

# IL MONDO

SETTIMANALE ECONOMICO DI RCS PERIODICI - CORRIERE DELLA SERA

n° 1/2 - 9 gennaio 2009

**TELECOM ITALIA**  
**FRANCO BERNABÈ**  
**ALLE GRANDI MANOVRE**  
**IN GERMANIA**



**RISPARMI**  
**TRE PORTAFOGLI**  
**PER AFFRONTARE**  
**LA CRISI DEL 2009**



**CALCIO/ QUANTO COSTA OGNI PUNTO IN CLASSIFICA**

## LO SCUDETTO DEI SOLDI

Chi ha il miglior rendimento rispetto a quanto spende in campionato? Prima è l'Atalanta, seguita da Udinese e Cagliari. Da retrocessione Milan, Juve, Inter e Roma

È solida, è forte, ha la maglia neroazzurra. Ha vinto lo scorso campionato e si avvia a conquistare anche questo. No, non è l'Inter. Il club di Massimo Moratti domina in campo, ma è l'equivalente economico di un'emorragia grave. Lo scudetto della buona gestione di bilancio è dell'Atalanta della famiglia Ruggeri, che se lo gioca testa a testa, nel 2008-2009 come nella passata stagione, con l'Udinese della famiglia Pozzo. Bergamaschi e friulani non entreranno mai, forse,

nell'albo d'oro del campionato di serie A, almeno finché i giganti dell'imprenditoria potranno schiacciare la concorrenza a colpi di ingaggi milionari. Però nessuno sborsa così poco per portare a casa il risultato. La prima classifica del Mondo su chi spende meglio in serie A divide il monte ingaggi di ogni squadra per il punteggio finale o, nel caso del torneo in corso, la proiezione sulla media punti prima della pausa natalizia alla diciassettesima giornata.

**TURANO DA PAGINA 10**



### ATALANTA CAMPIONE

**CONTI DEPOSITO**  
**SUPERTASSI ADDIO**  
**ECCO LE BANCHE**  
**CHE OFFRONO DI PIÙ**



Sono lontani i tempi del 5% di rendimento sui conti deposito, online o ad alta remunerazione. Dopo tre tagli del costo del denaro in tre mesi da parte della Banca centrale europea che ha portato il tasso di sconto al 2,5% (dati al 23 dicembre 2008), le banche hanno rimesso a punto percentuali e strategie. Perché non finisce mai la gara per attrarre i risparmiatori in cerca di un porto sicuro per la liquidità. Da guardare, dunque, sono i ritorni promessi, ma bisogna prestare attenzione anche alle condizioni applicate. Nella classifica dei proventi netti vince Conto@me di Webank (gruppo Bpm). Ha un'offerta promozionale (vedere tabella) che garantirà il 4,02% fino a tutto il mese di febbraio per chi apre una posizione entro mercoledì 7 gennaio. Nessun investimento minimo, ma c'è un tetto massimo di deposito di 30 mila euro. Alla voce costi, un fisso mensile (2,85 euro) per i bolli statali.

**SOTTOCORNOLA A PAGINA 33**

postapress  
ventiquattrore



Venerdì il Mondo con il Corriere della Sera per complessivi € 3,00 (Corriere della Sera € 1,20 + il Mondo € 2,00) Da sabato a giovedì solo il Mondo € 3,00 Austria € 3,50 - Belgio € 3,50 - Canada  
Cad. 6,50 - Francia € 3,50 - Gran Bretagna € 3,00 - Monaco principato € 3,50 - Spagna € 3,50 - Canton Ticino Chf. 5,00 - Svizzera Chf. 5,20 - Ungheria Huf. 1.100 - USA \$ 6,50  
\*Poste Italiane Sped. in A.P. - DL 353/2003 conv. in L. 46/2004 art. 1 c. 1 DCB Milano

di e si cerca un partner tecnologico italiano per avere una sorta di bandierina tricolore piantata sul progetto. «L'idea» sottolinea Lovegrove «era di avere un qualcosa di alieno, in materiale mimetico e riflettente, che si inserisse in uno dei panorami più belli del mondo. Abbiamo lavorato per coniugare pace e serenità con un rapporto nuovo di riscoperta della natura. Per questo la capsula è off the grid, cioè indipendente dal punto di vista del fabbisogno energetico». Il designer gallese ha pensato a un giardino fotovoltaico ed eolico, con sette «fiori» che integrano una pala a vento (windmill) e alcuni elementi (retrattili in caso di neve) per catturare i raggi del sole.

L'Alpine Capsule è rivestita da una doppia camera di materiale acrilico da 20 millimetri, derivato da tecnologie aeronautiche e spaziali, che filtra la luce e il sole in modo intelligente: dall'interno si «posson rimirar le stelle», mentre dall'esterno la vista si riflette a specchio. È ancorata su una base alta un metro e la parte inferiore è di acciaio inox, per assicurare la tenuta termica della capsula anche quando le neviccate saranno abbondanti. All'interno, su un livello più alto (1,6 metri) c'è la zona notte/contemplazione in pelle bianca. Il bagno è più in basso per non interrompere la vista a 360 gradi sulle Dolomiti.

«Il nostro intento» sottolinea Lovegrove «è stato quello di umanizzare gli oggetti tecnologici e, al tempo stesso, di creare una nuova natura. Assicurando il rispetto ambientale e della forma architettonica». In futuro, strutture analoghe a quella dell'Alta Badia, che possono essere mobili e assumere un carattere non permanente, potranno avere un diametro anche maggiore (già ora la tecnologia lo consente). Ed essere magari collocate in Siberia per vedere l'aurora boreale o in Cina sulla Grande Muraglia. Per ora c'è uno studio in fase avanzata. E forse a La Villa riusciranno tra non molto a farsi la villa.

F.D.R.

AUTO MINI CROSSOVER 2009

## Si fa in quattro per stupire



CIBOVINO

## Bollicine per tutti e tutte le tasche

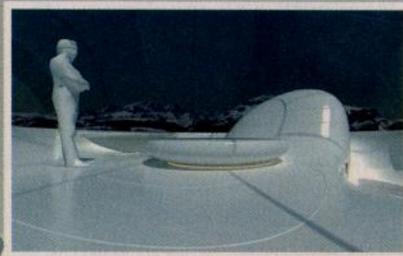
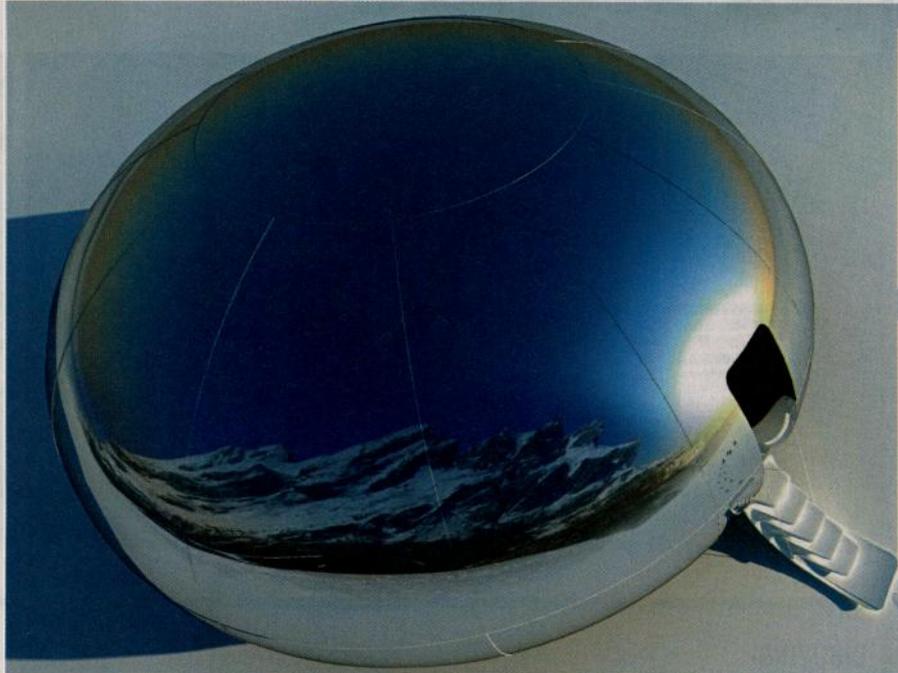
**U**n sorso di allegre bollicine ha segnato il passaggio dal vecchio al nuovo anno. Solo pochi, però, sono ancora convinti che lo spumante si stappi da Natale all'Epifania. Tutti gli altri, giovani in testa, hanno scoperto da tempo quanto le bollicine siano seducenti in occasione di un aperitivo secco. E quanto siano brave ad accompagnare una grande varietà di piatti, dall'antipasto al dolce. E allora, archiviati i botti di capodanno (e i brindisi non sempre all'altezza), gustiamoci un bicchiere di soave spumante an-

che domani, magari con una scheggia di Parmigiano Reggiano o con due fettine di prosciutto crudo dolce o ancora con un pezzo di pizza bianca romana calda, che se esce dal forno di Roscioli non si scorda più. Cosa scegliere? Questo è un momento d'oro per tutte le tipologie di bollicine nazionali. Volendo puntare sul metodo classico, non sono poche le etichette in grado di confrontarsi a testa alta con la gran parte dei cugini d'Oltralpe. Brut, millesimati, cuvée speciali, satèn, rosé, demi-sec (questi ultimi da abbinare ai dolci), le varietà sono molte e caratterizzano spumanti più o meno strutturati, più o meno giovani e fragranti, ma comunque validi. Sia che si preferiscano bollicine Trentodoc, sia che si scelgano Franciacorta, Oltrepò pavese, Alta Langa o ancora le proposte da vitigni autoctoni lungo lo stivale.

A ogni modo, per chi ama confrontarsi con le novità, la prima donna di questa stagione è senza dubbio il Perlè nero delle cantine Ferrari, nuova etichetta firmata della terza generazione della famiglia Lunelli, proprietaria della maison di Trento. Frutto di sole uve Pinot nero, è il primo

M

## IL MEGLIO



Nelle foto, in senso orario, i rendering dell'Alpine Capsule, con i fiori solari e l'allestimento degli interni in pelle bianca

TREND & DESIGN ROSS LOVEGROVE PROGETTA IN QUOTA UNA NAVICELLA-HOTEL. CON LE DOLOMITI A FARE DA SFONDO

## La badia alta dell'Alta Badia

A La Villa il concept della **capsula alpina**, suite ipertecnologica con panorama a 360 gradi

«**P**er piccina che tu sia, tu mi sembri una badia». Chissà se ai 2.100 metri di Piz la Ila questo detto popolare sia davvero popolare. Certo è che ormai si sta studiando la badia alta (e ipertecnologica) dell'Alta Badia. Cioè un'abitazione grande e ricca (definizione da dizionario del termine badia), un rifugio spazioso e spaziale, una suite visibile e invisibile. In due parole: l'Alpine Capsule.

Pareti riflettenti, struttura in materiali compositi, otto metri di diametro, quattro e mezzo di altezza, 35 metri quadrati per la navicella-hotel ecosostenibile e autosufficiente ada-

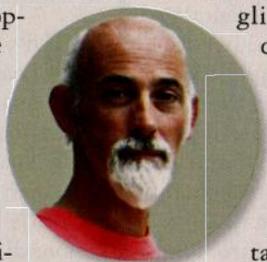
giata su un pianoro a poca distanza dalla Gran Risa, la pista da sci di La Villa che da anni è il benchmark tra gli slalom gigante di Coppa del mondo. La capsula è per ora un concept, portato avanti dalla fantasia del designer-sognatore gallese Ross Lovegrove (nella foto qui a fianco) e dall'imprevedibilità di Moritz Craffonara, dominus del Club Moritzino di Piz la Ila, uno dei rifugi più trendy dell'arco alpino.

La realizzazione pratica del progetto è sottoposta però a una serie di condizioni: il costo, innanzitutto (si parla di

almeno un paio di milioni di euro), e poi le autorizzazioni delle autorità locali. Insomma, proprio alcuni degli

elementi che, secondo l'architetto britannico, si frappongono solitamente «tra sogno e realtà: la politica, la mancanza di denaro e i cattivi comportamenti». Detto questo, però, la fattibilità tecnica è assicurata, spiega Andrea Morganti,

chief architect dell'Alpine Capsule per lo studio Lovegrove, e una prima data indicativa potrebbe essere quella del 2010. Servono comunque sponsorship. Ci sono contatti con l'Au-



**È** una Mini non più mini, con i suoi quattro metri di lunghezza. Quattro è la parola chiave per descrivere questa concept che al salone di Parigi ha sbalordito. Quattro metri, quattro ruote motrici, quattro sedili separati, quat-



tro porte. È la Mini Crossover, che nel 2009 vedremo su strada. Per ora è la conferma della forte liaison tra il marchio del gruppo Bmw e il design (non a caso da quattro anni tra Mini e Ied, l'Istituto europeo di design, la collaborazione è stretta e produce anche mostre importanti, come quella recente di Roma, con le opere del concorso sul tema dell'acqua, giuria presieduta da Gillo Dorfles). Dalle immagini si capisce che il tentativo di concepire una nuova vettura senza tradire l'identità del brand si è spinto molto avanti: non solo per le dimensioni e le forme esterne ma anche per le soluzioni interne. Fuori, alle quattro porte si aggiunge quella posteriore ad apertura laterale. Altra innovazione è il tetto quasi completamente apribile, con una capote che può scorrere sia in avanti che indietro. Ma è studiato (lo chiamano roof rail system) per poter montare sistemi di trasporto per sci, snowboard, biciclette e box portatutto di varie dimensioni. Il

particolare delle quattro ruote motrici (al quale si aggiunge una superiore altezza da terra) chiarisce che la parola Crossover significa che questa è una vettura che può andare anche in fuoristrada e tranquillamente su strade innevate. Ma torniamo alle novità stilistiche, questa volta interne. Mini center globe è lo strumento centrale tondo, con tutte le informazioni assicurate (è la prima volta su una vettura) attraverso la proiezione laser, in modo da consentire la lettura sia al guidatore sia al passeggero. Ci sono molte altre novità relative alla utilizzazione dello spazio interno, per esaltare la modularità e la versatilità di uso.

È evidente che, nel passaggio dal concept alla vettura commercializzata, ci saranno modifiche. Ma da questa Crossover concept sembra di capire che il marchio stia imboccando la strada dell'ampliamento della gamma. Sempre all'insegna del design.

*Daniele Pratti*

Blanc de noirs di Ferrari, in una scuderia di bollicine da uve Chardonnay sicuramente più leggiadre del nuovo fratello che matura per sei anni prima di sbarcare sul mercato con un corpo così importante che a occhi chiusi può sembrare quasi un vino rosso. Insomma bollicine di razza di un'azienda che, assieme alle due cantine franciacortine Bellavista e Ca' del Bosco, è sicuramente al vertice della spumantistica nazionale (per alcune etichette anche in fatto di prezzi).

Ma grande piacevolezza regalano anche prodotti di fascia meno alta, spesso preferiti rispetto a bollicine più comples-

se. Sempre tra le novità, ci sono quelle delle trentine Cantina Isera e Cesarini Sforza. Mentre in Franciacorta è speciale l'Extreme di Berlucchi, l'ultimo nato della cantina di Corte Franca della famiglia Ziliani. Tornati a concentrarsi sul Franciacorta (ne è la prova l'ottima versione Satèn) dopo i successi incassati con la nota cuvée Imperiale, i Ziliani hanno appena tirato fuori questo extra brut realizzato con sole uve Chardonnay dell'annata 2004 (tra le migliori

del decennio), da considerare una chicca per pochi (meno di 10 mila bottiglie). Neonato anche l'allegro Brut 25 della Fratelli Berlucchi: il primo Franciacorta non millesimato della maison guidata da Pia Donata Berlucchi. E infine ecco nel blu dipinto di blu, la nuova

interessante linea sigillo blu di casa Martini con il suo prodotto di punta: la Riserva Montelera cuvée nobile, dedicata alla famiglia dei conti Rossi di Montelera, fondatori della casa spumantistica Martini & Rossi. Composta da Pinot nero (tra 80-90%) e Pinot bianco, ampio profumo e vivacità, è una etichetta metodo classico destinata esclusivamente alle enoteche e ai ristoranti.

*Anna Di Martino*





Caviar box di Lve, sotto, scatola portapenne di The Bridge

## LUSSOQUOTIDIANO

# Scatole delle meraviglie

**S**catole. Per mettere in ordine passioni, piccoli e grandi lussi quotidiani, manie. O, semplicemente, per riporre gli oggetti della propria vita. Poi, accade anche che questi ripostigli siano così belli da catturare l'attenzione. Scatole lussuosissime, degne di un re o di un arbiter elegantiarum. O contenitori dal rapporto qualità-prezzo più accessibile. Un lusso per tutte le tasche (o quasi). Al top, c'è la nuova Caviar box di Louis Vuitton. La maison realizza anche set per la degustazione dello champagne, set per assaporare vino rosso e bianco, magnifici malle gateau (porta torta) e malle pic nic per pensare sin d'ora ai primi week-end al sole di primavera. Ricoperta dalla tradizionale tela monogram, rivestimento interno in pelle martellata rosso acceso, la Caviar box contiene un servizio in cristallo per caviale. Dai bicchieri da vodka a piatti e cucchiari in madreperla. Disponibile su ordinazione nelle boutique LV del mondo, può essere realizzato in diversi materiali e in diverse dimensioni. Prezzo, da (danasosi) appassionati: 20 mila euro circa, a seconda dei materiali utilizzati per la personalizzazione. Ma per concedersi uno sfizio, c'è anche la bella scatola portapenne (per i maniaci del rigore sulla scrivania) di The Bridge. Rivestita in pelle, curata nei dettagli, con più scomparti ripostiglio, costa 471 euro e si trova negli shop The Bridge. *E.R.*



## OROSCOPO

Onelio Onofrio Francioso

settimana dal 2 all'8 gennaio 2009



**ARIETE** dal 21/3 al 20/4

La settimana è adatta per intraprendere iniziative che vi inseriranno in nuove dimensioni professionali. Possibilità di una prossima occupazione più consona alle vostre aspettative.

**Giorni positivi: 4, 5**



**TORO** dal 21/4 al 20/5

Settimana molto interessante. Anche se in un trend altalenante si mostrerà costruttiva. Opportunità vantaggiose soprattutto per chi è impegnato in nuove attività imprenditoriali.

**Giorni positivi: 7 mattina**



**GEMELLI** dal 21/5 al 21/6

Avvertirete uno stato di tensione, comunque costruttiva, che vi indurrà a riflettere su tutto il vostro operato in cui vi siete impegnati nel recente periodo, con ripresa di vecchi progetti.

**Giorni positivi: 8 mattina**



**CANCRO** dal 22/6 al 22/7

Settimana piuttosto instabile e nervosa, senza particolari eventi che possano riportare gratificazioni emotive e materiali, in un periodo che si profila confuso e poco conclusivo.

**Giorni positivi: 2, 3**



**LEONE** dal 23/7 al 23/8

Alcuni di voi potrebbero avvertire uno stato di insofferenza che indurrebbe in errori di valutazione della realtà circostante. Cercate di controllarvi, evitando reazioni inopportune.

**Giorni positivi: 5 pomeriggio**



**VERGINE** dal 24/8 al 22/9

Se siete titolari di cariche di responsabilità, le gratificazioni vi faranno sentire fieri del vostro ruolo e delle vostre apprezzate competenze. Aggiungete anche nuove idee geniali.

**Giorni positivi: 7 pomeriggio**



**BILANCIA** dal 23/9 al 23/10

Alcune difficoltà incideranno su questa settimana, per un eccesso di impegni obbligati che affronterete con toni di evidente svogliatezza. Distratatevi almeno per qualche giornata!

**Giorni positivi: 8 mattina**



**SCORPIONE** dal 24/10 al 22/11

Si manifesterà una settimana piacevolmente movimentata, in ogni settore in cui vorrete impegnarvi, primeggiando sempre. Riceverete anche gratificazioni di natura sentimentale.

**Giorni positivi: 2 mattina**



**SAGITTARIO** dal 23/11 al 21/12

Sarà opportuno mantenere il massimo controllo delle emozioni e gestire al meglio le energie, per evitare dissapori sconvolgenti nel vostro ambiente lavorativo. Stanchezza.

**Giorni positivi: 5 sera**



**CAPRICORNO** dal 22/12 al 20/1

Potreste considerare molto costruttiva questa settimana, potendo ricevere anche proposte interessanti nel settore professionale, dove state vivendo anche un momento d'incertezza.

**Giorni positivi: 7 mattina**



**ACQUARIO** dal 21/1 al 18/2

Scoprirete che siete sempre più capaci di essere in notevole sintonia con tutto quel che vi circonda, con la completa libertà d'azione desiderata per le vostre intraprese più audaci.

**Giorni positivi: 3, 8**



**PESCI** dal 19/2 al 20/3

Rinnovamenti generali, nonostante possiate avvertire alcune condizioni di caos nella vostra vita quotidiana, senza riuscire a individuare una reale causa. Guadagni in vista.

**Giorni positivi: 2, 3**



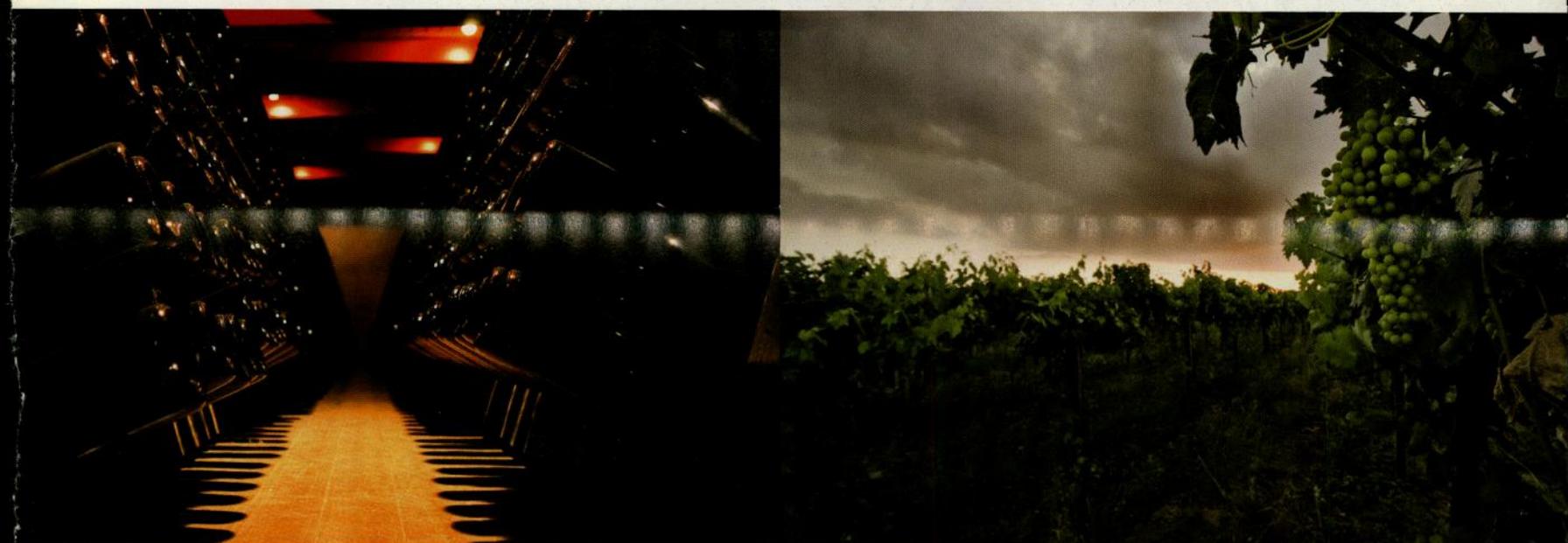
Il toro indica i segni baciati dalle stelle



L'orso indica i segni meno fortunati della settimana

# Bollicine *best sellers*

**È** un comparto che tiene bene quello delle bollicine, non c'è che dire. Il contesto che da alcuni anni ha investito il mondo del vino sembra infatti non intaccare la fortuna e il successo degli spumanti italiani nei suoi tre principali poli di riferimento: il Conegliano Valdobbiadene Docg, vertice qualitativo della piramide produttiva del Prosecco alla cui base c'è inoltre



una vasta area tra Veneto e Friuli rappresentata dalla Doc e dalle molte produzioni generaliste, il Trentodoc e la Franciacorta, naturalmente oltre alle innumerevoli altre zone del nostro Paese (dalla Val d'Aosta alla Sicilia, oggi si producono vini spumanti un po' dappertutto).

Gli ultimi dati in nostro possesso, attestano un fatto: il vino italiano sta uscendo dalla crisi grazie all'export che nei primi otto mesi del 2010 ha fatto registrare una crescita del 4% a volume e del 6,9% a valore, allargandosi in particolare verso i mercati asiatici, con una crescita di volumi del 74% e del 60% in Estremo Oriente.

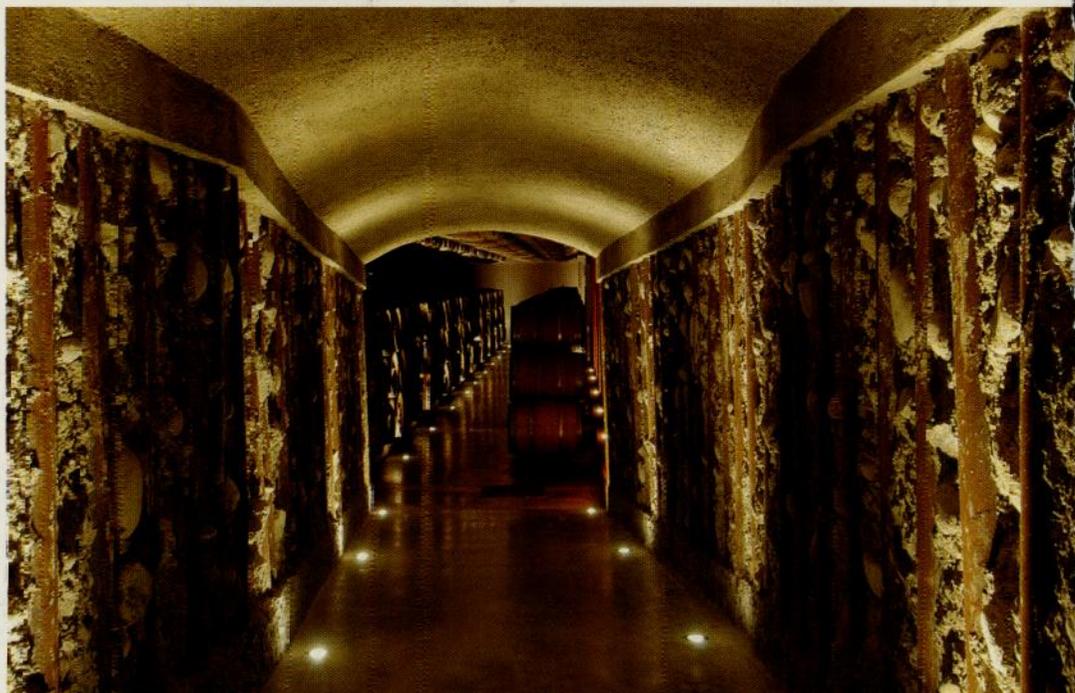
A tal proposito il **direttore generale di Assoenologi, Giuseppe Martelli**, in relazione ai dati sull'export dell'Istat, dichiara: "la crisi economica sembra essere ormai alle spalle e l'export è diventata l'ancora di salvezza a consumi interni che invece perdono progressivamente smalto".

"Dopo aver accusato il colpo di una redditività in calo nel 2009 (-6,5% in valore) il vino italiano - aggiunge Martelli - rialza la testa al traino proprio e soprattutto della domanda boom per le bollicine italiane: da gennaio a luglio, infatti lo spumante di casa nostra ha segnato un +21%

nei volumi e +10,3% in valore". Anche sul fronte dei consumi interni, però, il comparto tiene bene: per l'82% degli italiani il vino al calice è rappresentato da un prodotto con le bollicine; ideale

**Per l'82% degli italiani il vino al calice è rappresentato da un prodotto con le bollicine, ideale anche come aperitivo**

Il Conegliano Valdobbiadene Docg e il Franciacorta sono in cima alle preferenze dei consumatori italiani



## I TOP FIVE SECONDO BAR BUSINESS

**ABBIAMO CONDOTTO UN'APPROFONDATA INCHIESTA DIALOGANDO CON I PRINCIPALI**

**DISTRIBUTORI, GROSSISTI** e titolari di pubblici esercizi di tutto il territorio nazionale.

In base alle vendite, al percepito, alla brand awareness, alla richiesta e al consumo abbiamo stilato una classifica per categoria che vuole essere esplicativa dell'intero contesto nazionale: sono quelle etichette che si sono distinte per crescita e diffusione nel nostro canale di riferimento (Horeca). Le cinque migliori referen-

ze per quattro categorie, dunque: Champagne, Prosecco, Franciacorta Trentodoc.

### Champagne

Bolinger Spéciale Cuvée Brut  
 Jacquesson Cuvée 734 Brut  
 Taittinger Brut Prestige Rosé  
 Pol Roger Brut Réserve  
 Billcart-Salmon Brut Réserve

### Franciacorta

Ca' Del Bosco, Cuvée Prestige Brut  
 Guido Berlucchi Palazzo Lana Brut  
 Cavalleri Blanc de Blancs Brut  
 San Cristoforo Brut

Faccoli Brut

### Trentodoc

Ferrari Perlé Nerc Extra Brut  
 Maso Martis Brut  
 Balter Brut  
 Abate Nero Brut  
 Cesarini Sforza Riserva Brut

### Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg

Bisol Crede Brut  
 Bellenda San Fermo Brut  
 Bortolomiol Bandarossa Extra Dry  
 Ruggeri Vecchie Viti Brut  
 Villa Sandi Brut

## La Franciacorta gode di buona salute grazie all'ottimo lavoro del Consorzio che ha saputo sviluppare e promuovere il proprio brand

come aperitivo o fuori pasto è diventato via, via anche il compagno ideale per pranzi e cene. Ma andiamo con ordine: osserviamo ancora il contesto strutturale, prima di presentarvi la nostra ricerca, con una puntualizzazione importante: una certa e duratura stabilità sul mercato non c'è e per molto ancora non ci sarà. La principale causa è di natura finanziaria, la stress nel ritardo dei pagamenti, la chiusura e il fallimento di molti pubblici esercizi, rallentano enormemente le vendite, problema che ricade in modo deciso sulle aziende produttrici e sui distributori e grossisti.

Tornando alle principali aree spumantistiche, la Franciacorta gode di buona salute: sia le cantine più rappresentative, sia le piccole realtà viaggiano a pieno regime anche grazie all'ottimo lavoro del Consorzio guidato da Maurizio Zanella che ha saputo sviluppare e arricchire il percepito del brand

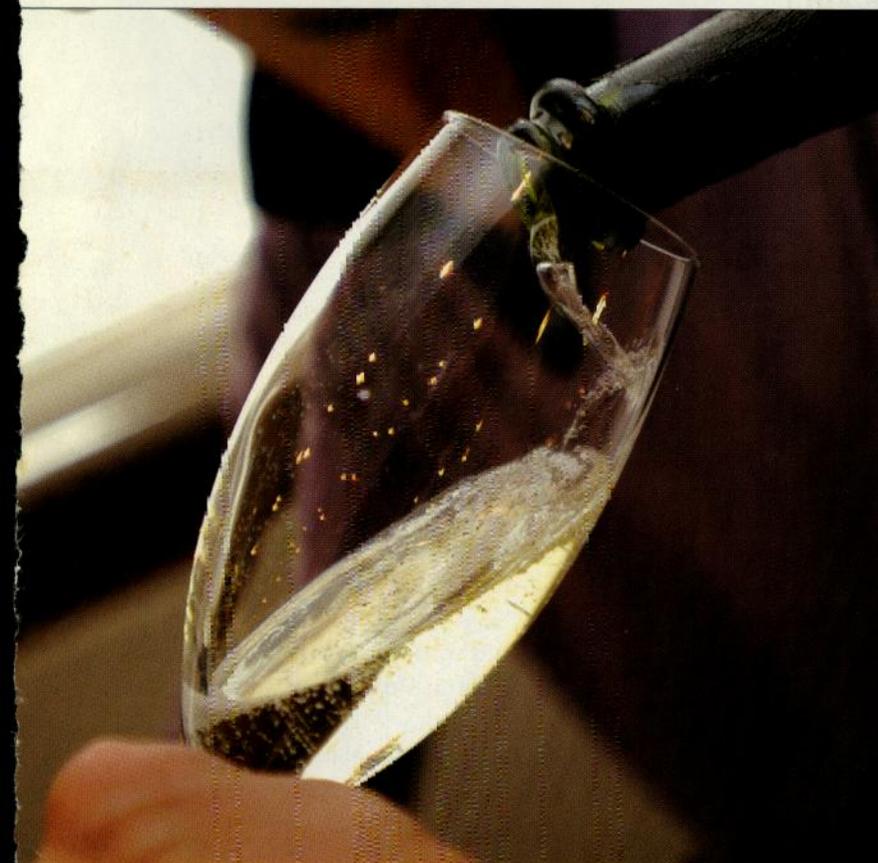
Franciacorta, non solo come luogo fisico di produzione ma anche come marchio di tutela garante e latore di qualità.

Di impatto mediatico ed efficacia commerciale gli appuntamenti del Festival Franciacorta,

nelle numerose tappe itineranti lungo la nostra penisola (un successo straordinario il recente evento romano).

Buone anche le performance per il Trentodoc che segna un +15% delle vendite sul 2009. **Fausto Peratoner, presidente di Trentodoc (e direttore di Cesarini Sforza)**, conferma l'atmosfera positiva di questo fine 2010: "il Trentodoc, dopo un 2009 piuttosto contratto e difficile, registra una ripresa sia dei grandi marchi sia delle piccole realtà produttive, sia nel mercato interno che dell'export, con risultati più che lusinghieri in Europa e negli Stati Uniti.

In più, il marchio Trentodoc ha aumentato la propria notorietà e il proprio peso in tutti i canali distributivi. Un elemento questo, precisa Peratoner, che ha stimolato l'idea di diventare Docg, rivisitando il disciplinare di produzione e dando, così, un segnale preciso della nostra ricerca dell'eccellenza.



mercato nazionale che internazionale, un vero e proprio fenomeno di enormi dimensioni.

Il successo della denominazione Garantita è, infatti, dovuto a due elementi: la capacità imprenditoriale delle aziende, che hanno saputo penetrare i mercati internazionali e la forte identità che ha mantenuto questo vino fortemente radicato al territorio.

“La denominazione è un valore di squadra, dato dalla somma del lavoro di tutti i produttori”, afferma il **presidente del Consorzio di Tutela Franco Adami**. “Grazie al Centro Studi, da sette anni, questa ricchezza è ancora più grande

#### **Matteo Lunelli, vicepresidente di Ferrari Spumanti**

sottolinea come: “in generale, la situazione stia evolvendo positivamente. Il Natale in arrivo indica certamente segnali di ripresa su quello del 2009, con un trend in crescita per le bollicine. Ormai, questa tipologia è solidamente vicina ai gusti contemporanei e capace di attirare anche i giovani. I nostri prodotti vanno molto bene all'estero, dove la ripresa, in generale, è più vivace. Qui avremo una crescita a due cifre sul 2009, mentre, in Italia, cresceremo sotto il 10%, perché la ripresa è decisamente meno reattiva. Tra i mercati con le migliori performance Usa, Russia e Germania, probabilmente il mercato più solido. Giappone stabile sul 2009”. (Fonte: *winenews*).

A un anno dal riconoscimento della Docg il Conegliano Valdobbiadene si conferma in decisa ascesa sia nel



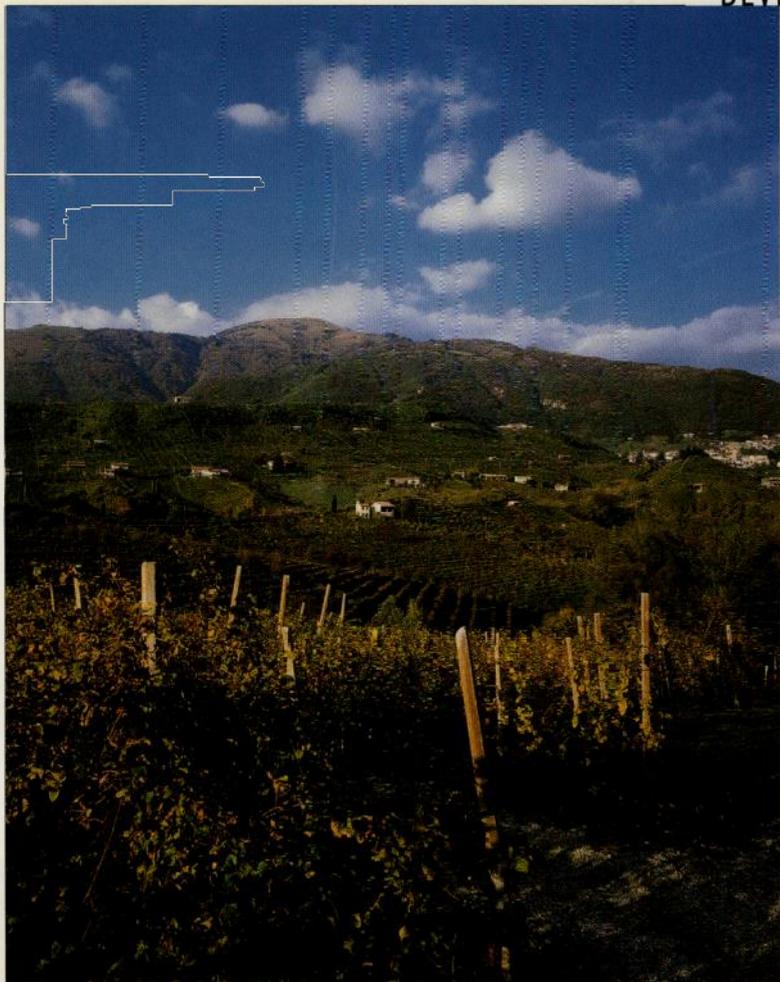
## **BOOM DELL'EXPORT DI SPUMANTE**

**Saranno circa 150 milioni le bottiglie di spumante Made in Italy consumate**

**all'estero nell'arco del 2010 su una produzione complessiva di circa 340 milioni**, con un aumento delle esportazioni del 21%. È la stima fatta da Coldiretti. Il successo - sottolinea Coldiretti - è il frutto della forte crescita in Germania (+10%) che è il principale importatore, seguito dagli Stati Uniti (+15%) e dal Regno Unito (+30%). Tra i nuovi clienti la Russia si classifica al quarto posto con un aumento record del 200%. L'Italia - ricorda la Coldiretti - è diventata il primo produttore ed esportatore mondiale mettendo a segno uno storico sorpasso dello spumante sullo champagne nel 2009 che è stato anche il primo anno di produzione del prosecco a denominazione di origine (DQC) e delle denominazione di origine controllate e garantite Conegliano Valdobbiadene Prosecco e Colli Asolani Prosecco (Docg), che si stanno dimostrando particolarmente dinamici nella conquista dei mercati esteri. L'Asti Docg è in testa nella produzione con poco più di 80 milioni di bottiglie prodotte, seguito dal Prosecco Doc Conegliano Valdobbiadene con 50 milioni, anche se sono ben 160 milioni le bottiglie di Prosecco (Doc e non Doc) commercializzate. Il Veneto è la prima regione. (Fonte: *Federvini*)

perché viene gestita in modo razionale e con strategie di medio e lungo periodo. Oggi la sfida non è tanto l'incremento delle vendite ma dare sempre maggiore valore alla viticoltura eroica che caratterizza Conegliano Valdobbiadene. Il territorio è il vero elemento differenziale e in questa direzione va la scelta di introdurre le Rive, vini prodotti con uve provenienti dalla singola località, che viene riportata in etichetta. In questo modo avremo una nuova opportunità per comunicare il valore della nostra terra”. Segnaliamo come la denominazione in questi anni abbia registrato una continua ascesa, attestandosi su 60.840.000 bottiglie, di cui 51.656.000 di Spumante, su un giro d'affari di 380.000.000 di euro.

Il segmento delle bollicine è composto anche dalle importazioni straniere: la prima e più rilevante voce è naturalmente rappresentata dallo Champagne, a seguire i Cava spagnoli e, con



## Per il Conegliano Valdobbiadene Docg il territorio rappresenta un elemento fondamentale di promozione

cifre irrisorie, altri prodotti da paesi terzi e nuovo mondo. Per lo Champagne, l'Italia è il quinto mercato al mondo a volume e il quarto a valore.

Nel 2009 l'Italia ha importato 6,8 milioni di bottiglie di Champagne, collocandosi dopo Regno Unito, Stati Uniti e Germania per valore delle importazioni.

Gli italiani si confermano consumatori molto legati ai grandi marchi: l'85% è infatti la quota di mercato detenuta dalle Maison, i vigneron e le cooperative detengono rispettivamente il 9% e il 6% del mercato.

Nel 2009 sono stati importati 466 marchi di Champagne, segno dell'attenzione e della ricerca costante che gli italiani dedicano alle bollicine d'Oltralpe.

Alla fine del luglio 2010 (ultimo dato in nostro possesso) le vendite di Champagne hanno fatto segnare una crescita del 16% a livello mondiale, dopo un 2009 davvero difficile. ■

## IL PROSECCO BISOL TRA 4 GRANDI MAISON DI CHAMPAGNE

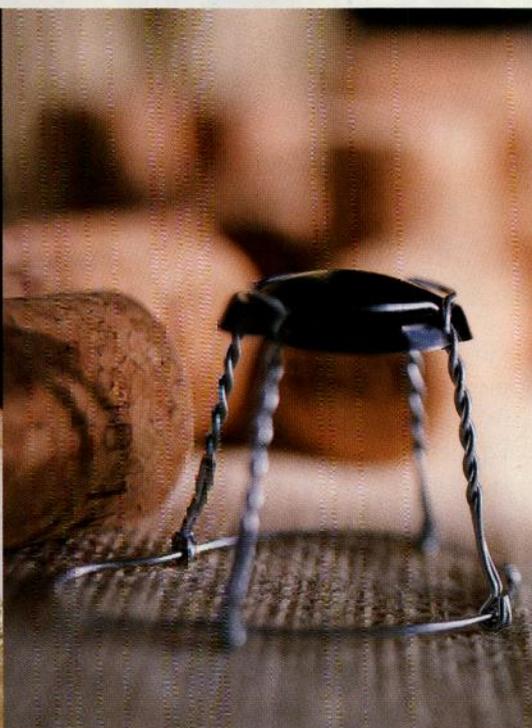
**zione nell'innovativa area Wine & Spirits di Harrods.** Lo shop londinese ha selezionato Bisol, riservandogli una vetrina di grande visibilità, quella finora storicamente dedicata ai soli Champagne. Il brand Bisol è posizionato nello spazio creatogli appositamente tra gli Champagne Dom Pérignon, Veuve Clicquot, Taittinger e Pommery.

Sono cinque le etichette Bisol disponibili ai visitatori di Harrods: Jeio Valdobbiadene Brut, Bisol Crede Valdobbiadene, Bisol Cartizze, Bisol Talento Metodo Classico Riserva 2001 e Jeio Rosé.

Alistair Viner, wine buyer di Harrods, spiega: "Il nostro obiettivo con il nuovo wine shop è di condividere la nostra vera passione per il vino, avvicinarlo al pubblico, educare al vino e rendere i più grandi vini accessibili a tutti. Abbiamo selezionato Bisol perché rappresenta la qualità e l'eccellenza, siamo onorati di accoglierlo nella nostra collezione esclusiva di vini".

Gianluca Bisol, direttore generale di Bisol, commenta: "È una svolta per Bisol e per tutto il mondo del Prosecco". Secondo la rivista britannica *Harpers Wine & Spirits* del settembre 2009, la Gran Bretagna sta entrando nel decennio del Prosecco, abbandonando quello dello Champagne. "Il Prosecco sta conquistando sempre più palati tra gli appassionati del regno, secondo l'ultima ricerca sui consumatori condotta da Wine Intelligence", dichiara Harpers. "La nuova relazione UK Landscape Wine 2010 sul mercato del vino dimostra che il 15% dei 28 milioni di britannici appassionati del vino ora ama il Prosecco, con un incremento rispetto all'8% del 2007". E l'articolo prosegue: "i consumatori dicono di apprezzarlo perché ha un sapore piacevole, ha costi accessibili, ma un'immagine raffinata". Richard Halstead, direttore esecutivo di Wine Intelligence, afferma: "Se l'ultimo decennio è stato quello dello Champagne, credo ci poter sostenere con sicurezza che quello appena iniziato sarà il decennio del Prosecco".

"La Gran Bretagna è un mercato che ama il Prosecco e continua a dimostrarlo", afferma Gianluca Bisol. "Devo ringraziare il nostro importatore per la Gran Bretagna, Bibendum Wine Limited, grazie al quale abbiamo registrato un aumento del 46,6% nelle esportazioni in questo Paese rispetto al 2009. Non sono solo i consumatori più giovani a scegliere il Prosecco, ma anche gli adulti e gli appartenenti alle fasce di reddito medio-alte; la forza del Prosecco risiede nella sua capacità di farsi conoscere non come status symbol, ma come un life style symbol, e in questo rappresenta perfettamente un modo di vivere moderno e informale. I mercati emergenti ci stanno premiando: quest'anno Bisol ha visto un aumento delle esportazioni in Cina del 168%. Entro 10 anni, il Prosecco potrebbe rappresentare un terzo del totale dei vini esportati dall'Italia in tutto il mondo, per un giro d'affari totale di oltre 1 miliardo di euro".



---

UN'INCHIESTA ESCLUSIVA CONDOTTA DALLA NOSTRA TESTATA SVELA LE REFERENZE PIÙ PERFORMANTI NEL SEGMENTO DEGLI SPUMANTI DI QUALITÀ PER L'ANNO 2010. SI TRATTA DI UNA APPROFONDATA INDAGINE DI MERCATO CHE HA COINVOLTO I PRINCIPALI DISTRIBUTORI, GROSSISTE E TITOLARI DI PUBBLICI ESERCIZI DI TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE

---

*Marco Pozzali*



più di tv, radio e qualunque altro media, che si limitano solamente a diffondere le notizie (73%). È l'aperitivo il momento in cui "o si fa l'Italia o si muore" e le semplici chiacchiere si trasformano in opinione. Per il 71% di esperti la tribù più influente è quella proprio degli "aperitivologi", più di "tuttologi", "vippologi" e "affarologi". Tra i momenti più importanti della giornata al bar c'è ovviamente la colazione (47%), durante la quale ci sono già da un lato i "dietrologhi", coloro che sanno sempre tutto di tutti quelli del quartiere (24%), dall'altro i super informati, i "tuttologi", che leggono tutti i giornali e parlano di ogni cosa (35%). Altra figura molto importante che è al bar già dal mattino è quella degli "Scommettologi": trascorrono l'intera giornata nei caffè, sin dalla colazione, tentando la fortuna con le scommesse sui più diversi avvenimenti sportivi (13%). Oltre alla colazione, altro momento cult è la "pausa pranzo lavorativa" (53%), durante la quale il bar si riempie di "affarologi" gente che parla solo

## Ogni momento della giornata all'interno del bar è un'occasione per parlare e discutere degli argomenti più svariati

del proprio lavoro e pensa esclusivamente agli affari (19%) e di "vippologi", gli specialisti dei vip appunto, che sono informati e parlano di tutti gli spostamenti dei loro beniamini, degli ultimi amori e delle varie apparizioni in pubblico (27%). Ma nonostante il bar sia frequentato durante tutta la giornata, è proprio

il momento dell'aperitivo, sia al mattino sia alla sera, a rappresen-

tare l'occasione in cui il bar è più popolato (41%). Ma perché la gente si sente a proprio agio durante l'aperitivo? Essendo a fine giornata, si ha finalmente il tempo e la voglia di confrontarsi con gli altri (35%), c'è l'atmosfera giusta per chiacchierare (27%) e diventa semplice condividere e scambiarsi idee e opinioni (21%). Ma quali sono gli argomenti preferiti dagli "aperitivologi"? Chiacchierano sugli argomenti più svariati: da chi critica l'ultimo film uscito al cinema e stila la personale classifica dei migliori attori emergenti (25%), a chi lancia la moda di un cocktail particolare e le cose giuste da mangiare per l'aperitivo perfetto all'italiana (29%). Non mancano argomenti "intellettuali" come gli ultimi fatti di cronaca e di politica del giorno (47%) o le nuove tendenze nell'ambito della moda (33%), diffondendo in questo modo opinioni sugli argomenti più svariati. ■



INDUSTRIE

## Brindare non avrà più fine



ABBATTITORE DI TEMPERATURA IP INDUSTRIE  
Per raggiungere in pochi istanti  
la temperatura di servizio,  
confermando la vostra professionalità  
grazie a un maggiore assortimento  
e conseguendo un notevole risparmio  
di energia elettrica e di spazio.

Numero Verde  
800-488009

info@ipindustrie.com • www.ipindustrie.com