



### Catania, Parco di Radicepura il 25-29 aprile SICILIA EN PRIMEUR SI TINGE DI GREEN

Torna l'annuale appuntamento di Assovini Sicilia dedicato all'anteprima mondiale della vendemmia 2016 dei vini siciliani. L'anteprima, che aprirà le porte a professionisti del settore e a giornalisti provenienti da tutto il mondo, farà leva su valori etici e sostenibili, sottolineando l'importanza di una viticoltura green, attenta a salvaguardare la biodiversità e a limitare gli impatti sull'ambiente. "Organizzare il nostro evento sullo sfondo del Radicepura Garden Festival - ha commentato Francesco Ferreri, presidente Assovini - è un'opportunità irrinunciabile che ci permette di dare un volto green alla nostra Associazione e trasmettere valori di responsabilità ambientale su scala internazionale".



#### I NUMERI DELL'EXPORT DEL VINO TOSCANO 2016

#### TROVARE NUOVI SBocchi DI MERCATO

In occasione del BuyWine sono stati presentati i numeri dell'export del vino toscano nel 2016, che non sono tuttavia ancora definitivi. E qui il clima non appare così tanto roseo perché i primi sei mesi dell'anno passato hanno mostrato un calo generalizzato nel valore dell'export dei vini. I dati sono aggiornati ai primi 9 mesi del 2016, e negli Stati Uniti c'è stato un calo di circa 11 milioni di euro rispetto al medesimo periodo del 2015. In Svizzera il calo è stato di 3 milioni, in Germania di 5 milioni, in Canada di 2 e in Danimarca di 1 milione. In generale, le esportazioni vitivinicole toscane complessive sono passate di 903 milioni di euro del 2015 ai 858 milioni stimati per il 2016, con un calo dunque del 5,24%.



Marco Remaschi

Nel corso della conferenza stampa, tuttavia, l'assessore all'Agricoltura **Marco Remaschi** ha detto che le proiezioni parlano, per tutto il 2016 di un incremento del 2,05% dei vini a denominazione di origine. Tale dato è comunque tutto da dimostrare visto che **Giovanni Busi**, presidente del Consorzio Chianti, dichiara che la sua denominazione nel 2016 ha diminuito le esportazioni del 2%. Considerando il peso del Chianti su tutta la produzione vitivinicola toscana, sarà difficile dunque arrivare a un +2,5% di export per i vini a denominazione di origine. In ogni caso una cosa è certa: il 2016 ha interrotto quel periodo "magico" che ha visto l'export del vino toscano volare e raggiungere performance incredibili. È vero che tali performance vengono dopo quel rovinoso calo del 2009 che a sua volta seguiva la crisi finanziaria del 2008, ma è comunque vero che a partire dal 2010 i vini toscani hanno vissuto un quinquennio fantastico sui mercati esteri. Le ragioni dell'arresto vanno ancora tutte valutate ed è presto per tirare e somme e trovare strategie alternative, ma una cosa appare chiara: bisogna trovare nuovi sbocchi di mercato, e in questo senso i 22 buyers cinesi sono stati una presenza importante. Ancora Giovanni Busi dichiara che il suo consorzio deve andare a fare promozione in Paesi "nuovi" o in cui comunque dopo momenti di fermo (come la Russia e il Brasile) il consumo sta di nuovo crescendo. Busi ha portato il consorzio più di una volta a Cuba, dove il Chianti è stata la prima denominazione di origine italiana a essere importata. Quest'anno andranno in Messico e Hong Kong, e almeno nelle intenzioni del presidente per il 2018 ci saranno nuovamente Russia e Messico.



#### A FIRENZE 191 BUYER PROVENIENTI DA 35 PAESI

# BUYWINE



## Buone notizie da Usa e Russia

La presidenza Trump e il suo protezionismo non fanno paura agli importatori: con 29 buyer, gli Stati Uniti si sono confermati il Paese più interessato ai vini toscani. E intanto Mosca e San Pietroburgo hanno ripreso a spendere



di PATRIZIA CANTINI

## 210

aziende, 191 buyer provenienti da 35 Paesi e circa 5.000 incontri tra domanda e offerta: questi i numeri del BuyWine che si è tenuto alla Fortezza da Basso di Firenze venerdì 10 e sabato 11 febbraio, inaugurando come sempre la settimana delle anteprime dei vini toscani. Gli Stati Uniti, con 29 buyer, si sono confermati il Paese più interessato ai vini toscani, e dunque non pare che la presidenza Trump faccia paura agli importatori. I buyer hanno ammesso che subito dopo le elezioni, e dunque nel periodo tra autunno e inverno, si è creato un clima di incertezza e di timore. Gli americani hanno tirato un po' i remi in barca e sono andati meno del solito al ristorante e hanno anche diminuito il consumo di vino in casa, acquistando meno bottiglie in enoteche e negozi. Tuttavia, non pare che si tema che il protezionismo del quale il nuovo presidente parla così spesso possa coinvolgere il mondo delle abitudini degli statunitensi a tal punto da spingerli a bere solo californiani. Certo, dicono i buyer, è un presidente imprevedibile, ma resta il fatto che il vino italiano è profondamente radicato nelle abitudini degli statunitensi, e che è anche strettamente collegato alla nostra cucina, anch'essa frutto di una lunga e consolidata storia. Insomma, non abbiamo riscontrato preoccupazioni legate al nuovo corso politico, tanto che al

BuyWine di Firenze sono approdati anche buyer che vino italiano non lo hanno mai importato e che hanno deciso di ampliare il proprio portafoglio proprio ora con etichette toscane.

#### I russi hanno ripreso a spendere

Buone notizie arrivano anche dalla Russia, che dopo anni di assenza è tornata a Firenze con 8 buyers. Gli operatori russi dicono che la situazione ormai nel loro Paese si è stabilizzata anche a livello psicologico e che i russi, dopo aver risparmiato per paura della situazione politica, hanno ripreso a spendere. Dunque si aspetta una ripresa di tutti quei vini di fascia media che hanno più sofferto in questi ultimi anni. Il consumatore russo si era infatti spostato su vini di fascia bassa, mentre quelli di fascia alta e molto alta non hanno affatto risentito della crisi e del clima politico internazionale. Gli operatori si aspettano un aumento nella domanda di Brunello di Montalcino, di Riserve in generale e di Chianti Classico Gran Selezione. Allo stesso tempo è aumentata la domanda di vini biologici e biodinamici, a dimostrazione dell'evoluzione dei consumatori russi, che stimano molto il vino toscano. Dunque forse i consorzi dovrebbero pensare a tornare a Mosca e San Pietroburgo perché il momento appare favorevole. Il Canada ha inviato 28 buyer, e la Cina 22, mentre Corea del Sud, Germania e Brasile sono stati presenti al BuyWine ciascuno con 8 operatori. Tra i Paesi non tradizionali sono arrivati anche Kazakistan, Lituania e Taiwan.

#### IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE  
ANTONIO RALLO

DIRETTORE RESPONSABILE  
CARLO FLAMINI c.flamini@uiv.it

REDAZIONE  
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it

HANNO COLLABORATO: Giulio Somma, Antonio Longo,  
Giusy Pascucci, Patrizia Cantini, Bruno Donati, Allan Bay  
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 RICCO, tel. 02 72 22 28 48  
abbonamenti@corrierevinicolo.com

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana





**LE DO TOSCANE  
SULLA STAMPA ESTERA**

**Brunello,  
il vino  
più citato**

Al BuyWine sono stati presentati i risultati di una ricerca commissionata dalla Regione Toscana all'Osservatorio della Stampa Estera di Klaus Davi, che ha analizzato 50 testate internazionali per 37 mesi, dal 1° gennaio 2014 al gennaio di quest'anno alla ricerca di articoli sui vini toscani. Gli articoli e le citazioni relativi a vini toscani sono risultati 1.115, il 31% dei quali negli Usa, seguiti da Germania e Regno Unito (entrambi i Paesi al 25%), da svizzera (6%), Francia e Austria (5%) e Spagna (3%). Articoli e citazioni sono aumentati del 10% nel 2015 rispetto all'anno precedente, seguendo quindi quel trend positivo dell'estero di cui abbiamo parlato. Il Brunello è in assoluto il vino più citato (30%), seguito da Chianti (21%), da Chianti Classico (16%) e da Vino Nobile di Montepulciano (10%). Arriva poi la Vernaccia di San Gimignano con un 5%, il Morellino di Scansano con un 4% e poi altre 10 denominazioni. In alcuni casi, ha spiegato **Klaus Davi**, i vini seguono la fama dei propri paesaggi, come l'Orcia, citato nel 3% dei casi soprattutto su testate britanniche e la cosa interessante che emerge dalla ricerca è che la Toscana all'estero viene spesso considerata come un luogo a se stante, tanto da far dire a Davi che da un punto di vista turistico la Toscana è un competitor dell'Italia. Questo potrebbe dunque diventare l'elemento su cui contare sempre più nelle prossime iniziative promozionali all'estero da parte di consorzi: portare nel mondo sempre più immagini di quegli straordinari territori e paesaggi che fanno da contorno ai vigneti toscani.



# OENOPOMPE®

POMPA ENOLOGICA A LOBI ELICOIDALI

4 Modelli : Portata da 15 a 600 Hl/h

**OENOFLEX®**  
Volumi perfetti al 99,99 %

Telecomando  
e touchscreen

Pompaggio  
senza pulsazione



Fino a 5 volte meno  
ossigeno disciolto



Rimontaggio, Riempimento barrique, Travaso,  
Filtrazione, Imbottigliamento, Termovinificazione

**PROVALA !**

T. 338 4405 205 - info@pmh-vinicole.fr

INCONTRIAMOCI A VERONA - 15 PAVILLON F

**ENOLITECH**

**PMHVINICOLE**

www.pmh-vinicole.com

MACCHINE TRADIZIONALI

SOLUZIONI INNOVATIVE



**Produzione vitivinicola  
FRIULI - AZERBAIGIAN, FUTURE COLLABORAZIONI IN VISTA**

Il ruolo privilegiato del Friuli VG nelle relazioni tra l'Italia e la Repubblica dell'Azerbaigian e le prospettive di rafforzamento dei rapporti bilaterali in campo agroalimentare sono stati i temi di un incontro tra l'ambasciatore Mammad Ahmadzada (nella foto a sinistra) e l'assessore regionale alle Risorse agricole e forestali, Cristiano Shaurli (a destra). Il vertice è servito per porre le basi di future collaborazioni in campo agroalimentare e, in particolare, in quello vitivinicolo. Il rappresentante diplomatico ha illustrato la volontà della Repubblica caucasica di diversificare la propria economia, riappropriandosi di una peculiarità azera, ossia la produzione vitivinicola. ADF

ANTEPRIMA VERNACCIA 2017

# Più Riserva a San Gimignano

*Nel giro di pochi anni è passata dal 5 al 10%.  
Obiettivo: coprire con questa tipologia - che meglio  
risponde al profilo di un prodotto di nicchia destinato a un  
consumatore evoluto - un terzo della produzione globale.  
Impresa non semplice...*



**L**a Vernaccia, a detta dei produttori, non pare stia risentendo di quel trend positivo che ha visto la crescita di vendite di alcuni vini bianchi italiani. D'altronde la Vernaccia, per sua natura, ha sempre fatto storia a sé, per quelle sue caratteristiche organolettiche che ne fanno un vino da carni bianche più che da pesce, e non certo un vino da servire come aperitivo. Non a caso, le tante degustazioni comparative che il Consorzio annualmente organizza nella bella Sala Dante di San Gimignano in occasione dell'anteprima hanno sempre messo in risalto la capacità della Vernaccia di reggere all'invecchiamento e di evolversi con gli anni in maniera elegante al pari di vini come lo Chablis o il Riesling. Quest'anno la degustazione, condotta dalla Master of Wine **Rosemary George**, ha messo a confronto Vernaccia e La Clape, la piccola denominazione costiera francese basata sul vitigno Bourboulenc, e le Vernacce più vecchie non hanno smentito la tenuta nel tempo di questo vitigno. Primo vino italiano a ottenere la denominazione di origine nel 1966, la Vernaccia è uno dei

rari casi italiani di quella che in Francia viene detta denominazione comunale, visto che i vigneti si trovano tutti all'interno del territorio di San Gimignano. Le sue possibilità di espansione dunque sono assai relative, e la stessa presidente del Consorzio, **Letizia Cesani**, fa notare come i numeri della Vernaccia siano ormai stabili da anni.

Ma quali sono questi numeri?

**Produzione ed export**

La produzione annuale si aggira intorno ai 5 milioni di bottiglie e soltanto gli andamenti vendemmiali ne influenzano i risultati più o meno positivi. Nel 2016 sono state prodotte 5.343.942 bottiglie di Vernaccia delle annate 2015 e precedenti, in linea con la media produttiva degli ultimi anni. Il giro di affari della Vernaccia si attesta intorno ai 16 milioni di euro, che rappresentano circa il 40% del valore totale del settore vitivinicolo di San Gimignano, che sfiora i 40 milioni di euro. Di tutte le bottiglie prodotte, il 48% resta in Italia e il restante 52% parte per l'estero. Va sottolineato che i 3 milioni di turisti che annualmente visitano San Gimignano sono forti consumatori di Vernaccia. Il 19% della produzione totale viene

infatti commercializzata direttamente in azienda, mentre il 16,5% viene venduta nei ristoranti e negozi di San Gimignano. C'è qualche produttore che azzarda a dire che si cominciano a vedere dei turisti che vengono prima per il vino e poi per le torri, ma la maggior parte invece dice che vengono per le torri e anche per il vino.

Per quanto riguarda l'export, gli Stati Uniti sono in assoluto i migliori estimatori della Vernaccia e ne importano il 16,3%, mentre in Europa le migliori performance vengono dalla Germania (9,8%), dalla Svizzera (3,8%), dal Regno Unito (2,7%) e dal Belgio (2,2%). L'Europa assorbe il 27,5% della produzione globale, mentre l'America nel suo complesso il 18,9%. I produttori si sono anche aperti alcuni mercati asiatici (4,7%), mentre in Australia e in Africa le percentuali sono ancora molto basse.

**Il punto sulla Riserva**

Nell'ultimo decennio il Consorzio e tutti i produttori si sono spesi molto in promozione e in educazione al consumatore, consci di avere in mano un vino non facile da comunicare, ma anche un vino importante e capace di entusiasmare un consumatore evoluto e pur



sempre di nicchia. I numeri della Vernaccia d'altronde sono quelli di un vino di nicchia, per il quale i produttori vorrebbero casomai riuscire a ottenere maggiori margini di guadagno. E veniamo adesso alla tipologia Riserva, che nel giro di pochi anni è passata dal 5 al 10%. La presidente del Consorzio, **Letizia Cesani**, dice che l'obiettivo è di arrivare a coprire con la Riserva un terzo della produzione globale di Vernaccia. Ma produrre più Riserva a San Gimignano non è una cosa semplice perché servono spazi di stoccaggio, e costruire all'interno del territorio comunale sembra sia un'impresa piuttosto ardua, a detta dei produttori. Eppure, visto che il trend positivo dei vini bianchi riguarda vini assai diversi dal carattere della Vernaccia, forse proprio la Riserva appare la tipologia più adatta a far comprendere a quella nicchia di consumatori evoluti che cavallo di razza sia questo vitigno di San Gimignano.

Patrizia Cantini



**VERSO LA NASCITA  
DI UNA VERNACCIA  
ACADEMY**

Giudizio unanime della critica per la Vernaccia di San Gimignano annata 2016: una grande vendemmia che ha così onorato il cinquantenario della denominazione celebrato lo scorso anno. Vini ancora in evoluzione, che necessitano di un periodo di affinamento in bottiglia per esprimersi completamente, ma che già oggi presentano i caratteri tipici della tipologia, le note minerali e sapide, i profumi delicati, una bella struttura a cui corrisponde un'acidità equilibrata: una Vernaccia di San Gimignano da bere fresca nell'annata, ma anche da riporre in cantina e da riscoprire tra qualche anno. Durante l'Anteprima si è anche parlato di futuro: fare crescere la Vernaccia di San Gimignano non solo qualitativamente ma anche nella conoscenza e nella percezione che di questo vino ha il mondo, il primo passo per aumentare domanda e redditività del prodotto.

“Proprio a San Gimignano - ha spiegato la presidente del Consorzio **Letizia Cesani** - abbiamo deciso di gettare le fondamenta dei prossimi cinquant'anni della Denominazione realizzando un progetto che partendo dal punto più alto della nostra città, La Rocca, di Montestaffoli, ex sede del Consorzio, diffonda la Vernaccia di San Gimignano nel mondo. Il Consorzio è infatti vincitore di un bando pubblico che lo fa assegnatario del Centro Comunale di divulgazione e diffusione della Vernaccia di



San Gimignano per i prossimi sedici anni: un investimento importante che vede uniti tutti i produttori per realizzare un luogo dove si possa conoscere a tutto tondo la Vernaccia di San Gimignano, che è vino ma anche

cultura, un luogo dove si concretizzi la sintesi di ciò che rappresenta, un vino di grande storia e tradizione, ma al passo con i tempi ed il mercato. La divulgazione, la didattica, lo studio, la possibilità di degustare al meglio i vini dei nostri produttori sono fattori fondamentali per la Vernaccia di San Gimignano, un vino bianco fuori dai soliti schemi che deve essere conosciuto per essere apprezzato per ciò che è, la più diretta espressione di un territorio e della sua storia secolare, un vino antico, autoctono, toscano. Nascerà così - ha concluso - una sorta di Vernaccia Academy, un luogo di diffusione della cultura della Vernaccia, fatta non da analisi organolettiche ma di emozioni e di vere e proprie esperienze dei sensi grazie all'utilizzo delle più moderne tecnologie multimediali”.

I lavori di ristrutturazione della Rocca sono in corso, per il prossimo mese di aprile è prevista l'inaugurazione.



# IL CORRIERE VINICOLO VINO *in* {CIFRE}

In partnership con  OSSERVATORIO  
DEL VINO

In collaborazione con  ASSOCIAZIONE  
ITALIANA  
SOMMELIERS

## TUTTI I NUMERI DEL SETTORE VINICOLO IN ITALIA, UNIONE EUROPEA E MONDO

Superfici, produzioni, consumi, commercio, prezzi, andamento delle Denominazioni di origine.  
Uno strumento di lavoro indispensabile per gli operatori, da consultare nel corso dell'anno



# EDIZIONE STRAORDINARIA

  
vinitaly



*Prenota subito il tuo spazio  
o la presenza nella carta vini e distillati*

Per informazioni su costi e modalità di adesione contattare:

**corrierevinicolo@uiv.it**