

L'EVENTO. Più espositori e segnali positivi dal mercato per il vino alla 47^a edizione del salone. Molta attenzione alle presenze straniere e alle iniziative per l'estero

A Vinitaly un brindisi alla crescita

Export salito a 4,7 miliardi nel 2012. Ma per tenere e aumentare le posizioni bisogna fare più sistema nella promozione

Lucio Bussi

I dati sono confortanti, anzi decisamente positivi, ma non è il momento di sedersi sugli allori. Il vino italiano gode di buona fama nel mondo, traina e accompagna il successo dell'intero settore agroalimentare in ogni continente e fa bene all'economia. Gli introiti dall'export sono saliti ancora nel 2012 a 4,7 miliardi di euro, su un valore della produzione nazionale stimato in 10 miliardi, mentre il mercato interno resta debole.

L'export sorregge in modo determinante il settore e all'appuntamento di Veronafiere, che ogni anno è la bussola per il mercato, non si mancherà di sottolineare questo aspetto. Il Vinitaly, consapevole di questa direzione in cui va il mercato, non si è fermato nell'ideare e proporre iniziative che guardano proprio al mercato estero. Basta guardare a Vinitaly International e ad alcuni degli appuntamenti in calendario in questi giorni e poi alla presenza per la prima volta di una delegazione ufficiale dalla Cina.

Ma non è concesso di abbassare la guardia: è necessario proseguire con determinazione a proporsi in modo più coordinato e non dispersivo sui mercati di tutto il mondo; vanno utilizzate al meglio le risorse disponibili, «fare sistema» come accade in Francia.

Ragionamento analogo vale per gli eventi fieristici in cui c'è molto fermento in Italia, ma soprattutto all'estero nei Paesi importatori. Un mondo in cambiamento, anche a causa della crisi, su cui va fatta una seria riflessione per costruire un sistema nazionale. Gli enti fieristici ci stanno lavorando, ma se governo e Parlamento non vedono l'importanza per l'economia di questo settore probabilmente la strada sarà più lunga e in salita, con il rischio di arrivare tardi. ●



Vinitaly in fiera a Verona fino a mercoledì 10 aprile. Nella foto di Giorgio Marchiori il cavallo di bronzo di Nag Arnoldi simbolo di Veronafiere

Il presidente
Riello: «Siamo il volano del made in Italy nel mondo»



● PAG. III



Il Parlamento Ue
De Castro: «Con la nuova Ocm vino i produttori sono più forti»

● PAG V

Focus estero
Il successo italiano in Cina passerà dal web



● PAG IX

CON LO SMARTPHONE
Leggi il QR CODE e guarda i grafici "live" sul nostro sito



WWW.L'ARENA

Twitter & C.
Social network e vini: sularena.it il grafico «live» della popolarità

● PAG XXXV

Gli altri eventi
Sol&Agrifood, la vetrina dei tesori alimentari italiani



● PAG XXIII



Bovolone (Verona)
Viale del Lavoro, 55-57-59
Tel. 045.633.1811 - Fax 045.633.1833
enologista@sti-internazionale.it
www.enologista.it
www.sti-internazionale.it

Abbiamo cura dei migliori vini:
i Vostri

Enologista,
il nostro nome,
la Vostra Garanzia

Enologista è una divisione di: 

Gestione depositi fiscali/IVA vini liquori - birre

Stoccaggio Confezionamento Etichettatura

Distribuzione specializzata GDO e canale HORECA

Consolidazioni e spedizioni in tutto il mondo

VINITALY 2013



EDIZIONE 47^a. In aumento la presenza di buyer stranieri, le aziende presenti saranno 4.200 da più di 20 Paesi su una superficie espositiva di 95mila metri quadrati

Una rassegna sempre più estera e sul web

Nuove iniziative che puntano a potenziare la manifestazione internazionale del vino come piattaforma-rete per operatori

Signori si comincia! Vinitaly, Sol&Agrifood, Enolitech, OperaWine, Vinitaly International e la nuova iniziativa VinitalyWineClub offrono un sistema di servizi, relazioni e contatti con obiettivo su tutto il mondo. Dal 7 al 10 aprile alle manifestazioni veronesi, guidate dal Vinitaly, sono in aumento i buyer dalle più interessanti aree di consumo e Paese target di quest'anno è la Cina, presente a Verona con una delegazione ufficiale del ministero del Commercio.

Veronafiere con Vinitaly 2013, che vede la presenza di oltre 4.200 aziende da più di 20 Paesi su una superficie superiore ai 95 mila metri quadrati netti, mette a disposizione del sistema wine&food la più ampia e strutturata piattaforma mondiale per il business, la promozione, le relazioni con le Istituzioni nazionali ed estere, i buyer, gli opinion leader ed i consumatori.

SISTEMA A RETE. Un sistema a rete che, oltre alla neonata iniziativa di VinitalyWineClub, include Sol&Agrifood, Enolitech, OperaWine e Vinitaly International: quest'ultima a presidiare con le sue attività i mercati a più alto tasso di crescita come Usa, Cina e Russia.

La più storica tra le rassegne vinicole del pianeta, nata nel 1967, è oggi quella più fortemente innovativa, anche dal punto di vista dell'information technology, tramite il nuovo progetto VinitalyWineClub

Molte le presenze dall'Asia. E c'è anche il fornitore ufficiale wine&food del governo russo

OperaWine apre la manifestazione e la degustazione dei vini premiati al Concorso la chiuderà

operativo dal 7 aprile.

Vinitaly (www.vinitaly.com) si conferma appuntamento irrinunciabile per le aziende. Infatti, secondo una ricerca sulla soddisfazione del cliente, realizzata a consuntivo dell'edizione 2012, la partecipazione consente, per oltre il 90% degli espositori, di consolidare la propria immagine, verificare l'interesse per i propri prodotti, di valutare il mercato e la concorrenza.

Identica tendenza percentuale anche per gli operatori esteri che riconoscono a Vinitaly il ruolo business per finalizzare nuovi contatti, intercettare i nuovi trend e chiudere contratti. Veronafiere, a tal fine, ha rafforzato gli investimenti per l'attività di incoming di buyer dalle più importanti aree di consumo di vino.

DIPLOMAZIA E WEB PER LA CINA. Diplomazia commerciale e internet per promuovere gli affari in Cina. A Vinitaly è presente, per la prima volta, una delegazione ufficiale del ministero del Commercio della Repubblica Popolare Cinese, Paese target dell'export enologico internazionale, con i suoi 190 milioni di acquirenti online.

In programma un seminario sul futuro del vino italiano nel Paese asiatico, che rientra nell'iniziativa denominata Digital Media Technology & Wine Series, finalizzata a conoscere il mercato cinese ed avvicinarlo attraverso i canali tradizionali, internet, e-commerce e social media, con la presenza dei rappresentanti delle più importanti piattaforme di vendita on-line (YesMyWine, Tmall-Alibaba Group, Cantine MINT e Vinehoo) e dei social media (Vinography, Sh. QQ.com, Tencent Group - QQ e WeChat -, oltre a Facebook e LinkedIn Italia).

VINITALYWINECLUB. E-commerce e social media sono protagonisti anche di Vinitaly che amplia con questa nuova iniziativa i propri confini, diventando una piazza virtuale globale del mondo del vino: promozione, conoscenza, vendita on-line e confronto per opinion leader, buyer e consumatori. Ad ampliare la già qualificata partecipazione interna-



Al via la 47^a edizione del Vinitaly sui quasi centomila metri quadri espositivi nei padiglioni di Veronafiere

zionale, quest'anno sono presenti, tramite un'attività di incoming mirato, nuovi operatori e opinion leader internazionali. Tra questi, ospite d'onore il buyer fornitore ufficiale wine&food del Governo russo.

I buyer selezionati dai delegati di Veronafiere, presenti in 60 Paesi, provengono dall'area Asean (Singapore, Thailandia, Vietnam, Malesia, Taiwan, Hong Kong), Cina, Giappone, Nord America, Russia, Australia, ma anche America Latina, Medio Oriente e Africa.

Inoltre, l'Ice - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane - ha scelto Vinitaly

per portare alcune delegazioni commerciali, provenienti, fra gli altri, da Paesi Baltici, Brasile e India per incontri b2b con le aziende nell'ambito dei Buyers Club di Vinitaly e di Sol&Agrifood.

ALFA E OMEGA DI VINITALY. Due Tasting che inaugurano e chiudono Vinitaly 2013: OperaWine e la degustazione dei vini premiati al Concorso Enologico Internazionale.

Prestigiosa sfilata dei migliori vini italiani, OperaWine «Finest Italian Wines: 100 Great Producers», è la degustazione organizzata da Wine Spectator, che fa da vernice all'edizione 2013 di Vinitaly. In pro-

gramma il 6 aprile, nel Palazzo della Gran Guardia, nel cuore della città di Verona (Piazza della Bra), OperaWine è dedicata agli operatori specializzati esteri, con particolare attenzione al mercato degli Stati Uniti.

Chiude Vinitaly il walk around tasting dei vini vincitori di Premio speciale, di Gran Medaglia d'Oro e di Medaglia d'Oro al Concorso Enologico Internazionale svoltosi nel novembre scorso. L'iniziativa rientra tra le attività di promozione previste per la valorizzazione in chiave marketing dei migliori vini partecipanti alla competizione, a cui hanno preso parte aziende da 23 Paesi. ●

Novità

Al via il WineClub digitale E Agrifood si unisce a Sol



Il Vinitaly e Veronafiere puntano sulla nuova frontiera del web

I numeri del Vinitaly della scorsa edizione: la superficie è stata di 95 mila metri quadrati netti con 12 i padiglioni occupati, oltre al secondo piano del Palaexpo. Espositori: 4.255, 128 esteri. Contatti per espositore: 33 contro gli 11-15 delle altre fiere concorrenti. Visitatori: 140.600, dei quali 48.600 esteri (35% del totale) provenienti da 116 Paesi. Media: accreditati 2.496 giornalisti da 45 Paesi, con 170 tra radio e tv, 105 quotidiani e 110 testate online.

BUYER ESTERI A VINITALY.

Veronafiere, da sempre piattaforma di promozione per l'internazionalizzazione e l'export del made in Italy, grazie ad una fitta rete di delegati esteri che copre 60 Paesi e a una serie di attività di successo come Vinitaly International, OperaWine e, da quest'anno, VinitalyWineClub, permette di portare ad ogni edizione di Vinitaly un importante numero di buyer e opinion leader selezionati, da tutte le aree geografiche del pianeta. Quest'anno sono presenti operatori da: Svizzera, Gran Bretagna, Austria, Germania, Francia, Spagna, Portogallo, Belgio, Svezia; Russia, Ungheria, Romania, Bulgaria, Repubblica Ceca, Slovenia,

Croazia; Centro e Sud Africa, Marocco; Israele; Usa, Canada; America Latina (Brasile, Cile, Ecuador, Messico, Paraguay, Perù e Venezuela); Paesi Asean (Singapore, Thailandia, Vietnam, Malesia, Korea, Taiwan, Hong Kong); Cina, Giappone; Australia. È prevista una delegazione di operatori, coordinati da Ice, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, provenienti da Austria, Germania, Gran Bretagna, Irlanda, Polonia, Russia, Paesi baltici, Canada, Brasile, India, Giappone, Israele, Korea, Cina, Taiwan.

LE ALTRE RASSEGNE.

In contemporanea a Vinitaly si svolgono Sol&Agrifood ed Enolitech. Al Padiglione C con ingresso San Zeno torna Sol&Agrifood - Rassegna Internazionale dell'agroalimentare di qualità. Dopo 18 edizioni di Sol - Salone Internazionale dell'olio extravergine di qualità e dopo 5 di Agrifood Club, Veronafiere propone i due eventi uniti in Sol&Agrifood. Ma si tiene anche anche la 16 edizione di Enolitech - Salone Internazionale delle tecniche per la viticoltura, l'enologia e delle tecnologie olivicole e olearie al Padiglione F con ingresso Giulietta e Romeo.

CANTINA DI CUSTOZA

CUSTOZA
Sommacampagna (Verona)
Via Staffalo 1
Tel +39 045 516200
Fax +39 045 516255
info@cantinadicustoza.it
www.cantinadicustoza.it

VAL DEI MOLINI SELEZIONI CHE ESPRIMONO IL TERRITORIO

Da una delle vallate più suggestive del territorio prende il nome questa prestigiosa gamma di prodotti, ottenuti da uve particolarmente selezionate. La linea fa parte del "progetto qualità" della Cantina di Custoza.

La speciale lavorazione permette di avere vini di alto pregio e di grande armonia. Visitate il nostro sito perché è possibile acquistare anche on line.

UOMINI



TERRITORIO

VINITALY 2013



L'INTERVISTA. Ettore Riello, presidente Veronafiere: il nostro salone attrae operatori da più di 110 Paesi, interessati a produzioni che solo il nostro Paese può produrre

«Siamo volano del made in Italy nel mondo»

«Servono più sinergie tra fiere: un gioco di squadra e alleanze»
«Paura di quelle estere del vino? Nessun timore, ma il rispetto sì»

Lucio Bussi

Vinitaly si conferma, con i suoi eventi internazionali, il grande volano del vino italiano, una voce molto importante dell'export nazionale con 4,7 miliardi nel 2012.

Presidente Ettore Riello, dall'osservatorio di Veronafiere come valutate questo momento di mercato?

«Il vino italiano rappresenta in termini di produzione uno dei player mondiali e pertanto Vinitaly attrae una platea di operatori internazionali da più di 110 Paesi, interessati a produzioni che solo l'Italia enologica può produrre, perché esprimono le tipicità del nostro territorio e non sono delocalizzabili, né imitabili. Questo è un grande vantaggio competitivo, che va sfruttato meglio nell'ambito della competizione sui mercati esteri, senza dimenticare di coltivare i consumi interni. Questo però non basta».

E quindi?

«Possiamo e dobbiamo fare meglio perché anche se siamo bravi, ci sono ancora grandi mercati che dobbiamo aggredire e presidiare maggiormente: penso alla Russia, alla Cina, all'India ma anche al nord Europa, senza comunque mai dimenticare gli Usa, dove la competizione è fortissima e basta poco per cambiare lo scenario».

La grande crisi non passa e Vinitaly deve fare i conti anche con una concorrenza sui mercati internazionali con competitor fieristici stranieri che operano direttamente sui mercati d'importazione. Cito solo il Prowein per fare un esempio. Qualche timore?

«Timore no, rispetto sì. Certo, e qui parlo anche come presidente di Aefi, se l'Italia imitasse i cugini francesi o i tedeschi, valorizzerebbe di più le proprie fiere in modo da avere un volano ancora più efficace

di quanto già non sia, beneficiando i propri territori dell'indotto. Le fiere sono un'industria che in Italia vale 3 miliardi di euro l'anno e dà lavoro a 6 mila persone. Le rassegne con qualifica internazionale, generano affari per le imprese per un valore medio di 60 miliardi annui e rappresentano il 15% dell'export delle pmi».

Qui si inserisce anche il problema delle sinergie nel sistema della promozione del vino italiano, e più in generale dell'agroalimentare, nel mondo. Non trova che ci sia una grande dispersione di energie e risorse con Regioni, Province, Camere di commercio e altri enti che si muovono senza coordinamento?

«Lo dicono i dati. Nel 2012 solo per azioni di marketing sui mercati extra europei, il settore vinicolo ha utilizzato 65 milioni di euro su 82 disponibili. Veronafiere con Vinitaly, Vinitaly International, OperaWine, Sol&Agrifood ed Enolitec ha creato e messo a disposizione, delle Istituzioni e delle imprese, una piattaforma di business, promozione, comunicazione e relazioni a livello globale. È un vero e proprio asset per l'intero Paese, a maggior ragione ora che tutte le istituzioni politiche nazionali ed internazionali sono chiamate a misurare la qualità degli investimenti in cui vengono impegnate le risorse pubbliche. La credibilità, l'efficacia e l'ampio raggio d'azione di Vinitaly fanno di questo sistema un canale ideale per una promozione "misurabile" e di qualità».

Al sistema fieristico nazionale manca ancora un coordinamento che possa rendere più efficiente ed efficace l'attività fieristica a favore del made in Italy. Lei è anche presidente dell'Aefi, l'Associazione delle fiere italiane; cosa state facendo per arrivare a creare un "sistema fiere Italia"?

«Abbiamo già portato su tutti i tavoli istituzionali di riferimento una questione strategi-



Ettore Riello, presidente di Veronafiere

ca: è necessario che le istituzioni considerino il sistema fieristico italiano quale componente fondamentale della politica industriale del Paese. Serve sostegno, anche economico, e una maggiore concretezza di intervento soprattutto attraverso azioni di Sistema e una strategia unica per valorizzare l'intero comparto».

E gli enti cosa fanno?

«Da parte degli enti fieristici serve un'alleanza forte, un vero gioco di squadra in cui tutti seguano le stesse logiche e lavorino per gli interessi comuni. Ogni manifestazione, ciascuna con le sue peculiarità, svolge un ruolo importantissimo nel rilancio del nostro Paese. Va fatta però chiarezza sulla qualifica di fiere nazionali e internazionali, con relativa attribuzione di obiettivi e strumenti».

Cosa intende?

«In quest'ottica le fiere a carattere locale e nazionale, più vicine alle esigenze delle piccole imprese, devono lavorare per valorizzare gli asset del proprio territorio e la loro dimensione contenuta ma ideale per alcune manifestazioni, mentre quelle internazionali devono portare avanti la loro mission di supporto all'export delle imprese italiane».

E l'Aefi come si muove?

«Come Aefi abbiamo recentemente dato vita al progetto Fiere in Rete, volto a valorizza-

re gli asset delle realtà più piccole e promuovere il territorio in un'ottica molto innovativa legata al concetto di "fiera diffusa". Questo è un esempio di innovazione nel format e capacità di pensare in modo trasversale».

E cosa chiedete a governo e ministeri?

«Maggiore coinvolgimento e chiarezza, con particolare riguardo alle politiche di internazionalizzazione che dovrebbero coinvolgere le principali fiere internazionali nei rispettivi settori di competenza. Una recente ricerca Ispo - effettuata sugli espositori che partecipano alle manifestazioni organizzate da Milano, Verona, Bologna e Rimini - evidenzia che per il 94% degli imprenditori italiani lo strumento fieristico è il canale più efficace per la promozione del proprio business all'estero. Per il 50%, inoltre, le fiere permettono di realizzare oltre la metà del proprio fatturato grazie alle esportazioni».

Magari, in questo momento, forse basterebbe trovare un modo per creare un "sistema Veneto". Che ne dice?

«Dico che la chiave "sistema" è certo vincente, dove ci sia però l'attenzione di concepire un "sistema Veneto", nell'ambito di un "sistema nord" più allargato e portando avanti con determinazione un progetto di "sistema Fiere del Paese"».

Il direttore generale Giovanni Mantovani

«Basta disperdere risorse e progettualità per la promozione»

«Basta disperdere progettualità e risorse finanziarie in mille rivoli» per la promozione dell'agroalimentare italiano. «Servono fatti e risultati concreti e misurabili», dice il direttore generale di Veronafiere Giovanni Mantovani, e Vinitaly nel tempo ha dimostrato il suo valore a riguardo.



Giovanni Mantovani

L'economia ancora stenta a dare segnali di inversione di tendenza in mezzo alla crisi.

Quanto pesa questa congiuntura su Vinitaly?

«Non c'è dubbio che la pesante situazione economica investa tutti, ma il clima che si respira nel settore vitivinicolo è fortemente proiettato al mercato post crisi. Il vino italiano sta andando bene all'estero e proprio per questo le aziende investono su Vinitaly. La nostra rimane infatti la manifestazione internazionale professionale con il più alto numero di contatti business, con una percentuale di operatori esteri che nel 2012 è stata del 35%, frutto di un vero e proprio Sistema Vinitaly, che alla manifestazione veronese da anni affianca la costante attività di Vinitaly International e, da quest'anno, aggiungerà anche un validissimo strumento di promozione online».

Pure in questa situazione di difficoltà Vinitaly ha un ruolo consolidato e confermato per la promozione del vino made in Italy nel mondo. Finite le competizioni a livello nazionale per creare nuove fiere del vino?

«Non è il tempo di disperdere progettualità e risorse finanziarie in mille rivoli. Servono fatti e risultati concreti e misurabili. Veronafiere con Vinitaly ha una storia che parla di successi in Italia e all'estero a favore della

promozione del made in Italy enologico e dell'internazionalizzazione delle imprese; lo sanno le istituzioni che ci danno il loro patrocinio, il ministero delle Politiche agricole a Vinitaly e a Vinitaly International e quello dello sviluppo economico qui a Verona, e molti enti preposti alla promozione, dall'Agenzia Ige alle Regioni, ai consorzi di tutela, alle camere di commercio che partecipano alle nostre iniziative».

Veronafiere si è attrezzata per portare il vino italiano nel mondo con il Vinitaly International. È sufficiente o è necessario inventare o potenziare anche altri canali per sostenere i nostri prodotti?

«Stiamo lavorando su più fronti, nella consapevolezza che non si deve dimenticare prima di tutto il mercato interno, che rimane uno dei più importanti per il consumo di vino nel mondo, così come non si può fermare un attimo sul fronte estero, poiché i competitor internazionali sono agguerriti e le nuove iniziative servono per fidelizzare i mercati o per aprire nuovi canali di consumo all'estero. In questa strategia rientra VinitalyWineClub, la piattaforma per l'e-commerce operativa dal 7 aprile».

Il mercato asiatico resta uno dei più promettenti per i vini italiani. Quali strategie mirate per quell'area?

«Veronafiere ha capito le potenzialità di quest'area fin dal 1998 e siamo presenti ogni anno con attività promozionali e commerciali in Cina, ma nel tempo

siamo stati presenti più volte in Giappone, India e Singapore. La Cina è il paese target delle nostre ultime e prossime iniziative, tanto da essere quest'anno il Paese ospite di Vinitaly a Verona, con la presenza per la prima volta di una delegazione ufficiale del ministero del Commercio estero».

In Brasile Veronafiere è protagonista della nascita di un polo fieristico mondiale nel settore del marmo. Un modello che potrebbe essere in qualche modo replicato anche per il settore agroalimentare?

«Come nel tempo Vinitaly è stato un modello pilota per le altre iniziative di Veronafiere all'estero, così ora l'operazione che ha portato alla nascita di Veronafiere do Brasil potrà essere un modello, per nuove iniziative legate al vino e alle produzioni agroalimentari italiane, che rappresentano un'eccellenza italiana riconosciuta nel mondo. Iniziative di partnership con manifestazioni estere legate al vino o all'agroalimentare già ci sono. Dal 2010 collaboriamo con l'Hong Kong Trade Development Council, organizzatore dell'International Wine & Spirits Fair, il più importante evento dedicato al vino del continente asiatico».

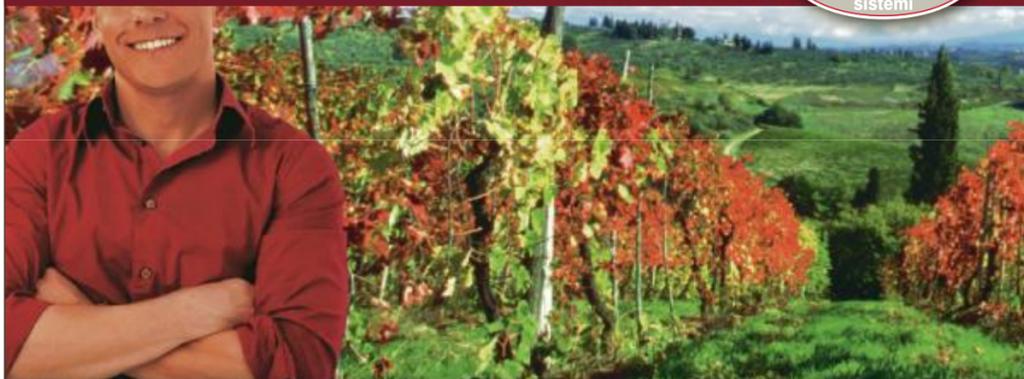
Quest'anno si tiene a Bordeaux il biennale Vinexpo. Influisce sulla presenza a Verona?

«È una domanda che ci si pone ogni due anni, ma nel tempo abbiamo visto che per gli operatori le due fiere non sono alternative. Qui c'è concentrata tutta l'offerta nazionale, per questo è impensabile per i buyer esserci se vogliono aggiornare il proprio assortimento sfruttando la varietà di prodotti e l'ottimo rapporto qualità prezzo che contraddistinguono i vini italiani e che ci rendono il primo paese esportatore nel mondo, con una quota del mercato mondiale superiore al 20%».

Il Merano Wine Festival cresce ogni anno sempre più. Un evento di élite ma molto attento ad un mercato di alta qualità e abbastanza vicino a Verona. Ipotizzabile qualche sinergia?

«La collaborazione può nascere laddove ci sono identità precise, interessi convergenti e obiettivi da individuare insieme. La prima di queste condizioni esiste. Sulle altre, da parte nostra siamo aperti al dialogo e a valutare anche delle ipotesi di collaborazione». **L.Bu.**

Software e servizi per le imprese del vino.



Vuoi ottimizzare, innovare, gestire e controllare la tua impresa del vino?

Enologia è la soluzione verticale Sistemi sviluppata per gestire le attività amministrative, produttive e distributive del settore vitivinicolo. Si rivolge a tutte le tipologie di aziende del settore: **aziende vitivinicole, liquorifici e distillerie, depositi fiscali di importatori e sdoganatori. www.sistemi.com/enologia** Vecomp S.p.A., Partner Sistemi/Verona, è una realtà fortemente specializzata in grado di **garantire alle aziende del settore vitivinicolo consulenza, formazione, assistenza e supporto** in tutte le fasi del processo produttivo dalle operazioni sul campo alla vinificazione in cantina, fino alla commercializzazione del prodotto finito.

Vieni a conoscerci al Vinitaly c/o Stand Sistemi - Centro Servizi Arena Box 17.



Vecomp S.p.A. Via Alberto Dominutti, 2 - VERONA - Tel. 045 83 78 311 - info@vecomp.it - www.vecomp.it





**tipolitografia
BOSCHETTI s.r.l.**

VESTIAMO
LE VOSTRE
BOTTIGLIE

LITOGRAFIA - TIPOGRAFIA -NUOVO SISTEMA STAMPA DI LAMINAZIONE A FREDDO - STAMPA ETICHETTE A COLLA E ADESIVE

Tipolitografia Boschetti s.r.l.

37047 SAN BONIFACIO (Verona) - Via Ritonda, 79/R - Tel. 0457611970 - 0457611833 Fax 0457610208 - E-mail: info@tipolitoboschetti.it

VINITALY 2013



L'INTERVISTA/1. Paolo De Castro, presidente della commissione Agricoltura del Parlamento Ue

«Con la nuova ocm vino produttori più forti»

«Più sostegni alla promozione»
«Il servizio fatto da Veronafiere per promuovere il made in Italy alimentare è encomiabile»

Lucio Bussi

Si rafforzano i produttori e le loro organizzazioni con la riforma della Pac e della Ocm vino con importanti sostegni alla promozione. Lo ricorda Paolo De Castro, presidente della Commissione agricoltura del Parlamento Europeo che in questi giorni di Vinitaly sarà in fiera a Verona per partecipare a vari incontri.

Nella riforma della Politica agricola comune approvata pochi giorni fa, l'Italia ha ottenuto il proseguimento dell'Ocm, l'organizzazione comune di mercato vino per altri sette anni. Cosa comporta in particolare per i produttori italiani?

«Con la riforma della politica agricola comune votata dalla Plenaria del Parlamento europeo sono state approvate importanti modifiche all'impianto originario della proposta della Commissione. Per quanto concerne il vino, i programmi di sostegno si arricchiscono di nuove misure sui versanti della ricerca e dello sviluppo, mentre il sostegno alla promozione viene esteso anche al mercato interno. In generale, dunque, le organizzazioni di produttori - italiane ed europee - vedono rafforzato il loro ruolo e la loro efficacia sia perché riconosciute per tutti i settori, sia per le loro attività ampliate e innovate rispetto alla proposta Ciolos».

I diritti di impianto dei vigneti sono prorogati fino al 2030. Oltre le attese.

«Sì. La posizione del Parlamento europeo può essere definita "garantista" sotto questo punto

di vista. Con il recente mandato negoziale affidato al Consiglio agricolo dell'Unione (i ministri dell'Agricoltura europei, ndr), quest'ultimo ha però assunto una posizione differente in merito, prevedendo l'introduzione di un nuovo sistema a partire dal 2019. Uno dei punti nodali sui quali ci confronteremo durante la fase negoziale dei colloqui a tre tra le istituzioni europee (Parlamento, Consiglio e Commissione) dall'11 aprile».

Il vino e l'agroalimentare rappresentano dei punti di forza irrinunciabili per l'Italia nel mondo. L'Ue come può aiutare a difendere questo patrimonio?

«Certamente il settore vitivinicolo e, più in generale, il settore agroalimentare rappresenta una leva economica di primaria grandezza per il nostro Paese, un sistema di eccellenze capace di guadagnare ancora importanti quote di un mercato che chiede a gran voce proprio i prodotti del made in Italy agroalimentare. Basti pensare che, nonostante la crisi, questo settore continua a crescere. Nel 2012 il valore delle esportazioni è stato pari a 31,8 miliardi, valore che per il settore vitivinicolo - primo tra i comparti - è di 4,7 miliardi».

Quindi?

«È importante che l'eccellenza del made in Italy sia in grado di raggiungere i mercati esteri. Per questa ragione, l'Europa sostiene in maniera attiva l'organizzazione e l'aggregazione delle singole realtà imprenditoriali attraverso strumenti in grado di renderle realmente competitive a livello internazionale



Paolo De Castro, guida la commissione Agricoltura del Parlamento Ue

e in grado di rispondere in maniera efficace a una domanda in continua espansione, soprattutto per i prodotti che fanno della qualità e della distintività i loro principali elementi di forza».

L'Ocm prevede sostegni alla promozione. Ma non trova che il sistema in Italia sia un po' troppo frazionato tra Regioni, Province, Consorzi ed enti vari e quindi poco efficace, contrariamente a quanto avviene ad esempio in Francia?

«Credo che la misura della promozione all'interno dei programmi triennali abbia rappresentato un elemento vincente per il sistema nazionale. Certamente, accanto a ciò, non possiamo non considerare uno dei vincoli principali allo sviluppo del settore vitivinicolo e, più in generale, dell'intero agroalimentare italiano. Il riferimento è alla frammentazione sia della base produttiva sia dell'ambito organizzativo. Una caratteristica strutturale, particolarmente accentuata nel nostro Paese e che oggi necessita di un veloce superamento».

Lei ha seguito il Vinitaly da mi-

nistro delle Politiche agricole, da presidente di Nomisma e oggi anche da presidente della Commissione agricoltura del Parlamento Europeo. Come valuta l'evoluzione dell'azione di sostegno del made in Italy agroalimentare di Veronafiere?

«Il lavoro svolto da Veronafiere in queste 47 edizioni di Vinitaly è certamente encomiabile per la promozione del made in Italy agroalimentare nel mondo. L'attenzione volta ai mercati internazionali ha fatto sì che il Salone non fosse solo una vetrina, bensì un punto di riferimento imprescindibile per il mercato del vino. L'aver saputo intercettare, anno dopo anno, le nuove tendenze e le nuove prospettive commerciali di questo affascinante settore, è certamente il segreto di una manifestazione che, con l'edizione di quest'anno, ha deciso di creare un'importante sinergia con un altro "ambasciatore" del made in Italy agroalimentare, ospitando la Preview di PastaTrend, il Salone Internazionale della Pasta. Proprio a testimonianza che la strategia vincente è "fare sistema"».

L'INTERVISTA/2. Il ministro delle Politiche agricole Mario Catania

«Meno burocrazia per le nostre aziende»

«Per il governo la priorità è la semplificazione
Rafforzeremo la tutela del nostro agroalimentare»

Meno burocrazia per le imprese del settore agroalimentare e del vino in particolare: la promessa è del ministro delle politiche agricole Mario Catania che inaugura il Vinitaly a Veronafiere e che fa un bilancio del suo mandato al dicastero di via XX Settembre.

Vinitaly, in contemporanea con Sol e Agrifood, è un momento dell'anno in si fa il punto sull'andamento dell'agroalimentare made in Italy, sempre più sotto pressione dalla concorrenza sleale internazionale. Dal ministero che analisi si fa?

«Vinitaly è una splendida occasione per celebrare una parte importante dell'economia italiana: il nostro agroalimentare. Un comparto vivo, che nel suo complesso vale oltre il 15% del Pil nazionale e che trova nel vino una delle sue punte di diamante. Proprio per questo, subisce l'imitazione, la contraffazione, l'usurpazione da parte di concorrenti sleali sul mercato mondiale. Abbiamo una credibilità basata sulla qualità, che a sua volta si lega all'origine e alla salvaguardia dei nostri territori rurali, della nostra agricoltura».

E quindi?

«Proprio per questo il nostro lavoro di tutela deve continuare ad essere importante sia sul lato interno, con i controlli, sia sul fronte estero, operando in sede comunitaria per ottenere maggiori garanzie nel territorio Ue e nei Paesi Terzi».

Nel 2012 le esportazioni di vino italiano hanno raggiunto un livello record: 4,7 miliardi, +6,5% sull'anno prima, pure con volumi inferiori. Come si muove il sistema produttivo e amministrativo per garantire e far proseguire questo primato?
«Anche nel 2012 il trend di crescita dell'export è stato assolu-



Il ministro delle Politiche agricole Mario Catania

tamente positivo e il merito va riconosciuto ai nostri produttori, che con serietà, lavoro, investimenti hanno saputo fronteggiare la crisi e continuare a insistere sui mercati consolidati e sui nuovi Paesi consumatori. Abbiamo saputo vendere meglio, considerato che è cresciuto il valore del nostro export anche a fronte di una contrazione dei volumi».

E le Istituzioni che fanno?

«Il compito delle Istituzioni è ora quello di affiancare le aziende, agevolare il loro lavoro, contribuire a qualificare ancor di più l'offerta. In particolare nel vino la priorità è semplificare e su questo il ministero è al lavoro per snellire le incombenze burocratiche che gravano sulle imprese».

L'export è un segnale incoraggiante, ma gli operatori temono che la congiuntura positiva non prosegua in questo inizio d'anno. Un timore che il ministro condivide?

«Negli ultimi mesi del 2012, soprattutto dall'estero, si è assistito ad una crescita degli ordinativi, che potrebbe portare ad una flessione almeno per la prima parte del 2013. Sono convinto, però, che il vino italiano possa ancora sfruttare

degli spazi di mercato inesplorati ed in questo senza dubbio potranno avere un impatto positivo le risorse comunitarie per la promozione extra Ue. È in corso di definizione il bando per l'anno 2013, valido per i progetti che saranno presentati entro il mese di giugno 2013, e che prevede lo stanziamento di 102 milioni di euro per questo scopo».

Sta per portare a termine la sua esperienza alla guida del ministero nel governo Monti. Che bilancio fa al termine di questi 15 mesi?

«Sono stati mesi impegnativi, in un momento drammatico per la storia del nostro Paese, dove abbiamo operato per mettere in sicurezza l'Italia, prendendo a volte scelte difficili e dolorose. Per quanto riguarda il lavoro al ministero, mi ritengo molto soddisfatto per l'esito del negoziato sulla Pac a Bruxelles, che è indubbiamente migliorativo per il nostro Paese rispetto alla proposta della Commissione. Ora bisogna continuare a lavorare bene, ma la rotta è tracciata. Un rimpianto: non avere avuto tempo per approvare la legge per fermare la cementificazione, che presenterò quanto prima in Parlamento».

L'Arena
IL GIORNALE DI VERONA
Direttore Responsabile
MAURIZIO CATTANEO

Società Athesis S.p.a.
Presidente
GIAN LUCA RANA
Consigliere Delegato
ALESSANDRO ZELGER

Redazioni: Corso Porta Nuova, 67 - Verona
Tel. 045.960.0111
Amministrazione, diffusione, tipografia:
Tel. 045.960.0111 (10 linee)
Fax 045.960.0120

Abbonamenti: Numero Verde 800.013.764
Fax 045.960.0936

C.C. PT.N. 17481375 intestato a L'Arena
Bonifico Bancario a favore di Soc. Athesis S.p.A.
IBAN: IT 06 05034 11702 000000009518

Concessionaria pubblicità PubliAdige S.r.l.
Verona, Corso Porta Nuova, 67
Tel. 045.960.200 Fax 045.960.215
Sportello Feriale: 9-13/15-19.00; festivo: 17.30-19.30
solo necrologie Tel. 045.960.200 - Fax 045.960.211
Pubblicità nazionale: A. Manzoni & C. S.p.A.
Via Nervesa, 21 - 20139 Milano - Tel. 02.57494802
www.manzoniadvertising.it

Responsabile del trattamento dei dati
(D.Lgs. 196/03) è il Direttore Responsabile
Certificatore 7563
del 10/12/2012
Reg. Tribunale CP di Verona n. 7 del 10.08.48

Stampato presso il Centro Stampa di
Società Editrice Arena - Via Torricelli, 14
Caselle di Sommacampagna (Verona)

INSERTO A CURA
DELLA REDAZIONE
ECONOMIA - INTERNI ESTERI

Il vino è un composto
di umore e luce.

Galileo Galilei

My Wine

Powerful Communication Skills for International Meetings.
TRA FORMAZIONE E COACHING PERSONALIZZATO

Corsi di inglese per il settore vitivinicolo

MyWine è

Un Progetto Formativo di Verona Innovazione, Azienda Speciale della Camera di Commercio, rivolto ad imprenditori, export manager, responsabili marketing e commerciali e professionisti del settore vitivinicolo.

MyWine ha

L'obiettivo di preparare il professionista del vino ad incontri, fiere e delegazioni di contesto internazionale al fine di ottimizzare queste opportunità e tradurle in risultati concreti, dando piena espressione alle competenze personali, comunicando efficacemente l'immagine della propria azienda, la qualità del prodotto.

Il programma formativo è progettato per ogni livello di conoscenza della lingua inglese (Base, Intermedia, Avanzata) e permette di:

- tradurre le competenze professionali e della cultura del vino in

lingua inglese e dotarsi di un vocabolario tecnico commerciale nel contesto della vendita del proprio prodotto

- migliorare l'efficacia dell'incontro dal primo contatto fra operatore e agenti all'instaurarsi di un rapporto di fiducia e comprensione in cui si possano esprimere le proprie esigenze
- vendere e stringere accordi commerciali, condurre una negoziazione, dichiarare le condizioni e definire i termini commerciali.
- mantenere la sequenza di comunicazione a distanza fra fornitore e cliente tramite strumenti telematici.

Il metodo

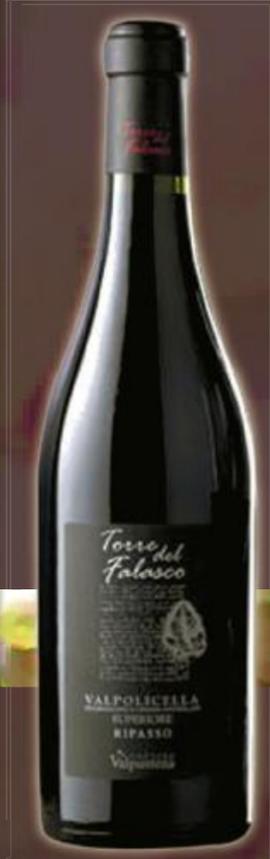
Oltre alla didattica d'aula frontale dove verranno implementate abilità, terminologia, forme e funzioni del proprio livello in lingua inglese, le sessioni si articoleranno con simulazioni, role play e formazione in action al fine di ricreare sulla base dell'esperienza dei partecipanti le situazioni comunicative da affrontare durante meeting, fiere, incontri sia B2B sia con il cliente finale.



INFO: Verona Innovazione, Azienda Speciale della CCIAA
Corso Porta Nuova, 96 - 37122 Verona - Tel. 045 8085808/805 - Fax 045 8085841
e-mail: formazione@vr.camcom.it - sito: www.veronainnovazione.it

CANTINA
Valpantena

info@cantinavalpantena.it • www.cantinavalpantena.it



vinitaly

PAGIGLIONE 5 - STAND E3

Berliner Wein Trophy 2013

G O L D M E D A L

Amarone della Valpolicella DOC	2008
Amarone della Valpolicella DOC	2009
Valpolicella Superiore Ripasso DOC	2011

Presso i nostri punti vendita è disponibile il libro

VALPANTENA DAL VINUM RAETICUM ALL'AMARONE

Venti secoli di storia della coltura della vigna e dell'arte di fare il vino

SAN GIOVANNI LUPATOTO

Via Garofoli, 177/a

Tel. 045.545488

QUINTO DI VALPANTENA

Via Col. Orfani di Guerra, 5/b

Tel. 045.550032

VERONA - BORGO MILANO

Viale Manzoni, 11

Tel. 045.8186086



convegno

Irrigazione responsabile del vigneto
e qualità dell'Amarone

PRESSO FIERA DI VERONA - VIALE DEL LAVORO, 8 - VERONA

Martedì 9 aprile 2013 | Dalle 15,00 alle 17,00 | 1° Piano Pad. 8/9 - Sala C

VINITALY 2013



IL QUADRO. Le rilevazioni della nota congiunturale pubblicata dall'Oiv

Leggera crescita del consumo di vino nel mondo

Cala invece la produzione: nel 2012 ha oscillato fra 247 e 254 milioni di litri (-4,6%). In Italia si beve meno (-0,4 milioni). Stabile l'Europa a 121 milioni

Maurizio Corte

Cala la produzione di vino nel mondo: nel 2012 (esclusi succhi e mosti) è stata compresa tra i 247,2 e i 254,7 milioni di litri, ossia tra -7,2 e -4,6 % rispetto al 2011 (250,9 milioni di litri al centro della forchetta di stima: -15,9 milioni di litri sul 2011). Si tratta quindi di una produzione globale di vino che può essere qualificata molto scarsa, in particolare nell'Ue e in Argentina. Quanto agli scambi internazionali, nel 2012 si mantengono sullo stesso livello dell'anno precedente. I consumi sono in leggera crescita e cresce anche la superficie a vigneto nel mondo, grazie ai Paesi extraeuropei. Lo dice la «nota di congiuntura» mondiale dell'Organizzazione internazionale della vite e del vino (sito web: www.oiv.it), che riunisce 44 Paesi produttori in tutto il mondo.

PRODUZIONE DI VINO NEL MONDO. La produzione dell'Unione europea nel 2012 - si legge nella nota di congiuntura - può essere qualificata molto scarsa, con un livello inferiore di circa 19 milioni di ettolitri rispetto a quello della media quinquennale considerata (2007-2011), ossia 159,9 milioni. La produzione 2012 si attesterebbe, esclusi succhi e mosti, a 141,3 milioni di ettolitri

A livello mondiale le esportazioni a 101,4 milioni in aumento Usa (+2%) e Cina (+9% sul 2011)

(contro 157,2 milioni dell'anno prima), ossia con un calo del 10% rispetto al 2011. La produzione italiana (esclusi succhi e mosti) cala di nuovo nel 2012 di 2,7 milioni di ettolitri (-6,3%) e questo dopo la scarsa produzione 2011, superando appena i 40 milioni di ettolitri di vino.

Su un insieme composto dai principali paesi produttori dell'emisfero sud e dagli Stati Uniti, il livello di produzione (esclusi succhi e mosti) extraeuropea raggiunge, nel 2012, 72,3 milioni di litri e rimane stabile per la prima volta dal 2010. Gli Stati Uniti registrano, con 20,5 milioni di litri esclusi succhi e mosti, una produzione abbastanza elevata di vino per il 2012, +6,9 % rispetto al 2011.

IL CONSUMO DI VINO NEL MONDO. Nei paesi produttori e/o consumatori europei si nota un possibile recupero del consumo francese. Prosegue invece il calo del consumo di vino da parte di Spagna e Italia, rispettivamente il calo è di -0,6 e -0,4 milioni di litri rispetto all'anno 2011. Il consumo complessivo di vino dei paesi considerati in Europa dovrebbe così rivelarsi stabile, rispetto a quello del 2011, a 121 milioni di litri.

Per gli altri paesi considerati dalla nota di congiuntura mondiale, le evoluzioni sono positive. Se la crisi economica si era fatta sentire nel 2010, rallentando la crescita della domanda interna di alcuni paesi, l'anno 2011 aveva segnato una ripresa più netta rispetto all'Europa. L'annata 2012 conferma questa differenza di evoluzione.

Negli Stati Uniti, in procinto di diventare a brevissimo il primo mercato interno mondiale

in termini di volume, il consumo interno (esclusi vermut e vini speciali) dovrebbe raggiungere 29 milioni di litri nel 2012 (+0,6 milioni di litri: +2% sul 2011).

Per quanto riguarda la Cina, il consumo continua a crescere (17,8 milioni di litri: +9% sul 2011) nell'annata 2012, soprattutto grazie allo sviluppo della produzione interna (segno verosimile di entrata in produzione di piantagioni recenti) ma anche grazie a una crescita delle importazioni. Si assiste quindi, nel 2012, a una conferma della battuta d'arresto del calo del consumo mondiale causato dalla crisi economica che è in atto.

IL QUADRO DEL MERCATO MONDIALE. La somma delle esportazioni di tutti i paesi si attesterebbe nel 2012 a 101,4 milioni di litri, ossia -0,2% sul 2011, segnando così una pausa nell'evoluzione tendente al rialzo degli scambi internazionali. L'Italia, che rimane primo esportatore per volume e la Spagna, ormai stabile al secondo posto, con 21,5 e 19,1 milioni di litri rispettivamente esportati nel 2012, registrano un calo di 1,7 e 2,9 milioni di litri (-7% e -13% sul 2011). Questi due paesi vedono la propria quota di vino sfuso diminuire tra il 2011 e il 2012 e registrano produzioni da modeste a molto scarse sia nel 2011 sia nel 2012.

Lo sviluppo degli scambi internazionali di vino sembra stabilizzato nel 2012: sebbene il consumo cresca leggermente, si tratta di più di 4 litri di vino su 10 consumati nel mondo che hanno passato prima la frontiera, sebbene questo indicatore di internazionalizzazione del mercato diminuisca leggermente. ●



Una donna versa del vino in un calice durante l'edizione 2012 di Vinitaly, la fiera internazionale del vino organizzata da Veronafiere

PROSPETTIVE. Le nuove tendenze nazionali e internazionali al centro del dibattito al Vinitaly

Export italiano in espansione Occasioni dai mercati del Bric

Promette bene il Brasile In Russia il vino è diffuso e piace il Made in Italy I cinesi a caccia del «lusso»

Quanto è cool il vino italiano, peccato che si beva ormai soprattutto all'estero. I produttori di casa nostra vedono infatti nell'export, in continua crescita - siamo i primi a livello mondiale - l'unica alternativa alla stagnazione delle vendite sul mercato domestico, penalizzata dalla crisi economica. Il consumo quotidiano di vino in Italia diminuisce, anche se con nuove tendenze, sempre più legate ai riti della vita moderna, al glamour e alla cultura.

Di queste nuove tendenze si parlerà a Vinitaly, la rassegna internazionale di riferimento del settore, di scena a Verona dal 7 al 10 aprile (www.vinitaly.com). Il calo dei consumi interni ci ha portato nel 2012, secondo i dati Oiv l'Organizzazione internazionale della vite e del

vino a 37,2 litri pro-capite all'anno, con una riduzione del 14% dal 2008.

Se nelle classiche occasioni del pranzo e della cena si beve sempre meno vino, è l'aperitivo a trainare i consumi: da solo o mixato in cocktail, con un posto d'onore per le bollicine, il vino diventa il perfetto protagonista dell'happy hour. Da un punto di vista di immagine e promozione il mondo del vino italiano non sembra puntare sulla quotidianità: preferisce scoprire il suo glamour, diventando protagonista di degustazioni ed happening in location di grande impatto, in Italia e nel mondo.

VINO E GUSTI. I cinesi adorano le griffe, e anche nel vino ricercano l'idea di status symbol e lusso. I brasiliani amano sperimentare nuove etichette mentre i russi sono disposti a spendere grosse cifre. È questo l'identikit, stilato da www.winenews.it, dei nuovi consu-

matori mondiali, potenziali mercati di riferimento del futuro per il vino made in Italy, di cui si parlerà a Vinitaly.

In Europa, il consumo di vino si è stabilizzato sui livelli del 2011, ma è fuori dai confini europei che il trend è positivo: negli Stati Uniti si dovrebbero raggiungere i 29 milioni di ettolitri (+5%) mentre la Cina ha registrato una crescita dei consumi pari al 9 per cento. Si tratta ancora di consumi lontani da quelli europei, infatti agli oltre 37 litri italiani si contrappongono il litro scarso dei cinesi, i pochi centilitri degli indiani, il litro abbondante dei brasiliani o i circa 10 litri dei russi, ma in crescita continua.

PAESI DEL BRIC. Sono relativamente pochi anni che il vino è approdato in Cina, ed è destinato, per il momento, ad una piccola nicchia di nuovi ricchi. È invece faticoso far entrare il consumo di vino nelle abitudini della classe media cinese,

molto conservatrice. Diverso il caso della Russia: il consumatore di vini italiani appartiene ad un target medio-alto e cosmopolita. Anche per i russi le nostre etichette rappresentano uno status symbol, legato al lifestyle italiano.

In Brasile l'interesse per il vino sta crescendo lentamente, ma con costanza: qui le bevande tradizionali sono infatti la birra e la cachaca. Il Brasile, essendo anche produttore, sta promuovendo azioni interne per incrementare il consumo responsabile di vino. Qui a bere vino sono la nicchia dei più abbienti e la nuova classe media. Rimane invece estranea al consumo di vino la grande massa della popolazione. Il vino italiano - l'Italia è il quarto esportatore in Brasile - gode di un'immagine privilegiata tra i consumatori brasiliani, anche per la vicinanza culturale con l'Italia, grazie ai molti immigrati di origine italiana. ●

AQUALUX



DropsFood&Wine

Appuntamenti con il gusto 2013
La cucina è soprattutto semplicità

Mercoledì 10

Aprile

A tavola con arance e salvia



Da Mercoledì 17 a Mercoledì 24

Aprile

Passione di fave, cicoria e pecorino



Mercoledì 15

Maggio

A tavola con amarene e cioccolato



Da Mercoledì 22 a Mercoledì 29

Maggio

Passione di asparagi, fragole e menta



Mercoledì 12

Giugno

A tavola con fiori di zucca, liquirizia e melone



Da Mercoledì 19 a Mercoledì 26

Giugno

Passione di barbabietola, albicocche e basilico



Amarone

Recioto della Valpolicella

Ripasso

Teroldego

Le Viole



Società Agricola

Amarone Valp

Custoza

RINO SARTORI

Passito Bianco

Valpolicella

Ripasso Valpolicella



Rino
il tuoVino

Wine shop

Soc. Agricola Sartori Rino,

Via Calandrine, 14 - 37029 San Pietro In Cariano (VR)

Tel. 045.6850012 045.7725172 Fax. 045.6858476

visitateci nel sito www.rinosartori.it



FOCUS ESTERO/1. I rappresentanti dei colossi dell'e-commerce enologico del Paese asiatico saranno protagonisti con due seminari lunedì nella sala Salieri

Il successo italiano in Cina passerà dal web

YesMyWine, Tmall-Alibaba Group, M1NT Cellars e Vinehoo: i nomi dei siti in cui transitano centinaia di milioni di utenti

Simone Incontro
SHANGHAI

Il successo del vino italiano in Cina passerà attraverso la rete. Vinitaly non ha dubbi a riguardo e invita i giganti dell'e-commerce della seconda potenza economica al mondo, vere e proprie macchine da soldi che sono in grado di generare un volume di vendite difficile da credere. Così, per la prima volta in Europa, i pesi massimi dell'online cinese saranno seduti l'uno accanto all'altro e si confronteranno nel corso di due seminari in Sala Salieri, lunedì 8 aprile a partire dalle 12.

COLOSSI DELL'E-COMMERCE. Ci saranno Jared Liu, fondatore di Yesmywine, sito che vende più bottiglie di vino di qualunque altro; Janet Wang, numero uno del dipartimento internazionale di Tmall, braccio B2C del gigante Alibaba; Naran Andreyev, capo di M1nt Cellars, astro nascente delle vendite online e Alvin Huang, capofila di Vinehoo, il più importante club di wine lover cinesi, diventato poche settimane fa un caso nazionale per quanto riguarda le flash sale.

FRANCESI ALL'ATTACCO. I produttori francesi stanno già facendo le prime mosse per essere protagonisti anche nell'online e, proprio in questo settore del mercato, gli italiani potrebbero recuperare terreno nei confronti dei cugini d'Oltralpe. L'online è davvero importante e può generare vendite da capogiro. Jack Ma, il fonda-

tore di Alibaba (il colosso dell'e-commerce cinese con un valore di mercato di 80 miliardi di dollari secondo Morgan Stanley), qualche giorno fa, ha affermato che nei prossimi cinque anni le vendite online rappresenteranno il 30% di tutto il settore del retail in Cina.

SU INTERNET 4 CINESI SU 10. Le statistiche ufficiali dicono che questo dato è a portata di mano. Quattro cinesi su 10 usano regolarmente internet. A giugno 2012, secondo il China Internet Networks Information Center, gli utenti cinesi sono 538 milioni e si prevede che, entro il 2015, saranno 700 milioni, due volte il numero di Giappone e Stati Uniti messi insieme. Ad oggi ci sono 210 milioni di online shoppers, di cui 44 milioni usano il loro smartphone per effettuare degli acquisti. Per Barclays Capital nel 2011 l'online ha generato 121 miliardi di dollari Usa, segnando un +66% rispetto al 2010.

ONLINE TRIPLICATO IN 2 ANNI. Sempre secondo lo stesso studio, le dimensioni dell'online triplicheranno nei prossimi due anni. Dello stesso avviso il prestigioso Boston Consulting Group che prevede il sorpasso della Cina nei confronti degli Usa come primo mercato dell'e-commerce al mondo. La Rete costituisce quindi una grande opportunità per i produttori di vino italiano, non solo per quanto riguarda il numero di possibili acquirenti ci-

nesi ma anche per raggiungere più agevolmente le città di seconda e terza fascia. Ricordiamo inoltre che il 95% degli utenti internet in Cina (dato McKinsey) si trova nelle metropoli di prima, seconda e terza fascia e che il 91% (rispetto al 67% degli Usa e al 30% del Giappone) di loro è attivo nei social network e ha una notevole familiarità con internet.

I PROTAGONISTI SUL WEB. Guardiamo ora i due protagonisti della vendita online del vino in Cina. Il primo è Tmall di Alibaba, che rappresenta il 47,6% del B2C online cinese: 400 milioni di utenti registrati, 70mila marchi, 180 milioni di clienti. Il vino costituisce circa il 20% delle vendite di alcolici (il numero uno è il baijiu, la grappa cinese, che si attesta al 40%, ndr).

I clienti di Tmall comprano l'80% delle volte vini che hanno un prezzo tra 50 e 100 yuan (da 6 a 12 euro), il 15% tra 100 e 200 yuan (da 12 euro a 24 euro) e il 5% per quelli che hanno un valore di oltre 200 yuan. Tmall non esclude di aprire a breve un negozio che rappresenti il meglio del vino italiano. Il secondo grande attore dell'online, il re nel mondo del vino, è Yesmywine. Cile, Nuova Zelanda e Australia hanno già puntato su questo sito per vendere i loro vini. I numeri infatti parlano chiaro: 20mila bottiglie vendute ogni giorno, con punte di oltre 50mila durante il periodo del Capodanno cinese.

Yesmywine conta 4,5 milioni



La reception della Tmall.com nella sede di Shanghai



Naran Andreyev, M1nt Cellars



Alvin Huang, Vinehoo

di membri registrati, 400mila clienti, un club vip di 100mila persone (clienti che hanno speso almeno 150 euro in un anno) e un club super vip di cinquemila membri (clienti che hanno comprato vini per un valore di almeno 3.800 euro in un anno). Il 50% degli utenti che compra da Yesmywine sceglie vini che costano meno di 12 euro. Sta aumentando il numero di coloro che acquistano vini con un va-

lore di oltre i 30 euro e si prevede un forte incremento di persone che vogliono vini tra i 10 e i 20 euro. Jared Liu, Naran Andreyev e il team di Tmall, interpellati da L'Arena, non hanno alcun dubbio: molti vini italiani si posizionano in queste due ultime fasce di prezzo e i consumatori cinesi sembrano essere pronti a bere sempre di più Amarone, Chianti e Prosecco. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'attività di Veronafiere

Delegazione da Pechino e iniziative a Hong Kong

Cina protagonista a Vinitaly, con una delegazione del ministero del Commercio per la prima volta in missione ufficiale a un evento legato al vino in Italia. Scopo della presenza è spiegare le regole di importazione per favorire l'approccio delle aziende. Si tratta, si legge in una nota di Veronafiere di un segnale importante dell'interesse che la Cina ha nei confronti della produzione enologica made in Italy e la scelta di Vinitaly è un riconoscimento al ruolo svolto fin dal 1998 da questa fiera direttamente in Cina e a Hong Kong con Vinitaly International. L'interesse è reciproco, viste le potenzialità di un mercato dai grandi numeri che si sta aprendo al consumo di vino. Un mercato che è considerato terra di conquista da tutti i Paesi produttori, con l'Italia che deve impegnarsi per recuperare un gap rispetto ai competitor.

NUMERI DELL'ITALIA. Siamo infatti al quinto posto tra i Paesi importatori con una quota del 6,2% e nonostante l'aumento dei volumi e dei valori esportati nel 2012 (102,4 milioni di euro per circa 36 mila ettolitri) abbiamo perso posizioni. Uno scivolone

da recuperare in fretta, per beneficiare di un trend che, secondo le previsioni, porterà la Cina ad essere il primo consumatore mondiale di vino dal 2015.

Veronafiere investe su questo mercato con progetti e con un'intensa attività di incoming, tanto che già a Vinitaly 2012 la Cina è entrata nella «Top Ten» dei visitatori esteri della rassegna.

Con la diffusione dell'informatica e dei social media, infatti, la vendita al dettaglio del vino trova un canale sempre più ampio attraverso il web e l'e-shop si afferma come alternativa al negozio tradizionale. Si stimano circa 190 milioni di acquirenti cinesi già attivi sul web e il loro numero è in continua crescita.

Oltre ai due seminari sull'e-commerce il calendario prevede un incontro introduttivo sul vino cinese e il mercato degli alcolici (statistiche e nuove normative), con la partecipazione, appunto, del ministero del Commercio cinese.

VINITALY A HONG KONG. Infine, il calendario di Vinitaly International prevede a Hong Kong da qui a fine anno il 25 maggio il Finest Italian Wine Auction; dal 31 ottobre al 3 novembre il «Wine and Dine Festival» e dal 7 al 9 novembre il Vinitaly International Hong Kong,

Assistenza tecnica e consulenza viticola ed enologica

Piano di Sviluppo Rurale
PAC seminativi, zootecnica
Direttiva Nitrati - Agriturismo
Biomasse, bioenergie e compost
Assistenza tecnica - culturale - fitoiatrica

Finanziamenti regionali, nazionali, comunitari

Igiene e qualità degli alimenti
Sicurezza e rintracciabilità
Certificazioni ISO - HACCP - EUREPGAP

Forestazione e selvicoltura
VIA - VAS - VInCA
Ripristini Ambientali
Cave, discariche, rifiuti
Idraulica e regimazione delle acque

Pianificazione urbanistica e paesaggistica e Tutela, uso e gestione del territorio

Parchi, giardini
Spazi verdi privati e pubblici

Progettazione e direzione lavori
Edilizia civile e rurale, zootecnica
Impianti tecnologici

Rilievi e agrimensura
Accatastamento fabbricati
Frazionamenti, divisioni

Assistenza alle compravendite, affitti e contrattualistica

Perizie e stime di beni immobili, mobili e diritti
Espropri, servitù, successioni e divisioni
Assistenza contabile, fiscale e tributaria
Gestioni patrimoniali e curatele aziendali

Stima danni da avversità atmosferiche
Consulenza Tecnica d'Ufficio e di Parte

COLLEGIO DEI PERITI AGRARI E PERITI AGRARI LAUREATI

della provincia di **Verona**

I professionisti per l'Agricoltura, l'Ambiente e il Territorio a servizio dei Privati e degli Enti Pubblici

Verona - Via Berni, 9 - Tel. 045.590559 - Fax 045.8010690
www.peritiagrari.vr.it - peritiagrariivr@tin.it

La Grola
Allegriini

HANGAR DESIGN GROUP



30
La Grola
YEARS
1983/2013

VINTAGE COLLECTION



FOCUS ESTERO/2. Ma l'accesso non è facile per le piccole aziende

In Gran Bretagna il business passa attraverso la Gdo

L'Italia negli ultimi 6 anni ha raddoppiato l'export ed è il secondo fornitore per i vini fermi. Il leader del mercato rimane sempre la Francia

Irene de Gasparis
LONDRA

Con più di 1.1 miliardi di bottiglie, 2,6 miliardi di sterline (pari a oltre 3,06 miliardi di euro) di importazioni e una produzione propria insignificante, il mercato inglese continua ad essere molto appetibile per i produttori di vino di tutto il mondo.

I recenti dati dell'Ice Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, per il 2012 confermano l'Italia come secondo fornitore della Gran Bretagna per i vini fermi, con circa 410 milioni di sterline, distanziando Australia e Cile.

FRANCIA SEMPRE PIÙ CARA. Leader di mercato rimane la Francia, con 833 milioni di sterline, con un mercato +19% rispetto al 2011 contro il +2,5% dell'Italia che è ancora prima in termini di quantità, e in continua crescita, mentre le quantità francesi vanno diminuendo. Quindi, per il vino francese si paga, in media, di più che per quello italiano e la

forbice continua ad allargarsi.

ITALIA RADDOPPIATA IN 6 ANNI. Un applauso comunque agli italiani che negli ultimi 6 anni, non facili, hanno comunque raddoppiato le esportazioni in valore. Un vera e propria ovazione ai produttori italiani di vini spumanti, che hanno visto il valore delle esportazioni più che quintuplicato negli ultimi 6 anni, con quote erose alla Francia, e quindi allo champagne, e alla Spagna.

Anno d'oro il 2012, con 68 milioni di sterline (80,1 milioni di euro) e una crescita di oltre il 50%, che ha portato l'Italia seconda posto nell'export delle bollicine, sorpassando la Spagna. Quasi tutto merito del prosecco, chiamato champagne dei poveri, ma diventato prodotto cool per i consumatori più giovani e le donne. Sull'andamento del mercato dice Sergio De Luca, responsabile dei vini italiani per Enotria, uno dei maggiori importatori del Regno Unito, anche quest'anno al Vinitaly con 28 persone tra clienti e personale: «Un 2012 buono per i volu-

mi, un po' meno per i margini. Vendiamo sempre di più prodotti di base, con prezzi di prima entrata, mentre faticiamo a porre sul mercato vini di più alta qualità a prezzi medi. La grande distribuzione britannica purtroppo cerca prezzi, i più bassi possibili. Per la fascia alta del mercato vendiamo solo con i prodotti di nicchia che è molto affollata e si sta restringendo sempre di più. Nuovi trend: prosecco, prosecco e prosecco, qualcosa sui rossi leggeri e fruttati a prezzi competitivi».

GDO, RISTORAZIONE E ONLINE. La maggior parte del business passa ancora per la grande distribuzione che si è aperta anche ad acquisire vini meno ovvivi, ma che rimane alla portata solo delle aziende di media-grande dimensione. Per quelle più piccole la migliore opportunità rimane il canale della ristorazione, dove ristoranti, bistrot e gastropub tendono a volersi differenziare dagli altri con carte con vini che offrono il massimo nel rapporto qualità-prezzo. Sempre più im-



Bollicine sempre più protagoniste sul mercato nel Regno Unito

portante l'online, con i grandi supermercati come Tesco, Asda, Sainsbury e Waitrose responsabili della grossa spinta alle vendite di vino via Internet, oltre al discount Majestic Wine Warehouse. A questo si sono aggiunti operatori di nicchia come Slurp, Virgin Wines, WineDirect, Naked Wines, che in molti casi tagliano il middle man importando direttamente dai produttori. Tra i principali vantaggi del Web il maggiore assortimento e una migliore informativa sul

prodotto, critica in un mercato con un' innumerevole scelta di prodotti all'apparenza simili, ma con notevoli differenze di prezzo. Ad aver capito l'importanza dell'online c'è anche Berry Bros. & Rudd (Bbr), storico merchant di vino di Londra, che ha anche lanciato, con successo Bbx, Berrys' Broking Exchange, una sorta di eBay dei vini pregiati che permette la compravendita di vino direttamente tra privati. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dieta mediterranea in Inghilterra

L'olio d'oliva conquista il mercato inglese per la sua salubrità

Nell'ultimo ventennio, anche per l'olio d'oliva, il mercato inglese è cresciuto a ritmo sostenuto ed è diventato uno sbocco importante per l'Italia.

DIETA MEDITERRANEA.

Un'attenzione a una dieta più salutare, in particolare la dieta mediterranea e una conoscenza più approfondita del prodotto grazie ai viaggi in Paesi produttori come Italia, Francia e Spagna, hanno permesso un aumento del consumo pro-capite annuale dai 330 grammi del 1996 ai 1.300 del 2008. Nonostante questa importante crescita e la possibilità di penetrare ancora il mercato, negli ultimi anni le importazioni di olio in generale e anche per quello italiano sono in flessione e dopo il picco del 2008, di cui 40 milioni di sterline, il mercato ha avuto alti e bassi con un netto calo nel 2012, sia in valore che in quantità (79 milioni di sterline di import di cui 31, pari a 36,5 milioni di euro dall'Italia).

OLIO COME COMMODITY.

Questo anche perché l'olio, molto più che il vino, è considerato una commodity e quindi il consumatore risponde agli aumenti di prezzo al dettaglio, o alla minore disponibilità economica, comprando confezioni più piccole, o acquistando olio a prezzo inferiore. L'olio passa

per la stragrande maggioranza per la grande distribuzione con il mercato dominato dai grandi gruppi spagnoli, seguiti a ruota da quelli italiani. Al generico olio dei grandi marchi, il relativo successo del prodotto ha fatto in modo da portare i supermercati a offrire una serie di olii di marca propria, anche con connotazioni regionali (dop).

DIFFICOLTÀ DEI PICCOLI.

Per i piccoli produttori il mercato rimane difficile e ristretto ai negozi specializzati, gourmet o etnici e in piccola parte alla ristorazione. Da notare che l'acquisto dell'olio è fatto per la maggior parte per motivi salutari e perché ingrediente importante di cucine di successo come quella italiana. Per questo i maggiori consumatori sono Nella fascia tra 45 e 64 anni, a reddito medio-alto, più sensibili ai rischi di malattie cardiovascolari e quindi attratti dall'immagine dell'olio di oliva e della dieta mediterranea come metodi preventivi. Gusto e provenienza, se non per la fascia di consumatori più sofisticata, non sono fattori d'acquisto determinanti e discriminanti.

Il mercato, soprattutto quello del segmento più alto, rimane comunque interessante, visti i relativi bassi consumi e il fatto che l'olio sia entrato a far parte della quotidianità. Le famiglie britanniche che consumano con regolarità olio d'oliva sono passate da 35% nel 2001 a 53% nel 2011. **l.d.g.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BCC
Valpolicella Benaco
BANCA

Il nostro territorio

...la sua gente
i suoi valori
le sue risorse...
la sua Banca!

CONTATTACI:
TI INDICHEREMO
IL PIÙ VICINO
PUNTO DI INCONTRO
TEL. 045 6837850
valpolicellabenaco@vbbanca.it

www.valpolicellabenacobanca.it

VINITALY 2013



FOCUS ESTERO/3. Italia primo fornitore nonostante che nel 2012 abbia registrato -0,7% in quantità e -3,2% in valore

Qualità elevata e immagine per rimanere leader negli Usa

Dall'analisi annuale dell'Italian Wine & Food Institute emerge che le esportazioni sono diminuite dai 975 milioni di euro del 2011 ai 943 raggiunti nello scorso anno

NEW YORK

Continua il trend negativo dell'esportazione del vino italiano negli Usa che, nel corso del 2012, ha fatto registrare -0,7% in quantità e -3,2% in valore, secondo quanto ha reso noto l'Italian Wine & Food Institute presieduto da Lucio Caputo.

«Il mercato americano continua a rivestire una grande importanza per i produttori italiani ed è necessario seguirlo con la massima attenzione tale mercato», sottolinea Caputo, «Gli Usa costituiscono uno sbocco di grande prestigio e ripagano tutti gli investimenti che vi vengono effettuati. Il vino italiano occupa, da diversi anni, una posizione di grande importanza che va mantenuta e consolidata. Occorre investire sull'immagine», sottolinea il presidente dell'Iwfi «e promuovere il vino italiano quale prodotto di altissima qualità e

prestigio e non in iniziative di basso livello che vari enti effettuano e che spesso sono controproducenti».

Tornando al linguaggio dei numeri, le esportazioni italiane sono passate da 2,508 milioni di dollari (circa 975 milioni di euro), del 2011 ai 2,49 milioni di dollari (circa 943 milioni di euro) del 2012 (più di 943 milioni di euro).

ITALIA DOMINANTE. L'Italia, nonostante il perdurare di questa fase di contrazione delle esportazioni, continua a mantenere, afferma Caputo in una nota, una posizione dominante sia in quantità sia in valore, distanziando i principali paesi concorrenti fra i quali l'Australia, secondo paese esportatore verso gli Usa, che ha registrato un +13,4% in quantità e -1,7% in valore a conferma della tendenza dei produttori di quel paese a contenere i prezzi.

La quota di mercato dei vini importati dall'Italia è risultata del 24,3% in quantità e del 31,4% in valore (rispettivamente 28,4 e 34,3 nel 2011) contro quella dell'Australia rispettivamente del 19,2 in quantità e 12% in valore.

I VINI SFUSI. Va notato, sempre secondo la nota dell'Italian Wine & Food Institute, che l'Italia è il paese, fra i primi quattro fornitori del mercato USA, (Italia, Australia, Argentina e Cile) che esporta il più basso quantitativo di vini sfusi pari a meno della metà del quantitativo esportato da ciascuno dei detti paesi.

La Francia, quinto paese esportatore, ha fatto invece registrare un aumento del 33,4% nell'esportazione dei vini sfusi. Inoltre i primi cinque paesi esportatori verso gli Stati Uniti detengono complessivamente una quota del mercato dei vini importati pari all'83,6% in quantità e all'81,1% in valore, monopolizzando, in pratica, l'intero mercato statunitense.

SPUMANTI MOLTO POSITIVI. Molto positivo per l'Italia è stato l'andamento del mercato degli spumanti nel quale l'Italia detiene il primato delle esportazioni con 317.970 ettolitri, per un valore di 186,607 mi-

I numeri del mercato statunitense

Più volumi e prezzi bassi per i Paesi concorrenti

Complessivamente le importazioni Usa, nel 2012, sono ammontate a 10,261 milioni di ettolitri per un valore di 3,844 miliardi di dollari contro gli 8,842 milioni di ettolitri per un valore di 3,636 miliardi di dollari del 2011, rispettivamente +16% e +5,7%.

Le importazioni dall'Australia sono risultate, sempre nel 2012 pari a 1,966 milioni di ettolitri, per un valore di 464,351 milioni di dollari contro 1,733 milioni di ettolitri, per un valore di 472,664 milioni di dollari del 2011.

Quelle dall'Argentina sono ammontate a 1,628 milioni di ettolitri, per 335,265 milioni di dollari, contro 1,207 milioni di ettolitri e 280,831 milioni di dollari del 2011 con un aumento del 34,8% in quantità e del 19,4 in valore.

Sempre nel 2011, secondo la nota dell'Italian Wine & Food Institute basata sui dati dell'US Department of Commerce, le importazioni dal Cile sono ammontate a 1,607 milioni di

ettolitri, per un valore di 321,882 milioni di dollari, contro il 1,143 milioni di ettolitri, per 267,082 milioni di dollari, con un aumento del 40,5% in quantità e del 20,5 in valore a sottolineare il boom dei vini cileni che battono i prodotti italiani nei prezzi (prezzo medio a bottiglia 3,6 dollari nel 2012) ma non in qualità, sottolinea l'Iwfi.

Le importazioni dalla Francia, quinto paese fornitore del mercato statunitense, sempre nello stesso periodo, sono ammontate a 886,570 ettolitri, per un valore di 791,515 milioni di dollari, contro 753,490 ettolitri, per 687,602 milioni di dollari del 2011, con un aumento del 17,7% in quantità e del 15,1 in valore a conferma del costante incremento dei prezzi dei vini francesi.

Nello stesso periodo le importazioni dalla Spagna, sesto fornitore del mercato USA, sono ammontate a 582,020 ettolitri, per un valore di 198,763 milioni di dollari, contro 531,850 ettolitri, e 190,917 milioni di dollari, del 2011, con un aumento del 9,4% in quantità e del 4,1% in valore.



Una degustazione a Vinitaly International 2013 a New York

lioni di dollari, con un incremento del 10,2% in quantità e del 5,6% in valore registrato nel 2012 rispetto all'anno precedente.

INVESTIRE IN IMMAGINE. L'andamento negativo delle esportazioni vinicole italiane all'interno di un mercato di grandi potenzialità è dovuto, secondo Caputo, a una perdita di notorietà del grande vino italiano. È necessario pertanto investire sull'immagine e promuovere

il vino italiano quale prodotto di grandissima qualità che non può essere sostituito da vini di un prezzo inferiore. Questo è stato uno degli elementi di maggior impatto del Gala Italia Special Edition, tenutosi a New York, che ha messo in grande risalto l'eccellenza qualitativa dei vini italiani presentati dai loro produttori (http://www.italianwineandfoodinstitute.com/ita_index.html). ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA



È necessario promuovere il vino italiano quale prodotto di altissima qualità

LUCIO CAPUTO
ITALIAN WINE & FOOD INSTITUTE

Sistemi per il mondo che lavora®

Software e servizi per le imprese del vino.



Venite a conoscerci:
Centro Servizi Arena - BOX 17
Pad. 2 - Sicilia, Stand 125 H



Per pianificare, gestire e controllare le attività della tua impresa hai bisogno di soluzioni software affidabili, servizi di qualità e costi di gestione contenuti. **ENOLOGIA** è la risposta più concreta ed efficace alle esigenze delle imprese del vino; è la soluzione ideale per automatizzare tutta la filiera produttiva, dalle operazioni sul campo, alla vinificazione in cantina, fino al prodotto finito ed alla sua commercializzazione. Si rivolge a tutte le tipologie di aziende del settore: aziende vitivinicole, distillerie e liquorifici, birrifici, depositi fiscali di importatori e sdoganatori. **Quaderno di campagna, Conferimenti Uve, Gestione Registri Vinificazione, Gestione Cantina, Documenti fiscali, Certificazioni vini a denominazione,**

Registri di cantina, Dichiarazioni vitivinicole, Telematici Accise e DAA, Imbottigliamento e Commercializzazione dei prodotti vitivinicoli, Contabilità analitica e Controllo di gestione, CRM e Business intelligence e molte altre gestioni specifiche compongono ENOLOGIA, la soluzione software che da anni supporta l'attività di centinaia di aziende vitivinicole in tutta Italia. ENOLOGIA è distribuita a livello nazionale esclusivamente dai Partner Sistemi certificati, che assicurano il supporto locale necessario alla definizione della soluzione globale, in termini di hardware, software e servizi di assistenza. www.sistemi.com/enologia



VINITALY 2013



APPUNTAMENTI. Fino a mercoledì una serie di appuntamenti per vivere la fiera anche in centro

Libri, cultura, musiche Verona in abito da festa

Set fotografici in piazza Erbe. In Bra i campioni di Wine Spectator
Il Chianti sotto la Loggia e l'Asti alla Letteraria. Incontri con gli autori

Elisa Costanzo

Musica, cultura e sapori in scena a Verona per Vinitaly. Si parte oggi alle 15: piazza Erbe si trasformerà in un set fotografico con «Soave Style e Anteprima Vinitaly», un grande evento glamour per scatti fotografici d'autore e per una video produzione, alla ricerca dei nuovi volti del Soave per la campagna destinata ai mercati esteri, a cui si accompagnerà un assaggio in anteprima del vino. Sempre oggi alle 17 alla Gran Guardia si terrà la seconda edizione di «Opera Wine», evento internazionale che mette in campo i cento migliori produttori d'Italia selezionati da Wine Spectator. La degustazione è riservata a 500 iscritti e il prezzo previsto è di 150 euro. Da domani a mercoledì torna invece «The city we love», la raccolta di eventi organizzati da Apolid Group, associazione culturale artistica e musicale, nell'ambito di Fuori-Fiera.

DOMANI. Sotto la Loggia in Piazza dei Signori dalle 18 arriva Cultural tasting of Chianti-Verdi&Arenà: un'esclusiva degustazione del Chianti, vino amato in tutto il mondo, come del resto lo sono le opere del grande maestro Giuseppe Verdi. La degustazione verrà ac-

Un fuori-salone nel salotto della città

Serata in Gran Guardia tra degustazioni e tango



Gran Guardia, piazza Bra: un passato appuntamento per il Vinitaly

Prima gli affari e poi il piacere. Non può mancare il fuori salone: un evento per avvicinare tutti gli amanti del buon vino e del buon cibo, ma anche un momento per gli operatori che, dopo un'intensa giornata in fiera, desiderano trascorrere amichevolmente la serata. Domani infatti, dalle 12 alle 23, Vinitaly & the City offrirà in città, al Palazzo della Gran Guardia, un appuntamento enologico di alto livello, grazie alla selezione delle etichette offerte da Slow Wine, guida vini di Slow Food, e dall'Associazione Le Donne del

Vino, che quest'anno proprio a Vinitaly festeggia il 25° anno di vita. Durante la serata sommelier d'eccezione saranno i rugbisti della squadra Scaligera rugby Verona Asd. In degustazione anche le creazioni gastronomiche dei pizzaioli veneti dell'«Università della Pizza», centro di eccellenza in cui è nato il concetto di pizza contemporanea, la rivisitazione in chiave creativa di uno dei piatti più famosi e apprezzati della tradizione italiana. Sarà quindi possibile assaggiare le prelibatezze realizzate da Renato Bosco (Saporè di S. Martino Buon Albergo, Vr), Michele Crestani

(Metrò di Valdarno, Vi), Alessandro Lunardi (Nuvola Rossa di Bovolenta, Pd), Gianni Dodaj (Fantasy di S. Donà di Piave, Ve), Claudia Tosello (Arcobaleno di Pettorazza Grimani, Ro), Diego Segato (Rocca d'Asolo di S. Vito di Altivole, Tv), Cristian Toniolo (Pizzeria al Contrario di S. Pietro Viminario, Pd), Enrica Causa (Enrica Causa di Galzignano Terme, Pd), Roberto Porcu e Antonio Sciannamea (La Plume di Peschiera del Garda, Vr), Gianluca Fonsato (La Margherita di Porto Tolle, Ro) e Denis Faccioli (Civico Due di Villafranca di Verona).

Per chi ama esplorare nuovi sapori e per gli amanti del ballo, domani sera poi nella Sala Buvette della Gran Guardia atmosfera tutta Argentina con «Malbec y tango»: il calore e la passione in un mix di grande sensualità che ballerini professionisti interpreteranno coinvolgendo nelle danze il pubblico. In degustazione il Malbec argentino, accompagnato da tapas ed empanadas. A cura della rivista Euposia la selezione dei vini e di BeVi la proposta gourmet e artistica, incentrata sul musicista Miguel Acosta e sul ballerino Andrea Romez Castagna accompagnati da Caroline De Miranda e Davide Precetto. Il biglietto di ingresso a Vinitaly & the City è di 15 euro e dà diritto a quattro degustazioni libere fra vino, pizza e tipicità argentine.



Verona. una vetrina di un negozio addobbata in tema con il Vinitaly durante una recente edizione

compagnata da un omaggio videomusicale a Verdi e all'Arena di Verona, nell'anno del bicentenario dalla nascita del grande compositore e del centenario dell'opera areniana. A seguire selezione musicale soul e lounge a cura di Powere-dMilk.

Alla Feltrinelli Express della Stazione Porta Nuova alle 18 si terrà invece un' incontro con Federico Graziani e Marco Pozzali, autori del volume «Grandi vini di piccole cantine» (Gribaudo). Interverrà il giornalista Beppe Muraro. Degustazione di vini a cura degli autori. In centro alla Feltrinelli Libri e Musica di via Quattro Spade 2 alle 19.30 «Vino&Pasta»: Adua Villa e Giuseppe di Martino presentano i loro libri, «Una sommelier per amici» (Sonzogno) e «100 Anni di Pasta» (Malvarosa), accompagnati dalle preparazioni di un chef stellato a sorpresa e

dai vini del gruppo Santa Margherita. Conducono la serata Carlo Vischi e Stefano Silenzi.

LUNEDÌ. Alle 18 alla Società Letteraria in piazza Bra sarà il momento di Wine Master Apertif, degustazione dei vini del Consorzio per la tutela dell'Asti Dogg, del Consorzio Tutela Vini d'Acqui e delle famiglie Farina, Mucci e Zecchini. Alla Feltrinelli in Quattro Spade dalle 19.30 Andrea Gori parlerà del suo libro «Manuale di conversazione sullo champagne» (Trenta editore).

MARTEDÌ. Alla Loggia del Mangano in Corte Sgarzarie dalle 18, Tango Wine & Cultura e vino dal Brasile: sarà il momento della musica argentina portata a Verona dall'Accademia Tango dell'associazione Via-SacchiUndici. A seguire degustazione vini. Alla Feltrinelli in via Quattro Spade alle 19 Vi-

no & Musica dal Brasile: la Cantina Miolo presenterà i suoi Top Wine, Lote 43 e Merlot Terroir, premiati ed apprezzati nel mondo: musiche di Toquinho e Gilberto Gil affiancate a specialità brasiliane. Ingresso a invito.

MERCOLEDÌ. A Palazzo Victoria, accanto a Porta Borsari, dalle 17 sarà il momento di Allegrini Wine, eccellenze a Verona. Con la musica dub della band veronese RadioDub, che presenterà il suo nuovo disco, Sacred Ep vi sarà una degustazione dei vini Allegrini. Alla Feltrinelli in via Quattro Spade alle 18.30 invece il protagonista sarà il Sauternes: l'autrice Laura Di Cosimo presenta il libro «Sauternes. Viaggio alla scoperta di un vino dolce leggendario» (Gribaudo). Introduce l'incontro la giornalista Alessandra Piubello. Seguirà una degustazione di vini. ●

AZIENDA AGRICOLA "I SCRANI"
Fumane (VR)
Via Ponte Scrivan, 7
Tel. 045.6839251
Fax 045.6801071
www.scriani.it
info@scriani.it

SCRANI
AMARONE DELLA VALPOLICELLA
IL VINO E LA SUA TERRA

AMARONE DELLA VALPOLICELLA
Denominazione di Origine Controllata
CLASSICO

vinitaly PADIGLIONE 7B
STAND 2H/3H

SANTA SOFIA
I CLASSICI VINI VERONESI
dal 1811

CLASSICO
AMARONE
DENOMINAZIONE D'ORIGINE CONTROLLATA
1964

2007
SANTA SOFIA
AMARONE
della VALPOLICELLA
CLASSICO

vinitaly
PADIGLIONE 5 D4
7-10 APRILE 2013

www.santasofia.com

- CANTINE -
BUGLIONI
WINERY



LA GRAN MEDAGLIA D'ORO

per la CATEGORIA VINI TRANQUILLI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE E A INDICAZIONE GEOGRAFICA VINI ROSSI DAI CINQUE AI SEI ANNI DALLA VENDEMMIA (2007 - 2006)

**II PREMIO SPECIALE
DENOMINAZIONE
DI ORIGINE 2012**

assegnato per la prima volta quest'anno, segnala per Ogni Denominazione di Origine Italiana, il Vino che ha conseguito in assoluto il Miglior Punteggio. Cantine Buglioni si attesta dunque il **Primato nella Categoria 'Amaroni'**.

**II PREMIO
BANCA POPOLARE
DI VERONA 2012**

segnala il Vino Veneto/ Emiliano Romagnolo/ Trentino/ Friulano che ha ottenuto il Miglior Punteggio in **Tutte le Categorie Previste dal Regolamento del 20° Concorso Enologico Internazionale.**

SENZA SOLFITI

DAL 2012 ABBIAMO INIZIATO LA PRODUZIONE SENZA AGGIUNTA DI SOLFITI PER GARANTIRE E CONTINUARE A MIGLIORARE LA QUALITÀ DEL PRODOTTO



VI ASPETTIAMO

AL 47° VINITALY PER FESTEggiARE IL NOSTRO SUCCESSO. PADIGLIONE 5, NUMERO E5



GRANDE DISTRIBUZIONE. I dati del 2012 in una ricerca SymphonyIRI

Nei supermercati il carrello frena Ma sale la qualità

Per le bottiglie -3,6%: prima volta in dieci anni
Prodotti oltre i 6 euro invece a + 3,3%. Il brik resiste
Il re è il Lambrusco. Cabernet e Merlot nel Veneto

Nei supermercati aumentano i prezzi dei vini e per la prima volta in dieci anni la bottiglia registra una flessione. Nel Veneto Cabernet, Merlot e Lambrusco sono comunque i più apprezzati. Le bollicine e il brik resistono. Come piacciono prodotti emergenti e a marca commerciale. Questo emerge da una indagine svolta da SymphonyIRI Group per Veronafiere, sull'andamento delle vendite di vino nella grande distribuzione. La ricerca verrà presentata lunedì a Vinitaly 2013 durante un convegno su «Vino e grande distribuzione: le strategie per il mercato italiano e quello estero», Centrocongressi Europa-Sala Vivaldi alle 10.30.

LE VENDITE. Nel 2012 le vendite di vino nei supermercati sono diminuite e per la prima volta negli ultimi dieci anni anche la bottiglia da 75cl ha evidenziato un dato a volume negativo, con un calo per quanto riguarda il totale del vino confezionato del 3,6% a volume rispetto al 2011. Nonostante la tendenza negativa però, sono

aumentate del 3,3% le vendite del vino in bottiglia a denominazione d'origine nella fascia di prezzo superiore ai 6 euro. Flessione più contenuta per il vino in brik che ha perso l'1,7% e le bollicine (-0,6%) e crescono le vendite del vino a marca commerciale, prodotto dalle catene distributrici: +1,9%.

PREZZI IN SALITA. Il 2012 è stato un anno caratterizzato da un forte aumento dei prezzi dei vini nella grande distribuzione: del 5,5% per il totale del vino confezionato, del 4,5% a litro per le bottiglie di 75 cl a denominazione d'origine e del 10,1% per i brik. Questi aumenti, secondo gli analisti, rendono problematici i raffronti con l'anno precedente perché molti prodotti, aumentando di prezzo, sono andati a collocarsi nella fascia superiore. Per esempio, i vini a denominazione sotto i due euro (fascia che rappresenta il 25,2% del mercato) il 18,3%, ma perché tanti prodotti sono passati alla fascia di prezzo centrale, quella tra 2 e 4 euro che copre la maggiore quota di mercato,

quasi il 50%. Da notare che la fascia di prezzo tra i 4 e i 6 euro copre il 14,8% del mercato e quella sopra i 6 euro il 5,4%. Parlando, invece di quote di mercato globale, i vini a denominazione raggiungono il 56,1% delle vendite, mentre i brik il 31,5%. La spinta promozionale rispetto al 2011 non è aumentata, mantenendosi stabile, mentre i prezzi medi di una bottiglia di 75cl a denominazione d'origine è di 4,28 al litro. E di 1,24 per il brik.

I «CAMPIONI». Il vino più venduto nei supermercati italiani è il Lambrusco con oltre 14 milioni di litri per 44 milioni di euro. Seguono Chianti, Montepulciano d'Abruzzo, Barbera e Bonarda. Cabernet, Merlot, oltre allo stesso Lambrusco, sono i vini più venduti nella grande distribuzione del Veneto. Il Cabernet e il Merlot, prodotti in realtà in tutto il Triveneto, sono vini apprezzati in tutta Italia, tanto che il Merlot compare nella 10° posizione della classifica nazionale. Un discorso a parte merita il Prosecco, prodotto nel Veneto, che ven-

La classifica delle vendite							
Vino in bottiglia da 75cl: classifica a volume, delle tipologie/denominazioni di vino più vendute in GDO nel 2012							
Bottiglia	Regione/i	Vendite in volume		Vendite in valore		Prezzo medio bottiglia €	Var. % prezzo medio l
		Totale n°	Var. %	Totale €	Var. %		
Lambrusco	Emilia Romagna	14.038.577	-0,2	44.266.052	5,1	2,36	5,3
Chianti	Toscana	12.460.587	-0,6	57.736.912	1,2	3,48	1,8
Montepulciano	Abruzzo	8.539.230	-6,2	26.420.656	0,9	2,32	7,5
Barbera	Lombardia/Piemonte	8.090.059	-0,5	31.260.726	3,2	2,90	3,7
Bonarda	Lombardia	7.787.878	9,5	27.117.696	9,4	2,61	-0,1
Sangiovese	Emilia R./Toscana	7.026.137	-3,0	22.791.334	3,4	2,43	6,6
Chardonnay	Internazionale	6.860.442	-8,9	28.032.396	-3,2	3,06	6,3
Nero d'Avola	Sicilia	6.258.349	-30,2	23.438.528	-15,7	2,81	20,8
Vermentino	Sardegna/Toscana	5.176.954	-1,3	28.794.654	2,0	4,17	3,4
Merlot	Triveneto	5.009.453	-3,7	15.985.217	-1,6	2,39	2,2
Trebbiano	Abruzzo	4.703.704	-11,9	12.928.993	-4,2	2,06	8,8
Prosecco	Veneto	4.434.744	-2,4	26.329.332	2,9	4,45	5,5
Muller Thurgau	Trentino Alto Adige	3.897.590	-6,7	20.719.732	-3,9	3,99	3,0
Dolcetto	Piemonte	3.559.119	0,4	16.221.477	2,1	3,42	1,7
Cabernet	Internazionale	3.413.875	-10,5	12.805.926	-4,5	2,81	6,7
Totale		247.529.824	-3,6	1.022.785.536	0,9	3,10	4,7

IPESCA

Fonte: Infoscans Census: totale Italia Ipermercati+Supermercati+Libero Servizio Piccolo - Anno 2012

de a livello nazionale quasi 4 milioni e mezzo di litri, classificandosi al 12° posto. Spicca, in negativo, il calo delle vendite a volume del Nero d'Avola (-30,2% a volume), dovuto ad un aumento del prezzo del 20,8%, fenomeno che si ripete anche per altri vini.

GLI EMERGENTI. Tra i vini «emergenti», cioè quelli che fanno registrare una maggior crescita, è stato registrato un boom del Pecorino, prodotto nelle Marche e in Abruzzo, con un +23,8%, seguito da Pignoletto, Grillo, Traminer e Falanghina. Aumentano inoltre le vendite delle bottiglie a denominazione a marca commerciale distribuite dalla grande distribuzione con nomi di fantasia o col proprio nome,

che aumentano di prezzo e di qualità. La marca commerciale arriva così a conquistare una quota di mercato del 14,7%. Le strategie delle aziende distributive hanno inoltre portato a qualificare il prodotto diversificando così la propria offerta al consumatore e ampliando il proprio target di riferimento. Secondo gli analisti, si tratta di una politica premiata dai clienti, che anche nel vino hanno nella marca privata un punto di riferimento. «In un mercato difficile come l'attuale», dice Alberto Coldani, rappresentante di Federdistribuzione, associazione che rappresenta la maggioranza delle aziende della Gdo. «È necessario sottolineare proprio i positivi risultati ottenuti dalla marca privata».

OBIETTIVO ALLESTERO. Produttori e distributori faranno quindi il punto in occasione di Vinitaly su una possibile collaborazione strategica per aumentare la presenza delle bottiglie italiane sugli scaffali dei supermercati nei Paesi esteri. «Il vino italiano può circolare negli scaffali nel mondo in due modi», spiega Luigi Rubini, direttore di RetailWatch.it: «Attraverso le catene della grande distribuzione operante in Italia, con diverse insegne come Conad, Iper, Despar, Auchan, Carrefour, il Gigante, che sono delle vere e proprie piattaforme per contattare le catene europee ad esse collegate. Oppure grazie a rapporti diretti tra la grande distribuzione straniera e cantine italiane».

Strategie

«Promozioni, un argine all'inflazione»

Prezzi e gusti: su questi punti cardine si concentra l'attenzione da parte degli addetti ai lavori. «Per contrastare la tensione sul mercato», ricorda Alberto Coldani, rappresentante di Federdistribuzione e direttore acquisti Carrefour, «la grande distribuzione ha intrapreso piani promozionali molto forti che hanno contribuito a ridurre i margini delle catene e, spesso, impedito di assorbire l'elevata inflazione all'acquisto».

E la crescita dei prezzi suggerisce prudenza ed attenzione nell'analisi del mercato, coordinatore della ricerca SymphonyIRI Group per Vinitaly: «Va evidenziato ciò che accade nel segmento brik. Qui si registra un corposo aumento di prezzo associato ad una sostanziale tenuta nelle vendite a volume: una situazione spiegata in realtà da una forte leadership e dalla rilevante presenza della marca commerciale nel comparto».

Le statistiche ci dicono qualcosa anche dell'evoluzione dei gusti dei consumatori: tra i vini emergenti troviamo nelle prime posizioni tre bianchi, come Pecorino, Pignoletto e Grillo, dunque una predilezione per un bere più leggero, forse meno legato al pasto e più alla socialità.

Un dato che deve far riflettere: alla tradizione bisogna affiancare nuovi gusti e nuove modalità di consumo per avvicinare nuovi consumatori».

Mac3 srl Loc. Spinarol, 1 37011 - Calmasino di Bardolino Uscita calmasino superstrada Peschiera - Affi
Tel.045.6862502 -info@mac3vr.it - www.mac3vr.it

RANGE ROVER NEXT GENERATION



ABOVE AND BEYOND



CONCESSIONARIA RANGE ROVER E LAND ROVER PER VERONA E PROVINCIA

BENATI

Verona - Via Torricelli, 42/a (Z.A.I.)

Tel. 045-956633

www.benatilandrover.it

pubblicità

Land Rover consiglia  Scopri le soluzioni d'acquisto personalizzate di LAND ROVER | FINANCE (Freedom, Leasing e Rent).
Consumi da 7,5 a 13,8 litri/100 Km (ciclo combinato). Emissioni CO₂ da 196 a 322 g/Km.

VINITALY 2013



FRONTIERE. I dati a cura di Assoenologi sulle vendite dell'anno scorso

Con 4,7 miliardi vola l'export del vino italiano

È diminuita la quantità ma i ricavi sono aumentati del 16,7%. Il fatturato ha segnato +4,5% nella Ue e +8,8% nei Paesi terzi. Spumanti superstar: +13,8

Tra gli operatori del settore vino si respira un'aria di soddisfazione per i risultati dell'export. Il bilancio del settore per il 2012, secondo le elaborazioni dell'Associazione enologi enotecnici italiani - Assoenologi degli ultimi dati divulgati dall'Istat, è positivo sia per i valori mai raggiunti prima, sia per la capacità di reagire alla contrazione della domanda nei principali Paesi partner. I dati parlano chiaro: valore 4,7 miliardi, volume 21,2 milioni di ettolitri e una crescita del valore medio del 16,7%.

Il valore dell'export del vino italiano mostra un andamento disgiunto: nell'Unione europea +4,5%; nei mercati dei Paesi terzi il fatturato registra

un balzo del +8,8%. Il differenziale tra le due aree, pari al 4%, nel mostrare il passo più spedito dei mercati lontani, racchiude il grande lavoro di semina che gli operatori del settore hanno profuso negli anni passati.

TIPOLOGIE. «A tirare la volata della crescita del vino italiano è senza dubbio il segmento degli spumanti con +13,8% in valore, +1,7% in volume e valori medi a +11,9%. Il vino in bottiglia registra un incremento più modesto: valore +5,2% accompagnato dalla flessione delle consegne a -2,4%. La caduta della domanda assomma a oltre 2,0 milioni di ettolitri - 8,8%, rispetto al 2011», commenta Giuseppe Martelli,

li, direttore generale dell'associazione di categoria dei tecnici vitivinicoli.

Le mancate consegne si concentrano nel segmento sfuso, e poi nei vini in bottiglia tranquilli e frizzanti. Un'emorragia che lascia sul terreno 1,7 milioni di ettolitri di vino sfuso (-20,9%); e una crescita dei valori del 10,8%, da 384 a 425 milioni. Un incremento dovuto alla deficienza di prodotto, portando i prezzi a livelli inconsueti e anomali.

Anche i vini frizzanti mostrano una contrazione delle consegne (-4,9%) da 2,1 a 1,9 milioni ettolitri, a fronte di una crescita dei valori del 3,1%, che passano da 362 a 373 milioni di euro. Tutte le tipologie di vino registrano incrementi significativi dei valori medi, a partire dal vino sfuso +40,0%, con un balzo da 0,47 a 0,66 euro/l. Il vino in bottiglia per la prima volta raggiunge la soglia dei 3,00 euro/litro da 2,78 euro/l del 2011, con una crescita del 7,7%. Da segnalare l'incremento del valore negli spumanti a +11,9%, da 3,01 euro a 3,36 euro/l; e nei frizzanti a

L'export del vino italiano

Valori in milioni di euro

	2008	2009	2010	2011	2012	Var. 11/12
Altri Paesi Europei	356,4	366,4	438,4	474,6	502,6	+5,9%
Nord Africa	0,5	0,6	0,8	0,4	0,3	-37,3%
Altri Paesi Africani	6,2	6,5	8,0	9,7	10,1	+4,2%
Nord America	1.000,7	932,8	1.072,4	1.202,5	1.289,4	+7,2%
Sud America	50,5	40,7	57,7	68,5	69,5	+1,4%
Medio Oriente	12,6	7,8	12,4	14,2	15,4	+8,4%
Asia Centrale	2,8	2,3	3,3	4,9	4,3	-12,3%
Estremo Oriente	160,2	156,9	194,7	256,4	311,2	+21,4%
Oceania	25,4	19,9	24,0	24,9	33,0	+32,5%
Unione Europea	2.056,1	1.976,1	2.104,3	2.346,5	2.542,3	+4,5%
Mondo	3.673,0	3.511,0	3.918,0	4.405,0	4.691,0	+6,5%

Fonte Assoenologi

L'export del vino italiano

Valori in migliaia di ettolitri

	2008	2009	2010	2011	2012	Var. 11/12
Altri Paesi Europei	1.123	1.597	2.033	1.663	1.589	-4,5%
Nord Africa	2	3	3	1	0,77	-40,4%
Altri Paesi Africani	26	29	44	52	43	-17,1%
Nord America	3.061	3.018	3.304	3.602	3.648	+1,3%
Sud America	198	168	237	256	245	-4,2%
Medio Oriente	38	25	42	40	39	-3,2%
Asia Centrale	8	6	11	14	12	-12,8%
Estremo Oriente	491	498	687	837	935	+11,7%
Oceania	93	82	89	72	90	+24,1%
Unione Europea	13.511	14.593	15.654	16.783	14.671	-12,6%
Mondo	18.554	20.020	22.108	23.324	21.276	-8,8%

Fonte Assoenologi

+8,4% da 1,81 euro a 1,96 euro/l.

LA GEOGRAFIA DELL'EXPORT. Secondo l'ufficio studi di Assoenologi, prosegue il processo di ampliamento dei mercati destinatari dei flussi export. L'area di riferimento è l'Unione Europea con il 52,3% del valore, era al 53,3% lo scorso anno; la rimanente quota è detenuta dai Paesi Terzi 47,3%. L'apparente supremazia della Ue è condizionata ancora dal flusso del prodotto sfuso, concentrato nei paesi dell'

Unione, e quantificabile in 353 milioni di euro. Buona la crescita in Estremo Oriente il cui peso passa dal 5,8% al 6,6%. L'America del Nord che assorbe il 27,5% dell'intero valore dell'export, riesce a limare qualche centesimo di punto nel corso dell'anno attestandosi al 27,5%. Stabile il flusso di vino in italiano nell'America del Sud intorno al 1,6% del totale.

La progressione dei valori nel periodo dal 2007 a oggi mostra una spiccata dinamicità dei Paesi terzi colmando

progressivamente il divario tra le due aree. Nell'ultimo bimestre del 2012 si è assistito a un parziale recupero dell'Unione europea e un'inversione di tendenza della crescita nei Paesi terzi. I tassi di crescita rimangono comunque sostenuti: Unione Europea +4,5%; Paesi Terzi +8,8%.

Il rallentamento dell'area dei Paesi terzi viene registrato anche sul versante dei volumi, pur mantenendosi positivo per +1,0%, ma erodendo quanto capitalizzato nella prima parte del 2012. L'anda-

mento delle consegne nella Ue mostra una netta flessione a -12,8%. La caduta totale risulta essere pari a -8,8%.

EUROPA E PAESI TERZI. Nell'Unione europea, rispetto ai Paesi terzi, risulta preponderante la componente vino in bottiglia (76%), mentre il vino sfuso ha una quota pari al 10%; nell'area Unione europea, al contrario, la quota dello sfuso sale fino al 40% e il vino in bottiglia scende al 52%. Il valore medio unitario risente della forte contrazione delle consegne nella Ue, con una decisa impennata del valore che passa da 1,40 euro a 1,67 euro/l a +19,6%; mentre nell'area dei Paesi Terzi l'incremento è più contenuto da 3,15 euro a 3,39 euro/l (+7,7%). Le variazioni più significative si registrano in Oceania (+32,5%), in crescita rispetto al trimestre precedente; Estremo Oriente +21,4%, con oltre 311 milioni di euro, 256 nel 2011; Medio Oriente +8,4%, in rallentamento; Nord America +7,2%; altri Paesi europei + 5,9%; e Unione Europea +4,5%.

«Nel complesso», conclude il direttore dell'Assoenologi Giuseppe Martelli, «il 2012 si chiude con una decisa espansione del valore export +6,5% e una contemporanea flessione dei volumi a -8,8%. La crescita degli spumanti, il progressivo ampliamento dei mercati di destinazione dell'export, l'incremento del valore medio unitario di tutti i segmenti della produzione, e la ripresa dei vini Dop nei principali mercati internazionali, oltre al rafforzamento delle aree emergenti sono gli elementi più significativi che qualificano e caratterizzano i risultati di sintesi espressi nel valore record di 4,7 miliardi di euro conseguito nel 2012». ●



Ampliamento dei mercati e una crescita del valore medio le ragioni del record 2012

GIUSEPPE MARTELLI
DIRETTORE DI ASSOENOLOGI

**BMW 318d Touring
Business 143 Cv
Bella!**

**Noleggìo a
Lungo Termine.**

48 mesi 100.000 km
Cambio automatico,
Bluetooth, Cerchi in lega,
Vernice Metallizzata

Canone € 740 i.e.

Il Canone Mensile Comprende:

- ✓ Finanziamento per acquisto auto nuova
- ✓ Bollo
- ✓ Assicurazione RCA
- ✓ Assicurazione Furto & Incendio
- ✓ Assicurazione Kasko
- ✓ Manutenzione Ordinaria (tagliandi)
- ✓ Manutenzione Straordinaria
- ✓ Sostituzione Pneumatici
- ✓ Pneumatici Invernali
- ✓ Soccorso Stradale
- ✓ Servizio a domicilio Veicolo Sostitutivo

mercuryspa.it
San Martino B/A (VR) - Viale del Lavoro, 33 - Tel. 045 8780588

MERCURY
Love Automobility.



The World *We Love.*

 OperaWine

Verona, SABATO 6 APRILE 2013

GRAND *Tasting*

New Premier Event at Vinitaly operawine.it

Verona 7|10 APRILE 2013

VINITALY 47^a Edizione


Another love story in Verona

Organized by



Together with



SOL & AGRIFOOD
TASTE OF BUSINESS

VINITALY.COM

VINITALY 2013



INTERVISTA A DOMENICO ZONIN. L'imprenditore, eletto presidente Uiv, traccia la linea per le strategie del settore

Unione Vini, la carica dei 500 «Sfide globali: unire le forze»

«Per vendere nel mondo occorre fare squadra: serve un sistema-Paese, come fanno i francesi»
Progetti: osservatorio e sostenibilità per le aziende

Silvia Castagna

La nomina l'ha festeggiata a prosecco. A qualche mese dai 40 anni si sente giovane al punto giusto per impegnarsi. Domenico Zonin, figlio maggiore del cavaliere del lavoro Gianni, è vicepresidente, con i fratelli Michele e Francesco, della casa vinicola di Gambellara, una holding del vino, nove tenute in sette regioni italiane più la Virginia negli Usa, è dal 18 febbraio anche presidente della Confederazione italiana della vite e del vino - Unione Italiana Vini. L'Uiv, nata nel 1895 è la più antica, e con le sue oltre 500 aziende associate che rappresentano il 70% dell'export italiano di vino, anche la più rappresentativa delle associazioni di categoria. Ha 60 dipendenti e 7 milioni di fatturato. Zonin è stato eletto all'unanimità dal consiglio di amministrazione all'indomani della scomparsa del past president Lucio Mastroberardino. La nomina è fino a giugno: «Ma se mi vorranno dare fiducia per altri tre anni sono a disposizione».

Il nuovo ruolo moltiplica impegni e problemi: chi gliel'ha fatto fare?

«Io penso che l'Uiv sia la casa comune del mondo del vino italiano. Prendersene cura è prendersi cura di sé stessi. Un esempio: il nostro futuro sta nell'esportazione. Bene. Sono stato a Shanghai. In uno degli hotel più importanti si organizzava una degustazione: la prima di vino italiano, la 54a di vino francese. Noi italiani siamo bravi, singolarmente, perché siamo simpatici, affabulatori, perché vendiamo un vino buono e che certo non annoia, vista la varietà. Ma penso ai Paesi "nuovi", Cile, Cina, Australia, che sono immensi, questo metodo può non funzionare sempre. O ci muoviamo come sistema Paese o non andiamo da nessuna parte. I francesi si sono organizzati prima e meglio. Loro hanno in ogni ambasciata un addetto all'agricoltura, noi alla forze militari».

Quindi cosa serve fare?

«Il primo passo è condividere. A Milano abbiamo presentato l'Osservatorio del vino. È un progetto di Uiv, in base al quale si mettono insieme i dati di vendita delle aziende - al momento una decina, l'idea è di arrivare a quelle 50 più rappresentative del mondo del vino in Italia - per analizzarli e mi-

gliorare le capacità di esportazione. Più aziende aderiscono più i dati saranno attendibili e più dettagliata sarà l'analisi, quindi sarà più semplice compiere scelte efficaci».

Il secondo passo?

«Investire sulla sostenibilità. Di per sé il vino è già un prodotto sostenibile, se pensiamo che spesso anziché forzare la produzione, cioè cercare di produrre più uva si tende a produrne meno, per aver più qualità. Poi in Italia sono state sperimentate una varietà di buone pratiche ecosostenibili, dall'uso di ferormoni per disorientare i parassiti, a quello di strumenti per assorbire i concimi aerei ed evitare che penetrino a terra. È tutto più costoso e meno credibile se ogni azienda fa a modo suo. Per questo l'Uiv ha lanciato qualche anno fa il progetto Tergeo (con 150 aziende), per raccogliere e diffondere esperienze di sostenibilità in vigna, per creare un protocollo, serio, approfondito con le università, condiviso con il ministero. Soluzioni pronte da adottare».

L'impegno più urgente?

«Il prossimo appuntamento è a novembre, alla Sime, la fiera che a Milano riunisce i produt-



Domenico Zonin, presidente dell'Unione italiana vini

tori di macchine per enologia. È un settore di eccellenza per l'Italia. Uiv sta lavorando per rinnovare il salone nella direzione dell'internazionalizzazione. Il rispetto per l'ambiente si traduce in valore di mercato, perché i consumatori sono sempre più attenti. È un percorso obbligato. Ed è una strada che sento molto mia».

Alla vigilia di Vinitaly lo stato di salute del mercato italiano del vino qual è?

«È in forma. Non solo regge ma cresce, sia in termini di vendite che di immagine. È il primo settore per l'export nell'agroalimentare. Poi ci sono denominazioni che vanno più

o meno: negli anni 2000 se non si beveva il rosso strutturato non andava bene, questa è invece la stagione delle bollicine. Sono tendenze, ma in un mercato globalmente in buona salute. Quello che è urgente fare è parlare con una voce sola verso le istituzioni, avere un pensiero unico per competere meglio verso il mondo. Se sotto il tetto comune dell'Uiv i produttori più importanti si sedessero a discutere serenamente di problemi comuni avremmo già vinto. Stiamo lavorando per costruire questa funzione "alta" dell'associazione, per compiere un salto di qualità di cui c'è bisogno e credo i tempi siano maturi».

PROGETTO. Promosso dalle Pari Opportunità Discriminazioni in vitivinicoltura: uno stop dal Veneto

Collis Group avvia uno studio:
un questionario a 350 lavoratori

Superare le difficoltà tra lavoratori e le discriminazioni di ogni sorta: da quella razziale a quella generazionale. Questo è l'obiettivo di un progetto di ricerca varato dal governo italiano e che sarà calato nei prossimi mesi in una delle più importanti realtà vitivinicole del Veneto. L'iniziativa sarà presentata a Vinitaly, martedì alle 11, negli spazi del Consorzio di tutela del Soave, padiglione 5 - stand G 4-7 e F 7: si tratta del primo studio sulla presenza delle discriminazioni di genere, età, etnia, cultura, nel mondo vitivinicolo, promosso dal Dipartimento per le Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio dei ministri e dall'Unar, l'Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali. Il progetto fa parte di un bando nazionale che ha selezionato cinque differenti ambiti produttivi, tra i quali Collis Veneto Wine Group è stato scelto per il settore dell'agroindustria.

Lo scopo dello studio, che è appena stato avviato, è di individuare ogni forma di discriminazione in ogni area di produzione e gestione della filiera vitivinicola, coinvolgendo non solo le cantine fondatrici di Collis Veneto Wine Group (Cantina di Colognola ai Colli e Cantine dei Colli Berici), ma anche le partecipate del Gruppo. Prenderanno parte allo stu-

dio quindi anche Cantine Riondo, Casa vinicola Sartori e Cielo e Terra. In numeri che raggruppa Collis Group sono del resto importanti: tremila soci produttori di riferimento e 6.700 ettari di vigneti. Collis si affaccia sul mercato internazionale come un colosso da 140.000 tonnellate di uve prodotte per un corrispettivo di oltre 100 milioni di litri di vino l'anno.

Nella ricerca in totale saranno coinvolti circa 350 lavoratori, tra personale stabile e stagionale. La prima fase del progetto prevede la compilazione da parte dei lavoratori, in forma anonima, di un questionario che fotografi il clima non solo negli stabilimenti o negli uffici ma anche sul campo, tra i filari delle vigne. Le domande e le relative risposte serviranno a comprendere eventuali prolemi e criticità sul fronte delle diversità personali, siamo razziali, che di genere, per età o per disabilità.

La seconda fase del progetto prevede poi una fase di formazione, che si baserà sugli eventuali punti critici emersi dall'analisi delle criticità. Lo scopo è di far acquisire ai lavoratori e alle figure di responsabilità le buone pratiche di prevenzione, di gestione dei conflitti e di acquisizione di capacità per rendere la diversità una risorsa positiva. ●

Via Pozzo, 2
VALGATARA di MARANO di VALPOLICELLA (VR)
Tel. 045 7703348 - info@sanrustico.it
www.sanrustico.it
www.facebook.com/SanRustico

GASO
AMARONE DELLA VALPOLICELLA
DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA
CLASSICO
San Rustico
... dal 1870

San Rustico
viticoltori dal 1870

In Certamine Vitae
Animus Patiens. Victor Exhibet

VILLA M Azienda Agricola
MONTELEONE

Raimondi

Valpolicella Doc Classico
"Campo Santa Lena"
Valpolicella Doc Classico Superiore Ripasso
"Campo San Vito"
Amarone Doc Classico
"Villa Monteleone"
Recioto Doc Classico "Palsun"

GARGAGNAGO (VR)
Via Monteleone, 12
Tel. 045.770.4974
Fax 045.680.0160
www.villamonteleone.com
info@villamonteleone.com



DALLA VIGNA ALLA TOVAGLIA. I costi frenano il consumo. L'Ais: «Ma ci si rinfacciano le colpe»

Bottiglie al ristorante: sfida al prezzo «giusto»

Ricarico, il rebus per i gestori: «Bene un aumento pari a 2,5 volte»
I sommelier avvertono: follie e crisi, in tavola sempre più vino sfuso

Morello Pecchioli

Continua il tormentone, anche se va scemando perché la crisi impone giudizio, che oppone le cantine ai ristoranti sul ricarico dei vini. Le prime incolpano i secondi di esagerare nella moltiplicazione del prezzo delle bottiglie a tavola, e quindi di non invogliare i clienti a consumare vino. I ristoranti rimandano le accuse al mittente giustificandosi con le forti spese: «Siete voi che dovete alzare la qualità e abbassare il prezzo». «Produttori di vino e ristoranti si comportano come i politici italiani», conferma Marco Aldegheri, vicepresidente veneto dell'Associazione italiana sommeliers (Ais). «Si rinfacciano le colpe. Il ricarico, e ben maggiore, c'è anche con le scarpe e con l'abbigliamento. Ma il nessuno protesta. Non ci sono più ricarichi folli sulle bottiglie. Il problema vero sono i consumi

**Occhio ai conti
«I valori si sono
aggiustati,
ma restano soglie
psicologiche
a 20 e 50 euro»**

ridotti. La crisi svuota i ristoranti, l'etilometro terrorizza. Una volta ci si divertiva e si spendeva. Adesso non più». Agostino Rizzardi, amministratore dell'azienda vitivinicola Guerrieri Rizzardi di Bardolino, segue da anni l'andamento del ricarico del vino al ristorante: «Sì, da quasi dieci anni confronto prezzi e valuto tattiche. I risultati sono che i ristoranti virtuosi hanno venduto e continuano a vendere più vino, mentre chi pensava di intascare di più alzando i margini di guadagno oltre il lecito, oggi è in grande difficoltà. In questi anni c'è stato un calo di vendite del vino nei ristoranti, ma alla fine i numeri e i prezzi si sono aggiustati, anche se rimangono alcune soglie psicologiche: i 20 euro e i 50. Un altro aspetto molto importante a proposito delle vendite di vino nei locali è l'affievolimento di un ristorante per determinate etichette: su queste mantiene ricarichi bassi, fa girare il prodotto e fa contenti i clienti».

Francesco Salamon, quarantaduenne patron e direttore del gioioso e goloso ristorante Perchè di Roncade (siamo nella Marca Trevigiana: pesce, territorio e pizze gourmet) confessa la sua soddisfazione per la "regola del tre": «Se si vuole vendere più vino bisogna ap-



Vino, una mescolta in un ristorante: dibattito aperto sui prezzi

plicare ricarichi giusti, offrire al cliente la possibilità di ordinare al calice e, nel caso che non abbia finito la bottiglia, proporgli di portarsela a casa offrendogli il wine bag, la borsetta portabottiglie». Salamon, che vanta la consulenza di un nutrizionista, gioca anche una quarta carta: la fantasia degli abbinamenti: «Mi riempie di soddisfazione l'abbinamento pizza-vino. È divertente, nutrizionalmente corretto e non banale come la birra». Sulla fantasia degli abbinamenti è concorda Susanna Tezzon contitolare dell'enoteca

con ristorante «Il giardino delle Esperidi» di Bardolino. Susanna vanta una carta vini tra le più ricche d'Italia: 700 etichette. Fedele al principio «meglio vendere tanto vino che farlo pagare tanto», iniziò la sua avventura enogastronomica raddoppiando semplicemente il prezzo di ogni bottiglia. «A un certo punto», racconta, «mi chiamò il commercialista e mi disse: così duri poco. Infatti non consideravo l'Iva, i costi di gestione, il magazzino dove tengo fermi i grandi vini anche cinque anni e non consideravo l'inevitabile rottura dei calici: ogni volta



Vinitaly: pubblico femminile durante la manifestazione

che uno va in frantumi ci rimetto 20 euro. Rifatti i calcoli al centesimo, il commercialista mi suggerì il ricarico più giusto: due volte e mezzo il costo della bottiglia. Così mi comporto, è un ricarico onesto per il cliente e per me. Ho imparato a non perdere di vista la cantina fin dai... fornelli. Creiamo piatti apposta per l'abbinamento con certi vini. Si fa fatica, ma le soddisfazioni ci ripagano».

E che succede quando produttore di vino e ristorante coincidono nella stessa persona? Franco Cristoforetti, titolare dell'azienda agricola Villa-

bella, è anche patron del bellissimo cinque stelle Relais Wine Villa Cordevo di Cavation Veronese: «Devo precisare, intanto, che molti clienti del ristorante risiedono in albergo e non temono l'etilometro. A tavola moltiplico il costo della bottiglia per 2,5, il giusto. In più applico la politica di vendita al bicchiere, molto gradita. I clienti, circondati come sono dai vigneti, chiedono il vino dell'azienda e se lo portano anche a casa. In questo caso applichiamo gli stessi prezzi della cantina».

Dario Tommasi, presidente dell'omonima, storica, azien-

da famigliare, è "ristoratore" tre volte. Contitolare del Caffè Dante in piazza dei Signori a Verona, è anche socio dell'antica Bottega del Vino tramite le Famiglie dell'Amarone d'Arte ed è proprietario, con la famiglia, di Villa Quaranta di Ospedaletto di Pescantina. «Il ricarico ottimale è 2,5», osserva, «ma dipende dalla tipologia del vino. Se la bottiglia è d'annata e di un grande produttore, quindi costosa all'origine, è ovvio che si carica di più. Se il ristorante è elegante e tra le figure professionali ha il sommelier, questo incide sul ricarico».

**Bardolino cocktail:
l'ora del Chiaretto**

A Hemingway, innamorato di vini veronesi e sapori stimolanti, la miscela tra Bardolino Chiaretto

spumante e liquore di zenzero, sarebbe piaciuta. Sarà proposta al lounge bar del Consorzio del

Bardolino (Vinitaly, padiglione 4, stand G3). Nei cocktail preparati dal barman Carmine Lamorte a

base di marmellate e gelatine d'autore (Paola Calciolari de Le Tamerici di Mantova) e nel gelato

(Mattielli di Soave), il vino del Garda dimostrerà la sua versatilità. Il Chiaretto Spumante

sarà protagonista di ovità per ricordare i cent'anni della lirica in Arena e la nascita di Verdi.

IN AEREO CON STILE. Progetto con le hostess, unico nel suo genere: «È un biglietto da visita»

Sommelier d'alta quota E il bouquet mette le ali

Air Dolomiti: assistenti di volo a scuola per curare il servizio del vino
L'Ais: iniziativa con 200 dipendenti, difendiamo i prodotti del Paese

«I signori passeggeri sono precati di allacciare le cinture, di spegnere i cellulari e di notare il colore paglierino del vino bianco che tra poco sarà loro servito. Al naso presenta sentori di pesca e in bocca si nota una vena aromatica. Piacevole il retrogusto di frutta tropicale». Fantaenologia aerea? No. Probabilmente non vedremo a bordo dei velivoli civili hostesse e steward col tastavin al collo, ma li sentiremo illustrare con competenza la wine card di bordo e sottolineare ai passeggeri le caratteristiche di un vino.

Già l'Alitalia si è avvalsa dell'Associazione italiana sommeliers per la selezione delle cantine, ma ora l'Air Dolomiti ha fatto un ulteriore passo in avanti mandando le assistenti di volo dei suoi Embraer 195 e degli Atr 72-500 ad un «seminario formativo sullo stile e la cura del servizio del vino».

Il progetto è iniziato quando Paolo Mugna, comandante pilota della compagnia partner della Lufthansa e sommelier, ha fatto notare a Marco Aldegheri, vice presidente dell'Ais veneto e suo amico oltre che collega di vino, che lo Spazio Italia, una sorta di vetrina espositiva di prodotti made in Italy, nell'aeroporto di Monaco, luogo dove passano e sostano milioni di passeggeri da tut-



Associazione Sommelier, Ais: le assistenti di volo al corso di formazione sulla cura e il servizio del vino

to il mondo, non raccontava abbastanza la bontà dei vini e dei prodotti tipici italiani.

Da qui al progetto di portare il territorio a bordo, creando eventi e preparando il personale di cabina, il passo è stato breve. «L'iniziativa è la prima del settore», spiega il veronese Aldegheri: «Il servizio di bordo è ancora agli albori, ma intanto abbiamo dato a circa 200 assistenti di volo una formazione di base. Un evento legato ai prodotti tipici di Parma è già stato fatto e ha avuto successo. Fino a ieri le hostess proponevano la bottiglia di vino con la stessa indifferenza con cui pro-

ponevano la Coca Cola, ora invece sanno come servire e come fornire qualche informazione sul vino che versano. La compagnia ha creduto al progetto e ci ha dato spazio investendo in corsi formativi». Le hostess di «Settimocielo» (questo il marchio dell'ospitalità di bordo di Air Dolomiti) si sono presentate ai corsi in una quindicina per volta. Hanno imparato come stappare con classe una bottiglia, ad annusare il tappo per escludere spiacevoli incontri nel bicchiere e hanno appreso i primi rudimenti dell'analisi sensoriale (occhi, naso, bocca). «Si sono dimostrate attente e interessate», fa presente Aldegheri: «Comunicare il territorio attraverso la cultura del vino è importantissimo. Spesso proprio il vino o il prodotto tipico servito a bordo è il primo contatto che un viaggiatore ha con l'Italia. Ed è anche l'ultimo». «L'assistente di volo», osserva, «è la prima che apre quella finestra sul nostro territorio per un target di passeggeri molto importante: imprenditori, professionisti, dirigenti d'azienda... È fondamentale che sia preparata e abbia acquisito un particolare senso di responsabilità». ●M.P.



Franco Cristoforetti



Susanna Tezzon



Francesco Salamon

«Direi che in media si può stare sul doppio, doppio e mezzo del costo», aggiunge Tommasi, «anche per un Quintarelli o un Dal Forno se li vendi subito. Ma alla Bottega del Vino ci sono vini che riposano in cantina da vent'anni. E questi non li puoi mettere soltanto al doppio del prezzo originale. Anche perché se uno sa di tappo...».

«Il problema del vino non è il ricarico», afferma deciso Roberto Anselmi, altro arcinoto produttore veronese, la cui figlia, Lisa, ha aperto a Soave l'enoteca con ristorante Realda, «perché i ristoranti che fan-

no i furboni non ce ne sono quasi più. Anche i loro danarosi clienti russi non si fanno più prendere in giro. I nostri vini di base, ma non solo i nostri, hanno un ricarico del 2,5 più iva. Quindi un sovrapprezzo giusto. Ma non si può stabilire una regola».

«Se mi trovo in un ristorante importante, dove c'è un sommelier di prima classe e dove ti servono il vino in diversi bicchieri di classe, di vetro soffiato, mi aspetto e giustifico un ricarico importante», ragiona Anselmi, «ma in questo momento bisogna favorire chi vuol consumare vino. Ero da

Vissani la scorsa settimana e si ragionava proprio di questo. È un problema che sentono anche i grandi». Pierino Grigolato, consigliere nazionale dell'Onav concorda con il ricarico di due volte, due volte e mezzo, ma dal suo osservatorio vede ancora molti ristoranti incontentabili: «Devono calare le pretese di guadagno. Vedo sempre meno bottiglie sui tavoli. Solo vini da pasto, sfusi. E questa è una mezza sconfitta per la vitivinicoltura italiana. La bottiglia è il simbolo del progresso dell'arte enologica tricolore: garanzia e qualità».



VINITALY 2013
DOMENICA 7 APRILE, ORE 12,15 - SALA SALIERI

50 ANNI DI QUALITÀ E BELLEZZA NEI TERRITORI

A 50 ANNI DALL'ENTRATA IN VIGORE DEL DPR N. 930 DEL 12 LUGLIO 1963 SULL'ETICHETTATURA DEI VINI, IL CONVEGNO PROPONE UNA RIFLESSIONE SUL VALORE DEL VINO OGGI CHE COMPRENDA LE DIMENSIONI ECONOMICA E IMPRENDITORIALE, SOCIALE, AMBIENTALE, TERRITORIALE

PROGRAMMA

APERTURA

Pietro Iadanza, Presidente Città del Vino

INTERVENTI

Numeri del vino. Vino e qualità territoriale
Silvio Menghini, Università di Firenze

La qualità che crea legalità, nuova economia e welfare.

Gian Carlo Caselli, Procuratore della Repubblica presso il Tribunale di Torino

Vino e sviluppo territoriale: le opportunità di lavoro.

Cristina Mottironi, Università Bocconi di Milano

TESTIMONIANZE DI GIOVANI IMPRENDITORI

Francesco Molinari, Delegato Giovani Impresa Coldiretti Siena

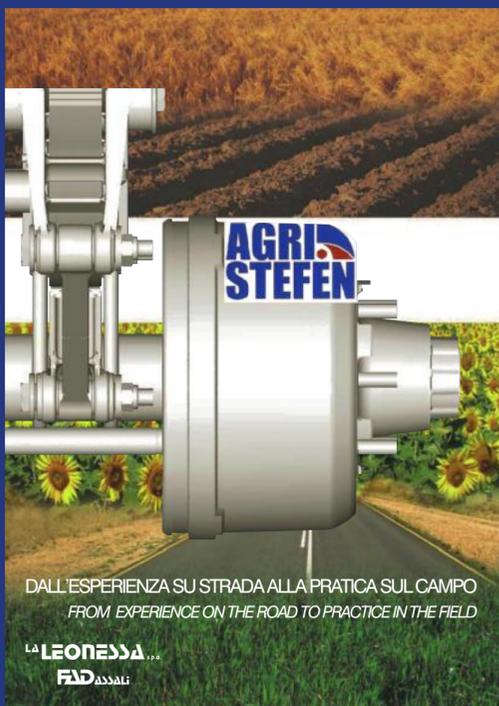
Riccardo Fioravante, Delegato Giovani Impresa Coldiretti Verona

TESTIMONIANZA DI "SINDACI PIONIERI" NELLA VALORIZZAZIONE TERRITORIALE LEGATA AL VINO

Ilio Raffaelli, già sindaco di Montalcino
Bruno Marchioni, primo Presidente del Consorzio del Soave

Conclusioni: SERGIO MARINI, Presidente Confederazione Nazionale Coldiretti
Modera: **Stefano Masini**, Responsabile Area Ambiente e Territorio Confederazione Nazionale Coldiretti
Con la partecipazione del **Ministro per le Politiche Agricole Alimentari e Forestali**

www.coldiretti.it



DALL'ESPERIENZA SU STRADA ALLA PRATICA SUL CAMPO
FROM EXPERIENCE ON THE ROAD TO PRACTICE IN THE FIELD

LA LEONESSA
FAD

AGRI STEFEN

trasferisce la forte esperienza ventennale maturata nella produzione di assali industriali al settore agricolo.

La continua modernizzazione dei mezzi impiegati in agricoltura che, progressivamente, stanno raggiungendo un livello tecnologico paragonabile alla sfera industriale, ha spinto Agri Stefan a mettere a disposizione le proprie conoscenze tecnologiche.

AGRI STEFEN progetta e sviluppa in collaborazione con il cliente sistemi tridem e tandem composti da assali e sospensioni.

La nostra qualità

Rispetto dei clienti. Rispetto dell'ambiente.

Migliorare i processi e i prodotti è la regola e la preoccupazione che ci accompagna da sempre con un modo di operare che comporta investimenti e un colloquio sempre aperto con i clienti.

Anche l'ambiente occupa un posto importante nelle nostre scelte. In conformità alle normative europee controlliamo le emissioni nocive e ricicliamo gli scarti riciclabili.

Ricerca e sviluppo

Il centro propulsore della nostra ricerca è rappresentato da uno staff di tecnici esperti che lavora all'innovazione continua della gamma di prodotti. Ogni prodotto, dall'ideazione, al progetto, alla produzione, è realizzato con i più moderni sistemi tecnologici e verificato con test sui prototipi.

La collaborazione attiva con i clienti è l'elemento indispensabile per la progettazione di nuovi prodotti

adeguati all'evoluzione dei macchinari e sempre meglio rispondenti alle specifiche esigenze della clientela.

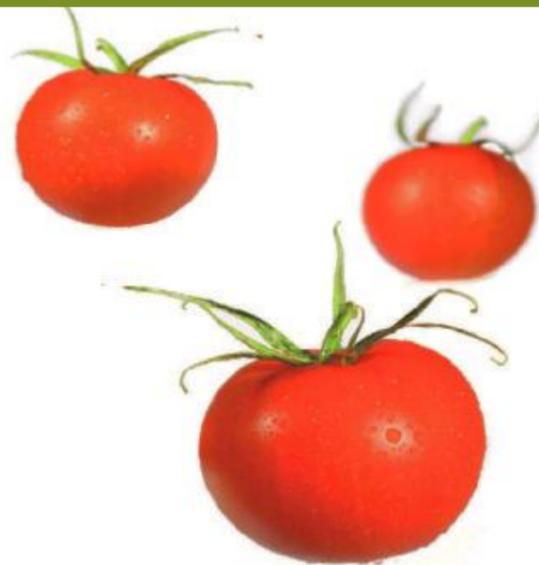
AGRI STEFEN è specializzata nella progettazione e nella fornitura di sistemi tridem e tandem adatti alle seguenti applicazioni:

botti, carrelloni e applicazioni speciali su richiesta del cliente.



AGRI STEFEN

Via G. Carducci, 42/44 - loc. Campagnola • Zevio (Verona) Italy
Tel. 045 8731740 • Fax 045 8739192
e-mail: info@agristefen.com • www.agristefen.com



FRANTOI
REDORO[®]
 DAL 1895

*L'extravergine d'oliva
 più alto d'Italia*

vinitaly

*Vi aspettiamo al Vinitaly:
 Padiglione C - Stand 49 - area Sol&Agrifood*

Via G. Marconi, 30

Grezzana - Verona - Italy - Tel. +39 045.907622

Fax +39 045.908048 - www.redoro.it

VINITALY 2013



ABBINATA. Il più importante salone internazionale dell'olio extravergine e Agrifood Club assieme in un'unica fiera per presentare al mondo i valori del cibo del Bel Paese

Sol&Agrifood, la vetrina dei tesori italiani

L'agroalimentare nel 2012 ha raggiunto i 25 miliardi di euro di fatturato. L'incremento registrato sul 2011 è stato dell'8%

Elisa Costanzo

La prima volta di Sol&Agrifood: olio e agroalimentare insieme per rafforzare il made in Italy. Non c'è solo il vino a trainare l'economia italiana, la prima voce delle esportazioni nazionali, infatti, è rappresentata dall'agroalimentare, che piace a consumatori europei e nord americani ma sta conquistando anche nuovi mercati e, con un incremento dell'8% nel 2012 rispetto al 2011, ha raggiunto i 25 miliardi di euro.

E proprio ai mercati internazionali puntano gli espositori di Sol, il più importante salone internazionale dell'olio extravergine di oliva, e Agrifood Club, la rassegna dell'agroalimentare italiano di qualità, uniti quest'anno in un'unica fiera per far capire agli operatori esteri del food l'unicità della tradizione gastronomica italiana. Collocata nel padiglione C di Veronafiere, la rassegna propone una serie d'iniziative dedicate al business. Tra queste il Gdo Buyers Club, momento d'incontro con la grande distribuzione, il Buyers Club Online e il Walk Around Oil Tasting, dove i trader esteri

potranno degustare, il primo giorno di manifestazione, sotto la guida del capo panel del concorso, gli oli extravergine di oliva vincitori del concorso Sol d'Oro presenti a Sol&Agrifood.

IL CATALOGO DEGLI OLI. Per la prima volta verrà anche realizzato il catalogo di tutti gli oli vincitori con il giudizio del panel, mentre il Ristorante Goloso li proporrà nel carrello degli oli. Continua, inoltre, la collaborazione con Unaprol, consorzio olivicolo italiano a cui aderiscono circa 550 mila produttori, impegnato nella campagna di internazionalizzazione dell'olio d'oliva extravergine italiano di alta qualità. Per caratteristiche di quantità, prezzo e qualità, infatti, gli oli extravergini di oliva italiani di fascia elevata mal si prestano ad essere immessi in circuiti commerciali tradizionali: grande distribuzione e catering indifferenziato.

Da qui la necessità di promuovere un processo di valorizzazione che deve passare attraverso innovazione e personalizzazione dell'offerta e presidio di circuiti commerciali ad alto rendimento, che permettano soprattutto una maggiore remunerazione. E in un contesto generale di crescita della domanda di olio d'oliva e olive da tavola, gli sbocchi sul mercato interno e internazionale hanno un'importanza decisiva per l'equilibrio del mercato comunitario. Per questo nel corso della manifestazione, Unaprol offrirà anche in-



Degustazione di olio nell'ambito di una delle edizioni degli scorsi anni di Sol, alla Fiera di Verona

formazioni aggiornate sul mercato mondiale e sui possibili sbocchi esteri per i produttori. Questo senza dimenticare l'educazione del consumatore, al quale verranno forniti buoni motivi per scegliere il prodotto italiano.

L'EXTRAVERGINE. L'olio di oliva extravergine italiano è diverso dagli altri, per effetto di una serie di fattori ambientali e varietali che incidono sulla variabile chimica del frutto. Le caratteristiche peculiari dell'olio extravergine di oliva possono

essere garantite al consumatore, in funzione del legame di un olio con il territorio in cui le olive sono prodotte.

Alla produzione di 42 dop e 1 igp presenti sul territorio italiano, Unaprol ha riservato il focus «Olio made in Italy, i numeri della dop» durante il quale si cercherà di capire anche perché, nonostante il comparto presenti un numero di riconoscimenti piuttosto elevato, a questo ammontare non corrisponda un consistente livello di produzione certificata e di fatturato. A quest'indagine

seguirà poi uno studio realizzato da Unaprol con Inea sulla lotta alla contraffazione.

La normativa in vigore istituisce il reato di contraffazione di indicazioni geografiche o denominazioni di origine, e punisce chi mette in etichetta indicazioni fallaci e non veritiere, con il ritiro dei prodotti e una serie di pesanti sanzioni. Gli aspetti della nuova legislazione verranno affrontati mercoledì 9 alle ore 10 nel convegno «Strumenti e metodi per la tutela dell'olio extravergine d'oliva».

In assaggio il meglio dei prodotti

E ci sono anche grappa, caffè e birre artigianali

Sui banchi degli espositori di Sol&Agrifood non mancheranno, oltre all'olio, tutte le altre specialità alimentari italiane. Per la prima volta sarà dato grande spazio alla pasta, con PastaTrend Preview, anteprima della manifestazione organizzata per il 2014 da Veronafiere e Avenue Media, per affermare il primato italiano di tutta la filiera, dalle materie prime alle tecnologie, alla gastronomia.

Ma oltre a questo, ci sono altri prodotti in vetrina a Sol&Agrifood: dai dolci ai prodotti da forno, dai salumi alle conserve ai prodotti ittici, dai formaggi all'olio extravergine di oliva, fino ai mieli, alla cioccolata, ai legumi e alle birre artigianali nell'ampio stand gestito da Assobirra. E in un salone che vuole fare business, ma anche cultura del prodotto, entra di diritto il polo di degustazione tenuto dal Centro studi assaggiatori.

Saranno presenti il Grappa & C. Tasting, banco d'assaggio che fornisce ogni anno le tendenze sensoriali nel settore degli spirits (grappe, amari, liquori), il Coffee Experience, cioè il più grande banco d'assaggio del caffè al mondo, e la nuova sezione «Narratori del gusto special guests»

dedicato quest'anno ai vini da dessert. Da non perdere poi l'incontro con Fipe, federazione italiana pubblici esercizi, che attraverso la gestione del Ristorante Goloso, punta ad esaltare la territorialità dei prodotti a «km zero» e biologici e terrà anche, all'International Meeting Point, una serie di workshop su temi d'attualità come l'andamento del consumo di vino al bicchiere o quello della richiesta di birre artigianali.

Non poteva mancare poi Golosario Prize, il riconoscimento istituito in collaborazione con i critici enogastronomici Paolo Massobrio e Marco Gatti, per premiare le eccellenze emergenti dell'agroalimentare presenti in fiera. Le degustazioni faranno da padrone invece nell'Agorà Food Tasting in cui l'Accademia delle 5T racconterà, ad operatori nazionali ed internazionali, le tradizioni locali attraverso l'alta cucina.

A disposizione delle collettive regionali c'è poi l'area dedicata al Cooking Show, con lo spettacolo di chef stellati che presenteranno le tipicità del cibo e dell'olio italiani di qualità. L'Organizzazione nazionale assaggiatori olio d'oliva, infine, in Oil Bar, offrirà la possibilità ad addetti ai lavori e curiosi di confrontare oltre 50 varietà di oli provenienti da diversi Paesi al mondo.

Degustazioni, convegni e serie di iniziative per la valorizzazione della produzione dell'olio d'oliva



Virtus, evolversi e naturale

CONCESSIONARIA



TRATTORI E ATTREZZATURE AGRICOLE NUOVE E USATE
SERVIZIO ASSISTENZA SPECIALIZZATO - CENTRO RICAMBI ORIGINALI - SERVIZIO NOLEGGIO



UNA VASTA GAMMA DI SPECIALISTICI AL TUO SERVIZIO

Via Roma, 16 - 37060 Nogarole Rocca (Vr) - Tel. 045.7925033 fax 045.7925652
Email: mafessanti@mafessanti.it - www.mafessanti.it

LAFAL

www.lafal.com
info@lafal.com

COSTRUZIONI METALLICHE di Franchini A. & C.



BOTTISTOP ROTATIVO BIS
Barriques da 225/300/350/500 lt.

Nasce dall'esperienza del botti stop rotativo new, offre gli stessi vantaggi, rendendo più pratico l'accesso alla barrique sottostante, inoltre dà la possibilità anche di eseguire cataste circolari.



Barriques da 225/300/350/500/600 lt.



REALIZZATO TOTALMENTE IN ALLUMINIO



E' stato studiato per poter movimentare le cataste anche con transpallet oltre che con carrello elevatore. Permette un agevole accesso alla barrique sottostante per varie lavorazioni di rabbocco, prelievi e batonage.

ROTOJOLLY GIRO PALLET

Apparecchiatura concepita per la rimozione e la precipitazione del deposito secondo il metodo classico.



QUADERNI (Verona) • Via Mazzini, 194 - Tel. 045.794.0278 • Fax 045.794.0907
Antonello Franchini 335 5382987



TENUTE FALEZZA

AZ. AGR. SAN FELICE srl

VERONA - Via Belvedere, 35 - info@aziendaagricolasanfelice.com

vinitaly

Saremo presenti al Vinitaly

Padiglione 7B - Stand G2

Enologo: Luigi Andreoli





SALONE. Viene esposto il meglio delle attrezzature per i produttori

Con Enolitech l'innovazione entra in azienda

In esposizione macchine per vigneto e uliveto, imbottigliatrici e arredi per enoteche e wine bar. L'anno scorso i visitatori sono stati oltre 26mila

Elisa Costanzo

Ad Enolitech la cantina diventa digitale. Il mondo dell'information and communication technology arriva al Salone internazionale delle tecniche per la viticoltura, l'enologia e la produzione olivicola e olearia, portando in scena il meglio dell'innovazione tecnologica, dalla raccolta all'imbottigliamento, fino alla conservazione, al trasporto e alla vendita on-line.

La manifestazione, che è in programma alla Fiera di Verona da domenica 7 a mercoledì 10 aprile 2013, in contemporanea con le manifestazioni di Vinitaly e Sol&Agrifood, alla sua 16a edizione, è pronta a su-

perare i numeri dello scorso anno, quando gli espositori erano stati 175. Di questi, 17 espositori sono esteri, provenienti da Austria, Cina, Danimarca, Francia, Germania, Giappone, Regno Unito, Repubblica Ceca, Russia, Slovenia, Stati Uniti e i visitatori 26.471, in linea con la manifestazione del 2012.

PRODOTTI. Da domenica, quindi, nel padiglione F (ingresso Romeo e Giulietta), operatori e appassionati avranno l'occasione di vedere macchinari, accessori, attrezzature e prodotti per la cantina e il frantoio, per la conservazione e la degustazione di vino e olio. Inoltre, ad Enolitech, debutta quest'anno il Digitalic Village, un'area espositiva in cui l'innovazione tecnologica e informatica si mettono al servizio della filiera del vino.

Una collettiva di aziende, guidate dalla rivista di settore Digitalic, che propone ai visitatori le ultime soluzioni 2.0, dalle infrastrutture wireless per la raccolta di dati tra le vigne o per portare la connettività in

cantina, fino ai software più moderni per la gestione del magazzino, le analisi del terreno o l'e-commerce. Il Salone, infatti, rappresenta il punto d'incontro privilegiato tra aziende ed operatori che possono contare sulla più completa panoramica di macchinari, attrezzature e accessori per la produzione, l'imbottigliamento, il trasporto, la conservazione e la degustazione di vino e olio.

INNOVAZIONE. Si va dalle macchine per vigneto e uliveto, alle bottiglie e imbottigliatrici, passando per tappi, cavatappi, bicchieri e cantinette, fino ai complementi d'arredo per enoteche e wine bar e agli strumenti di lavoro pensati per i sommelier. Ecco che Enolitech si presenta come una rassegna che si conferma, edizione dopo edizione, ad un tasso sempre crescente di innovazione che cattura l'interesse operatori e non solo.

Da un'analisi effettuata lo scorso anno da Veronafiere, infatti, sono proprio i wine lover a dare ossigeno al mercato de-



Macchinari e attrezzature esposti a Enolitech, alla Fiera di Verona

gli accessori, mercato che si presenta in costante crescita e sta contagiando anche gli estimatori dell'olio extravergine di oliva.

FILIERA DELL'OLIO. Per loro non solo accessori, ma anche tutte le attrezzature che ruotano attorno alla filiera dell'olio: dalle macchine per ottimizzare le operazioni di campagna, alla gestione della trasformazione; dai nuovi impianti per la produzione di energia da vinaccioli e dai residui della spremitura delle olive fino alla commercializzazione e al packaging dell'olio.

E per tutelare gli investimenti in ricerca e sviluppo della aziende presenti e gli stessi visitatori, al servizio anticontroffazione di Veronafiere, fornito come di consueto durante la manifestazione, quest'anno si affianca quello della Direzione generale lotta alla contraffazione del ministero dello Sviluppo Economico.

Durante la manifestazione alla fiera di Verona, presenterà in anteprima un sistema di riconoscimento del prodotto basato sulla tecnologia QR-code, un codice a barre bidimensionale applicato alle bottiglie di vino e olio. ●

L'extravergine al salone Sol&Agrifood

Una guida agli oli stellari e il via alla banca dati dell'eccellenza italiana

L'olio italiano sbanca il «Sol d'oro», portando a casa 13 medaglie su 15, e si presenta a Sol&Agrifood.

Dopo la delusione per i risultati dello scorso anno, che avevano visto l'Italia salire sul podio in una sola categoria, l'olio nostrano è tornato a primeggiare, conquistando 13 medaglie su 15 durante l'11esima edizione di Sol d'Oro, campionato del mondo per l'olio extravergine d'oliva, che si è svolto in fiera a Verona dal 18 al 22 febbraio.

In gara c'erano oltre 200 prodotti, provenienti da nove Paesi, Argentina, Cile, Uruguay, Libano, Grecia, Portogallo, Spagna, Slovenia e Croazia, oltre all'Italia, giudicati da un autorevole panel di giudici internazionali provenienti da Spagna, Cile, Slovenia, Grecia e Italia.

A prender parte al concorso, quest'anno, oltre alle tre categorie tradizionali, fruttato leggero, fruttato medio e fruttato intenso, anche i biologici e i monovarietali.

Per celebrare gli oli premiati, Veronafiere, organizzatore del concorso, ha ideato numerose iniziative sul fronte promozionale e di marketing durante Vinitaly. Novità assoluta sarà la «Guida agli oli stellari», con la scheda tecnica redatta dal panel internazionale dei giudici che sarà distribuita ai buyer e ai delegati esteri di Veronafiere nel corso di Sol&Agrifood

(www.solagrifood.com).

Particolarità della guida è quella di rappresentare la prima pubblicazione al mondo contenente una selezione di oli extravergine di oliva basata su blind tasting, degustazioni alla cieca.

Gli oli vincitori, poi, come già previsto da alcuni anni dal regolamento della competizione, porteranno sulla bottiglia il bollino Sol d'Oro che attesta il premio assegnato e l'inconfutabile qualità del prodotto. E inoltre i prodotti vincitori andranno a comporre il «Carrello degli Oli» del Ristorante Sol Goloso; verranno utilizzati nei minicorsi di cucina e avranno un'area di degustazione self-service a loro dedicata.

BANCA DATI PER L'OLIO. Per tutelare l'eccellenza italiana dalla contraffazione, in una logica di etichettatura trasparente, il Consiglio per la ricerca e la sperimentazione in agricoltura (Cra), ente vigilato dal ministero delle Politiche agricole, lancia la proposta di una banca dati per l'olio italiano. Il progetto, oltre al Cra dovrebbe coinvolgere altre istituzioni scientifiche con competenze specifiche, avrebbe una durata triennale e l'obiettivo di validare i modelli oggi disponibili, con un costo di circa 900mila euro.

Fondi che non sono ancora stati stanziati, ma che permetterebbero, una volta mappato l'olio italiano, di individuare le provenienze di oli esteri, anche se miscelati.

Quest'anno c'è la novità del Digitalic Village con l'informatica al servizio della filiera del vino



 Confagricoltura

Agricoltura, un settore in costante crescita e da "coltivare"!

Vieni a conoscerci e ritira la tua copia omaggio di Mondo Agricolo
Pad C - SOL - Stand 20

Scopri le nostre iniziative al Vinitaly e il nostro mondo su www.confagricoltura.it

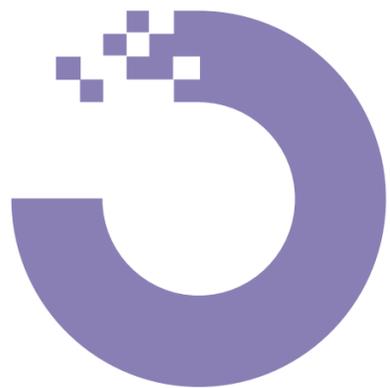


Seguici su



Quality of Daily Life Solutions

techno



contact

occhiali e lenti a contatto

qualità
convenienza
esperienza



Via Monte Pastello 6/A (Zona Industriale) | San Giovanni Lupatoto (VR) | Tel. 045 8779030 | Fax 045 8750128



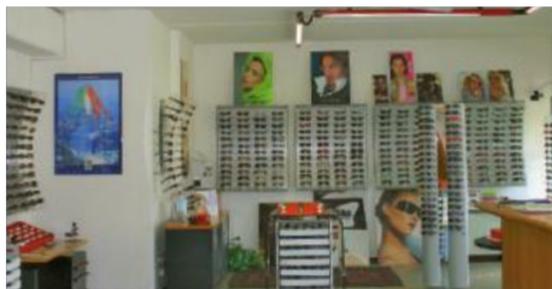
GRANDE ASSORTIMENTO DI MONTATURE
IN TITANIO E GRIFFATE



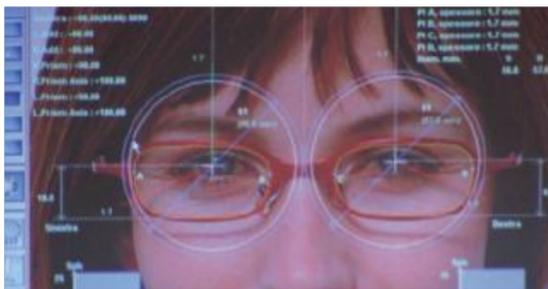
ESPOSIZIONE E VENDITA
IN ZONA INDUSTRIALE



VASTISSIMA SCELTA DI MONTATURE E LENTI
SPECIFICHE ANTI UV PER BAMBINI



OCCHIALI DA SOLE GRIFFATI
AD ALTA PROTEZIONE UV



SPECIALISTI IN LENTI PROGRESSIVE,
ALTE AMETROPIE E LENTI A CONTATTO



OLTRE 40 ANNI DI ESPERIENZA
NELLA PRODUZIONE





SOL&AGRIFOOD. In Fiera l'anteprima della manifestazione organizzata con Avenue Media e in calendario nel 2014

Pasta Trend serve in tavola l'imperatrice delle pietanze

L'Italia è leader mondiale nella produzione di pasta (3,2 milioni di tonnellate). Ogni italiano ne consuma 26 chili all'anno

Elisa Costanzo

È buona, fa bene e resiste alla crisi, ma soprattutto rappresenta un'eccellenza tutta italiana. È la pasta, la protagonista di PastaTrend Preview, anteprima della manifestazione in calendario nel 2014, promossa da Veronafiere e Avenue Media, organizzata nell'ambito di Sol&Agrifood.

Ad affermare il primato italiano di tutta la filiera, su 500mq, ci saranno 51 espositori: grandi ma anche piccoli produttori, rappresentanti del mondo della pasta, dalle tecnologie di produzione, dai condimenti, dalla ricerca delle sementi più sane fino alle paste biologiche, senza trascurare i piatti pronti e soprattutto la pasta fresca. Alla base della dieta mediterranea e un alimento immancabile della cucina italiana, basti pensare che un italiano su tre ne mangia almeno un piatto al giorno e in media ne consuma 26 chili l'anno, senza tener conto di quella fatta in casa.

Nel 2012 gli Italiani ne hanno, infatti, portati in tavola più di 1,5 milioni di tonnellate, che equivalgono a circa 2,8 mi-

liardi di euro. Un consumo, quello italiano, che è tre volte superiore a quello statunitense, greco e francese, cinque volte superiore a quella di un tedesco e di uno spagnolo, sedici volte superiore a quella di un giapponese.

LA PRODUZIONE. Inoltre, l'Italia è anche leader mondiale nella produzione con 3,2 milioni di tonnellate, seguono gli Stati Uniti con 2 milioni di tonnellate, il Brasile con 1,3 milioni di tonnellate e la Russia con 858mila tonnellate. Un piatto di pasta su quattro nel mondo è prodotto in Italia, che ricava dall'export di pasta nel mondo circa miliardi di euro, con numeri importanti soprattutto in Germania, Francia, Inghilterra, Stati Uniti e Giappone.

Non va dimenticato che, grazie alla dieta mediterranea e al consumo di pasta, l'Italia, insieme alla Spagna, ha oggi l'aspettativa di vita più alta in Europa ed è al secondo posto, dietro solo al Giappone, nel mondo. «Tutti gli studi epidemiologici eseguiti negli ultimi quaranta anni», evidenzia il professor Enrico Roda, past president della Federazione italiana società malattie dige-



La pasta è al centro di PastaTrend, la manifestazione che per la prima volta arriva alla Fiera di Verona

stive e attuale presidente della Fondazione istituto di scienze della salute, «documentano, in maniera inequivocabile, che l'adesione alla dieta mediterranea allunga la speranza di vita in buona salute, riducendo il rischio di malattie cardiovascolari e cancro. Questo effetto è dovuto in particolar modo alla componente vegetale. La pasta è, dal punto di vista salutare, il prodotto cerealicolo migliore perché presenta un indice glicemico basso e ricco di polifenoli, specie nella sua versione integrale. Pertanto, apporta un contributo fondamentale a quel 50% di car-

boidrati complessi che l'individuo dovrebbe assumere in un giorno».

ALIMENTAZIONE E SALUTE. La scommessa ora è come migliorarla. L'analisi sarà affrontata durante il convegno «Alimentazione e Salute» che vedrà riunita la comunità scientifica a Verona il prossimo 9 aprile. Medici, dietisti, farmacisti, biologi discuteranno la questione partendo dalle selezioni genetiche fino ad arrivare alla fortificazione della pasta, tenendo conto anche di un problema particolarmente sentito: l'intolleranza al glutine.

Centrale sarà anche la discussione sul ruolo del microbioma intestinale, ovvero quell'insieme di batteri che risiedono nel nostro intestino, la cui dimensione è talmente grande da realizzare una massa di dna pari a quella dell'individuo che lo ospita.

Secondo le rivoluzionarie scoperte degli ultimi tre/quattro anni ha un ruolo determinante per la nostra salute; ed è la chiave di volta su cui far leva per scongiurare l'insorgere della malattia metabolica e dell'obesità dilagante nella società contemporanea, ora curabile con la terapia chirurgica.●

Se ne parla il 9 aprile in un convegno

Intolleranze alimentari, alla ricerca della farina giusta per ogni stomaco

La pasta fa bene, ma purtroppo non a tutti. Sensibilità al glutine e celiachia, disagi metabolici cronici e non, dovuti a sensibilità o intolleranza permanente alla gliadina, la componente alcool-solubile del glutine, un insieme di proteine contenute nel frumento, nell'orzo, nella segale, nel farro, nel kamut, saranno tra i temi affrontati durante il convegno «Alimentazione e salute», che si terrà in Sala Vivaldi martedì 9 aprile, dalle 10 alle 18.

STUDI SCIENTIFICI. Da tempo la scienza studia questo malfunzionamento del metabolismo che negli ultimi anni si è evidenziato in un numero sempre più elevato di individui. Infatti recenti studi epidemiologici segnalano che i celiaci in Italia sarebbero 600mila, circa l'1% della popolazione, con un rapporto tra femmine e maschi di 2 a 1.

Bisogna però sottolineare che i pazienti a cui è stata diagnosticata la patologia sono 100mila, ciò significa che 5 persone celiache su 6 ancora non lo sanno e sebbene non abbia una trasmissione genetica diretta, è comunque caratterizzata da un certo grado di familiarità.

L'intolleranza al glutine procura importanti lesioni alla mucosa dell'intestino tenue, che regrediscono eliminando il glutine dall'alimentazione. La patologia è reversibile, se il soggetto celiaco non assume

alimenti con glutine o contaminati. Purtroppo il celiaco sarà tale per sempre: l'unica cura consiste in una dieta rigorosamente priva di glutine. E la dieta deve essere prescritta da un medico nutrizionista qualificato.

SPERANZE DALLA RICERCA.

Notizie recenti aumentano le speranze dei celiaci: nel corso di una ricerca scientifica sarebbe stato individuato un elemento in grado di combattere la disfunzione e avvicinarsi notevolmente ad una soluzione del problema se non alla definitiva sconfitta della celiachia. Inoltre da alcuni anni la comunità scientifica ha cominciato a riconoscere la sensibilità al glutine come patologia.

Il problema, infatti, è risultato più diffuso di quanto si pensi; secondo autorevoli studi, circa il 6% degli italiani soffre di disturbi che potrebbero essere riconducibili alla sensibilità al glutine, riconducibili a sintomi simili a quelli della celiachia.

Ma sembra si tratti di una situazione che, al contrario della celiachia, è transitoria e può risolversi dopo un periodo di alimentazione senza glutine non inferiore a 1-2 anni.

La sensibilità al glutine è causata da mal di testa, nausea, irritazione intestinale, stanchezza, dolori muscolari e molti altri problemi a cui, se si ignora la propria condizione di sensibilità, non si sa dare spiegazione. Per questo è importante il test sull'intolleranza alimentare.

 **grafiche seven**

GRAFICHE SEVEN S.P.A.

VIA FORTE GAROFOLO, 75 - 37134 VERONA

TEL. +39.045.82.71.011 - FAX +39.045.82.66.350

WWW.GRAFICHESEVEN.COM - COMMERCIALE@GRAFICHESEVEN.COM



IN UN VINO D'ARTE
C'E' DENTRO UNA
GRANDE STORIA
COME QUELLA DI
GRAFICHE SEVEN
CON OLTRE 40 ANNI
D'ESPERIENZA
NEL SETTORE.



TOYOTA

ALWAYS A
BETTER WAY

TRIVELLATO AUTO

Il tuo nuovo punto di riferimento Toyota

SERVIZIO
VENDITAASSISTENZA
E RICAMBISERVIZI
FINANZIARI E
ASSICURATIVIUSATO
GARANTITO

Apri a Verona la nuova concessionaria Trivellato Auto, dove sarà possibile scoprire tutte le proposte della gamma e dei servizi Toyota. Con l'occasione potrai scoprire **il Nuovo RAV4. Da sempre, IL SUV.**

TRIVELLATO AUTO

Verona - Viale Colonnello Galliano, 75 - Tel. 045 3195200

trivellatoauto.toyota.it



SFIDE. A Ponte Florio il recupero di una cantina del 1450. E arriva un «barile» largo oltre tre metri e lungo cinque

Botte record, l'arte del legno A Verona l'opera da Guinness

Menegolli di Grezzana presenta «Superba»: contenitore record da 425 ettolitri, 56 mila bottiglie. È nato per affinare il Valpolicella

Elena Cardinali

È tutta veronese la sfida per la botte più grande del mondo. E Vinitaly ne è la cornice. Sarà qui che l'azienda Menegolli di Grezzana, con una nuova struttura a Ponte Florio dove è in fase di ultimazione la cantina in un fabbricato del 1450 ristrutturato ed ampliato negli ultimi dieci anni, inaugurerà la botte più grande del mondo, denominata Superba ma battezzata Giulietta e Romeo in onore di Verona, interamente costruita con un blend particolare di legni, il misto Garbellotto, dell'omonima azienda di Conegliano Veneto.

La botte per l'affinamento del Valpolicella ha una capacità di 425 ettolitri, pari a 56.666 bottiglie, un diametro di 3,30 metri e una lunghezza di 5,10 metri. A vuoto pesa 5.000 chili. La botte avrà anche un'altra caratteristica. Sulle due testate sarà riprodotta la scultura del balcone di Giulietta con Romeo, opera dello scultore veronese Sergio Pasetto, con un bassorilievo di due centimetri. La botte sarà installata nel padiglione 7B, stand G4. Dopo la passerella a Vinitaly,

la Superba sarà smontata e riallestita nell'azienda Menegolli a Ponte Florio, nella sala religiosa, connotata da figure di santi.

Luigi Menegolli e il figlio Dario, titolari dell'azienda, vengono da tutt'altra esperienza, dal settore del marmo. «Ma negli ultimi dieci anni abbiamo maturato il desiderio di questa nuova avventura, che coniuga passione per il vino e amore per il territorio», spiegano. Un progetto ambizioso che si fonda su una trentina di ettari vitati a due passi dal castello di Montorio, all'ombra di forte John, per la produzione di Valpolicella.

Il consulente tecnico è Lorenzo Caramazza, responsabile tecnico della Cantina sociale Valpantena, di cui i Menegolli sono soci. Oggi Menegolli offre sul mercato due linee di vini Valpolicella, per una produzione complessiva di circa centomila bottiglie. La Premium propone vini con maggiore corposità provenienti da uve coltivate in collina e affinate lentamente in barrique, comprendenti Amarone, Valpolicella Superiore Ripasso, Recioto, Valpolicella doc e il Rosso Divino Igt. La linea Basic



Grezzana, la famiglia Menegolli: l'azienda punta a raggiungere quota mezzo milione di bottiglie

«Préara» offre invece vini da uve coltivate in zone più pianeggianti, con produzioni attente al disciplinare di produzione e con passaggi finali più brevi in barrique. Questa linea comprende Amarone, Ripasso e Valpolicella Doc. La prospettiva, ad azienda completata, è di arrivare sul mezzo milione di bottiglie nel giro quattro o cinque anni.

L'azienda a Ponte Florio si estende su due piani interrati di quasi 3.000 metri quadrati

ciascuno. Il primo è dedicato alla lavorazione del vino. Qui, a cinque metri sotto il livello del terreno, sono stati posizionati 72 serbatoi in acciaio inox. A servizio di queste cisterne sono stati installati sistemi per il lavaggio e la sanificazione dei serbatoi. Sotto il piano lavorazione si trova la bottaia per l'affinamento del vino, situato a 11 metri di profondità rispetto al livello del terreno. Il vino riposa in oltre 400 barriques di legno da

verse foreste europee. La bottaia è composta da sei sale a temperatura stabile, affrescate con 62 dipinti. Tutta la cantina è stata costruita con un antico sistema romano. Nei piani interrati sono stati innalzati muri secondari che distano un metro e mezzo dai muri della cantina che permette l'aerazione naturale e la salvaguardia da umidità, luce e rumori esterni favorendo una temperatura costante. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nel 2010 costruita per l'Amarone

Tommasi, addio primato con la sua «Magnifica»: «Bene la competizione»



Mastri bottai al lavoro nell'azienda Garbellotto a Conegliano Veneto

La Superba dell'azienda Menegolli va a erodere il primato da Guinness detenuto finora dalla Magnifica, la botte realizzata sempre dalla Garbellotto nel 2010 per la Tommasi Viticoltori di Pedemonte, la famiglia della Valpolicella che fa vino dal 1902, che fu presentata a Vinitaly. Allora era la più grande del mondo con i suoi 33.300 litri di capacità, pari a 44.000 bottiglie di vino. A vuoto anch'essa pesa circa 5.000 chili, è in legno di rovere ed è alta 4,5 metri. Nacque per essere destinata all'affinamento dell'Amarone.

In casa Tommasi, però, la competizione tra super botti viene vissuta con spirito sportivo. «In realtà non è nemmeno il caso di parlare di competizione», spiega Dario Tommasi, uno dei titolari

dell'azienda vinicola. «perché è giusto che ognuno faccia ciò che ritiene migliore per la propria ditta. La nostra è un'azienda consolidata da generazioni, con una produzione notevole non solo qualitativa ma anche quantitativa. L'idea di Magnifica era nata da una precisa necessità aziendale, per la produzione e l'affinamento dell'Amarone in grandi quantità. Nel caso dell'azienda Menegolli, che si affaccia da poco nel settore del vino, mi pare che questa iniziativa sia nata per soprattutto per fare audience. Ma non si tratta di una critica negativa, sia chiaro. Ben vengano i competitor di qualità nel nostro settore. E in questo caso di tratta ancora una volta di un'azienda veronese e di una botte di altissima qualità nata in Italia. E questo è particolarmente significativo e lusinghiero per chi lavora nel mondo del vino». E.CARD.

4words

web apps mktng solutions

by Sanmarco Informatica Spa

4words sarà al Vinitaly per presentare le nuove soluzioni web realizzate per le aziende vinicole.

Enolitech c/o Village Digitalic
Pad. F - Stand E8



www.4words.it



vinitaly
Another love story in Verona

Verona 7-10 Aprile 2013

www.vinitaly.com

VINITALY 2013



CURIOSITÀ. L'associazione di cinque cultori dell'ultimo prodotto della fermentazione dell'uva

Gli «Amici Acidi» che credono nell'aceto

L'interpretazione di Bezzecchi, Pojer, Widmann, Josko Sirk e Paternoster del fratello minore e spesso bistrattato del vino

L'aceto, fratello minore e spesso bistrattato del vino, a Vinitaly non manca. Una presenza fatta di discrezione e soprattutto di qualità, portata tra gli stand di veronaffiere in ordine sparso dagli Amici Acidi, un gruppetto un po' idealista di produttori di aceto da varie zone d'Italia: Andrea Bezzecchi, Mario Pojer, Andreas Widmann, Josko Sirk e Andrea Paternoster, i primi quattro specializzati in aceti e l'ultimo nel miele.

Bezzecchi guida l'Acetaia San Giacomo di Novellara (Reggio Emilia), Pojer ha la Cantina Pojer e Dandri a Faedo (Trento), Widmann conduce l'azienda vitivinicola Baron Widmann a Cortaccia (Bolzano), Sirk ha un'idea unica di enogastronomia e ospitalità con casette in mezzo al bosco nel Collio goriziano, poco lontano da Cormons, mentre Paternoster conduce la Mieli Thun a Vigo di Ton (Trento).

A Vinitaly tre sono presenti nel proprio stand (Pojer e Widmann) o ospitate da colleghi produttori di vino (Sirk è nello stand dell'azienda Edi Keber di Cormons).

Il loro progetto, che economicamente li rende un po' ideali-

sti, è quello di divulgare e far crescere l'amore e la passione per un sapore dimenticato e far conoscere l'aceto con la sua storia e la sua versatilità e lo fanno con tre semplici regole: materia prima, tempo e temperatura. E ognuno degli Amici Acidi produce il suo aceto con caratteristiche uniche.

La materia prima, spiega Josko Sirk della Subida, «deve essere di prima qualità e non lo scarto di altre lavorazioni». E per questo dal 2000 coltiva una piccola vigna di Ribolla Gialla solo per produrre aceto. Quindi pigia i grappoli, fa la diraspatura, fa fermentare il mosto in barrique e porta a completamento il processo di fermentazione che invece i cantinieri fermano al vino prima di arrivare all'aceto. E poi vengono fatti i travasi in altre barrique cui segue l'invecchiamento. E ci vuole tempo, molto tempo, quindi per arrivare a un aceto di qualità.

L'idea iniziale di Sirk era che un aceto di qualità potesse provenire solo dai migliori vini, ma si è arreso all'evidenza che non è proprio così visto che grandi vini non favoriscono l'innesco spontaneo dell'aceto.



Andrea Bezzecchi, primo in basso a destra, e, in senso orario, Mario Pojer, Andreas Widmann, Josko Sirk e Andrea Paternoster

«L'Italia è il primo produttore mondiale di aceto», spiega, «ma è quello della grande distribuzione, in molti casi di derivazione da sottoprodotti di lavorazione, da vini non più idonei alla mescolta».

In cucina Josko usa il suo aceto in moltissime preparazioni, anche nel gelato, e non solo quindi come condimento.

Gli Amici Acidi hanno anche realizzato un libriccino, «100 modi di usare l'aceto» e che contiene delle proposte sorprendenti.

Ma ci sono anche altri suggerimenti che partono dalla storia millenaria di questo prodotto molte volte citato nella Bibbia, compagno di viaggio nelle traversie del deserto per disserirsi diluito con l'acqua; Egizi, Babilonesi e Persiani lo

impiegarono per la conservazione dei cibi.

I Romani si dissetavano con la «posca», miscuglio di acqua e aceto che veniva venduta per strada. Una spugna imbevuta di posca fu quella che un pretoriano porse a Gesù sulla Croce. Non quindi un atto di crudeltà, ma di pietà da parte di un soldato verso un uomo che agonizzava sulla croce.

I legionari romani usavano l'aceto sia come condimento per il «moretum», un'insalata a base di aglio, cipolla, ruta, formaggio di capra e coriandolo, condita con olio e aceto e loro pasto abituale prima della battaglia, che come bevanda dissetante diluita con l'acqua e nella pulizia del corpo e per curare le piccole ferite. ● L. Bu.

IL CASO. L'esame del Dna svela l'origine di vecchi filari. E nasce un vino



Silvano Lorenzini, Christian Jenny e Damiano Bergamini FOTOPECORA



Un grappolo di Dorona

Da Venezia al Garda: la storia della Dorona

Sorpresa a Lazise: spunta un'uva di area lagunare

Morello Pecchioli

Autoctona sorpresa: la Dorona di Venezia, un'uva dal grappolo spargolo, gli acini tondi, di media grossezza, con buccia color dell'oro e piuttosto dura, non è presente solo sulle isole della laguna veneta, ma anche sulle colline del lago di Garda, a Lazise. Fino a tre anni fa quest'uva bianca i cui grappoli somigliano a quelli della Garganega e il cui mosto finiva mescolato con quello di altre uve, era un oggetto misterioso. Poi, grazie a un Indiana Jones delle viti a caccia di varietà autoctone, Damiano Bergamini, di un produttore di uve, Silvano Lorenzini, e di un vitivinicoltore, Christian Jenny, l'oggetto misterioso si rivelò all'esame del Dna un'uva antica, la Dorona di Venezia, ditta e nella pulizia del corpo e per curare le piccole ferite. ● L. Bu.

La storia è cominciata tre anni fa. A un convegno della Coldiretti Bergamini, 33 anni, vitivinicoltore e amministratore di Lazise, mette Lorenzini a parte del progetto Deco (Denominazione comunale) che sta seguendo per i prodotti tipici di Lazise. Lorenzini gli racconta che nella sua azienda in località Cadelora a Colà ha dai tempi del nonno vitigni che producono un'uva bianca color oro e dalla buccia forte che non sa cosa sia. Con quell'uva ha fatto un passito da «far fischiare» le orecchie.

Lorenzini, 53 anni, però, a parte il vino per sé, non vinifica. Così i due decidono di portare l'uva misteriosa a Christian Jenny, 46 anni, dell'azienda Le Caldane, a Colà. I tre procedono con microvinificazioni e scoprono che il vino non è niente male. Anzi. A quel punto l'esigenza di conoscere la varietà del vitigno si fa

imperiosa: Bergamini manda i campioni di microvinificazione all'Istituto sperimentale di viticoltura di Conegliano e il campione della vite al Centro di ricerca per la viticoltura. Il risultato gli dà ragione: il campione corrisponde alla Dorona. Nel 2011 Jenny produce con le uve di Lorenzini la prima annata di Vino Bianco di Lazise Deco: qualche centinaio di bottiglie, vendute in un amen. L'annata 2012 sarà imbottigliata entro poco: un migliaio di bottiglie. E adesso? Bergamini si è rivolto al Policlinico di Verona per nuove ricerche ed è a caccia del riconoscimento della Provincia scaligera e della Regione Veneto che aveva limitato alle isole lagunari la produzione della Dorona. Lorenzini ha raddoppiato il numero delle viti e ha fornito Barbatelle a Jenny. La produzione di Dorona di Lazise è piccola, ma crescerà. ●

Nuova Collezione SETA & CASHMERE 2013

A soli 7 km da Verona,
il più grande assortimento
di **modelli e colori**
in Seta&Cashmere
di prima **qualità**,
ad una **convenienza**
mai vista prima!




Duca di Valtorta
CASHMERE

**SPACCIO
DUCA DI VALTORTA
CASHMERE**

San Giovanni Lupatoto (VR)
Via Marconi, 14
Tel. 045 8751731



www.ducadivaltorta.it

VINITALY 2013

CONVEGNI. Numerosi gli appuntamenti di approfondimento per operatori e appassionati

Web, Cina, mercati e bio: ecco i temi caldi

Focus su territori, digital media marketing e nuove norme europee
Tra i protagonisti anche Renzi e Tosi intervistati da Oscar Farinetti

Ecco tutti i convegni e appuntamenti di approfondimento offerti dalla 47ª edizione del Vinitaly.

DOMENICA 7 APRILE

1° piano Palaexpo - Sala Respighi (ore 10.30). La semplificazione legislativa vista dai giuristi del vino e aggiornamenti su imbottigliamento in zona delimitata e relative deroghe. Unione Giuristi della Vite e del Vino

Centrocongressi Europa-Auditorium Verdi (ore 11). Inaugurazione 47ª Edizione di Vinitaly. Consegna delle Medaglie di Cangrande. Veronafiere

Centrocongressi Europa-Sala Salieri (ore 11.30). 50 anni di qualità e bellezza nei territori. Confederazione Nazionale Coldiretti

Centrocongressi Europa-Sala Vivaldi (ore 12). Born In Sicily: le eccellenze siciliane. Regione Siciliana Istituto Regionale del Vino e dell'Olio

Sala Bellini - Centrocongressi Padd 6/7 (ore 15). Assemblea Soci Comitato Grandi Cru d'Italia. Comitato Grandi Cru d'Italia

Sala Puccini - Centrocongressi Arena - Padd. 6/7 (ore 15). Il progetto per la Valutazione dell'Impatto della Vitivinicoltura sull'Ambiente: Viva Sustainable Wine. Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare.

1° piano Palaexpo - Sala Mozart (ore 15). Corso in Gestione delle Aziende Vitivinicole 3a edizione. Conferenza stampa chiusa al pubblico. Fondazione Cuoia

Centrocongressi Europa-Sala Vivaldi (ore 15). Il Vino Quotidiano: qualità senza compromessi. Slow Food

Sala Rossini - Centrocongressi Arena - Padd. 6/7 (ore 15). Premiazione delle aziende vincitrici delle Etichette d'Oro e dei premi speciali al 17° International Packaging Competition. Veronafiere

Sala Respighi - Centro Congressi Palaexpo. Morgan: Vini e Musica d'Autore. Spumanti dolci vs bibite gasate. Nuove consonanze in tavola per riscoprire la «dolcezza» di un pasto. Organizzato da Giorgi.

1° piano Palaexpo - Sala Mozart (ore 15.30). Le nuove politiche vitivinicole europee e l'impatto sul nostro settore. Organizzato da: Fondazione Cuoia

Centrocongressi Europa-Sala Salieri (ore 16). Il Vino, la Memoria, il Futuro. 1963-2013 La Legge delle Doc compie 50 anni. Comitato Promotore del 50° delle Doc in collaborazione con ministero Politiche Agricole Agroalimentari Forestali, Conferenza Stato Regioni, Veronafiere, Regione Piemonte.

Sala Rossini - Centrocongressi Arena - Padd. 6/7 (ore 16.30). Premiazione delle aziende vincitrici dei premi speciali e consegna diplomi di Gran Medaglia d'Oro e Medaglia d'Oro al 20° Concorso Enologico Internazionale. Veronafiere.



Non solo esposizioni e degustazioni, al Vinitaly molti gli approfondimenti sui temi forti del settore vino

LUNEDÌ 8 APRILE

1° p. Palaexpo - Sala Respighi (ore 9.30). Il Territorio nel vino: suggestione o realtà? Le Società Scientifiche incontrano gli operatori del settore vitivinicolo. Aissa - Associazione Italiana Società Scientifiche Agrarie

Sala Rossini - Centrocongressi Arena - Padd. 6/7 (ore 10). Vino: dalla frammentazione all'aggregazione. Idee per le imprese italiane. L'Informatore Agrario.

Sala Salieri - Centro Congressi Palaexpo (ore 10). Digital Media Technology & Wine Series. Introductory Seminar-The Chinese wine market: statistics and the new regulations-What is the future for Italian wines in China? Vinitaly International

Centrocongressi Europa-Auditorium Verdi (ore 10). Vino e dazi: esperienze e mercati a confronto. Alleanza delle Cooperative Italiane - Settore Agroalimentare/Vino

Centrocongressi Europa-Sala Vivaldi (ore 10.30). Vino e grande distribuzione: le strategie per il mercato italiano e quello estero. Vinitaly in collaborazione con Symphony Iri Group.

Sala Puccini - Centrocongressi Arena - Padd. 6/7 (ore 10.30). Le aziende familiari in Italia. Focus Settore Vitivinicolo. Presentazione Osservatorio Aub - Aidaf UniCredit Bocconi - e confronto con eccellenze imprenditoriali nel settore vitivinicolo. Organizzato da: UniCredit

Sala Bellini - Centrocongressi Padd 6/7 (ore 10.30). Analisi della nuova proposta legislativa inerente la gestione del potenziale vitivinicolo. Riunione chiusa al pubblico. Confagricoltura - Federazione Nazionale Vitivinicola

1° piano Palaexpo - Sala Mozart (10.30). Conferenza stampa Tergeo - Progetto di sostenibilità di Unione Italiana Vini. Unione Italiana Vini

Sala Salieri - Centro Congressi Palaexpo (ore 12). Digital Media Technology & Wine Series.

Seminar 1 - E-commerce: Breaking Down the great (E)wall of China. Vinitaly International

Sala Bellini - Centrocongressi Padd 6/7 (ore 14.30). Analisi delle opportunità commerciali per l'olio extravergine di oliva. Riunione chiusa al pubblico. Confagricoltura - Federazione Nazionale Vitivinicola

Sala Salieri - Centro Congressi Palaexpo (14.30). Digital Media Technology & Wine Series. Seminar 2 - Social Media Marketing. Vinitaly International

Sala Puccini - Centrocongressi Arena - Padd. 6/7 (ore 15). Il vino biologico e «gli altri». Norme tecniche, mercato e comunicazione trasparente al consumatore. FederBio

1° piano Palaexpo - Sala Mozart (ore 15.30). Oltre il Distretto di Qualità del Vino dell'Oltrepò Pavese. Distretto di Qualità del Vino dell'Oltrepò Pavese

1° piano Palaexpo - Sala Respighi (15.30). Wine Branding: l'identità rivelata. Strumenti che trasformano il Talento di una Cantina in valore per il mercato. Robilant & Associati in collaborazione con Vinitaly

Sala Rossini - Centrocongressi Arena - Padd. 6/7 (15.30). Sace: quando l'export diventa necessario. Sace

Sala Argento - Palaexpo (ore 16). XXV seminario tecnico Masi. Appuntamento expertise: natura e personalità con il lievito Masi. Ricerche del Gruppo Tecnico Masi e dell'Università di Verona. Degustazione tecnica. Masi Agricola spa

MARTEDÌ 9 APRILE

Centrocongressi Europa-Sala Vivaldi (ore 9.30). Alimentazione e salute. PastaTrend Palaexpo - Sala Mozart (ore 10) La "Biorefinery" nel settore enologico. Università degli Studi di Udine

Centrocongressi Europa-Sala Salieri (ore 10). Assemblea generale dei Soci dell'Associazione Enologi Enotecnici Italiani. Assoenologi in collabora-

zione con Veronafiere

1° p. Palaexpo - Sala Respighi (ore 10). La filiera vitivinicola tra biologico, sostenibilità ambientale e responsabilità sociale. Ccpb e Certiquality

Sala Rossini - Centrocongressi Arena - Padd. 6/7 (ore 10.30). Sostenibilità e innovazione in viticoltura per la competitività dei vini italiani. Bayer CropScience

Sala Puccini - Centrocongressi Arena - Padd. 6/7 (ore 11) Vino e Social Media: la networking per un approccio strategico al nuovo marketing del vino. Associazione Nazionale Le Donne del Vino

Centrocongrdesi Europa-Sala Salieri (ore 15). Il futuro del vino italiano in Cina e Brasile. Mercanti Dorio e Associati

Sala Puccini - Centrocongressi Arena - Padd. 6/7 (ore 15). Puglia, un territorio in cammino. Consorzio Movimento Turismo del Vino Puglia e Regione Puglia - Assessorato risorse agroalimentari

Palaexpo - Sala Respighi (ore 15). Credito Cooperativo di vino: servizi e strumenti finanziari del Gruppo bancario Iccrea. Iccrea Banca Impresa e Bit

Centrocongressi Europa-Auditorium Verdi (ore 17). Territori e saperi: esportare l'eccellenza italiana nel mondo. Parola a Matteo Renzi e Flavio Tosi. Conduce Oscar Farinetti. Organizzato da Eataly e Vinitaly International

MERCOLEDÌ 10 APRILE

Palaexpo - Sala Mozart (ore 10). Importanza del controllo dell'ossigeno durante il processo di imbottigliamento. Organizzato da: FT System

Sala Rossini - Centrocongressi Arena - Padd. 6/7 (ore 10). Assemblea Soci nel Decennale del Consorzio Cev. Consorzio Cev

dove: **Centrocongressi Europa-Sala Vivaldi (ore 11).** L'analisi annuale del mercato russo di vini e superalcolici. Riservato, solo su invito. Banfi & Simple. ●



SERIGRAFIA SU VETRO
PROMOZIONALI - BOMBONIERE
FORNITURE ALBERGHIERE

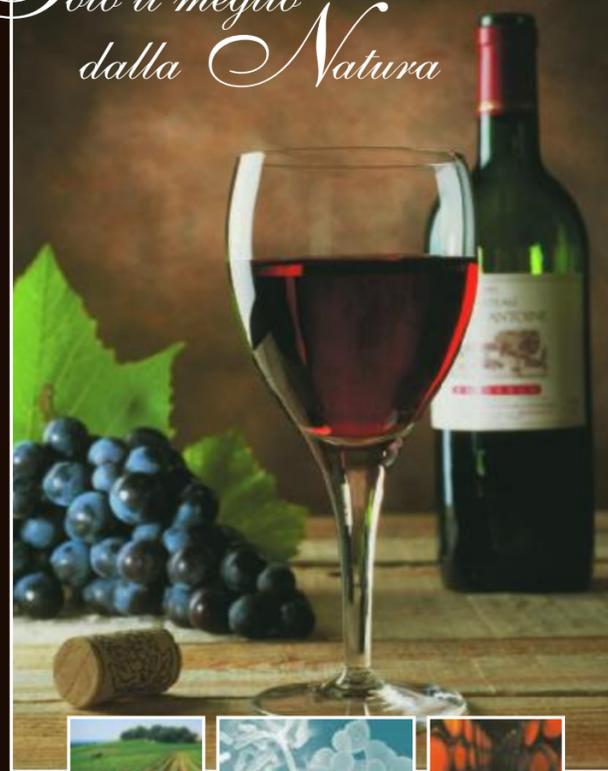
FOTO: www.eleabazzoni.com



San Vittore di Colognola ai Colli (VR) - Via Molini, 21

Tel. 045.6190760 - 045.7681692 - Fax 045.6198728 - @mail: info@gmaserigrafia.it

Solo il meglio
dalla Natura



Le selezioni Lallemand di lieviti e batteri offrono soluzioni originali e completamente naturali alla fermentazione di mosti e vini, garantendo la migliore espressione della tradizione enologica

LALLEMAND INC. Succ. italiana - Via Rossini 14/B - 37060 Castel d'Azano (Verona) tel. +39-045.51.25.55
Un mondo di soluzioni naturali per valorizzare i Vostri vini - www.lallemandwine.com

LALLEMAND

FUORI C'È UNA STANZA IN PIÙ.

DAL 3 APRILE
AL 26 MAGGIO,
PROGETTA E ARREDA
GLI ESTERNI
DELLA TUA CASA.

FUORI C'È UN POSTO
PER TUTTI

€399,00
€457,00 **-12,7%**



FUORI C'È UN ANGOLO
PIÙ FRESCO

€289,00



FUORI C'È TANTO
SPAZIO PER LE
TUE PIANTE

€69,00



LA CARTA VANTAGGI PER
TUTTI I PROGETTI DI
CASA TUA!



LEROY MERLIN
Verona
S. Giovanni Lupatoto
Via Monte Amiata ang. Monte Pastello
37057 S. Giovanni Lupatoto (VR)
Tel. 045.87.58.100

ORARIO DI APERTURA:
Lun-Sab: dalle 9.00 alle 20.30
**APERTO TUTTE
LE DOMENICHE**

VINITALY 2013



CURIOSITÀ. A due passi dall'Arena un negozio legato al territorio

L'enoteca vetrina per le piccole aziende vinicole

L'Emporio diVino punta sulla qualità a prezzi contenuti. «Riusciamo a dare a privati ed esercenti anche la produzione che è fuori dai grandi circuiti»

Maurizio Corte

Un'enoteca nel cuore di Verona per portare il vino delle piccole cantine scaligere nel mondo. È questo - e altro - l'Emporio diVino, il negozio di via Pallone 8/b aperto nel 2007 da Alberto Zambelli e Lorenzo Greatti. «Il nostro obiettivo», spiegano, «è di consentire anche ai piccoli produttori veronesi di essere presenti sui tavoli dei ristoranti e degli winebar cittadini. E di entrare nelle case dei clienti stranieri che vengono a Verona per turismo».

Incrociare gli amanti del vino da tutto il mondo è del resto facile, per l'Emporio diVino. L'enoteca è sulla strada che i turisti percorrono dopo aver parcheggiato auto e bus vicino al ponte del cimitero. Il passaparola e il sito web (www.emporiodivino.com) fanno il resto. «La nostra scelta è stata chiara sin dall'inizio: proporre soltanto vini veronesi», sottolineano Zambelli e Greatti. «Siamo l'unica enoteca a Verona che vende solo prodotto del territorio. Tutto è

partito con le nostre guide enoturistiche: un vino (dal Custozza al Soave, dal Valpolicella al Bardolino) e il suo territorio».

Dalla passione per il vino agli studi come sommelier della Fisar il passo è stato breve, per Zambelli e Greatti: «Non abbiamo grossi nomi, fra le nostre etichette; e neppure le cantine sociali. Loro fanno un buon lavoro di promozione del vino scaligero nel mondo; noi spingiamo i piccoli produttori: anche chi mette sul mercato solo 5-10mila bottiglie».

PICCOLI PRODUTTORI. I piccoli produttori possono così vedere servite le loro bottiglie anche sui tavoli dei ristoranti e nei bar di qualità. L'Emporio diVino è distributore di vini nella rete della ristorazione veronese per conto delle aziende vitinicole. «Possiamo fornire anche due-tre cartoni di bottiglie di vino alla volta», spiegano i due titolari. «Siamo di fatto il negozio dei piccoli produttori. E lo siamo con i prezzi che i clienti, privati o ristoratori che siano, troverebbero in cantina. Come potrebbe, del resto,

una piccola azienda per mettersi un punto vendita in città?». L'altra peculiarità dell'enoteca di via Pallone sono i prezzi, tanto che si possono spendere anche solo 4,50 euro per una bottiglia di buon Valpolicella.

CHI SONO I CLIENTI. «Gli italiani sono acquirenti spesso di fascia alta», spiegano Alberto Zambelli e Lorenzo Greatti, che fanno anche consegna a domicilio nell'area della città. «Soprattutto professionisti in cerca di una produzione che non trovano nella grande distribuzione organizzata. Gli stranieri sono un mondo composito: dai turisti dei bus, che comprano due-tre bottiglie, ai vacanzieri di giugno dal Nord Europa che riempiono l'auto di vino veronese, ai russi, ai brasiliani o ai turchi che vengono a Verona per le fiere».

Con che criterio sono scelti i vini da vendere? «Cerchiamo prodotti di alto livello, dal prezzo ragionevole e con una bella immagine», rispondono i titolari dell'Emporio diVino, che forniscono consulenza an-



Lorenzo Greatti e Alberto Zambelli, titolari dell'Emporio diVino

che per le cene in casa, consigliando gli abbinamenti fra i menù delle serate e i vini adatti. «Il lunedì lo dedichiamo al giro delle aziende: visita alle coltivazioni e poi la conoscenza della cantina con gli assaggi. I clienti interessati possono venire con noi in visite guidate alle realtà vitivinicole. Il venerdì è invece dedicato, su prenotazione, alle serate degli assaggi in negozio: spieghiamo ai clienti l'approccio al vino, l'analisi sensoriale. Lo facciamo con degustazioni dove invi-

tiamo i produttori che ci riforniscono».

Un capitolo a parte, ma non meno interessante, riguarda il cibo - stavolta non soltanto scaligero - che l'Emporio diVino propone: olio extravergine di oliva (di Mezzane e del lago di Garda, ad esempio), pasta veronese, tartufi del Molise, aceto balsamico di Modena e Reggio Emilia, cioccolato di Alba, i dolci natalizi e pasquali. Tutti prodotti scelti con la stessa attenzione alla qualità con cui viene scelto il vino. ●

RICERCA. Iniziativa del Ducato dei Vini Friulani

Giovani, solo il 31% dice di avere la cultura del bere

Il 54% lo fa in modo occasionale
E le ragazze cominciano prima

L'81% dei giovani beve vino o altri alcolici e, per poco più della metà, solo saltuariamente o al più durante gli week end; mentre il 28% lo fa regolarmente.

Le ragazze iniziano a bere prima dei maschi, partendo da aperitivi leggeri e poi convertendosi soprattutto al vino, mentre i ragazzi prediligono la birra.

Sono alcuni dei dati emersi dall'indagine compiuta dal Ducato dei Vini Friulani, analizzando i questionari raccolti in 3 anni di «Aperitivi guidati» sul tema del bere consapevole e la cultura del vino, a cui hanno partecipato un migliaio di studenti universitari del Friuli Venezia Giulia.

Tutti hanno ammesso una scarsa conoscenza del vino (solo il 31% quelli che dichiarano di conoscerlo bene) e una forte propensione a saperne di più, come elemento fondamentale della cultura enogastronomica e come prodotto alimentare: la sua composizione, le sue proprietà, i migliori abbinamenti con i cibi, gli effetti sull'organismo alle varie dosi.

Soltanto il 28% assume il vino a pasto, in maniera tradizionale, come complemento del cibo quotidiano. Il 54% beve vino occasionalmente, in genere il sabato sera, per lo più in compagnia anche al fine di so-

cializzare meglio. Il 18% assume vino in occasioni varie, talvolta anche a pasto, ma non regolarmente.

I dati sono stati presentati in occasione dell'incontro «I giovani alla scoperta del vino».

Percorsi per studenti alla conoscenza e al consumo consapevole», che si è svolto di recente al Teatro Comunale di Gradisca, organizzato con il patrocinio e la collaborazione dell'assessorato all'Agricoltura della Regione Friuli Venezia Giulia e del Comune di Gradisca, condotto da Andro Merku.

Piero Villotta dal Ducato Vini Friulani ha evidenziato il grande interesse riscosso da parte dei giovani per la campagna di educazione al bere e per gli aperitivi guidati da enologi, produttori, medici, agenti della Polstrada, grazie ai quali i ragazzi - dopo aver bevuto tre assaggi di circa mezzo bicchiere di vino ciascuno accompagnati da degustazione di prodotti friulani - si sono potuti sottoporre alla prova dell'etilometro per verificare le proprie oggettive tolleranze e le loro personali possibilità di bere anche ai fini della guida.

Circa l'80% dei maschi ha fatto rilevare un tasso alcolemico compreso tra lo 0,2 e lo 0,3 per mille mentre l'80% delle ragazze ha fatto rilevare un tasso tra lo 0,3 e lo 0,4 per mille. ●

www.hinowa.com

Hinowa

Trattorino Trasporter cingolato

Doc TRAK 37.100

Veloce, allargabile, potente e sicuro!

Ingombri ridottissimi!

Portata 1000 kg

Trinciaerba con traslatore laterale

Cassone con ribaltamento idraulico Capacità 0,5 m³

Sistema di allargamento idraulico 990-1490 mm

Kit Atomizzatore: Portata cisterna 215 lt. Pompa a 3 membrane pressione 40 bar portata lt./min 70

Altri accessori disponibili:

- turbina da neve
- spargisale posteriore
- lama frontale

Alta velocità:

- I vel. 0-7,5 km/h
- II vel. 0-15 km/h

HINOWA SPA Via Fontana - 37054 Nogara - VERONA - Italia - Tel. 0442 539100 - Fax 0442 88790 - hinowa@hinowa.it

VINITALY 2013

SALUTE E REGOLE. I dati dell'ufficio di Conegliano dell'Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi

Nel Triveneto 2.986 ispezioni per l'agroalimentare nel 2012

Attività spesso sconosciuta all'opinione pubblica che tutela la salute dei consumatori e difende i diritti dei produttori contro la concorrenza sleale

Lontano dai riflettori, vicini ai consumatori per tutelarne la salute e a fianco dei produttori onesti per proteggerli dalla concorrenza sleale. È l'attività che si cela dietro alla sigla esoterica Icqrf, che vuol dire Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi dei prodotti agroalimentari che dipende dal ministero delle Politiche agricole. Il Veneto fa capo all'ufficio di Conegliano, Treviso, che ha sedi staccate a Verona, San Michele all'Adige (Trento) e a Udine. Direttore dell'ufficio Icqrf di Conegliano è Gianluca Fregolent. La competenza territoriale dell'Ufficio Icqrf di Conegliano si estende, oltre che al Veneto, al Trentino Alto Adige e al Friuli Venezia Giulia.

LA TUTELA È L'IMPERATIVO. «Il nostro imperativo è la tutela delle produzioni agroalimentari», sottolinea Fregolent.

«Le Venezie sono connotate da una delle più importanti attività agroalimentari d'Europa. L'agroalimentare è diventato il primo settore per l'export italiano, superando la manifattura. E il settore vitivinicolo», sottolinea il direttore dell'Ispettorato triveneto, «ha assunto un rilievo fondamentale per l'economia agricola. I prodotti di punta come l'Amarone, il Collio, il Prosecco senza dimenticare il Soave, solo per citarne alcuni, sono denominazioni che devono essere tutelate nel mondo, ma anche nei luoghi di produzione».

COLLABORAZIONE. I risultati dell'attività derivano anche, se non soprattutto dalla collaborazione tra i diversi soggetti deputati ai compiti di polizia. «L'approccio sinergico con enti, organismi di controllo e altre forze di polizia, principalmente Corpo Forestale dello

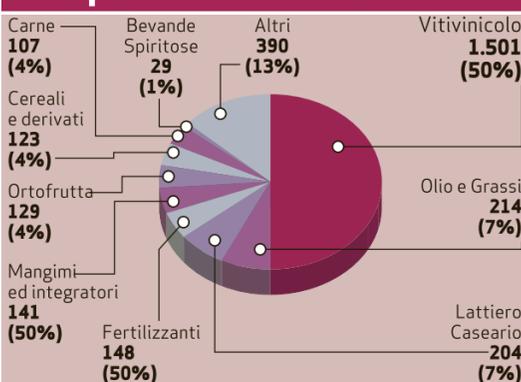
Stato e il Nucleo antifrodi dei carabinieri», specifica Fregolent, «sta portando riscontri molto importanti per le produzioni agroalimentari del nostro territorio, rendendo concrete le azioni per la tutela dei prodotti e delle aziende che rispettano le regole».

In particolare per il settore vitivinicolo, afferma Fregolent, «l'Icqrf di Conegliano garantisce il 50% delle ispezioni programmate annualmente e il 60% dei prodotti controllati sono vini».

ATTIVITÀ NEL TRIVENETO. Nel 2012 l'Icqrf di Conegliano ha effettuato nel Triveneto 2.986 controlli. Gli operatori controllati sono stati 3.231 e 1.140 i campioni prelevati per un totale di 7.524 prodotti controllati. I sequestri effettuati sono stati 80 nell'arco dell'anno per un valore complessivo di 3,624 milioni di euro. Le notizie di reato derivate dall'attività di ispezione sono state 17, mentre 526 sono state le contestazioni amministrative con un rapporto del 17,6% tra contestazioni e ispezioni.

«Spesso il nostro lavoro è svolto in sordina», commenta Fregolent, «ma gli operatori ci riconoscono professionalità e discrezione con cui garantiamo

Le ispezioni nel Triveneto



le corrette condizioni di concorrenzialità tra le aziende e la tutela da quei soggetti che non intendono rispettare le regole per la corretta rivendicazione dei prodotti certificati. L'opinione pubblica non ci riconosce e non è consapevole del lavoro che quotidianamente svolgiamo, questa pertanto è l'occasione per presentare i risultati delle attività a tutela dei prodotti agroalimentari e ottenere riconoscimenti anche dai consumatori e dalle loro associazioni. Ogni consumatore», sottolinea Fregolent, «deve essere consapevole che quando mangia italiano mangia un prodotto sicuro, perché ci sono professionisti che ogni giorno presidiano le attività produttive».

LO STAND DEL MINISTERO. E per illustrare l'attività anche del

Ispettorato, a Vinitaly, come è tradizione, sarà presente il ministero delle Politiche agricole con un'area di circa mille metri al piano terra del portico del Palexpo.

Nello spazio espositivo saranno presenti, oltre all'Icqrf, il Corpo forestale, i Carabinieri Politiche agricole; l'Agea, Agenzia per le erogazioni in agricoltura; il Cra, Consiglio per la ricerca e la sperimentazione in agricoltura; l'Inea, Istituto nazionale di economia agraria; l'Ismea, Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare; l'Isa, Istituto sviluppo agroalimentare; la Rete Rurale Nazionale; Onilfa, l'Osservatorio nazionale per l'imprenditoria e il lavoro femminile in agricoltura, e l'ex Oiga, Osservatorio per l'imprenditorialità giovanile in agricoltura. ●g.d'a.

TRIBUTO CULTURALE

Bellavista dedica a Orazio la riserva Moretti 2006

Bellavista presenta al Vinitaly e a Opera Wine alla Gran Guardia la vendemmia 2006 della riserva Vittorio Moretti, con la quale prosegue il progetto New air on wine dando vita alla Raccolta Creatori, omaggio alle grandi voci della cultura italiana che hanno rappresentato un riferimento e un esempio di arte e creatività. Da questa edizione, le prossime vendemmie della Riserva Vittorio Moretti saranno dedicate a una di queste voci.

Quest'anno la riserva 2006 è stata dedicata a Quinto Orazio Flacco. Filosofo «del giusto mezzo», Orazio seppe vivere il suo tempo facendo della poesia un gioioso strumento per cogliere la verità della vita e del cuore umano. In lui il sentimento della natura è anche saggezza del vivere quotidiano. Creata nel 1984 la Riserva Vittorio Moretti da allora è stata realizzata 8 volte. In questo vino si compongono le selezioni dei più antichi vigneti di casa Bellavista, lavorate con attenzione e passione. La limpidezza dello stile e l'armonia delle note si fondono all'energia che scaturisce dalla complessità degli storici vigneti, rendendolo un vino inconfondibile e senza tempo.

A fianco della Vittorio Moretti 2006 saranno in degustazione i quattro millesimati di Bellavista, Gran Cuvée brut 2007, Gran Cuvée Satèn 2008, Gran Cuvée Pàs Operè 2006, Gran Cuvée Rosè 2007, oltre ai due Convento SS Annunciatina e l'Uccellanda e lo Chardonnay Alma Terra. ●

TERRITORI E CANTINE

Planeta porta in vetrina le sei Sicilie dei suoi vini

Ulmo a Sambuca di Sicilia; Buonvini a Noto; Dispensa a Menfi; Dorilli a Vittoria; Sciarra Nuova a Castiglione di Sicilia ai piedi dell'Etna; La Baronia a Capo Milazzo. L'azienda agricola siciliana Planeta a Vinitaly porta i due vini Eruzione 1614 Bianco Carricante e Eruzione 1614 Nerello Mascalese per rendere sempre più concreto il progetto «Ogni Territorio la sua Cantina».

Dare forma e gusto alla Terra, si legge in una nota dell'azienda, è il sogno di ogni viticoltore. E farlo in Sicilia, solo in Sicilia, o meglio, nelle tante Sicilie. Da Sambuca di Sicilia e Menfi, passando per Vittoria, Noto, Castiglione di Sicilia e, infine, per Capo Milazzo, sono sei i territori nei quali il lavoro della famiglia Planeta consiste nel preparare la vigna affinché il suo frutto esprima con chiarezza la terra, in tutto il suo vigore individualista.

Sei diverse personalità che, anche se con voci differenti, racconteranno anche a Vinitaly una Sicilia diversa e unica, un luogo senza possibili confronti.

Planeta, inoltre crea in occasione di Vinitaly un Vinaly anche per chi non è a Verona. Un evento «Fuori» fiera dedicato al mondo del trade siciliano, in cui tutti i clienti del territorio potranno degustare tutti i vini nuovi e le nuove annate senza andare troppo lontano.

Una degustazione nel cuore del territorio della dog Cerasuolo di Vittoria che si svolgerà nella cantina Dorilli, martedì 9 dalle 10.30 fino alle 16. ●



Ogni giorno dei professionisti controllano le produzioni alimentari italiane

GIANLUCA FREGOLENT
DIRETTORE IcqRF DEL TRIVENETO

TECNOVITIS Snc

Tiziano Stizzoli

Costruiamo il tuo vigneto dove vuoi tu per una viticoltura di precisione e qualità

Via Montecurto di Sotto, 6
Lavagno (Vr)
Tel. / Fax 045 982100 - Cell. 338 9947199
tecnovitis.stizzoli@pec.it

ENOGAS

impianti per l'enologia e gas tecnici

- ❁ IMPIANTISTICA ALIMENTARE
- ❁ SALDATURA CON ORBITALE
- ❁ IMPIANTI PER GAS TECNICI
- ❁ APPLICAZIONI SPECIALI IN CAMPO ENOLOGICO
- ❁ RACCORDERIE SALDATE A RICHIESTA
- ❁ CARPENTERIA IN ACCIAIO INOX

Enogas s.r.l. Lugagnano di Sona - Verona - Via Liguria, 45
Tel. 045.608.1206 - Fax 045.608.8769 - www.enogas.it - info@enogas.it

VINITALY 2013



AGRICOLTURA VERDE. L'ecosostenibilità delle coltivazioni e del lavoro in cantina in progetti e dibattiti in Fiera

La green economy nel vigneto Il gusto si sposa con l'ecologia

Controllo delle emissioni di gas serra, riduzione dei consumi di acqua e impianti autosufficienti sul piano energetico fra gli obiettivi dei produttori

Rendere sostenibile l'intero processo produttivo: il futuro del vino e il suo successo tra i consumatori passano anche da qui. Un aspetto al quale i wine lover sono sempre più attenti e che alcune cantine italiane affrontano già da anni con progetti realizzati insieme al mondo della ricerca e delle università. Così la green economy nel vigneto e in azienda fa passi da gigante; ed è tra i temi al centro della 47a edizione di Vinitaly, la rassegna internazionale di riferimento del settore, di scena a Verona dal 7 al 10 aprile 2013 (www.vinitaly.com).

Eco-sostenibilità significa parlare di carbon e water footprint, misure che calcolano, rispettivamente, il totale delle emissioni di gas serra e il consumo di acqua collegati alla produzione. L'Italia del vino è all'avanguardia su ogni fronte, con esempi di cantine autosufficienti dal punto di vista energetico grazie ad impianti solari e geotermici, aziende storiche riconvertite interamente a biodinamica e consorzi che forniscono ai comuni le biomasse per alimentare gli impianti pubblici o che riciclano i tappi di sughero.

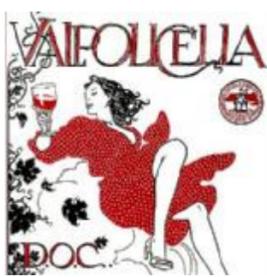
Alla green economy, Vinitaly dedica una serie di iniziative.

Stand e 13 piccole aziende emergenti

Il Consorzio Valpolicella esordisce al Vinitaly

Prima volta del Consorzio Valpolicella a Vinitaly, dal 7 al 10 aprile 2013, con un proprio stand istituzionale e una collettiva di 13 piccole aziende emergenti. Una scelta di rappresentanza che segue il riconoscimento al Consorzio dell'erga omnes e che concretizza pienamente il compito di promozione della denominazione, intesa sempre più come territorio di produzione nel suo complesso.

Un concetto, quello di territorio di produzione, che il Consorzio amplia fino alla definizione di iconema e proprio all'iconema Valpolicella è dedicato uno dei tre focus organizzati nello stand (Padiglione 7b, stand H2/H3, martedì 9 aprile, ore 11.30 relatore Luca Toninato di Ager SC - Agricoltura e Ricerca). Si tratta di una definizione carica di contenuto, che sottintende tutte le caratteristiche che ci colpiscono di un paesaggio e che determinano, nel caso del



Il logo del Consorzio, by Manara

vino, il valore intrinseco percepito dal consumatore e lo accrescono oltre la qualità del solo prodotto.

L'etica del vitigno autoctono e la sostenibilità dei processi produttivi sono il tema di uno dei focus in programma lunedì 8 aprile alle ore 12, mentre l'appuntamento delle 14.30, pur di carattere economico, torna di nuovo sul tema della risposta emotiva del consumatore, in questo caso quello estero, analizzando l'appeal generato dai vini Valpolicella e il rapporto tra etichette e scelte di acquisto.



Cartelloni del Vinitaly al quartiere fieristico in viale del Lavoro

A cominciare dal convegno organizzato da Veronafiere ed Efficiency Know «Wine and Energy», in programma il 10 aprile, alle ore 11 nella sala stampa tra i padiglioni 4 e 5: un evento che, attraverso case history, vuole fare il punto sull'efficienza energetica nel settore vitivinicolo, per avvicinarsi a Smart Energy Expo, la nuova manifestazione di Veronafiere sulla gestione intelligente dell'energia, al debutto dal 9 all'11 ottobre 2013.

Officinae Verdi e Wwf, a Vinitaly, il 9 aprile alle ore 11 nello stand di FederBio, presentano «Eko Cantina - Eko Bio Wine», un progetto per le aziende che vogliono diventare cantine sostenibili, certificando gli interventi realizzati: allestito per l'occasione un

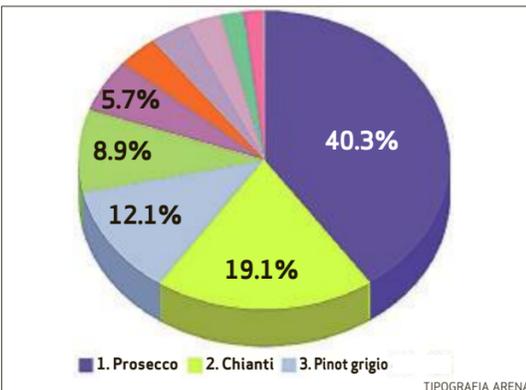
Green Energy Desk dove effettuare sessioni one to one per valutare le opportunità di miglioramento energetico-ambientale.

Sempre il 9 aprile, alle ore 15.30, Oracle Italia promuove, al primo piano del Palaexpo, il seminario «Dal campo alla bottiglia: quanto IT c'è in un bicchiere di vino?» per approfondire il ruolo che l'informatica gioca nel gestire al meglio tutte le operazioni legate al business vinicolo, in ottica di risparmio energetico.

Nel corso della manifestazione, infine, 45 aziende del Consorzio del Vino Nobile mettono a disposizione diversi punti di raccolta per «Salvasughero», la campagna per il riciclo dei tappi di sughero utili alla bioedilizia.●

INTERNET. Grafico dinamico su www.larena.it

I vini sui social network



TIPOGRAFIA ARENA

Vini e social network La «popolarità» misurata in diretta

La classifica dei più citati su Twitter

La piazza virtuale discute più di Soave o di Pinot Grigio? Sul nostro sito www.larena.it una sorta di «termometro» misura in diretta la popolarità dei vini italiani su Twitter. Lo strumento si chiama SocialMeter e l'ha messo a punto l'azienda veronese Maxfone. È raggiungibile andando sulla home page del nostro sito oppure leggendo il QR Code nel riquadro qui sotto attraverso uno smartphone dotato di sistema operativo di ultima generazione.

Il «contatore» tiene d'occhio alcune tipologie di vini selezionate da due esperti internazionali: si va dal Prosecco all'Amorone, dal Chianti al Valpolicella, dal Pinot al Barolo. Per ciascuna vengono rilevate in tempo reale le citazioni nei tweet:

i dati vengono poi organizzati in percentuali e riprodotti in un grafico.

È bene sottolineare che non si tratta di un indice di gradimento ma di una pura rilevazione numerica di quanto un vino viene citato - nel bene o nel male - su Twitter. All'interno del sito, inoltre, nello speciale dedicato al Vinitaly, i dati vengono organizzati in grafici comparativi ed è possibile seguire «in diretta» il passaggio dei tweet sul tema. ●A.S.



IL BACIO DELLE MUSE
NEL SEGNO DEL MITO

MARCATI
con la tradizione nel cuore

www.gaglianomarcati.it
Facebook: Gagliano Marcati srl

Vinitaly
Pad. 5 Stand F6

MARCATI
IL BACIO DELLE MUSE
GRAPPA RISERVA
GRAPPA RISERVA DISTILLATA IN PUREZZA DA VINACCE SELEZIONATE
MARCATI

BUZZESE/ENTE

- Una persona di contatto sempre disponibile
- Soluzioni di mobilità alternativa
- Possibilità di lavaggio dell'auto
- Verifica computerizzata dei sistemi di sicurezza ad ogni tagliando
- Listino prezzi per manutenzione e riparazione
- Aggiornamento gratuito del software ad ogni tagliando

VOLVO SERVICE 2.0
UN SERVIZIO PER TE. E PER LA TUA AUTO.

Vogliamo renderti la vita più semplice, e fare sì che tu possa goderti la tua Volvo sempre al massimo. Ecco perché ti offriamo Volvo Service 2.0 - un servizio fuori dall'ordinario. Tutte le volte che ti affiderai per la manutenzione alla rete autorizzata Volvo sarai sicuro che il software della tua auto sarà aggiornato all'ultima versione disponibile. E senza nessun costo aggiuntivo. Avrai così la certezza che il funzionamento della tua auto sarà sempre al meglio. Questa è solo una delle sei promesse di Volvo Service 2.0: scopri in questa pagina tutte le promesse ed entra anche tu nella nuova era del servizio Volvo.

Rossi E

VERONA - Ca' di David - Via Forte Tomba, 58
Tel. 045.8550222 - officinavr@grupporossi.it



Scopri tutti i dettagli dell'esclusivo Volvo Service 2.0

www.volvocars.it/service-2-0/

ROSSI TRE OFFRE AUTO AZIENDALI E KM 0



VOLVO V60 D3 R-DESIGN GEARTRONIC
km 32.000 circa - Immatr. 03/2012
Colore Nero Zaffiro Metallizzato

Listino 43.500 € **Offerta 26.900 €**



VOLVO V70 D3 163 CV MOMENTUM GEARTRONIC
km 0 - Immatr. 11/2012
Colore Bianco - Con Navigatore

Listino 49.126 € **Offerta 35.000 €**



VOLVO S60 D3 MOMENTUM GEARTRONIC
km 25.000 circa - Immatr. 03/2012
Colore Grigio Savile Perlato

Listino 41.000 € **Offerta 23.000 €**



VOLVO S80 D3 MOMENTUM AUT.
km 18.000 circa - Immatr. 06/2012 - Colore Grigio Conchiglia
Interno Pelle Rubino - Con Navigatore e Fari Bixeno

Listino 49.470 € **Offerta 23.900 €**



VOLVO XC60 D3 AWD MOMENTUM GEARTRONIC
km 32.000 circa - Immatr. 06/2012
Colore Nero Zaffiro Metallizzato - Con Navigatore

Listino 48.800 € **Offerta 32.000 €**



VOLVO V60 D2 BUSINESS
km 0 - Immatr. 03/2013
Colore bianco - Con Navigatore

Listino 34.174 € **Offerta 26.000 €**

Rossi Tre VERONA - Cà di David - Via Forte Tomba 58 • Tel. 045.8550222 • rossitre@rossitre.it

VINITALY 2013



ORGANIZZATORI. La storia dell'Ente ha origine nel 1898 con l'agricoltura e la Fieracavalli

Veronafiere, una realtà dagli standard europei

È il primo organizzatore diretto di manifestazioni in Italia e ai vertici in Europa. Obiettivo: promuovere il made in Italy

La storia dell'Ente Autonomo per le Fiere di Verona, denominazione giuridica di Veronafiere, ha origine nel 1898, con l'attività fieristica legata all'agricoltura e ai cavalli avviata dal Comune di Verona. Oggi, Veronafiere è il primo organizzatore diretto di manifestazioni in Italia, secondo per fatturato e ai vertici in Europa. La mission dell'Ente è quella di rappresentare un *hub* naturale per la promozione internazionale del sistema industriale del Paese e dell'eccellenza made in Italy, fornendo strutture e servizi ad alto valore aggiunto ai propri clienti, sia visitatori che espositori.

LASOCIETÀ. Il presidente di Veronafiere è Ettore Riello. Vice-presidenti sono Damiano Berzocola (vice presidente vicario) e Guidalberto di Canossa (vicepresidente). Componenti del consiglio di amministrazione sono: Ettore Riello, Damiano Berzocola, Guidalberto di Canossa, Barbara Blasevich e Marino Breganze. Il direttore generale è Giovanni Mantovani. Il vice direttore generale-direttore amministrazione, finanza, acquisti e direttore operations è Mario Rossini. Il

direttore commerciale è Diego Valsecchi. Il direttore pianificazione sviluppo e controllo è Claudio Solignani.

La compagine societaria di Veronafiere vede al suo interno Comune di Verona (36,34%), Fondazione Cariverona (22,16%), Camera di Commercio di Verona (11,95%), Banca Popolare di Vicenza (6,50%), Società Cattolica di Assicurazione Soc. Coop (6,50%), Banca Popolare Verona-BSGSP (6,45%), Veneto Agricoltura (6,45%), Provincia di Verona (1,29%), Intesa San Paolo Spa (1,29%), Banca Veronese CC di Concamarise (0,65%), Immobiliare Magazzini Srl (0,23%) e Regione Veneto (0,19%).

SETTORI OPERATIVI. Veronafiere è leader nel settore agricolo e agroalimentare, con una quota delle manifestazioni fieristiche relative al comparto pari al 45 per cento. Nel corso degli anni ha sviluppato nuove aree di interesse quali l'edilizia, le costruzioni e i trasporti, l'arredamento, lo sport, il turismo, senza dimenticare la formazione universitaria e professionale. Il fatturato di Veronafiere è generato per oltre

Gli appuntamenti del 2013

UN ALTRO ANNO INTENSO.

L'anno 2013 ha finora offerto interessanti manifestazioni fieristiche targate Veronafiere sia all'estero che a Verona. Oltre al Vinitaly e alle altre manifestazioni collegate, ora è in programma la prima edizione di Smart Energy Expo, evento dedicato a prodotti e soluzioni sull'efficienza energetica e sistemi smart energy (9-11 ottobre), insieme a Pulire Outdoor, tre giorni di convegni sulle soluzioni per una migliore qualità della vita urbana (21-23 maggio). Confermati, inoltre, gli appuntamenti con Abitare il Tempo 100% Project (13-15 ottobre), Marmomacc (25-28 settembre) e Fieracavalli (7-10 novembre). Nelle attività all'estero, Veronafiere, nel ruolo di piattaforma di promozione del Made in Italy, presidia i mercati mondiali strategici, sia consolidati che emergenti. Lo fa attraverso una rete di 60 delegati, due società create ad hoc, Veronafiere Lems India Ltd e Veronafiere do Brazil, e le proprie manifestazioni internazionali. Gli appuntamenti in calendario nel 2013 sono

13, in 9 paesi esteri. Ecco le prossime manifestazioni. Brasile: Siab/Fispal Food service international techno-bake exhibition a San Paolo (25-28 giugno), Mec Show-Salone della metalmeccanica, dell'energia e dell'automazione a Vitória (23-26 luglio), Cachoeiro Stone Fair-Fiera internazionale del marmo e del granito a Cachoeiro de Itapemirim (20-23 agosto). Nord Africa: Médinit expo-Salone italiano del design e delle tecnologie per la decorazione d'interni e la costruzione a Casablanca (ottobre), Ms Africa middle east Marmomacc Samoter show-Fiera internazionale di pietre, design, tecnologie, macchine movimento terra e per l'edilizia a Il Cairo (9-12 dicembre). Medio Oriente: Saudi Stone Tech-The International stone and stone technology show a Riyadh (4-7 novembre), Qatar stone-tech-The international stone and stone technology show a Doha (6-9 maggio). India: Floors&walls-International exhibition of covering materials for building industry a New Delhi (luglio). Russia: Vinitaly International a Mosca (ottobre). Cina: Vinitaly International a Hong Kong (novembre).



L'esterno della Fiera di Verona in occasione del Vinitaly nel 2012

l'87% da fiere di proprietà ed organizzate direttamente.

BRAND. Le manifestazioni di Veronafiere fanno capo a diverse aree di brand, ognuna responsabile della gestione di specifici eventi in calendario. AgriExpo & Technology: Bioenergy, Eurocarne, Fieragricola, Oil&nonOil, Pastatrend, Pulire, Pulire Outdoor, Siab. Wine & food: Concorsi Vinitaly (Enologico e Packaging), Vinitaly, Sol&Agrifood (e Concorso Sol d'Oro), Enolitech, Opera Wine, Vinitaly Interna-

tional. Edilizia Logistica e Costruzioni: Asphaltica, Geo Oikos, Marmomacc, Samoter, Stonexpo, Transpotec Logitec. Exhibition Development e Progetti Speciali: Abitare il Tempo 100% Project, Legno&Edilizia, Metef-Foundeq, Metalriciclo, Progetto Fuoco. Manifestazioni consumer: Art Verona, Classica Motori, Classical Music World, Elettroexpo, Fieracavalli, Job&Orienta, Mineral Show Geo Business, Mineral Show Geo Shop, Modellexpo Italy, Motorbike, Verona-fil 1, Verona-fil 2, Vivi la Casa. ●

I numeri

È il fatturato è arrivato a 80 milioni

Il fatturato di Veronafiere è di 80 milioni di euro. L'indotto generato sul sistema Verona-Veneto è di oltre un miliardo di euro. Sono 125 i dipendenti e 31 le fiere, di cui 42 a Verona e 9 all'estero in 7 paesi. Numero visitatori: oltre 1.300.000 nel 2012 (+7% sul 2011), dei quali 181.000 esteri (14% del totale, con punte del 52% durante Marmomacc e del 35% a Vinitaly). Numero espositori: 15.600 nel 2012 (+8% sul 2011), dei quali 2.600 esteri (17% del totale). Superficie espositiva netta venduta: 777.000 mq.

Sono tredici i padiglioni del quartiere fieristico, con sette porte di accesso. La superficie totale è di 309.000 metri quadrati; la superficie espositiva coperta è di 152.000 metri quadrati e quella espositiva scoperta è di 157.000 metri quadrati. Numero di posti auto: 12.300. Il Centro Congressi di Veronafiere è tra i primi poli congressuali del Nordest.

È dotato di supporti audio-video per teleconferenze, ausili per traduzioni simultanee e connessione Wi-Fi.

Ha otto sale, con capacità da 30 a 600 posti (Auditorium Verdi). Numero posti complessivi: 1.400, con la possibilità di allestire di un'ulteriore sala plenaria da 1.200 posti. Numero di congressi nel 2012: 412. Numero di operatori ai congressi: 76.000.

TRATTORIA AL POMPIERE SI ESPANDE: APRE LE "DOLCEZZE"

"L'invito è di fare una passeggiata sul lungo Adige fino a Ponte Pietra per gustare di persona, a partire dal 13 aprile, quanto di meglio ha da offrire la Trattoria Al Pompiere con le sue dolcezze."

La Trattoria Al Pompiere di Verona, un ristorante di antica fondazione con quasi un secolo di storia, per metà di aprile inaugurerà Dolcezze al Pompiere, laboratorio e punto vendita di gelati e dolci del ristorante.

L'idea nasce dalla volontà del titolare chef Marco Dandrea, di poter proporre ad una clientela più vasta la qualità e la genuinità dei dolci artigianali prodotti nel ristorante, apprezzati e spesso richiesti anche per essere gustati a casa o con gli amici.

Attraversando ponte pietra, a due passi dal Teatro Romano e proprio sotto a dove sorgerà la nuova funicolare di Verona, trova

spazio Dolcezze Al Pompiere. All'interno del locale si potranno trovare da asporto e da passeggio i dolci e i gelati che contraddistinguono la Trattoria, tutti preparati con freschissimi ingredienti e le migliori materie prime che il mercato italiano ha da offrire.

Fra i dolci immancabili si potranno trovare millefoglie, torta cioccolato fondente 70% Amedei, zuppa inglese, zuccotto, cremoso al pistacchio; fra i gelati ci saranno crema, gianduia, cioccolato bianco e liquirizia, pistacchio, caffè della Torrefazione Giamaica di Verona, sorbetti di frutta fresca e semifreddi. Irrinunciabile infine il tiramisù, per il quale la trattoria ha ottenuto nel 2008 un riconoscimento come World Best Tiramisù.

Dolcezze Al Pompiere sarà gestito da Simone Dandrea, fratello dello chef titolare. Nel laboratorio ci saranno Monia Busatto e Matteo Malavolta, pasticceri professionisti che già da tempo lavorano in trattoria. Questo il team che garantirà la continuità della filosofia già de Al Pompiere: utilizzare materie prime naturali di qualità e non miscele preparate, per produrre dolci e gelati dai gusti veri e riconoscibili. La consulenza iniziale per la gelateria sarà ad opera



del Maestro Gelatiere ed amico Sergio Dondoli della pluripremiata Gelateria di Piazza a San Gimignano (SI).

L'invito è di fare una passeggiata sul lungo Adige fino a Ponte Pietra per gustare di persona quanto di meglio ha da offrire la Trattoria Al Pompiere con le sue "Dolcezze".



DOLCEZZE AL POMPIERE - Via Fontanelle Santo Stefano, 10 - Tel. 045 8301880 - dolcezzealpompieri@gmail.com

VINITALY 2013



VIABILITÀ E SERVIZI. Rafforzate le misure e disponibilità di ricezione di visitatori e operatori. Chi vorrà entrare a Golosine vicino alla Fiera dovrà munirsi di pass

Nuovi parcheggi per tutelare il quartiere

Spiegamento di forze, un piano del Comune e aree parking alla periferia della città: ecco come poter accedere agli stand

Al via il piano di emergenza per gestire la viabilità in occasione dei quattro giorni della 47ª edizione del Vinitaly.

PARCHEGGI E NAVETTE. Ai parcheggi già esistenti se ne aggiungono due di nuovi, uno da duemila posti all'ex scalo merci ferroviario di Stradone Santa Lucia, l'altro da oltre 4mila a Veronamercato, collegato con un bus navetta gratuito che raggiungerà la fiera in 20 minuti.

Questi due spazi per le auto dei visitatori si vanno ad aggiungere a quelli sempre disponibili durante i giorni di fiera, ovvero allo Stadio (A, B e C), collegato con la navetta, l'ex Mercato ortofrutticolo di viale del Lavoro e gli ex magazzini generali, di viale dell'Agricoltura.

Nel dettaglio ecco percorsi e orari delle linee dei bus navetta: linea A (Piazza Bra/Pradaval/corso Porta Nuova/Fiera: ogni 15 minuti a partire dalle 8.30 fino alle 20), Linea B (stazione ferroviaria/Fiera, ogni 15 minuti dalle 8.20 alle 20), linea C (Parcheggi zona Stadio/Fiera: ogni 20 minuti dalle 8.30 alle 20, 20.30 dalla fiera), linea D (Santa Lucia/Fiera: ogni 15 minuti dalle 8.30 alle 20), Linea E (parcheggio Centro Agroalimentare/Fiera: ogni 30 minuti dalle 9 alle 20), Aeroporto Catullo/Fiera (orario: 8.30, 12, 16 e 19.30).

In funzione c'è anche un servizio di elicottero con partenze arrivo da aziende e aeroporto nell'area dell'ex mercato ortofrutticolo.



L'elicottero usato come navetta la scorsa edizione di Vinitaly

Agli oltre 4.200 espositori sono invece riservati il multipiano e il Re Teodorico di viale dell'Industria oltre allo spazio alla Porta 1-P9 di via Roveggia, via Scopoli.

L'amministrazione comunale scaligera inoltre, oltre a mettere a punto un nuovo piano della viabilità, ha deciso - insieme alla Fiera, la polizia municipale e ad altri enti, come Verona Mercato e Ferrovie dello Stato - di adottare altre misure.

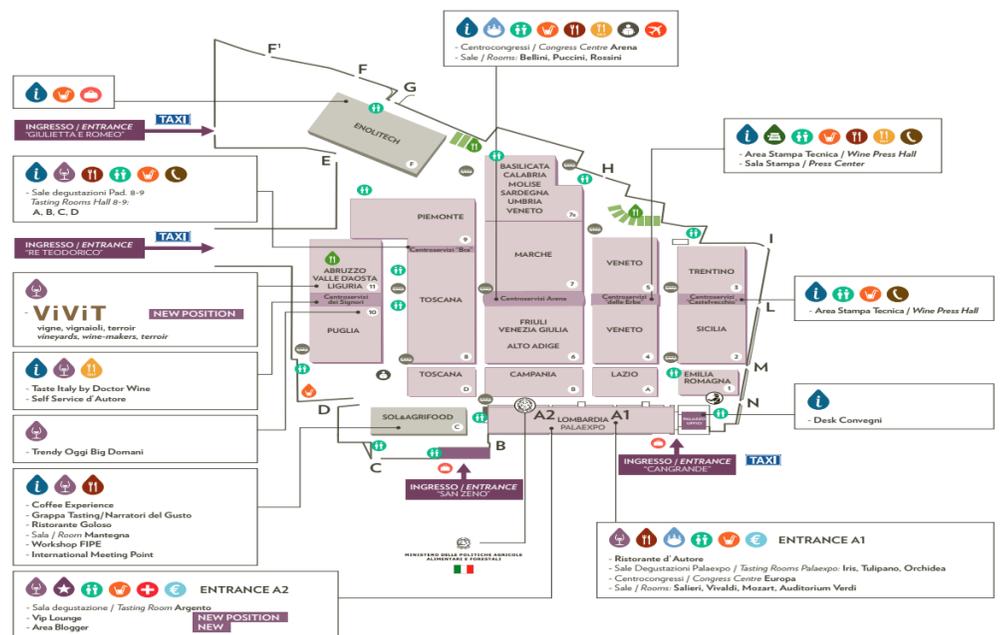
GOLOSINE OFF LIMITS. Da domenica 7 a mercoledì 10 aprile verrà creata una zona ad accesso regolamentato, a salvaguardia di residenti e operatori commerciali delle Golosine:

dalle 8.30 fino a metà pomeriggio di tutti i giorni di Vinitaly, via Murari Bra, via Golosine e tutte le laterali di via Roveggia saranno accessibili solo a residenti e diretti ai frontisti. Agenti della municipale chiuderanno i varchi delle aree intorno alla Fiera già regolamentate da uno specifico pass per residenti e commercianti.

I vigili faranno passare solo chi è diretto a casa, in un negozio o nello studio medico e fermeranno le auto di chi è diretto al Vinitaly.

Gli agenti della municipale saranno anche nella zona della stazione ferroviaria per garantire che le numerose navette da e per la Fiera non trovino intralci. ●

Mappa del quartiere Vinitaly 2013



Servizi Vinitaly

- Degustazioni Tastings
- Vip Lounge
- Self Service
- Ristorante Restaurant
- Cittadella della Gastronomia Citadel of Gastronomy
- Centro Congressi Congress Centre
- Sala Stampa Press Centre
- Infopoint
- Sale: Servizio Assistenza Tecnica Espositori
- Vendita Catalogo e Guida Sale Catalogue and Guide

Servizi Veronafiere

- Edicola Newsagent
- Check-in online
- Fermata navetta Shuttle stop
- Toilette
- Bar
- Self Service
- Ristorante Restaurant
- Telefoni Telephones
- Pronto Soccorso First Aid
- Deposito bagagli Left luggage
- Bancomat
- Polizia di Stato Police

SALUMIFICIO BOVO
di Bortolazzi rag. Massimo

PRODUZIONE E VENDITA ALL'INGROSSO DI CARNI E SALUMI

Tutto il sapore della tradizione veronese

Buttapietra (Verona) - Tel. e Fax **045.542.014**

Eletricità
Refrigerazione
Energie alternative

Righetti Tecnologie

- IMPIANTI DI APPASSIMENTO UVA ED IMPIANTI RECUPERATORI DI CALORE
- IMPIANTI DI REFRIGERAZIONE E CLIMATIZZAZIONE
- IMPIANTI DI CONDIZIONAMENTO
- IMPIANTI SOLARI TERMICI E FOTOVOLTAICI

Settimo di Pescantina (Verona)
Via E. Natta, 18
Tel. 045.675.0121 - Fax 045.675.0645
info@righettitecnologie.it • www.righettitecnologie.it

VINITALY 2013



LETAPPE. Le Giornate italiane del 1967 sono diventate una manifestazione internazionale

Da 47 anni segue la storia dell'enologia mondiale

Dall'esordio alla Gran Guardia al debutto mondiale in America e Asia
Novità ad ogni edizione: quest'anno è la volta del Vinitaly Wine Club

Vinitaly è la manifestazione che più d'ogni altra continua a scandire l'evoluzione del sistema vitivinicolo nazionale e internazionale, contribuendo a fare del vino una delle più dinamiche realtà del settore primario.

1967: il 22 e il 23 settembre si svolgono nel palazzo della Gran Guardia le Giornate del vino Italiano. È l'atto di nascita ufficiale di Vinitaly.

1969: nella terza edizione delle Giornate del vino Italiano, accanto all'attività convegnistica, 130 case vinicole espongono i loro prodotti.

1971: la manifestazione diventa Vinitaly-Salone delle Attività Vitivinicole, una vera e propria rassegna mercantile. Organizzata da Agriturist e guidata da Mario Soldati, si svolge l'asta dei vini pregiati. Al Vinitaly si affianca anche una sezione merceologica dedicata a macchine, attrezzature e prodotti per l'enologia e la prima edizione della Mostra Catalogo di vini doc.

1978: Vinitaly ottiene la qualifica di «internazionale» e apre le porte alla partecipazione di aziende estere.

1980: Vinitaly cambia data e svolgerà ad aprile.

1987: all'interno di Vinitaly nasce il Salone dell'Olive.

1988: il Salone dell'Olive diventa Sol. Nasce Distilla, Salone della Grappa, del Brandy e dei Distillati.

1992: nasce il Concorso Enologico Internazionale che, negli anni è divenuto il più selettivo e partecipato al mondo con una media di 90 medaglie assegnate su oltre 3.600 vini da circa 30 Paesi.

1995: Vinitaly assorbe Distilla ed assume la denominazione Vinitaly - Salone Internazionale del Vino e dei Distillati.

1996: nasce l'International Packaging Competition, per premiare il miglior abbinamento del vino.

1998: l'internazionalità di Vinitaly è confermata e rilanciata dalla scelta di Veronafiere, nel centenario di attività, di andare in Cina, a Shanghai, con China Wine, un'esperienza positiva che si ripeterà gli anni seguenti.

Il settore delle attrezzature dedicate al vino e all'olio diviene rassegna ad hoc, Enolitech, Salone delle Tecniche per la Viticoltura, l'Enologia e le Tecnologie Olivicole e Olearie.

2002: a giugno Veronafiere porta Vino&Olio a Singapore.

2003: dopo una prima esperienza nel 2002, la rassegna conquista anche l'America con Vinitaly Us Tour a Chicago e San Francisco, e partecipa ad Ifows, l'Italian Food and Wine Show di Mumbai, in India. Nasce Vinitaly for You, il dopo-Vinitaly dedicato ai wine lover, che trovano nel Palazzo della Gran Guardia, nel cuore di Verona, un ambiente giovane ed accogliente per degustare i migliori vini.

2004: il marchio Vinitaly viene spesso direttamente, per la prima volta, dopo sei anni di



Una donna sommelier durante una degustazione all'edizione 2012 di Vinitaly FOTO MARCHIORI



Massimo Cacciari, Vinitaly 2007



Gerard Depardieu, Vinitaly 2010

presenza, in Cina e, novità assoluta, in Russia. Prosegue il Vinitaly Us Tour con Miami e San Francisco.

2006: Vinitaly raggiunge i quarant'anni. Presenta due nuovi padiglioni espositivi (10 e 11) e amplia la presenza sui mercati esteri grazie a Vinitaly Japan, che si tiene in novembre a Tokyo, alla prima edizione con il marchio Vinitaly in India, a Mumbai e New Delhi, alla terza in Russia con la novità di San Pietroburgo insieme alla consolidata Mosca, a Vinitaly US Tour (che si tiene a Chicago, Los Angeles e Las Vegas) e a Vinitaly China a Shanghai.

2007: Vinitaly lancia «Taste Italy», iniziativa di incontro tra domanda e offerta dove le migliori aziende italiane presentano a operatori esteri, attraverso un sistema di dispenser, il «top product» e il «new product» dell'anno.

Nasce Genius Vini, sistema integrato a servizio delle aziende, frutto del consorzio tra Veronafiere, Federvini e Uiv. Tra gli obiettivi, individuare nuovi mercati di sbocco e la promozione del prodotto italiano. Il 2007 si chiude con il riconoscimento dalla Ue della qualità, dell'innovazione e dell'organizzazione di Veronafiere: Bruxelles approva un progetto triennale (2008-2010) cofinanziato da Italia e Unione Italia-

na Vini di 4 milioni di euro per promuovere vini europei di qualità in Cina, India e Russia. Veronafiere è l'ente attuatore.

2008: è lanciato «Passionate Business», che rappresenta la sintesi della filosofia operativa di Veronafiere: passione per il vino e concretezza degli affari.

2009: in occasione di Vinitaly 2009 è inaugurato il nuovo Padiglione I, che porta la superficie lorda coperta del quartiere fieristico a 150 mila metri quadrati. A novembre, prima volta di Vinitaly World Tour a Seul in Corea.

2010: vengono introdotti servizi evoluti alle imprese, marketing diretto via web per aumentare il numero di operatori specializzati dall'estero e per fidelizzare quelli che già sono stati a Vinitaly.

Il Concorso Enologico Internazionale introduce, oltre ai Premi Speciali «Vinitaly Nazionale 2010» e «Gran Vinitaly 2010», il Premio Speciale «Vinitaly Regione 2010». Con Singapore, Brasile e Svezia le tappe di Vinitaly World Tour diventano nove. Singapore si aggiunge alle tappe di Vinitaly World Tour, che cambia format per diventare Vinitaly in the World. Viene lanciato il sito dedicato www.vinitalytour.com.

2011: Vinitaly protagonista delle celebrazioni del 150° an-

niversario dell'Unità d'Italia con «La Bottiglia dell'Unità d'Italia». Il progetto, lanciato da Veronafiere nel corso dell'edizione 2010 durante la storica visita del Presidente della Repubblica italiana, Giorgio Napolitano, è l'unica ad avere ottenuto nel settore di riferimento il logo ufficiale delle celebrazioni. Da un blend di 20 vini in purezza rossi e da 20 in purezza bianchi, rappresentativi di una varietà di ognuna delle 20 Regioni, sono stati creati due vini che, dopo essere stati offerti al presidente della Repubblica Napolitano, saranno donati alle massime autorità internazionali.

2012: Vinitaly si rinnova e riduce i giorni di apertura da 5 a 4; cambia anche la cadenza settimanale, che passa dal tradizionale giovedì-lunedì a domenica-mercoledì. Una decisione che mira a ottimizzare la presenza di trader specializzati in arrivodattutto il mondo e a dare più spazio agli operatori del canale horeca. Al 46° Vinitaly, prima volta dei vini da agricoltura biologica e biodinamica, con il nuovo salone ViViT - Vigne, Vignaioli, Terroir

Nuovo calendario anche per il Concorso Enologico Internazionale e per il Concorso Interregionale Packaging, che sono stati spostati da marzo a novembre per potenziare e valorizzare gli strumenti di promozione e marketing al servizio delle aziende vincitrici, che avranno più tempo per usufruirne in vista della successiva edizione di Vinitaly.

2013: Vinitaly in the World, il progetto di Veronafiere per promuovere l'eccellenza dei vini italiani nel mondo, riparte a fine gennaio dagli Usa con un nuovo nome: Vinitaly International. Il rebranding conferma il ruolo di ambasciatore e partner della manifestazione per lo sviluppo del business nazionale in tutto il mondo

Nasce Vinitaly Wine Club: la più innovativa piattaforma di promozione e vendita online delle migliori etichette italiane e di selezionate collezioni di vino apprezzate da collezionisti ma ancora inesplorate dal grande pubblico.●

Amarone in 46 paesi del mondo.

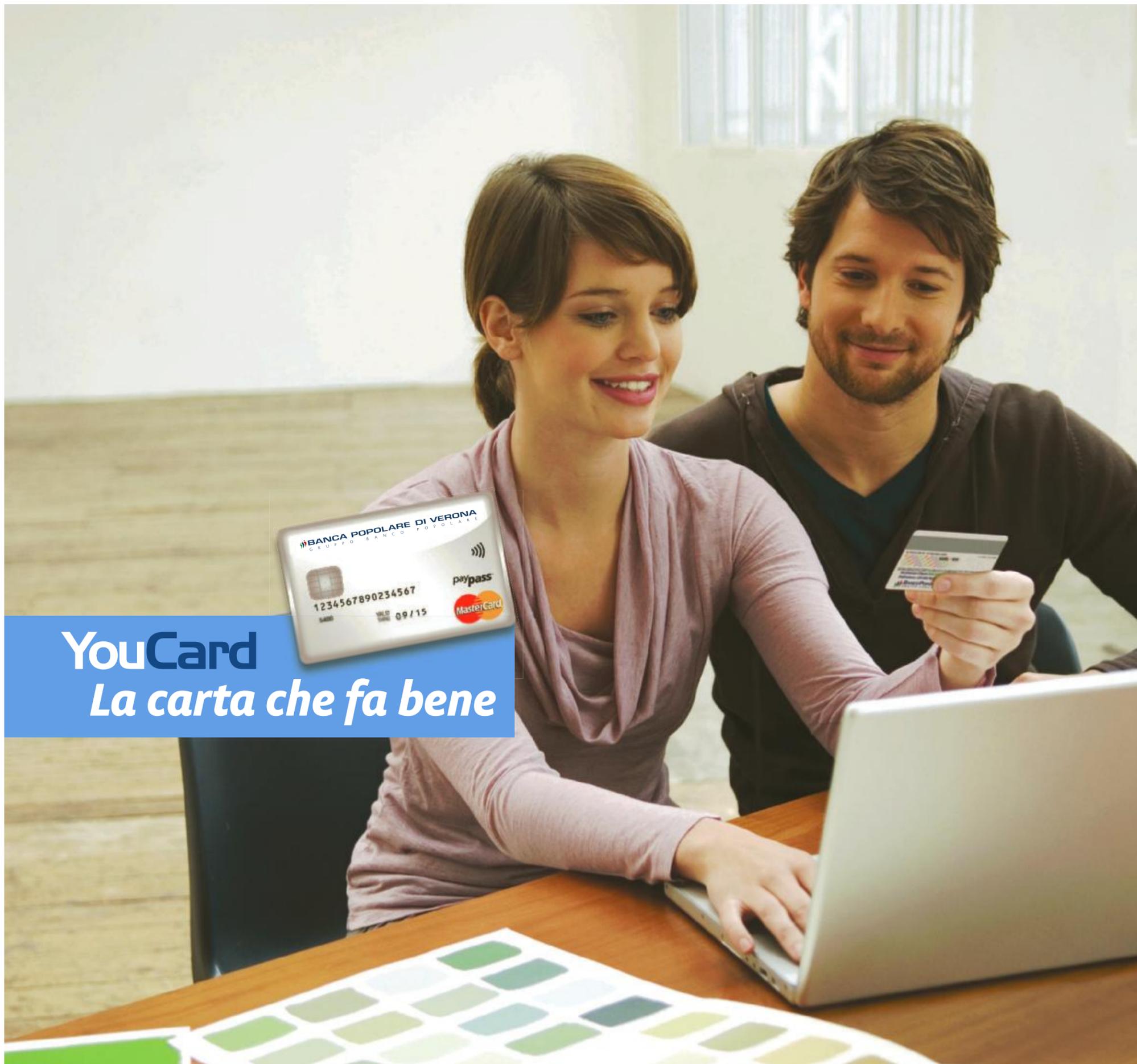


CESARI
fine wines of Verona

WellComm/bs

Medaglia d'oro - Challenge International du Vin - Francia • Medaglia d'oro - Mundus Vini - Germania • Medaglia d'oro - Mundus Vini - Germania • Medaglia d'oro - Challenge International du Vin - Francia • Medaglia d'oro - Trophée Les Citadelles du Vin - Francia • Medaglia d'oro - Verona Wine Top - Italia • 2009 Medaglia d'oro (best in class) - International Wine & Spirit Competition - Londra • Medaglia d'argento - International Wine Challenge - London • Medaglia d'argento - Mundus Vini - Germania • Medaglia d'argento - Japan Wine Challenge • Medaglia d'argento - Selections Mondiales des Vins - Canada • 2010 Medaglia d'oro - Concours Mondial de Bruxelles - Belgio • Medaglia d'oro - Mundus Vini - Germania • Medaglia d'oro - Japan Wine Challenge • 2011 Medaglia d'Oro - Challenge International du Vin - France • 94 punti - Wine Enthusiast Buying Guide - Usa • 2012 Medaglia d'oro - Outstanding & Trofeo internazionale per le uve autoctone - International Wine & Spirit Competition - Londra • Medaglia d'oro - Challenge International du Vin - Francia • Medaglia d'oro - Mundus Vini - Germania • Medaglia d'argento - Japan Wine Challenge -Tokyo • Primo Classificato vini passiti e da meditazione e Miglior Abbinamento vino-Parmigiano Reggiano - 5° concorso Internazionale dei vini passiti e da meditazione - Bologna • Miglior Produttore Italiano - International Wine & Spirit Competition - Londra

Vinitaly 2013: Pad. 5 Stand F5
www.cesariverona.it



YouCard

La carta che fa bene

YouCard è la carta che fa bene perché è sicura.
Con YouCard decidi tu come, dove e quanto spendere. Puoi decidere di abilitare o disabilitare gli acquisti su internet, puoi decidere l'importo massimo di spesa e puoi scegliere il PIN che vuoi. Per saperne subito di più:

**Il PIN
lo scegli
tu!**



Filiale



800 024 024



youcard.it



MESSAGGIO PUBBLICITARIO CON FINALITÀ PROMOZIONALE. PER LE CONDIZIONI CONTRATTUALI FANNO RIFERIMENTO I FOGLI INFORMATIVI DISPONIBILI SUL SITO WEB E PRESSO LE FILIALI DELLA BANCA.

BANCA POPOLARE DI VERONA
GRUPPO BANCO POPOLARE