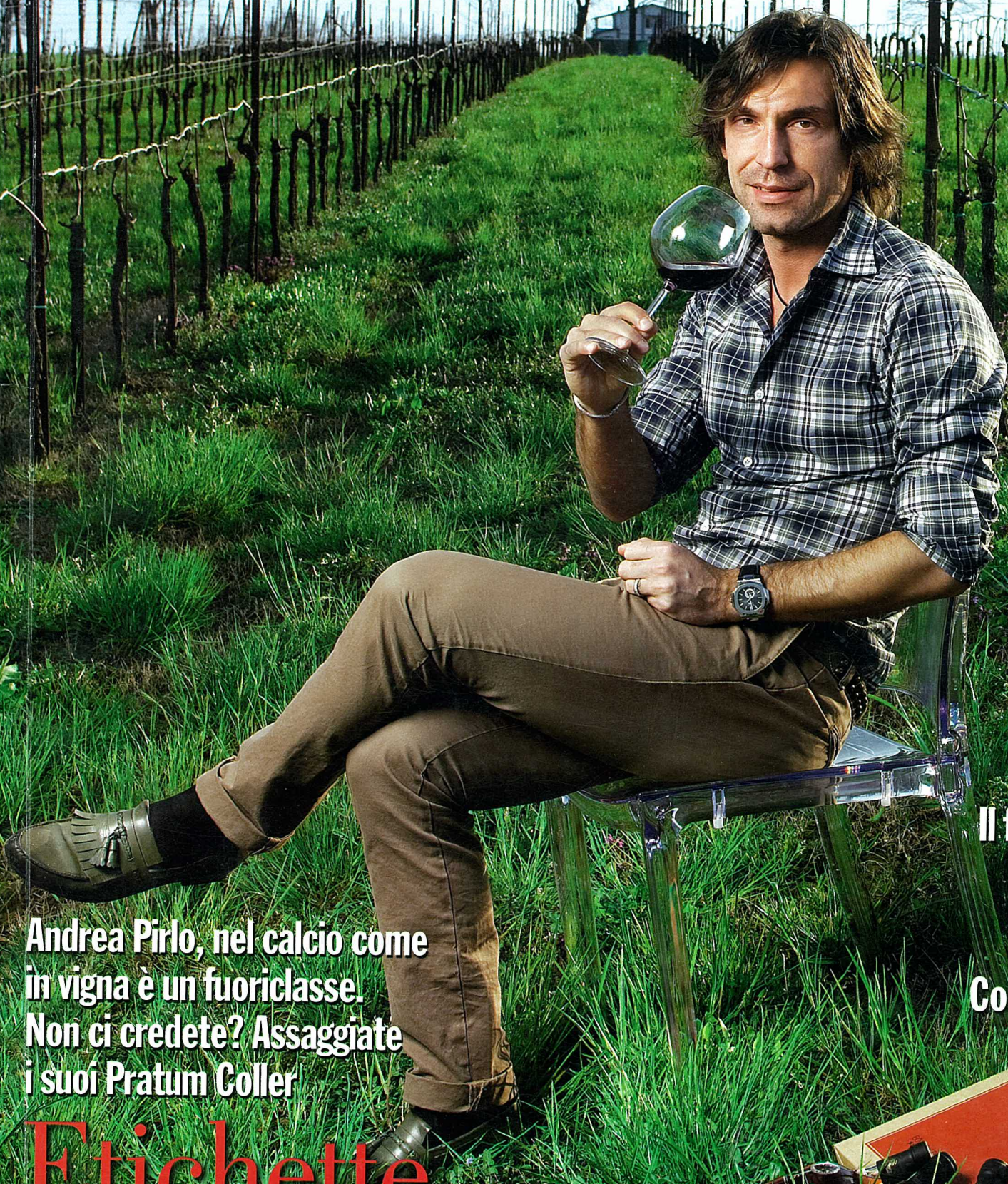


NUMERO SPECIALE TASTE E BANQUETING, 75 PAGINE DEDICATE ALL'ECCELLENZA DEL FOOD E DEL WINE

SPIRITO di VINO

la rivista per meditare centellinando



CHAMPAGNE

De Venoge omaggia
Re Luigi XV

FRIULANO

L'ex Tocai è tutt'altro
che un'imitazione

FRANCIACORTA

Il Mosnel in verticale
esclusiva '84-'99

GAVI

Il fresco bianco d'Italia
alla prova dei voti

GOURMANDISE

Concerto per palati fini
da Pier Bussetti

Andrea Pirlo, nel calcio come
in vigna è un fuoriclasse.
Non ci credete? Assaggiate
i suoi Pratum Coller

Etichette da scudetto



LUX 8,00€ - CH CT 12,50 Chf - PTE cont. 7,00€



www.spiritodivino.biz - Bimestrale Anno 8 / N.44 Giugno/Luglio 2011 - IT € 5,90

Orsi e tini, l'etichetta è una questione di business

di Fiorina Capozzi

Non solo Brunello a Montalcino. Logonovo è Merlot puro

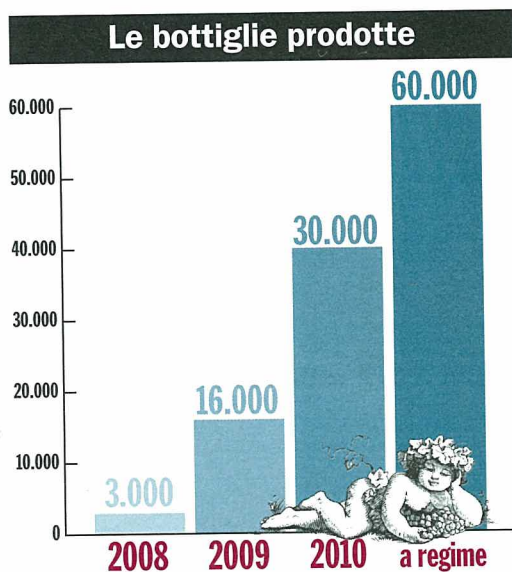
Brunello sì, ma non a tutti i costi. Non che si neghino le indubie qualità del pregiato rosso toscano, ma a Montalcino c'è anche chi ha osato produrre altro. Marco Keller, industriale nel campo della meccanica, ha scelto una strada diversa, quella dell'Igt toscana Logonovo, Merlot puro. «Non volevamo diventare il 225° produttore di Brunello, ma trovare una nostra identità» spiega. E così da una casa di vacanze in Toscana è nata l'avventura di questa cantina di Montalcino (www.logonovo.it), che si è materializzata nel 2003. «Per puro caso abbiamo letto su un giornale di un terreno all'asta a Montalcino. Era proprio accanto alla nostra proprietà in Toscana. E siccome da sempre ho la passione del bevitore, ho pensato: "Perché non comprarlo e trasformarlo in un vigneto?". Da tempo l'area in questione era rimasta abbandonata e aveva eccellenti caratteristiche», ricorda Keller. «È stato un richiamo irresistibile, non ci sarebbe mai più capitata un'occasione così. Ho considerato questa coincidenza

come un segno del destino». Logonovo è iniziata partendo solo dal terreno. Senza vincoli e con l'unico desiderio di produrre un vino eccellente. Una buona occasione di acquisto? «A Wall Street dicono che se vuoi far fortuna con il vino, allora è meglio iniziare da un grande patrimonio», spiega Keller, che non fa mistero del fatto che la sua avventura nel vino ha richiesto finora un'investimento superiore ai dieci milioni di euro per la cantina, gli 11 ettari a vigneti e l'impianto delle barbatelle di Merlot, Syrah, Petit Verdot e Sangiovese. «Certamente ai prezzi cui comprammo allora è stata una

buona opportunità oltre ad avere delle caratteristiche di prossimità alla nostra casa di campagna che sarebbe stato difficile ritrovare anche a cercarle per anni». Adagi della finanza a parte, Keller è convinto che i vigneti siano un investimento speciale. «Con questa idea nella mente, abbiamo deciso di fare un vino d'eccellenza in una terra in cui ormai un ettaro di vigneto a Brunello vale circa mezzo milione. Abbiamo scelto cinque o sei vitigni diversi per avere una certa flessibilità di produzione. E siamo riusciti ad avere un vino che semplicemente prima non c'era da una terra eccezionale come quella di Montalcino».

Una bottiglia nuova, Logonovo per l'appunto, secondo le indicazioni dell'enologo Roberto Cipresso. «Non sono mancate le difficoltà», ammette Keller. «L'industria e la finanza hanno tempi rapidi. Non si può dire lo stesso per il vino che segue un ritmo naturalmente lento e ha una rigidità di fondo nel prodotto. Gli investimenti sono sempre superiori alle previsioni e possono sempre sopraggiungere degli imprevisti». Oggi poi con una concorrenza internazionale sempre più ag-

guerrita, il futuro appare ancora più duro. «Ci sono grandi Paesi produttori come California, Cile, Argentina. E poi le mode, che oggi spingono su un prodotto e domani su un altro, o ancora gli Stati Uniti che rallentano con la Cina che avanza nel consumo di vini. Le barbatelle invece restano per decenni. Di qui la considerazione che nel nostro progetto non avremmo dovuto seguire le mode del momento, ma puntare sulla qualità con un vino da bere». Un bicchiere da degustare indipendentemente dai complessi e burocratici protocolli biodinamici o biologici. «Non usiamo concimi chi-



mici e curiamo con amore e passione le vigne. Detto questo non credo nelle pratiche amministrative delle certificazioni bio, penso piuttosto che il futuro sia negli ibridi resistenti che non richiedono trattamenti», continua.

E quali sono i progetti per il futuro? «Vorrei produrre del Cognac, cui naturalmente daremo un nome diverso. Ma per ora è solo un'idea». Già perché ora Keller si concentra sulla distribuzione del suo vino: bottiglie da portare in giro per il mondo. «Dopo 40 anni di lavoro nel mondo dell'export di gruppi elettrogeni, ho maturato un po' di esperienza per vendere fuori dai confini nazionali. Sono i mercati migliori che sono anche più disponibili a pagare per avere un vino di qualità». Una sfida difficile, quella dei mercati stranieri, ma certamente alla portata di un buon rosso toscano.



Affari in crescita

Il vino resta un buon affare. Parola di Mediobanca che, in un recente studio in cui ha passato al setaccio le prime 103 società italiane del settore, ha registrato una crescita del fatturato. Il giro d'affari complessivo si è infatti attestato a 4,4 miliardi di euro, in lieve aumento (+0,5%) segnalando che il comparto, nonostante la crisi, è in buono stato di salute. E anche in continua evoluzione: migliora infatti l'export che è cresciuto dell'8,5% e il mercato interno, la cui domanda è salita del 2,1%.

Positivo anche il bilancio in Borsa: l'indice costruito dai banchieri di piazzetta Cuccia sul settore viticolo ha evidenziato su dieci anni un balzo del 122% contro un modesto +14% dei listini internazionali. Anche se l'indice in questione, che sintetizza la performance delle prime 45 società di vino del mondo, non include imprese del nostro Paese, si tratta comunque di un segnale forte per gli investitori italiani che amano diversificare nel mondo del vino attraverso la finanza. Infine, guardando al futuro, il 53% delle aziende vitivinicole italiane intervistate nel corso dell'indagine di Mediobanca (ovvero quelle con fatturato superiore ai 25 milioni l'anno) si sono dichiarate ottimiste per il 2011 con previsioni di crescita comprese fra il 3 e il 6%. Tutte, però, hanno escluso di pensare ai listini come strumento per reperire liquidità fresca e lanciarsi in grandi operazioni di crescita.

E ora wine wedding

Anche un matrimonio può diventare un affare di vino. Al punto da far nascere una nuova tendenza: il wine wedding che, in Toscana, promette di diventare un grande business dedicato soprattutto agli stranieri che decidono di celebrare il grande evento in terra nostrana. A lanciare l'idea delle nozze con calice annesso (e non solo per brindare, ma per degustare) è un'impresaria di successo,



Donatella Cinelli Colombini. Una wedding planner decisamente fuori dagli schemi, ma di sicuro una cerimoniera doc nella sua cantina Casato Prime Donne di Montalcino. La formula nasce dal fatto che, come evidenziato dall'impresaria, ogni secondo ci sono ben 22 persone alla ricerca su Google di informazioni sui matrimoni. Di qui la decisione di studiare il fenomeno e interrogarsi sulle caratteristiche di una domanda speciale che viene direttamente dalla clientela attraverso la rete. Come non cogliere dunque l'occasione al volo grazie alla villa storica, i giardini e i panorami delle proprietà Cinelli Colombini? «Ecco perché abbiamo deciso di investire nella creazione di un'area dedicata di fronte alla cantina e di procedere al restyling della sala degustazione», spiega. Il resto viene da sé con la tradizione e l'ospitalità toscana.

Notizie in sorsi

Banca Antonveneta in vigna

La finanza entra in vigna nei colli orientali del Friuli. Banca Antonveneta, che fa capo al gruppo Monte dei Paschi di Siena, ha stanziato un plafond da 30 milioni di euro per le imprese della zona nell'ambito dell'operazione Working capital, uno strumento dedicato a quelle che producono vini che ricadono sotto la tutela della denominazione di origine Colli Orientali del Friuli. La copertura verrà concessa per un periodo massimo di 18 mesi con formule competitive. Working Capital offrirà anche un supporto di consulenza personalizzata per rilanciarsi nel mercato.

In campagna il lavoro c'è

In Italia il ritorno all'agricoltura sembra una realtà confortata dai numeri di Coldiretti. In controtendenza rispetto all'andamento generale del mondo del lavoro del nostro Paese (-0,9% su base annua), gli occupati nelle campagne aumentano dell'1,9%. Dalle 250mila imprese del settore nascono opportunità di lavoro per 1,2 milioni di persone.

Il boom di Caviro

Caviro cresce a ritmo sostenuto. Il gruppo viticolo di Faenza ha archiviato un 2010 con un boom del giro d'affari del +53%. Il fatturato si è attestato a 250 milioni di euro. Non solo, la società si è confermata leader del mercato italiano (9,4%) e numero uno per alcol industriale con un'offerta che soddisfa il 25% della richiesta. Positiva la posizione finanziaria netta (76 milioni) nonostante il completamento dell'investimento nella nuova centrale termoelettrica che incide sul dato finale per 34 milioni di euro (www.caviro.it).