2015 13,5-14° 1,40 - 1,50
Offida Pecorino 2016 14-15° 1,30 - 1,60 } Lacrima di Morro d'Alba 2016 12,5-13° 1,30 - 1,30
Prezzi al litro.

LECCE, BRINDISI, TARANTO (segue)

Vino Igp:

Chardonnay 2017 13-13,5° 110,00 - 120,00 } Merlot Tarantino 2017 13-14° n.q.
Prezzi q.le. partenza } Cabernet Salento 2017 13-14° n.q.
Prezzi gr. q.le partenza.

Vino Dop:

Primitivo Manduria atto a Dop 2016 14-15° 200,00 - 215,00 } Salice 2016 13-14° 8,50 - 9,00 (prezzi gr. q.le partenza.)
Primitivi strutturati 2017 17-20° n.q. } Salice 2017 13-14° n.q. (prezzi gr. q.le partenza.)
Prezzi q.le partenza. } Salice riserva 2013 13,5-14° 9,50 - 10,00 (pr. gr. q.le partenza.)

SICILIA

Vino comune:

Bianco 2017 12-12,5° 4,20 - 4,30 } Mosto muto bianco 2017 16-17 Babo 2,00 - 2,20
Bianco TC 2017 12-12,5° 5,00 - 5,30 } Prezzi gr. Babo x q.le partenza.
Rosso 2017 12-13,5° n.q. } MCR 2017 4,30 - 4,60
Prezzi gr. q.le partenza. } Prezzi Brix x 0,6 x q.le arrivo.

Vino Igp:

Bianco 2017 12-12,5° 4,30 - 4,50 } Cabernet 2017 14-14,5° n.q.
Bianco TC 2017 12-12,5° 5,30 - 5,50 } Merlot 2017 14-14,5° n.q.
Prezzi gr. q.le partenza. } Syrah 2017 14-14,5° n.q.
Chardonnay 2017 13,5° 1,00 - 1,00 } Prezzi al litro.

Vino Dop:

Bianco Grillo Sicilia Dop 2017 12,5-13,5° 0,75 - 0,78 } Rosso Nero d'Avola Sicilia Dop 2017 14-14,5° 1,10 - 1,10
Rosso Nero d'Avola Sicilia Dop 2017 13-13,5° 1,00 - 1,00 } Prezzi al litro.

PUGLIA - FOGGIA, CERIGNOLA, BARLETTA, BARI (segue)

Vino Igp:

Pinot Bianco 2017 11-12,5° 6,50 - 7,00 } Primitivo Puglia 2016 13-15° 100,00 - 110,00 (pr. hl partenza)
Chardonnay Puglia 2017 11-12° 6,50 - 7,00 } Lambrusco Puglia 2017 10-11,5° n.q.
Sangiovese Daunia 2017 11-11,5° 5,20 - 5,40 } Lambrusco Puglia frizzantato 2017 10-11° n.q.
Sangiovese Puglia 2017 11-11,5° 5,20 - 5,40 } Prezzi gr. q.le partenza.
Trebbiano Puglia 2017 10-11° 5,20 - 5,40 } Mosto varietale da uve moscato 2017 70,00 - 80,00
Prezzi gr. q.le partenza. } Prezzi quintale partenza.

FOGGIA, BARI

Vino Dop:

Bianco San Severo 2015 11-11,5° 50,00 - 55,00 } Rosso Castel del Monte 2015 12-13° 75,00 - 85,00
Bianco Castel del Monte 2015 11-11,5° 70,00 - 80,00 } Locorotondo 2015 50,00 - 55,00
Rosato Castel del Monte 2015 11-12° 70,00 - 80,00 } Prezzi quintale partenza.

LECCE, BRINDISI, TARANTO

Vino comune:

Bianco 2017 10-10,5° 4,90 - 5,20 } Prezzi gr. q.le partenza.
Rosato 2017 12-13° 4,90 - 5,20 } Rossi strutturati 2017 14-15° n.q. (pr. q.le partenza)
Rosso 2017 12-13° 5,30 - 5,50 } Mosto muto 2017 10-10,5° 4,00 - 4,50 (prezzi gr. Bé x q.le partenza)

Vino Igp:

Bianco Malvasia Puglia 2017 12-12,5° 5,20 - 5,50 } Negroamaro Salento 2016 12-12,5° 5,80 - 6,00
Rosso Sangiovese Puglia 2017 12-12,5° n.q. } Prezzi gr. q.le partenza.
Rosato Puglia 2017 12,5-13° 5,30 - 5,50 } Primitivo Salento 2016 13,5-14° 135,00 - 140,00
Rosato Salento da Negroamaro 2016 13-14° 7,00 - 7,30 } Fiano Salento 2017 13-13,5° 110,00 - 120,00

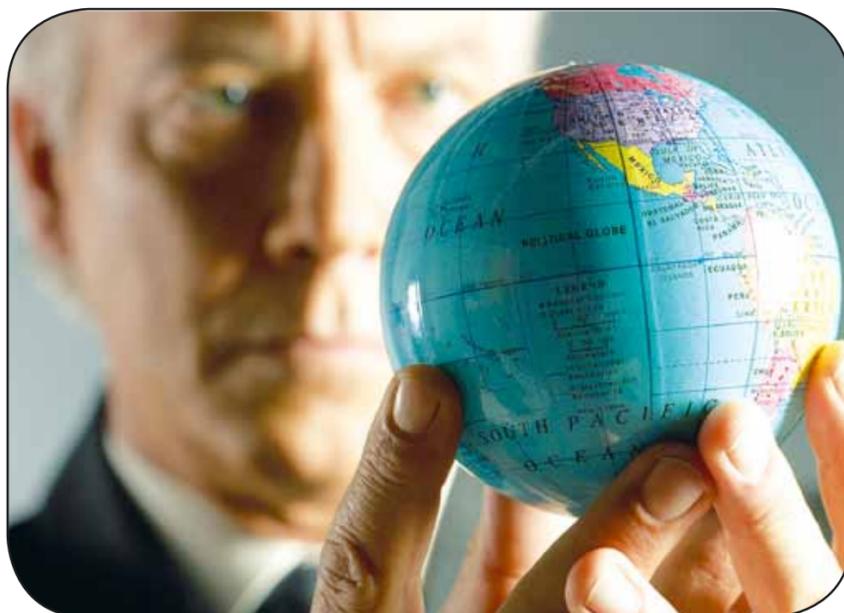
Quotazioni per l'Europa
rilevate da Med.&A.
Prezzi al 14 settembre



Quotazioni per il resto del mondo rilevate
da Ciatti Company
alla prima decade di settembre



Le frecce accanto ai prezzi indicano il trend rispetto al mese precedente.
I prezzi per il Nuovo mondo sono espressi in Euro per litro, a pieno carico:
24.000 litri per flexitank, 28.000-30.000 per cisterna.
FCA: Free Carrier (franco vettore) - FOB: Free on board



GERMANIA

Vendemmia 2016

Rilevazioni a cura di Severino Carlo Repetto (L'Agenzia Vini Repetto & C. srl) con la collaborazione di Matthias Walter, consulente in viticoltura ed enologia, membro del Comité Européen des Entreprises Vins

Rheinhessen (Renania)

Vino comune bianco 0,35 - 0,40	Riesling Igp n.q.
Vino comune rosso n.q.	Riesling Dop 0,85 - 1,00
Igp bianco n.q.	Pinot bianco 1,00 - 1,10
Igp rosso n.q.	Pinot grigio 1,10 - 1,20
Müller Th. Igp 0,60 - 0,70	Dornfelder 1,00 - 1,10
Müller Th. Dop 0,65 - 0,70	Pinot nero 0,90 - 1,00

Pfalz (Palatinato)

Vino comune bianco n.q.	Riesling Igp n.q.
Vino comune rosso n.q.	Riesling Dop 0,90 - 1,10
Igp bianco 0,60 - 0,65	Pinot bianco 1,20 - 1,30
Igp rosso n.q.	Pinot grigio 1,50 - 1,60
Müller Th. Igp 0,60 - 0,70	Dornfelder 1,00 - 1,00
Müller Th. Dop 0,70 - 0,75	Pinot nero 0,90 - 1,00

Mosel (Mosella)

Vino comune bianco n.q.	Riesling Igp n.q.
Vino comune rosso n.q.	Riesling Dop 1,40 - 1,50
Igp bianco n.q.	Pinot bianco 1,50 - 1,60
Igp rosso n.q.	Pinot grigio 1,60 - 1,60
Müller Thurgau Igp n.q.	Dornfelder 1,00 - 1,00
Müller Th. Dop 1,00 - 1,00	Pinot nero 1,50 - 1,80

Prezzi al litro.

CALIFORNIA

Vendemmia 2016

Dazi doganali per l'Europa sui vini con gradazione <13% 0,099 Euro/litro
sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FCA Cantina, Central Valley

Bianco comune 0,66 - 0,83	Rosso comune 0,67 - 0,88
Chardonnay 1,27 - 1,55	Cabernet Sauvignon 1,533 - 1,76
Pinot grigio 1,16 - 1,44	Merlot 1,10 - 1,32
Muscat 0,99 - 1,10	Pinot noir 1,55 - 1,88
White Zinfandel 0,71 - 0,83	Syrah 1,10 - 1,32
Colombard 0,72 - 0,94	Zinfandel 1,44 - 1,76

ARGENTINA

Vendemmia 2016

Dazi doganali per l'Europa sui vini con gradazione <13% 0,099 Euro/litro
sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FCA Cantina, Mendoza

Bianco comune 0,46 - 0,54	Rosso comune 0,75 - 0,92
Bianco comune (Criolla) 0,46 - 0,54	Cabernet Sauvignon 1,50 - 1,67
Chardonnay 1,00 - 1,17	Malbec Entry-level 1,59 - 1,84
Torrontes 0,50 - 0,67	Malbec Premium 2,09 - 2,92
Sauvignon Blanc 0,75 - 0,84	Syrah/Merlot 1,25 - 1,34
Muscat 0,58 - 0,67	Tempranillo n.q.
	Bonarda 1,25 - 1,34

CILE

Vendemmia 2017

Nessun dazio doganale per l'Europa
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FOB, Valparaiso

Bianco comune 0,57 - 0,63	Rosso comune 0,60 - 0,65
Chardonnay 0,92 - 0,96	Cabernet Sauvignon 0,88 - 0,96
Chardonnay (Varietal Plus) n.q.	Cabernet Sauvignon (Varietal Plus) 1,04 - 1,17
Sauvignon Blanc 0,92 - 0,96	Carmenere 0,92 - 1,04
Sauvignon Blanc (Varietal Plus) 1,04 - 1,12	Carmenere (Varietal Plus) 1,00 - 1,17
Syrah 0,92 - 0,96	Merlot 0,92 - 0,96
Syrah (Varietal Plus) 0,96 - 1,04	Merlot (Varietal Plus) 1,04 - 1,17
Malbec 1,09 - 1,25	
Malbec (Varietal Plus) 1,34 - 1,67	

FRANCIA

Vendemmia 2016

Rilevazioni a cura di Enrico e Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas)
con la collaborazione di Serge Dubois, co-presidente dell'Union Internationale des Oenologues

Sauvignon 90,00 - 105,00	Aoc Corbières 125,00 - 140,00
Chardonnay 110,00 - 115,00	Aoc Minervois 125,00 - 135,00
Viognier 115,00 - 135,00	Aoc Languedoc Rosé 120,00 - 130,00
Merlot 95,00 - 98,00	Vino comune rosso 55,00 - 60,00
Cabernet 98,00 - 102,00	Vino comune rosato 55,00 - 60,00
Syrah 95,00 - 108,00	Vino comune bianco 55,00 - 60,00
Grenache rosé 87,00 - 92,00	Prezzi q.le partenza

SPAGNA

Vendemmia 2017

Rilevazioni a cura di Giorgio Meneghetti con la collaborazione
di Antonio Cano, Bodegas Cano Ludeña e Gregorio Ruiz, Bodegas Vinival

Vino bianco fiore n.q.	Mosto fiore muto bianco 4,00 - 4,10
Vino rosso (var. locali) 4,20 - 4,50	Mosto di seconda (pressato) n.q.
V. rosso (Merlot, Cabernet, Syrah) 4,80 - 6,00	Mosto rosso 4,50 - 4,70
Vino rosato Fc (ferm. controllata) n.q.	Prezzi gr. Bé x hl.
Vino bianco Fc (ferm. controllata) 4,00 - 5,00	Mosto concentrato rettificato n.q.
Tintoreria 1° (35-50 punti colore) 13-14° n.q.	Prezzi gr. rifr x 0,6 x q.le arrivo
Tintoreria 2° (25-35 punti colore) 12-13° n.q.	
Prezzi ettogrado partenza.	

SUDAFRICA

Vendemmia 2016/17

Dazi doganali per l'Europa sui vini con gradazione <13% 0,099 Euro/litro
sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Nessun dazio doganale per l'Europa sui rosé e rossi <13%
Dazi doganali per l'Europa sui vini bianchi 0,099 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FOB, Capetown

Bianco comune 0,33 - 0,36	Rosso comune 0,38 - 0,44
Chardonnay 0,46 - 0,55	Cabernet Sauvignon 0,51 - 0,61
Sauvignon Blanc 0,51 - 0,67	Ruby Cabernet 0,42 - 0,45
Rosé comune 0,33 - 0,36	Merlot 0,53 - 0,60
Cultivar rosé 0,40 - 0,44	Pinotage 0,45 - 0,53
Chenin Blanc 0,38 - 0,43	Shiraz 0,48 - 0,56
Muscat 0,42 - 0,44	Cinsault 0,42 - 0,44

AUSTRALIA/NUOVA ZELANDA

Australia: Vendemmia 2017

Dazi doganali per l'Europa sui vini con gradazione <13% 0,099 Euro/litro
sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FOB, Adelaide

Nuova Zelanda: Vendemmia 2017

Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FOB, Auckland

Bianco secco 0,40 - 0,50	Rosso secco 0,57 - 0,64
Chardonnay 0,54 - 0,64	Cabernet Sauvignon 0,77 - 0,94
Sauvignon Blanc 0,60 - 0,77	Merlot n.q.
NZ Marlborough SB 2,13 - 2,62	Shiraz 0,77 - 0,94
Pinot Gris 0,87 - 1,01	Muscat 0,50 - 0,60