

anno 9 - n. 33 - 23 agosto 2018



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



SPECIALE EXPORT

CANTINA SAN DONACI



CANTINA SAN DONACI
1933 > 2018

85 anni

CANTINA
SAN DONACI



VIA MESAGNE, 62 - 72025 SAN DONACI (BR) - ITALY

www.cantinasandonaci.eu

facebook.com/cantinasandonaci

SPECIALE - EXPORT

SI CONTINUA A CRESCERE. NEI PRIMI CINQUE MESI 2018, L'IMPORT VINO DALL'ITALIA VA MEGLIO DELLA MEDIA

Dopo un 2017 chiuso all'insegna di un nuovo record nell'export di vino vicinissimo ai 6 miliardi di euro, anche i primi cinque mesi del 2018 evidenziano un'ulteriore crescita delle vendite oltre frontiera per i vini italiani. Prendendo a riferimento le importazioni nei primi 25 mercati mondiali (quelli che tanto per capirci fanno il 93% di tutto il valore dell'import globale di vino), si evince una crescita per il periodo gennaio-maggio 2018 del 3,2% (in euro) equivalente ad un +1,5% nei quantitativi importati, variazioni calcolate sullo stesso periodo dell'anno precedente. Rispetto a tale trend, le importazioni di vino dall'Italia per lo stesso aggregato di mercati sono cresciute a valore del 3,5% a fronte però di un calo nei volumi dell'8,3%, riduzione da attribuirsi sostanzialmente al minor commercio di prodotto sfuso collegato alla vendemmia più scarsa degli ultimi cinquant'anni.

Infatti, se dal totale import passiamo a considerare solamente quello dei vini confezionati, l'Italia aumenta anche a volumi, sebbene per una percentuale più bassa rispetto alla media (+1,9% contro +3,6% a livello dei top 25 mercati). Ovviamente, le performance si differenziano da mercato a mercato e per tipologia di vino. Guardando ai primi tre Paesi di sbocco delle nostre produzioni, vale la pena sottolineare il calo della Germania che anche in questo primo scorcio di 2018 evidenzia una riduzione dell'import dei nostri vini confezionati del 5,5%, riguardante in particolare i fermi imbottigliati (quasi -7%), un calo che si somma al -2% subito lo scorso anno e che trova parziale compensazione solo nel maggior acquisto di spumanti (+11% nel 2017, +1,4% nel 2018). Nel caso invece degli Stati Uniti, la crescita degli acquisti dal nostro Paese si avvicina al 3%, contro una variazione media delle importazioni di vini confezionati in calo del 1,3%. Anche in questo caso, il traino è dato dai nostri spumanti che avanzano di quasi il 18% contro i vini fermi che invece stazionano sull'invarianza (-0,8%). In quest'ultimo segmento di mercato cresce solo la Francia che mette a segno un +12% grazie all'onda lunga generata dai suoi rosè che da tre anni a questa parte non ne vogliono sentir parlare di prendere fiato.

Chiude la triade dei top mercati di import il Regno Unito che, con la Brexit dietro la porta, si avvicina al giro di boa del 2018 con una leggera riduzione nell'import a valore di tutti i vini confezionati (-1%) e dove gli acquisti dall'Italia sono contraddistinti da alti e bassi a seconda della tipologia considerata (+9% gli sparkling, -5% i fermi). Infine, volgendo lo sguardo agli altri mercati e restando nel segmento dei vini confezionati, degno di nota il +4,6% registrato nell'import canadese di vini italiani (sempre relativo al periodo gennaio-maggio 2018) contro una media di mercato del +1,2% (forse il Ceta a qualcosa serve), il +7,6% del Giappone (e qui attendiamo un'ulteriore accelerazione con l'operatività del Jefta a partire dal prossimo anno), il +22% dell'Australia (che pur rappresentando un concorrente si sta dimostrando al tempo stesso un interessante mercato di sbocco per i nostri vini) e il +42% della Cina che però per ragioni di Stato fa

riferimento al primo trimestre 2018 (la guerra dei dazi con Trump sta portando le dogane cinesi a non divulgare i dati oltre tale periodo).



- Denis Pantini denis.pantini@winemonitor.it

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
hanno collaborato
Gianluca Atzeni,
Denis Pantini
progetto grafico
Chiara Buosi,
Maria Victoria Santiago
foto
Freepik

contatti
settimanale@gamberorosso.it
06.55112201
pubblicità
direttore commerciale
Francesco Dammicco
06.55112356
dammicco@gamberorosso.it
resp. pubblicità
Paola Persi
06.55112393
persi@gamberorosso.it

LE AZIENDE



**Roberta Borghese
Ronchi di Manzano**
Manzano
Udine
ronchidimanzano.com



**Fabio Marchionni
Colle Stefano**
Castelraimondo
Macerata
collestefano.com



**Simone Cecchetto
Ca' di Rajo**
Rai di San Polo
di Piave
Treviso
cadirajo.it



**Giorgio Ossani
Ballardini Vini**
Forlì
ballardinivini.it



**Francesco Drusian
Drusian**
Bigolino
di Valdobbiadene
Treviso
drusian.it



**Matteo Fongaro
Fongaro**
Roncà
Verona
fongarospumanti.it



**Mario Masini
Eremo Tuscolano**
Roma
eremotuscolano.it



**Francesco
delle Grottaglie
Cantolio**
Manduria
Taranto
cantolio.it



**Mauro Leporieri
La Ginestraia**
Cervo
Imperia
laginestraia.com



**Renzo Duella
Poderi Garona**
Borgomanero
Novara
poderigarona.com



**Bianca Viotti
Viotti Vini**
Castel Rocchero
Asti
viottivini.com



**Marinella Camerani
Corte Sant'Alda**
Mezzane di Sotto
Verona
cortesantalda.com



**Roberta Ceretto
Ceretto**
Alba
Cuneo
ceretto.com



**Enzo Vogliolo
Duca di Salaparuta**
Casteldaccia
Palermo
duca.it



**Fabrizio Santarelli
Castel De Paolis**
Grottaferrata
Roma
casteldepaolis.com



**Marzia Varvaglione
Varvaglione 1921**
Leporano
Taranto
varvaglione.com



**Matteo Catania
Gulfi**
Chiaromonte Gulfi
Ragusa
gulfi.it



**Roberto Robba
Duchessa Lia**
Santo Stefano Belbo
Cuneo
duchessalia.it



**Marina Marcarino
Punset**
Neive
Cuneo
punset.com



**Silvia Vannucci
Piaggia**
Poggio a Caiano
Prato
piaggia.com



**Hannes Baumgartner
Strasserhof**
Varna
Bolzano
strasserhof.info/it



**Tommaso Marangi
Cantina Albea**
Alberobello
Bari
albeavini.com



**Alessandro Bellio
Ronco Margherita**
Pinzano
al Tagliamento
Pordenone
roncomargherita.it



**Massimo Giamolli
La Collina
dei Ciliegi**
Grezzana
Verona
lacollinadeiciliegi.it

LE AZIENDE



Michele Contarese
Castello di Meleto
Gaiole in Chianti
Siena
castellomeleto.it



Gabriele De Falco
De Falco Vini
San Sebastiano
al Vesuvio
Napoli
defalco.it



Gabriella Vettoretti
La Tordera
Valdobbiadene
Treviso
latordera.it



Andreas Compjog
Monteverro
Capalbio
Grosseto
monteverro.com



Ciro Giordano
Cantine Olivella
Sant'Anastasia
Napoli
cantineolivella.com



Manuele Verdelli
Capannelle
Gaiole in Chianti
Siena
web.capannelle.it



Francesco Rillo
Cantine Tora
Torrecuso
Benevento
cantinetora.it



Pietro Colosi
Cantine Colosi
Malfa, Salina
Messina
cantinecolosi.it



Marco Martini
Poderi dal Nespoli
Nespoli
Forli-Cesena
poderidalnespoli.com



Gianluca Cittadini
Cantina di Negrar
Negrar
Verona
cantinanegrar.it



Sara Ceschin
Il Colle
San Pietro
di Feletto
Treviso
proseccoilcolle.it



Federico Zileri
Dal Verme
Castello di Bolgheri
Bolgheri
Livorno
castellodibolgheri.eu



Paolo Pizzarotti
Monte delle Vigne
Ozzano Taro
Parma
montedellevigne.it



Desiderio Bortolin
Bortolin
Angelo Spumanti
Guia
di Valdobbiadene
Treviso
bortolinangelo.wine



Roberto Girelli
Montonale
Desenzano del Garda
Brescia
montonale.com



Michele Tessari
Ca' Rugate
Montecchia
di Crosara
Verona
carugate.it



Alberto Paltrinieri
Cantina Paltrinieri
Sorbara
Modena
cantinapaltrinieri.it



Mauro Fontana
Cantina Valtidone
Borgonovo Valtidone
Piacenza
cantinavaltidone.it



Nicola Chiaromonte
Tenute Chiaromonte
Acquaviva
delle Fonti
Bari
tenutechiaromonte.com



Stefano Casadei
Olianas
Gergei
Cagliari
olianas.it



Gianluca Mirizzi
Montecappone
Jesi
Ancona
montecapponevini.it



Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Ronchi di Manzano - Roberta Borghese

L'export rappresenta il 40% del fatturato aziendale. Il nostro mercato estero è in forte espansione e negli ultimi anni è cresciuto del 15%. A fare la parte del leone è l'Europa.

Drusian - Francesco Drusian

Esportiamo il nostro Prosecco Superiore in 50 Paesi in tutto il mondo, per una quota del 60% del fatturato. I principali mercati sono Svizzera, Austria, Germania, Stati Uniti, Repubblica Ceca e Uk.

La Ginesrtaia - Mauro Leporieri

La nostra percentuale è del 25-30%, dipende dagli anni. Va molto bene, in Usa, Svizzera, Norvegia, Germania.

Ceretto - Roberta Ceretto

Per i rossi, facciamo 55% estero e 45% Italia. Per i bianchi invece 25% estero, 75% Italia.

Gulfi - Matteo Catania

L'estero per Gulfi è fondamentale tanto quanto il nostro Paese, per questo cerchiamo sempre di creare un bilanciamento giusto: 60% estero e 40% Italia. In particolare, all'estero gli Usa rappresentano un mercato maturo, ma siamo ben presenti anche

in Europa e registriamo un graduale e costante incremento anche in Asia.

Strasserhof - Hannes Baumgartner

Circa 30% della nostra produzione, ma siamo in crescita. I nostri mercati di riferimento sono Stati Uniti, Giappone, Svizzera, Olanda, Belgio e Inghilterra.

Collestefano - Fabio Marchionni

La percentuale export è di circa il 55%, divisa tra Usa, Germania, Giappone, Olanda, Belgio, Norvegia, Repubblica Ceca, Canada, Finlandia, Australia, Danimarca e Russia.

Fongaro - Matteo Fongaro

La nostra percentuale di export è di circa il 5%: molto poco se si pensa all'attuale tendenza della maggior parte delle aziende vitivinicole italiane. Il motivo principale è la tipologia di vino che produciamo: esclusivamente spumanti metodo classico con vitigno autoctono dei Monti Lessini. Le nostre collaborazioni all'estero si concentrano al momento in Giappone e in Europa continentale.

Poderi Garona - Renzo Duella

La nostra percentuale export attualmente è del 10% e stiamo cercando altri mercati per »

incrementarlo. Per ora esportiamo negli Stati Uniti e nel Nord Europa, ma stiamo cercando nuovi canali con particolare interesse verso Regno Unito, Germania e Russia.

Duca di Salaparuta - Enzo Vogliolo

L'export pesa per circa il 30% sul totale aziendale

Duchessa Lia - Roberto Robba

La percentuale è del 10%. Siamo soprattutto presenti nei Paesi extraeuropei; in particolare negli Stati Uniti, in Brasile, Giappone, Corea e Singapore.

Cantina Albea - Tommaso Marangi

L'export aziendale ha una percentuale del 30%, percentuale che sta aumentando. In cima alla lista ci sono Usa, Polonia, Danimarca, Belgio, Lussemburgo, Giappone e Vietnam.

Ca' di Rajo - Simone Cecchetto

Attualmente esportiamo in oltre 50 Paesi, le vendite oltre confine interessano il 60% della nostra produzione. L'export si concentra principalmente in Usa e in Europa ma anche l'Asia sta crescendo.

Eremo Tuscolano - Mario Masini

L'Azienda Valle Vermiglia produce vino per una

sola etichetta: il Frascati Superiore Docg Eremo Tuscolano. All'inizio abbiamo puntato ad una distribuzione nazionale, per cui per ora la nostra attività di esportazione si è concentrata soprattutto nel Nord Europa per circa un 20% della produzione.

Viotti Vini - Bianca Viotti

Siamo sul 60%. Da un anno a questa parte e dopo anni di intenso lavoro, il mercato estero sta iniziando a darci delle belle soddisfazioni. Per noi, il Paese-target in questo momento sono gli Usa.

Castel De Paolis - Fabrizio Santarelli

Attualmente l'export vale circa il 30% delle nostre vendite. La parte maggiore? Destinata al mercato cinese, poi Giappone, Stati Uniti, Australia, Inghilterra e recentemente Francia. Il mercato comunque che sta crescendo più velocemente è sicuramente la Cina, dove siamo presenti dal 2013.

Punset - Marina Marcarino

Il prodotto destinato all'estero raggiunge quasi il 90%, con percentuali prevalenti verso Canada, Usa, Giappone, Nuova Zelanda e mercati scandinavi. Abbiamo, inoltre, mercati in espansione verso Hong Kong ed Australia, mentre l'Europa è piuttosto stabile con percentuali marginali. »

» **Ronco Margherita - Alessandro Bellio**

Siamo circa al 50%.

Ballardini Vini - Giorgio Ossani

La nostra percentuale di esportazioni si aggira attorno all'8-10% del nostro fatturato globale.

Cantolio - Francesco delle Grottaglie

In merito alla produzione totale di Primitivo di Manduria Dop, ad oggi siamo arrivati a imbottigliare il 50% del prodotto.

Corte Sant'Alda - Marinella Camerani

Esportiamo circa il 65% del fatturato annuo. I nostri mercati principali sono Stati Uniti, Canada, Europa; poi lavoriamo un po' in Russia, Australia e Giappone.

Varvaglione 1921 - Marzia Varvaglione

La percentuale relativa all'export sul totale della nostra produzione aziendale è di circa l'88%. I principali Paesi in cui siamo concentrati in questo periodo sono Germania, Svizzera, Giappone, Vietnam, Usa, Olanda, Cina.

Piaggia - Silvia Vannucci

65% di export prevalentemente in Nord Europa e Usa.

La Collina dei Ciliegi - Massimo Giamolli

Siamo sul 55% ca. di media. I Paesi in cui il nostro export è decisamente in crescita sono Cina, Regno Unito, Svizzera, Paesi Scandinavi, Canada e Repubbliche baltiche.

Castello di Meleto - Michele Contarese

Nell'ultimo esercizio le nostre vendite estere sono state di poco superiori al 85% del totale. I nostri mercati principali sono Usa, Svizzera, Germania, Inghilterra e Danimarca, che assorbono quasi l'80% del nostro export.

Cantine Olivella - Ciro Giordano

Il 30% della nostra produzione. Il nostro primo mercato? La Francia, subito dopo viene New York.

Poderi dal Nespole - Marco Martini

L'export rappresenta all'incirca il 55% sul totale aziendale, con la nostra presenza in 27 mercati nel mondo. I nostri primi mercati sono il Regno Unito in Europa. Fuori dall'Europa, il Canada.

Monte delle Vigne - Paolo Pizzarotti

Oggi esportiamo circa il 20% della produzione ma l'obiettivo è quello di arrivare al 60 entro 3 anni.

Ca' Rugate - Michele Tessari

La media degli ultimi due anni è circa il 60% e i

principali mercati sono: Norvegia, Svizzera, Usa e Giappone.

Tenute Chiaromonte - Nicola Chiaromonte

Il 75% della nostra produzione è destinato all'estero, è un dato in costante crescita e la nostra attività si concentra prevalentemente in Cina, America, Giappone e Canada.

De Falco Vini - Gabriele De Falco

L'export occupa il 20% della nostra produzione ed è in costante aumento. I Paesi dove esportiamo sono: Giappone, Stati Uniti, Messico, Australia, Inghilterra, Germania, Belgio e Olanda.

Capannelle - Manuele Verdelli

Il 70% del nostro vino va all'estero. Lavoriamo in 35 Paesi nel mondo. Rientrano tra questi, oltre ai mercati classici, anche Bielorussia, Azerbaijan e la quasi totalità dei mercati asiatici.

Cantina Negrar - Gianluca Cittadini

L'export è del 59% ed è rivolto verso 34 Paesi, con Germania, Danimarca, Inghilterra e Svezia tra i principali mercati di riferimento, seguiti da Svizzera, Norvegia e Canada.

Bortolin Angelo Spumanti - Desiderio Bortolin

Siamo a circa il 25%. I mercati principali sono quelli europei, in particolare il Regno Unito, ma siamo presenti anche in Oriente (Singapore ed Hong Kong), oltre che in Australia, Nuova Zelanda e Usa.

Cantina Paltrinieri - Alberto Paltrinieri

La percentuale delle bottiglie vendute all'estero è di circa il 30%.

Olianas - Stefano Casadei

Siamo al 70%. Nel 2017 le vendite sui mercati esteri sono cresciute del 15%

La Tordera - Gabriella Vettoretti

L'export è una fetta di mercato molto importante per La Tordera, assorbe infatti il 40% della nostra offerta commerciale. Attualmente vendiamo in 25 Paesi, ma il nostro obiettivo è quello di espandere ulteriormente la nostra presenza all'estero.

Cantine Tora - Francesco Rillo

La nostra percentuale è del 20%. Non abbiamo una percentuale molto alta di vendite fuori confine, perché non ci siamo mai concentrati in modo serio e persistente sul mercato estero.

Il Colle - Sara Ceschin

Se consideriamo i volumi di vino lavorati complessivamente, includendovi anche la »

lavorazione conto terzi, la quota export si attesta su circa un 50%. Per le bottiglie con etichetta Il Colle, la quota export sale al 70%. Dal mio ingresso in azienda come responsabile vendite ed export, abbiamo conquistato nuovi mercati. Oltre agli storici, quali Svizzera, Uk, Benelux, Germania e Austria, ora vantiamo una presenza anche su Usa, Giappone, Cina, Australia, Africa (Nigeria e Benin).

Montonale - Roberto Girelli

L'export oggi assorbe quasi la metà delle 90mila bottiglie prodotte annualmente da Montonale, con un interessante +20% rispetto all'anno precedente. I mercati più vivaci sono, in ordine decrescente, Germania, Belgio, Svizzera, Uk e Usa.

Cantina Valtidone - Mauro Fontana

Cantina Valtidone concentra la sua attività prevalentemente sul mercato nazionale, riservando comunque una percentuale, di circa il 10%, al mercato estero, sia tramite propria etichetta sia tramite accordi di collaborazione con altri produttori del settore.

Montecappone - Gianluca Mirizzi

Negli ultimi anni siamo cresciuti in maniera esponenziale e oggi, a fronte di una produzione totale di 180mila bottiglie, registriamo all'estero il 40% delle vendite, soprattutto nella Vecchia Europa - quindi Belgio, Olanda, Danimarca e Germania - ma anche oltre i confini comunitari, riuscendo a ricavarci fette di mercato negli Usa e in Giappone.

Monteverro - Andreas Compjog

L'export si attesta a poco meno dell'80%. I mercati principali sono Svizzera, Germania, Usa, Austria, e altri 24 Paesi del mondo. Siamo felici di poter dire che - di anno in anno - ci apriamo ad alcuni nuovi mercati esteri.

Cantine Colosi - Pietro Colosi

Il nostro fatturato estero corrisponde al 60% del totale così ripartito: 50% mercati extra Ue (di cui Usa 40%, Giappone 5%, Svizzera 5%) ed il 10% sui mercati comunitari fra cui, in ordine di volumi, Germania, Belgio, Francia, Inghilterra, Malta.

Castello di Bolgheri - Federico Zileri Dal Verme

In questo momento le nostre vendite sono il 75% l'export e 25% Italia. L'attività principale è concentrata sul mercato Usa, Canada e Svizzera ma vi sono altri Paesi come la Russia e la Cina che sono in crescita.

SIDDÙRA

Sardegna in purezza

VERMENTINO DI GALLURA
DOCG SUPERIORE

WWW.SIDDURA.COM
+39 (0)796573027 MARKETING@SIDDURA.COM
FACEBOOK.COM/SIDDURA



Dove si vende meglio e dove peggio, e perché?

Collestefano - Fabio Marchionni

Gli Stati Uniti sono per noi il maggiore mercato (con circa 8 distributori diretti), soprattutto California e New York. Va molto bene anche il Giappone per la freschezza e la pulizia del vino, che molto si presta ad essere abbinato al sushi.

Drusian - Francesco Drusian

In Italia e all'estero abbiamo scelto di essere distribuiti esclusivamente in ristoranti, enoteche e negozi specializzati. Di conseguenza risulta complicato l'approccio ai mercati in cui l'immagine del Prosecco è associata a prodotti venduti a basso prezzo presso supermercati e discount.

Ceretto - Roberta Ceretto

L'equilibrio si è spostato dal Nord America al Sud Est Asiatico. Hong Kong è la nuova capitale delle grandi aste, sede dei negoziants più importanti e della vendita dei luxury wines. In Giappone il vino è trainato dall'amore per la ristorazione italiana. Va male, in Sud America, per il basso potere d'acquisto e nell'Est Europa per l'instabilità politica.

Strasserhof - Hannes Baumgartner

Vendiamo di più in Usa e Giappone. Due Stati che cercano soprattutto vini bianchi, con freschezza,

eleganza e sapidità. Un po' meno in Germania e Austria, dove vanno meglio i vini rossi. Probabilmente anche perché in questi due Paesi i vitigni sono molto simili a quelli dell'Alto Adige: Sylvaner, Kerner, Riesling, Grüner Veltliner.

Poderi Garona - Renzo Duella

Il nostro Boca Doc è un vino invecchiato 48 mesi in botti di Rovere di Slavonia e affinato almeno 12 mesi in bottiglia. Per cui, si vende meglio nei mercati dove esiste una certa cultura generale e del vino. Abbiamo cercato di rivolgerci al mercato cinese, ma purtroppo senza successo: essendo un mercato enorme, risulta difficile selezionare quali siano effettivamente gli operatori seri.

Ronco Margherita - Alessandro Bellio

Abbiamo trovato ottimi riscontri più orientati verso il Nord Europa, come Germania e Belgio. E stiamo affrontando ulteriori e nuove aperture verso i Paesi Asiatici dove abbiamo notato puntualità nei pagamenti e professionalità.

Ballardini Vini - Giorgio Ossani

Con mio grande stupore, un Paese che sta dimostrando buona ricettività è la Romania, con richieste di prodotti, come il Sangiovese Superiore Riserva e i vini dolci, legati per abitudine ai nostri gusti. In Francia siamo »

legati a rivenditori specializzati in prodotti italiani e ristoratori con dei nostri menù, che ricercano cose più particolari, ma anche legate al nostro territorio. La Germania, invece, ricerca soprattutto vini a prezzo contenuto.

Piaggia - Silvia Vannucci

Tra i Paesi migliori emerge la Svizzera. Quelli dove riscontriamo più difficoltà, sono i Paesi che hanno un alto livello di tassazione per l'import, ad esempio il Brasile.

La Tordera - Gabriella Vettoretti

Nazioni come la Svizzera, la Gran Bretagna, l'Olanda ed il Belgio sono esempi di Paesi dove il nostro Prosecco Docg è ben conosciuto e riscuote grande successo. Oltre a questi, stiamo raccogliendo la sfida di altri mercati come la Francia, dove la crescita è costante.

Cantina Paltrinieri - Alberto Paltrinieri

Tenendo conto che la nostra azienda si è affacciata sui mercati esteri da poco tempo, notiamo che i Paesi più interessati sono Nord America, Australia, Nuova Zelanda, Svizzera e Norvegia. In altri Paesi, specie in Europa, invece, le difficoltà che riscontriamo sono ancora molto legate al pregiudizio su una tipologia di vino come il Lambrusco.



VINVENTIONS

Complete
Closure Solutions

EVERY BOTTLE BETTER

Per ogni vino, sviluppiamo e proponiamo la chiusura perfetta: ad alta prestazione, design superiore, senza difetti e sostenibile. Questo è ciò che noi di Vinventions intendiamo offrirvi con le nostre Soluzioni Complete di Chiusure per vino: Rendere ogni vostra bottiglia la migliore! Non vogliamo fare di più.





Come va con la burocrazia ?

Castel De Paolis – Fabrizio Santarelli

Diciamo che l'Italia è in buona compagnia in quanto ad ostacoli burocratici e lentezze amministrative. Ho notato, tra le altre cose, che sia Cina che Stati Uniti amano molto essere liberisti quando esportano loro e abbastanza protezionisti quando devi esportare a casa loro.

Cantolio – Francesco delle Grottaglie

La burocrazia rappresenta ormai un fardello molto pesante per l'intero settore agricolo, che ogni anno fa i conti con un pesante aggravio economico. I controlli ci devono essere, ma non devono essere opprimenti per le aziende.

Corte Sant'Alda – Marinella Camerani

Per quanto riguarda l'Italia, con l'entrata in vigore nel 2017 della dematerializzazione dei registri, siamo in un momento di grande confusione. Le cose dovrebbero sistemarsi un po' alla volta. Per quanto riguarda l'export, il grande problema è che ogni Paese ha una regolamentazione propria. L'ideale sarebbe cercare di uniformare la richiesta di documenti.

La Collina dei Ciliegi – Massimo Gianolli

Sicuramente si lavora meglio all'estero – Cina

inclusa – che in Italia, in cui le regole sono spesso contraddittorie e sempre ampiamente ricche di aspetti e risvolti interpretativi.

Monte delle Vigne – Paolo Pizzarotti

L'entrata in vigore nel 2017 della dematerializzazione dei registri ha creato grandi allarmismi, ma oggi si è tutto sistemato. Purtroppo la burocrazia italiana ostacola notevolmente qualsiasi attività di sviluppo. Tutta la normativa legata ad accise, dazi e dogane riduce notevolmente la possibilità di esportare i nostri vini, sia in Europa che fuori dal continente. L'ideale sarebbe creare una regolamentazione unificata e precisa.

De Falco Vini – Gabriele De Falco

La burocrazia diventa sempre più "invadente" e questo sicuramente ci svantaggia nei confronti degli altri Paesi produttori emergenti come il Cile, l'Australia, l'Argentina.

Capannelle – Manuele Verdelli

Fin dalla partenza del nostro vino dall'Italia, siamo chiamati a destreggiarsi tra vincoli e lacci di ogni tipo, che man mano si ampliano a seconda dei mercati. Servirebbe maggiore semplificazione tra gli uffici competenti.



Come promuoverete il vostro vino nei mercati internazionali ?

Castello di Bolgheri – Federico Zileri Dal Verme

Cercando di investire sempre di più nel ricevere i nostri importatori e clienti in azienda oltre che a viaggiare molto.

Olianas – Stefano Casadei

Puntiamo ad inquadrare la nostra immagine promuovendo il nostro vino con una comunicazione legata più che al marchio aziendale, ai nostri territori di provenienza. Il territorio deve essere il vero protagonista.

Cantine Colosi – Pietro Colosi

Le vendite all'estero hanno bisogno di essere sostenute da varie iniziative. A tale scopo, i progetti di internazionalizzazione sostenuti dall'Agea, ci aiutano ad affrontare investimenti rivolti alla promozione ed alla valorizzazione dei nostri vini. Così come gli incontri con i venditori ed i clienti esteri presso la nostra azienda servono a far conoscere i luoghi di produzione, così da poter trasferire al cliente finale tutte le informazioni che servono a descrivere il prodotto nel contesto del territorio da cui deriva. Anche la nostra presenza fisica sui mercati esteri serve a parlare dei nostri vini e ad illustrare la nostra isola che magari tanti desconoscono.

La Ginestraia – Mauro Leporieri

Andiamo con regolarità ad affiancare i nostri importatori per aiutarli con un trade union tra le nostre realtà e loro, poi invitiamo i loro clienti a venir a toccar con mano le nostre terre. Funziona molto bene.

Ca' di Rajo – Simone Cecchetto

Lo promuoviamo attraverso attività all'estero, incoming, fiere. Una chiave del nostro successo è legata alle partnership, come quelle con navi da crociera e compagnie aeree. Attualmente, ad esempio si brinda ad alta quota con le bollicine Ca' di Rajo grazie ad un accordo con United Airlines.

Monteverro – Andreas Comploj

L'analisi e conoscenza del mercato ci spinge a scegliere i partner più appropriati per il nostro tipo di prodotto e a seguirli attraverso i loro eventi di degustazione e presentazione ai loro clienti. La formazione di chi deve rappresentare il nostro vino nei singoli mercati ha un ruolo veramente cruciale: solo con la conoscenza e l'entusiasmo per il prodotto si può essere dei veri ambasciatori e si può fare la differenza. Siamo, inoltre, sempre presenti alle più rinomate fiere di settore a livello internazionale, per rinsaldare il legame con i clienti della prima ora per esporre il nostro brand a nuovi potenziali.



Come sono cambiati negli anni i gusti dei consumatori stranieri?

Gulfi - Matteo Catania

Una volta tutti si affidavano agli opinion leader, carta stampata ecc, ma con l'avvento di internet e social media le distanze coi consumatori finali si accorciano. Inoltre, l'interesse mondiale verso quello che è "sano" e "naturale", e possibilmente "autoctono", ha determinato un nuovo rinascimento del vino italiano.

Montecappone - Gianluca Mirizzi

In positivo, ma rispetto al passato la situazione è migliorata leggermente, perché è sempre legata alla conoscenza del territorio. C'è grande curiosità verso il vino italiano, ma il percorso culturale è ancora da migliorare. Se oggi una bottiglia di vino base viene ancora pagata all'estero anche 30 euro, con ricarichi ingiustificati, vuol dire che manca questa conoscenza.

Cantina Valtidone - Mauro Fontana

Grazie alla globalizzazione, alla maggiore informazione, alla partecipazione a saloni internazionali e concorsi enologici, abbiamo riscontrato più interesse degli stranieri, soprattutto per i frizzanti, che sono i vini più caratteristici dei colli piacentini e della Val Tidone.

Montonale - Roberto Girelli

Il vino italiano è immediatamente associato alla cucina, sempre più apprezzata all'estero. Il pubblico con cui ci

interfacciamo ha un'ottima cultura enologica, conosce le piccole Doc, è curioso e alla costante ricerca di "chicche". L'enoturismo ci aiuta nella promozione: nell'ultimo triennio le visite straniere sono triplicate.

Il Colle - Sara Ceschin

All'estero c'è un sensibile aumento della cultura del vino. Questo ci agevola molto, considerato che l'export è attualmente una risorsa cruciale per le aziende del Prosecco. In Italia notiamo un cambiamento del gusto del consumatore che vira sempre più dal dolce al secco. Quindi, se un tempo vendevamo quasi esclusivamente la tipologia extra dry, oggi il maggior trend di crescita è sul brut. E anche l'apporto calorico influenza la scelta: più zucchero significa maggiori calorie.

Cantine Tora - Francesco Rillo

Negli ultimi anni sicuramente il vino italiano ha suscitato più interesse, legato soprattutto ai territori. Mentre una volta si parlava solo o di Italia o di Toscana.

Eremo Tuscolano - Mario Masini

Notiamo un'attenzione crescente per la Dop Frascati, commisurata al crescere della qualità. Il collegamento con Roma aiuta molto gli stranieri a collocarci, a mettere a fuoco una zona di provenienza in un marasma di Doc che a volte sfuggono anche a noi.



Avete un export manager - o più di uno - dedicato? Come lo avete selezionato?

Ronchi di Manzano - Roberta Borghese

Sì, se ne occupa mia figlia Lisa. Preferiamo mantenere questa figura all'interno della famiglia perché crediamo sia importante avere un rapporto diretto con il cliente.

Duca di Salaparuta - Enzo Vogliolo

La nostra struttura è composta da un Wine International Sales Director e da due Brand Builder Export Manager. L'International Sales Director si avvale, poi, della collaborazione di due figure nuove, i Brand Builder Export Manager. Ragazzi giovani ma molto preparati, con background internazionale e cosmopolita. Questo nuovo tipo di profilo è stato creato con l'obiettivo di formare delle risorse che siano in grado, non solo di vendere, ma anche e soprattutto di costruire i nostri Brand, utilizzando strumenti di gestione studiati per soddisfare le attuali esigenze del mercato.

Duchessa Lia - Roberto Robba

La nostra struttura export è molto snella: un export manager, il sottoscritto, e una persona dedicata al back office e alla logistica export.

Viotti Vini - Bianca Viotti

Sì. Collaboriamo da due anni con una export

manager: è una donna molto in gamba che gira il mondo e si avvale di diversi collaboratori. L'abbiamo conosciuta per caso in occasione di una fiera e da lì, come si suol dire, da cosa nasce cosa.

Cantina Negrar - Gianluca Cittadini

Abbiamo più di un export manager per diverse aree geografiche. Queste figure oggi richiedono competenze sempre più complesse che non si limitano alle capacità di generare vendite ma si integrano con capacità di approcciare le diverse culture dei Paesi: curatori di relazioni, gestori di attività complesse, mediatori fra cultura dei mercati e cultura dell'azienda.

Castello di Meleto - Michele Contarese

Il nostro ufficio commerciale, attualmente, è composto da tre persone: un direttore commerciale, un addetto al backoffice ed un export manager. La selezione è stata effettuata attraverso LinkedIn.

Poderi dal Nespoli - Marco Martini

Abbiamo un export manager, che ha iniziato il suo percorso con noi, attraverso un programma di formazione finanziato dalla comunità europea, dedicato alla specializzazione post universitaria nella internazionalizzazione.



Ci racconti un aneddoto legato alle sue esperienze all'estero...

Cantine Olivella - **Ciro Giordano**

Mi trovavo alla fiera di Bordeaux e, durante la degustazione, alla nostra postazione si formò una fila di persone che non c'era dai colleghi. Il motivo è presto spiegato: ad attirare le persone, oltre ovviamente al vino, erano le immagini che facevo vedere attraverso il mio iPad, come le foto del cratere del Vesuvio o lo scavo archeologico di un sito del 400 d.C., in cui si mostrava la cantina vitivinicola.

Punset - **Marina Marcarino**

Ero in Texas per presentare i miei vini ad un nuovo distributore ed egli iniziò una lunga conversazione della quale riuscii a intuire giusto qualche parola. Lo fermai, molto imbarazzata, confessandogli la difficoltà di comprensione e lui mi fece un grosso sorriso e mi disse molto lentamente: "Don't worry! My wife doesn't understand me since over 20 years". Poi, prese un foglio ed una penna e si mise a scrivere ciò che mi voleva dire

Bortolin Angelo Spumanti - **Desiderio Bortolin**

Ricordo la mia prima missione all'estero, divisa in due giornate di incontri b2b a Manchester e a Londra, tra ansia e naturale paura. Il risultato è stato quello

di riuscire a chiudere rapidamente le trattative con due importatori, che tuttora collaborano con noi, distribuendo i nostri vini nel Regno Unito.

Tenute Chiaromonte - **Nicola Chiaromonte**

Ero a San Francisco. Durante una conferenza stampa, un noto giornalista si alzò e disse che i produttori di Zinfandel avrebbero dovuto prendere esempio dalla mia azienda. Fu un momento di grande onore per me e per la mia terra

Ca' Rugate - **Michele Tessari**

Dallas. Un cliente ad un tasting si avvicina al banco d'assaggio e con voce chiara e decisa chiede: "A Soave please, but white not red". Il nostro compito dunque, così come la nostre sfide futura, dovranno focalizzarsi sulla formazione e sull'educazione culturale, al fine di provare a colmare il gap di conoscenza che caratterizza spesso l'utenza enogastronomica. Siamo molto presenti in tutti i mercati in cui esportiamo: i nostri manager viaggiano per almeno 150 giorni all'anno.

Varvaglione 1921 - **Marzia Varvaglione**

È risaputo che quello giapponese è un popolo molto riservato: il loro saluto prevede un semplice inchino. Io, nella mia ingenuità di 23enne, »

dopo ogni meeting davo a ciascuno due baci per salutare. Ovviamente loro arrossivano da morire. Oggi però questo resta un mio "segno distintivo" sul quale facciamo ogni volta ironia.

Fongaro - **Matteo Fongaro**

Durante un viaggio in Russia, mi è capitato di partecipare ad un b2b con diversi importatori. Ricordo il loro stupore, misto ad atteggiamento divertito, nel sentire il numero di bottiglie per tipologia di spumante che la mia azienda produce: 20.000/25.000 bottiglie di una tipologia di spumante a loro sembrava appena appena sufficiente per organizzare una festa fra amici.

Cantina Albea - **Tommaso Marangi**

Degustazione in Polonia: presentando la cantina, scatta l'euforia dei clienti/degustatori nel voler degustare solo il Primitivo, famoso e apprezzato perché "dolce". Questa dichiarazione ci ha inizialmente stizziti. Poi, l'abbiamo presa come una sfida, e dopo aver raccontato i nostri vini, abbiamo constatato che il vino con più appeal fosse il Nero di troia, il vitigno con il minor quantitativo di residuo zuccherino e con più tannini. Oggi in Polonia è il nostro vino più venduto.



SAN MARZANO

Ottenuto da uve di Primitivo, Tramari è vino rosato elegante e lieve. Nasce dalla luce e dai venti delle nostre estati, tra i due mari del Salento.





Le grandi cantine dell'Abruzzo



Illuminati

c.da San Biagio, 18 | Controguerra (TE)
 🌐 www.illuminativini.it | ☎ 0861808008

Dino Illuminati è riuscito negli anni a raccontare con i suoi vini la storia enologica dell'Abruzzo. Senza di lui la DOCG Colline Teramane non sarebbe esistita, pioniere lui del Montepulciano d'Abruzzo e uomo orgoglioso di questo territorio che si affaccia sul mare e dalle numerose peculiarità. D'altronde il potenziale viticolo di 130 ettari consente di poter proporre un buon numero di etichette e di posizionare l'azienda come una delle più affidabili della regione. Oggi impegnati a tempo pieno sono i figli Stefano e Lorenzo che seguono la produzione e i vigneti collocati intorno ai 300 metri di altitudine.

Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane Zanna Riserva




Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Dalle colline solcate dal fiume Tronto, si estende il cru Zanna, da Montepulciano in purezza. Intenso ed etereo, è un rosso di grande stoffa, dai tannini morbidi e vellutati. La sua temprata possente si adatta alla polenta con spuntature e salsicce.

Montepulciano d'Abruzzo Riparosso




Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Dopo una selezione accurata delle uve, un invecchiamento in botti di rovere e un affinamento in bottiglia nasce il Riparosso. Rosso rubino, possiede aromi di frutta rossa; al gusto è pieno, rotondo e armonico, persistente nel suo finale di liquirizia. Abbinamento: rape e fagioli.

Montepulciano d'Abruzzo Ilico



Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Stile tradizionale e peculiare, da Montepulciano di razza. Al naso profumi intensi ed esuberanti di liquirizia e un frutto scalpitante e integro. Ideale con carni di agnello e capretto.



Le grandi cantine dell'Abruzzo



Tenuta I Fauri

s.da Corta, 9 | Chieti (CH)
 🌐 www.tenutaifauri.it | ☎ 0871332627

Sulle belle colline teatine, sotto la Majella, la famiglia Di Camillo segue la Tenuta I Fauri. Da qualche anno la gestione è passata alla nuova generazione con Valentina e Luigi che non hanno cambiato molto la filosofia aziendale, piuttosto sono riusciti a far conoscere meglio i loro vini puntando su una comunicazione più moderna ed efficace. Poco più di trenta ettari consacrati alle principali cultivar della regione, con varie linee stilistiche, dal Baldovino al Rosso dei Fauri, passando per il Pecorino, il Montepulciano Ottobre Rosso, gli Spumanti e i Frizzanti. Vinificazioni essenziali, fermentazioni spontanee, affinamenti in acciaio e cemento: in questo modo si cerca di realizzare vini dalla grande bevibilità e dall'ottimo rapporto qualità prezzo.

Abruzzo Pecorino



Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Teso e dritto, alleato della bellissima acidità varietale, non privo di quella complessità olfattiva di fiori ed erbe officinali. Da servire con tiella di alici.

Cerasuolo d'Abruzzo Baldovino



Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Un rosato da apprezzare da giovane, fruttato, floreale con retrogusto di mandorle amare. Piacevolissimo con pizza o zuppe di pesce.

Montepulciano d'Abruzzo Ottobre Rosso



Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Dalle colline di Villamagna, in provincia di Chieti, proviene questo Montepulciano fragrante, dalla bocca distesa e piacevolmente acida. È un buon rosso tipico e fruttato, con un profilo olfattivo di frutta rossa e visciola. Stappatelo con zuppa di legumi e cicoria.



Le grandi cantine del Lazio




Famiglia Cotarella

s.s. Cassia Nord km 94,155 | Montefiascone (VT)
 🌐 www.falesco.it | ☎ 07449556

L'azienda, proprio ai confini con l'Umbria appartiene alla famiglia di due grandi enologi, i fratelli Cotarella, che in questo loro spazio hanno dato vita a molti e innovativi vini laziali. Era il 1979 quando Renzo e Riccardo Cotarella decisero di trasformare la loro piccola azienda familiare in un'impresa, facendola diventare un simbolo di successo. Oggi la Falesco vanta svariati vigneti, distribuiti tra il Lazio e l'Umbria, dalle colline vicino il lago di Bolsena fino a quelle che circondano Orvieto, da Montefiascone a Montecchio, con terreni sabbiosi, ricchi in lava, fosforo e potassio, o argilloso-calcarei, con azoto, magnesio e boro. Di ottimo livello tutta la gamma proposta, a dimostrazione della costanza del rendimento aziendale seguita dall'intera famiglia Cotarella.



Soente

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Viognier in purezza; al naso è di grande impatto con note di agrumi e fiori bianchi. Al palato è avvolgente con un finale sapido e persistente. Ideale con paté di fegato.




Ferentino

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Questo vino vuole esaltare l'antico vitigno autoctono dell'area di Montefiascone, il roschetto. Presenta sensazioni di frutta tropicale, vegetali e vanigliate. Al gusto è ricco, morbido e pieno, con una lunga persistenza gustativa. Da abbinare con pasta al ragù bianco di coniglio.



Montiano

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Il merlot è il vitigno principe di questo classico rosso della famiglia Cotarella. Ha deliziose note di vaniglia, piccoli frutti rossi, confettura e spezie dolci. Completo e morbido al palato, è assai elegante nei sapori, di particolare persistenza gustativa. Si sposa perfettamente con il pollo arrosto.



Le grandi cantine del Lazio



Terre dei Pallavicini

via Roma, 121 | Colonna (RM)
 🌐 www.vinipallavicini.com | ☎ 069438816

L'azienda vitivinicola Principe Pallavicini risale al 1670 quando i principi Pallavicini acquistarono la tenuta di Colonna dai principi Boncompagni Ludovisi. Negli archivi della famiglia Pallavicini del 1700 si ritrovano forniture di cesanese e frascati al Vaticano. L'azienda, che conta 80 ha di vigneti, oltre 4000 ulivi secolari e 350 anni di storia, è oggi diretta dal principe Sigieri Pallavicini. La maggior parte dei vigneti di proprietà si trova ai Castelli Romani, dove le uve a bacca bianca risentono dei benefici dei suoli vulcanici.




Frascati Sup. Poggio Verde

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Dalle colline vulcaniche della doc Frascati che affacciano su Roma, nasce questo bianco di grande ampiezza ed intensità, con spiccate note floreali e di frutta esotica. Fresco, elegante, ha un gusto pieno, morbido e di buona persistenza.




Cesanese Amarasco

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Colore rosso rubino intenso. Al naso ampio ed etereo, con note caratteristiche di noce moscata, rosa rossa e sottile nota speziata. Gusto di grande forza, ma equilibrato e avvolgente, di lunga persistenza.



Roma Malvasia Puntinata

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Nasce dalle migliori uve di Malvasia Puntinata dell'Azienda questo bianco dalle vivaci sfumature dorate. Al naso elegante, fruttato, con dolci sensori di albicocca e pesca matura. Al palato caldo, morbido e avvolgente, accompagna l'intero pasto o anche sfiziosi aperitivi.



Le grandi cantine dell'Umbria



Arnaldo Caprai

Loc. Torre | Montefalco (PG)
 www.arnaldocaprai.it | 0742378802


Se il Montefalco Sagrantino oggi è un vino conosciuto anche fuori dalla regione, molto lo si deve a Marco Caprai, che in poco tempo ha letteralmente reinventato l'immagine internazionale di questo vino, valorizzando la denominazione e regalando vini di grande qualità. L'azienda può contare su di una proprietà di oltre 130 ettari, che consentono una produzione di circa 800mila bottiglie di vino ogni anno. La punta di diamante della gamma è costituita dal Montefalco Sagrantino 25 Anni, che nacque per festeggiare il giubileo aziendale nel 1996, e che poi è rimasto in produzione anche in virtù del successo di critica che ha ottenuto.

25 Anni Montefalco Sagrantino

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Al naso si apre ampio e potente, caratterizzato da eleganti note di mora matura e ciliegia, avvolgente e ben dosato nei legni che impreziosiscono ulteriormente la carica olfattiva. Al gusto è ampio e molto fine, potente e avvolgente, con toni di frutta rossa matura e note speziate di grande eleganza. Provatelo con lonza di maiale e ginepro.

Montefalco Rosso

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Giocato su eleganza e complessità, il vino si apre al naso con un'intensa nota di mora, e decisi richiami speziati a ricordare i chiodi di garofano. Straordinaria la bocca che non solo dimostra grande coerenza ed equilibrio ma anche una beva cremosa, bella sapidità e perfetta trama tannica. Da proporre con piccione alla ghiotta.

Colli Martani Grechetto Grecante

Il vino e l'abbinamento consigliato: 

Intensi profumi di frutta esotica e pesca gialla, note floreali di biancospino per finire su nuance gessose, un grechetto pieno e fresco. Eccellente come aperitivo, perfetto per piatti di pesce o carni bianche.



2018

OCTOBER

27 ROMA - Italy **trebicchieri**

30 TOKYO - Japan **trebicchieri**

NOVEMBER

01 SEOUL - Korea **Top Italian Wines Roadshow**

05 TAIPEI - Taiwan **Top Italian Wines Roadshow**

07 HONG KONG - China **trebicchieri HKTDC Special**

12 SHANGHAI - China **trebicchieri**

15 BEIJING - China **Best of Italy**

20 ST. PETERSBURG - Russia **Top Italian Wines Roadshow**

22 MOSCOW - Russia **trebicchieri**

2019

JANUARY

STOCKHOLM - Sweden **trebicchieri**

COPENHAGEN - Denmark **Best of Italy**

21 MUNICH - Germany **trebicchieri**

23 BERLIN - Germany **Best of Italy**

APRIL

07 VERONA - Italy **trebicchieri VINITALY Special**

DUBAI - UAE **Notte Italiana**

MAY

06 SINGAPORE - Singapore **Top Italian Wines Roadshow**

ZURICH - Switzerland **Best of Italy**

15 BORDEAUX - France **trebicchieri VINEXPO Special**

CALGARY - Canada **Best of Italy**

TORONTO - Canada **Best of Italy**

MONTREAL - Canada **Top Italian Wines Roadshow**

FEBRUARY

07 MEXICO CITY - Mexico **Top Italian Wines Roadshow**

11 LOS ANGELES - Usa **trebicchieri**

13 SAN FRANCISCO - Usa **trebicchieri**

18 CHICAGO - Usa **trebicchieri**

20 NEW YORK - Usa **trebicchieri**

JUNE

03 WASHINGTON DC - USA **Top Italian Wines Roadshow**

05 BOSTON - USA **Top Italian Wines Roadshow**

16 DÜSSELDORF - Germany **trebicchieri PROWEIN Special**

Sponsor

