

Vini rossi passaggio a Sud



20%

la regione è il driver
principale di scelta

13 mln l

volume venduto di
Lambrusco, vino più
venduto in qdo

1,9 mld

incasso reparto vino
in qdo

1,7%

incremento annuale
del prezzo medio

PIÙ QUALITÀ E MENO QUANTITÀ È LA RICHIESTA DEI CONSUMATORI IN QDO



I ROSSI TIPICI DE LA MARCA

Con 9 cantine associate, quasi **5.000 conferitori** e **12.896 ettari di vigneto**, La Marca è oggi una tra le realtà enologiche di riferimento nel mondo del Prosecco. La **Collezione Premium**, denominata **"Bouquet"** in omaggio alla freschezza dei suoi aromi, comprende 5 spumanti e quattro vini fermi. Tra questi, due rossi "tipici", il Merlot (quello del Triveneto è nella top ten dei rossi più venduti in gdo nel 2018, ndr) e il Cabernet Piave Doc. Questi, infatti, nel fertile bacino del Piave esprimono al meglio gli aromi varietali. La dedizione alla ricerca della qualità e dell'eccellenza ha portato l'azienda a compiere importanti cambiamenti organizzativi e strategici, con l'**upgrade tecnologico degli impianti di vinificazione e imbottigliamento** e il rinnovo delle linee di prodotto nel segmento Premium per la ristorazione.

Sempre meno
quantità e più qualità
dicono i dati Iri
sui vini nella gdo.
Il trend spinge
i vitigni autoctoni,
in particolare quelli
del Mezzogiorno. Per
un bere easy, aperto
alla sperimentazione

Daniele Colombo
@daniele_colombo

La Cina è sempre più rossa: l'Italia sempre meno. I vini rossi costituiscono la tipologia più consumata al mondo. Ma da qualche anno stiamo assistendo a uno slittamento. Crescono in Asia, come negli Usa, flettono invece nel nostro Paese, che pur rimane il secondo esportatore mondiale dopo la Francia, anche se con prezzi medi più bassi. Secondo un'indagine **Wine Monitor Nomisma**, in Cina, primo consumatore di vini rossi al mondo, in 5 anni (dal 2012-2017) questa ti-

pologia ha avuto un balzo (a volume) del 14,5% rispetto a un calo del 9,5% in Italia. Un passaggio di testimone verso gli sparkling, che continuano ad avere performance positive, sostenuti dai nuovi consumatori (generazione sushi) e dai mutamenti climatici. Un cambiamento multifattoriale: dalla cucina multiethnica, alle nuove generazioni che prediligono un consumo informale, attratte dalla novità e dalla sperimentazione. Sul fronte dei rossi questo si traduce in bere meno ma meglio.

Il trend premia una maggiore qualità dell'etichetta. Anche se è una beva più easy, che denota una certa stanchezza verso i vitigni internazionali e strutturati, l'uso pesante della barrique. Di qui la voglia di riscoprire il territorio italiano con il suo patrimonio di vitigni autoctoni di cui vanta una leadership europea. Con il Sud che intercetta meglio, e in positivo, i mutamenti in corso, grazie alla sua straordinaria biodiversità. Il 74% degli acquisti di vino avvengono in supermercati e ipermercati (dati Wine Monitor Nomisma Nomisma). Basterebbero questi primi riscontri a dire che i rossi nella gdo hanno bisogno di un cambio di passo.

Più qualità e meno quantità sembrano voler chiedere i consumatori. C'è un **incremento del prezzo medio giunto a quota 3,07 euro al litro (+7,7%)**. Un segnale. Come quello del vino bio, un piccolo mercato da 5 milioni di litri, che in controtendenza cresce del 18%. I numeri sono ancora più marcati sui rossi, che pur rappresentano la categoria dominante: il calo in volume nei rossi fermi è del 5,2% (scesi a 279 milioni di litri), mentre i rossi frizzanti cedono il 2,8% (circa 40 milioni di litri). Le vendite a valore raggiungono i 907 milioni per i primi (+2,7%) e 118 milioni per i secondi (+2,2%). Il delta maggiore sul prezzo medio della bottiglia al litro è proprio sul rosso fermo (+8,4%; 3,24



CANTINE PAOLOLEO

— *Salento in purezza* —



NEGROAMARO



ROSATO DI PRIMITIVO



CHARDONNAY



Filiera naturale

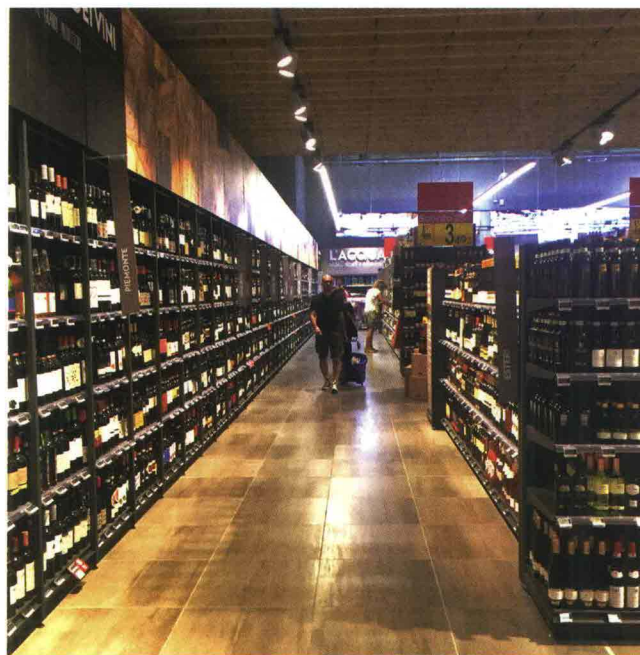
VIENI A SCOPRIRE LE ALTRE LINEE SU WWW.PAOLOLEO.IT



SABRINA TEDESCHI
PRESIDENTE DE
LE FAMIGLIE
DELL'AMARONE D'ARTE

VALPOLICELLA RIPASSO IN SALUTE

Da anni continua a riscuotere successo il Valpolicella Ripasso. Viene ottenuto dalla rifermentazione del vino Valpolicella sulle vinacce residue dell'Amarone (i due vini vengono prodotti con le stesse varietà d'uva, quelle tipiche del territorio della Valpolicella, Corvina, Corvinone e Rondinella). **“Il Valpolicella Ripasso è un fenomeno di successo non solo nella gdo, ma anche nella ristorazione perché in qualche modo ricorda anche nella degustazione le caratteristiche dell'Amarone -spiega Sabrina Tedeschi presidente dell'associazione Famiglie Storiche che riunisce i 13 storici produttori dell'Amarone. Le vendite di Amarone a valore sul mercato interno hanno registrato un +4%. Il brand è sempre più giovane, ricorda il Consorzio: il numero di imprese vinicole under 40 è quasi raddoppiato.**



Per il 2019 i primi segnali sono positivi. In gennaio e febbraio le vendite globali del vino a denominazione d'origine (bottiglia da 0,75 l) sono cresciute del 5,3%

euro). I tre vini rossi a denominazione più venduti sugli scaffali nella grande distribuzione organizzata sono **Lambrusco** (13 milioni di litri), **Chianti** (12,8) e **Montepulciano d'Abruzzo** (8,5). Ma andando a vedere chi ha avuto maggiori performance di crescita si notano i segnali più interessanti. Il vino che tra i rossi ottiene il maggior delta a volume è il Primitivo (+17%), seguito da Negroamaro (+8,5%). Due vini della Puglia. Ottimo risultato anche per il Grignolino (+7,8%), che riconquista appeal grazie alla sua beva easy. Quindi due vini del Veneto, Valpolicella Ripasso (+6%) e Valpolicella (+5,3%). Dati positivi anche per il Refosco (5,2%), simbolo dell'identità friulana, e altri vini del Sud come Cerasuolo (+5,3%) e Aglianico (+2,2%). I vini emergenti spuntano poi posizionamenti di prez-

zo superiori con un +20,6% a valore per il Primitivo e +14,7% per il Negroamaro.

Rossi anche in bollicine, il Sangiovese diventa spumante. C'è un progetto di lanciare una versione spumante del Chianti, previa modifica del disciplinare.

La riscoperta degli autoctoni, dell'identità territoriale, oggi sembra diventata la linea imprescindibile. C'è voglia di dare la massima valorizzazione al terroir. Non è un caso che in Franciacorta, terra diventata d'elezione per lo Chardonnay, si sia lanciato l'Erbamat. Avere qualcosa di autoctono sta diventando un prerequisito, come la sostenibilità o il bio. Grazie anche alle nuove generazioni di viticoltori, si sta assistendo da Nord a Sud a una riscoperta dei vitigni locali. Qualche esempio. In Liguria Cantine Lunae (la maggiore della Liguria) propone vitigni come il Vermen-tino Nero, Massareta, Pol-lera Nera. In Umbria (Narni) e Toscana, vini un tempo da taglio come il Ciliegolo o il Canaiolo vengono riscoperti in purezza, maturati in acciaio per una beva immediata. In Sicilia la zona dell'Etna si sta rivelando uno dei territori più cool (non a caso ci ha investito anche Gaja). Secondo i dati dell'Istituto regionale del vino e dell'olio di

Sicilia (Irvos) in meno di sei anni la vendita di bottiglie di **vino Etna Doc è triplicata**. Molti sono pronti a scommettere che il Nerello Mascalese sarà il "nuovo Nero d'Avola" mentre a ovest dell'Isola si sta riscoprendo il Perricone. La Puglia oltre a Primitivo e Negroamaro, da anni al top, offre una grande varietà di vitigni come l'emergente Susumaniello. Altri esempi di questa vivacità per le varietà indigene sono il Lacrima di Morro d'Alba nelle Marche, il Ruché in Piemonte, il Cesanese del Piglio nel Lazio, l'Aglianico del Vulture,

la Tintilia del Molise, il Gaglioppo in Calabria. L'Italia gioca un ruolo importante visto che detiene **il record di biodiversità in Europa**. Il fattore nodale rimane lo storytelling. A scombinare le carte ci pensano le nuove generazioni. Da una parte sono attratte dal nuovo e dalla sperimentazione. Dall'altro sembra che il fattore naturale per loro pesi di più. Questo si traduce nella ricerca di vini che vanno anche oltre il bio e il biodinamico. Ovvero vini naturali con lieviti indigeni dove la componente solfiti è molto



L'origine regionale è il primo driver di acquisto, mentre la pressione promozionale è solo al quarto posto fra i criteri di scelta della clientela



A ogni nuovo inizio



**TI ASPETTIAMO
A VINITALY 2019**
Pad. 12 - Stand G2
Pad. 7 - Stand D7

Follow us



www.cantinatollo.it

CANTINA TOLLO
La passione per il vino italiano

FIRRIATO, I VINI COOL DELL'ETNA ANCHE IN GDO



Sei tenute, circa **4,5 milioni le bottiglie prodotte ogni anno, di cui il 59% esportate in 48 Paesi, distribuiti tra 5 continenti.** Firriato produce in copacking l'Etna Rosso Doc, a base di 70% Nerello Mascalese e 30% Nerello Cappuccio. **La tenuta è quella di Cavanera Etnea, versante Nord-orientale del vulcano (a 700 metri s.l.m.).** Un vino seducente dai tannini gentili, con note di piccoli frutti rossi, lamponi e pesca, petali di rosa. E sfumature di noce moscata e pepe nero. Un prodotto che interpreta perfettamente il nuovo trend.



Sui rossi conta ancora la reputation. Toscana e Piemonte dominano nella percezione degli italiani se devono indicare un rosso di qualità

bassa, secondo il trend salutistico. Un fenomeno legato a questa moda sono **gli Orange Wine, una nuova via cromatica.** Sono ottenuti dalla vinificazione di uve bianche. Ma vinificate come i rossi: lasciando il mosto a contatto con le bucce per un periodo più o meno lungo. Da questo dipende l'intensità del colore, aranciato (il corallo vivo è il colore Pantone del 2019). Il pigmento insolito sta diventando uno dei driver d'acquisto nel food and beverage. Fatto da non sottovalutare. Nel Piacentino c'è stata lo scorso anno la prima edizione nazionale degli Orange Wine. Un altro appeal dei vitigni autoctoni è la maggiore aromaticità. **Luigi Moio**, professore ordinario di Eno-

logia presso il **Dipartimento di Scienze degli Alimenti dell'Università degli Studi di Napoli Federico II**, autore e co-autore di circa 250 pubblicazioni scientifiche su riviste internazionali, è tra i maggiori esperti degli aromi del vino. "Quasi il 70-80% dei vini nel mondo sono prodotti con gli stessi vitigni -spiega-. In passato per una certa omologazione si è data la colpa al lavoro in cantina e agli enologi. O addirittura si è tirato in ballo il lievito. In realtà le somiglianze sono dovute al fatto che **i vitigni utilizzati sono sempre gli stessi**, Cabernet, Merlot, Syrah, Grenache. L'Italia ha dalla sua questo punto di forza, la biodiversità, con una cinquantina di vitigni autoctoni maggiori (per massa critica) che si sono adattati negli anni nei diversi contesti pedoclimatici. Il nostro Paese ha variabilità orografica e di vitigni. Diventano pertanto novità a livello planetario". Anche il clima premia gli autoctoni. **Il riscaldamento globale spinge a coltivare sempre più a Nord.** Questo potrebbe creare problemi per vitigni internazionali precoci come Merlot, Cabernet-Sauvignon. E viceversa dare opportunità ai ros-

SANCRISPINO

il nostro vino



Arriva in TV la nuova campagna **SANCRISPINO** con un testimonial d'eccezione: **Cesare Bocci**, il celebre interprete di film e serie TV di successo, diretto dal regista Luca Lucini. L'attore sarà protagonista di una campagna nuova di zecca, che sarà dedicata anche alla innovativa linea **SANCRISPINO BIO**. **SANCRISPINO** è il frutto del lavoro e della passione di oltre 5000 famiglie di viticoltori italiani associati.

SANCRISPINO, IL NOSTRO VINO.



Brik da 250, 500 e 1000 ml.



FAMIGLIA CECCHI: LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO, DAL MORELLINO AL CILIEGIOLO

Cecchi rappresenta un brand importante per il Chianti Classico. **La famiglia Cecchi ha scoperto un vitigno storico come il Ciliegiolo, e ne ha sviluppato una produzione "in purezza",** con l'obiettivo di esprimere le peculiarità del territorio in cui nasce. "Un vitigno autoctono in cui crediamo - dice **Giacomo Tarquini**, chief marketing officer-. Ha profumi molto nitidi, intensi e ben definiti, che declinano su note di frutti rossi mediamente maturi e una nota floreale dolce e delicata. Il gusto è deciso, ben strutturato e equilibrato. La freschezza si contrappone perfettamente ai tannini ben presenti ma maturi e piacevoli". Al momento l'etichetta è distribuita nel canale horeca.

si autoctoni tardivi. "I vitigni autoctoni hanno questo altro vantaggio -fa notare il professor Moio-: sono tardivi, dunque subiscono meno gli effetti del riscaldamento climatico rispetto agli internazionali che sono precoci e soffrono di più le elevate temperature estive". Il fattore climatico sta poi modificando il gusto dei vini, che diventano più alcolici, più zuccherini. Ma **il mercato chiede vino con meno alcol.**

Punta sul trend in ascesa degli autoctoni il mondo del vino cooperativo. La seconda edizione del festival Vivite a Milano, organizzato dall'**Alleanza delle Cooperative Agroalimentari** (5.100 cooperative, 720.000 soci produttori) ha evidenziato la volontà di farsi conoscere. I dati sono a suo favore. Il 58% del vino italiano è prodotto da cooperative. E lo sono 8 delle prime 15 aziende italiane per fatturato. Tra queste si conta la prima cantina d'Italia e tra le prime al mondo, il **Gruppo Italiano Vini**.

La dicotomia vino da enoteca e vino da gdo è intanto sempre più labile. Il consumatore cerca anche nei canali della grande distribuzione un prodotto di qualità per le sue esigenze. Non è un caso che i grandi retailer chiedano sempre più la consulenza delle associazioni di sommelier. "Il cliente della gdo cerca un vino per l'immediatezza -spiega **Antonello Maietta**, presidente nazionale dell'**As-**



**ANTONELLO
MAIETTA**
PRESIDENTE ASSOCIAZIONE
ITALIANA SOMMELIER

sociazione italiana sommelier-. Certo in gdo trovi anche Barolo e Amarone. Ma si cerca soprattutto la pronta beva. Tendenzialmente sono vini non da invecchiamento o lunga evoluzione. Stanno andando i frizzanti, come Lambrusco e Bonarda. Il Chianti è un evergreen. Sta salendo sorprendentemente anche il Bardolino che sta soppiantando il Dolcetto, un po' in calo (Il Lago di Garda, terra del Bardolino, è l'unica zona italiana segnalata dalla rivista statunitense Wine Enthusiast tra le dieci destinazioni vinicole al mondo da vedere nel 2019, ndr). I rosati vanno tantissimo".

Ma come sarà il futuro dei rossi alla luce della rivoluzione di gusto in corso? Il presidente conferma lo spostamento verso Sud. "C'è attenzione verso gli autoctoni più che sugli internazionali. E sui rossi c'è una tendenza ad andare verso il Sud Italia. Per quest'anno scommetterei sul Ciliegiolo".