

# Weniger kann mehr sein



Die Veranstalter der Vinitaly, die vom 9. bis 12. April auf dem Messegelände von Verona über die Bühne ging, haben versucht, der Leistungsschau mit zusätzlichen Services mehr Fachcharakter einzuhauchen. Ein Vorhaben, das bei der 51. Ausgabe zumindest teilweise aufging. Nicht zuletzt wegen der gestiegenen Eintrittspreise wurde diesmal weniger zechfreudiges Partypublikum gesichtet, die Organisatoren registrierten dafür mehr „top international buyers“. Trotz mitunter chaotischer Zustände bei der An- und Abfahrt nutzten auch wieder zahlreiche italophile Importeure und Händler aus Deutschland die Chance, vor Ort Kontakte zu Lieferanten aus Bella Italia zu pflegen oder aufzubauen.

**D**ie Macher der Vinitaly zählten bei der diesjährigen Ausgabe der Messe rund 128.000 Besucher aus 142 Ländern. Davon seien etwa 48.000 aus dem Ausland gekommen, unter ihnen 30.200 „top international buyers“. Die Zahl der internationalen Töpfeinkäufer sei damit um 8% gegenüber dem Vorjahr gestiegen, betonen die Organisatoren in ihrem Abschlussbericht. Bei der inzwischen 51. Ausgabe der Vinitaly registrierten sie gestiegene Besucherzahlen aus den USA (+6%), aus Deutschland (+3%), Großbritannien (+4%), China (+12%), Russland (+42%), Japan (+2%), Nordeuropa (+2%), Niederlande/Belgien (+6%) und Brasilien (+29%).

Gigantische Zuwachsraten vermeldet die Messegesellschaft auch bei den ausländischen Ausstellern. Deren Zahl sei um 74% gestiegen. Verschwiegen wird dabei allerdings, dass gerade mal 3% der Aussteller aus dem Ausland kamen, rund 97% der insgesamt 4.270 Aus-

steller stammten aus Italien. Auch die absoluten Besucherzahlen aus dem Vorjahr (als die Vinitaly ihre 50. Ausgabe feierte) werden nicht erwähnt. Laut AUMA – fkm-zertifizierten Zahlen waren bei der Jubiläumsausgabe ca. 127.500 Besucher nach Verona geströmt (48.500 davon aus dem Ausland).

Entgegen der offiziell verkündeten Zuwächse hatten sämtliche Gesprächspartner von WEIN+MARKT den Eindruck, dass diesmal weniger Besucher die Messehallen bevölkerten – was aber keinen störte. Im Gegenteil: Alle begrüßten, dass aus ihrer Sicht diesmal deutlich weniger zechfreudiges und grölendes Party-Publikum unterwegs war. Das habe dem echten Fachpublikum das professionelle Arbeiten erleichtert. Um sich gegen private Weintrinker (die nur probieren, aber nichts kaufen wollen) abzuschotten, ließen etliche Aussteller sowieso nur Besucher in ihre Stände, die vorher einen Termin vereinbart hatten. Die in den vergangenen Jah-

ren stark erhöhten Eintrittspreise sowie weitere Bemühungen der Veranstalter, der Vinitaly einen professionelleren Anstrich zu geben, zeigen offenbar Wirkung. Dazu bei trägt auch die Tatsache, dass privaten Weinfreunden mit „Vinitaly and the City“ diverse Weinevents außerhalb des Messegeländes (im historischen Zentrum von Verona und in Bardolino) geboten wurden – ein Angebot, dass diesmal angeblich 35.000 Menschen wahrgenommen haben.

Geblieben sind die teilweise chaotischen Verkehrsverhältnisse zu Messebeginn und -ende sowie die unzureichende Verfügbarkeit von Taxis. Für Unmut bei etlichen Teilnehmern sorgte zudem die Terminierung der Messe in der Woche vor Ostern. Trotzdem ist die Vinitaly vielen italophilen Einkäufern, Importeuren, Händlern und Gastronomen (hauptsächlich aus dem süddeutschen Raum) nach wie vor eine Reise wert – unter anderem denjenigen, die auf der Pro-

tur unterstreicht Cecchi zudem mit dem Projekt Trittico Coevo, das in Zusammenarbeit mit der Academy of Fine Arts in Florenz entwickelt wurde. Entstanden ist dabei eine auf 200 Exemplare limitierte Edition, die drei Flaschen Coevo (aus 3 Jahrgängen) mit den Werken von drei jungen Künstlerinnen kombiniert (Stückpreis: 600 bis 800 Euro). Ein bauliches Prestigeprojekt will das Unternehmen



**Mit Optimismus und einigen Plänen ins Jubiläumsjahr: CEO Andrea Cecchi, Exportdirektor Francesco Vitulli, Chief-Marketing-Officer Giacomo Tarquini und Exportmanagerin Serena Rettori.**

laut Andrea Cecchi in San Gimignano realisieren, wo das Familienunternehmen 1999 rund 46 ha Weinberge kaufte. Dort soll eine neue Kellerei mit einer Lagerkapazität von 12.000 hl gebaut werden, die Platz für die Ernte aus drei Jahrgängen bietet. -wer-

### Villa Sandi/La Gioiosa Schlüsselwort Biodiversität

Chairman Giancarlo Moretti Polegato und Exportmanager Dr. Nereo Simonetti rückten am Stand von Villa Sandi/La Gioiosa den neuen „biodiversity certified“ Asolo Prosecco Superiore DOCG Millesimato 2014 Spumante von La Gioiosa ins Rampenlicht – „den ersten biodiversity certified Prosecco überhaupt“, wie Giancarlo Moretti Polegato betonte. Die Produktionsmenge soll nach Auskunft des Firmenchefs aufgrund der großen Nachfrage nach Auskunft des Firmenchefs von 50.000 auf 300.000 Flaschen erhöht, die Distribution weltweit vorangetrieben werden. Die Unternehmensgruppe aus Crocetta del Montello segelte zuletzt generell auf Wachstumskurs. Giancarlo Moretti Polegato notierte im vergangenen Jahr für La Gioiosa und Villa Sandi einen kumulierten Umsatz von 87,7 Mio. Euro. Das waren 20,7% mehr als im Jahr davor. Der Absatz



**Mit Villa Sandi auf Höhenflug: Giancarlo Moretti Polegato (r.) und Dr. Nereo Simonetti.**

ging den aktuellen Zahlen der Mediobanca zufolge dabei um 12% auf 32,2 Mio. Flaschen in die Höhe.

Zuwächse hat das Unternehmen u. a. in Großbritannien, Nordamerika, Asien und Australien realisiert. Auf dem deutschen Markt sei das Geschäft weitgehend stabil geblieben. Dabei registrierte Exportmanager Dr. Nereo Simonetti bei Villa Sandi (vertrieben über die Stephan Pellegrini GmbH aus Landau/Pfalz) eine Verschiebung von Frizzante zu Spumante. Bei La Gioiosa zeigt er sich zuversichtlich, mit dem neuen Distributionspartner Les Grands Chais de France die Regalpräsenz erhöhen zu können. Zum Jahreswechsel habe es bereits erste Listungserweiterungen gegeben. -wer-

### The Wine Net – Italian Co-op Excellence Offen für weitere Mitstreiter

Aldo Franchi (Direktor von Val d'Oca), Cesare Barbero (Direktor von Pertinace) und Daniele Accordini (Generaldirektor Cantina Valpolicella Negrar) machten in Verona gemeinsame Sache, und zwar außerhalb der Messehallen bei einer gemeinsamen Präsentation im Palazzo Paletta. Die drei Genossenschaften haben sich zu einem Netzwerk zusammengeschlossen, das auf den



**Genossenschaftlicher Schulterschluss: Cesare Barbero (Direktor von Pertinace), Daniele Accordini (Generaldirektor Cantina Valpolicella Negrar) und Aldo Franchi (Direktor von Val d'Oca).**

Namen „The Wine Net – Italian Co-op Excellence“ getauft wurde. Ziel der Kooperation: auf den Exportmärkten gemeinsam Flagge zeigen, Synergien nutzen und vom Know-how sowie den Kundenkontakten der anderen Partner profitieren. Da die drei Genossenschaften aus drei unterschiedlichen Gebieten stammen, machen sie sich keine Konkurrenz, sondern bieten Sortimente, die einander ergänzen. Die 1933 gegründete Cantina Valpolicella Negrar liegt im Herzen der DOC Valpolicella Classico im Veneto. Ihre 230 Mitglieder bewirtschaften rund 700 ha Rebfläche. Die 1952 entstandene Cantina Produttori di Valdobbiadene – Val d'Oca hat ihren Ursprung im Hügelland zwischen Asolo und Conegliano. Ihre 600 Mitglieder kultivieren 954 ha Rebfläche. Die Cantina Pertinace ist seit 1973 in ihrem Ursprungsgebiet (Barbaresco) verwurzelt. Ihre 13 Mitgliedswinzer verfügen über 90 ha Weinberge, wobei der Schwerpunkt der Produktion auf der Rebsorte Nebbiolo liegt. „Wir sind durchaus offen für weitere gleichgesinnte Mitstreiter aus dem Genossenschaftslager“, erklärten Franchi, Barbero und Accordini gegenüber WEIN+MARKT. Bislang beschränkt sich The Wine Net allerdings auf gemeinsame PR und Präsentationen. In Sachen Vertrieb gehen die Netzwerker noch getrennte Wege. -wer-

### Frescobaldi Luce kriegt eigenen Weinkeller

Mit dem Kauf des 55 ha Land umfassenden Weinguts Logonovo in Castelfranco in Montalcino tätigte das toskanische Traditionsunternehmen Frescobaldi im vergangenen Jahr eine wichtige Investition in die Zukunft von Luce della Vite. Nach Abschluss der Umbauarbeiten soll nun im kommenden Herbst der neue Keller für Luce eingeweiht werden. „Ein eigener Weinkeller stand seit langem ganz oben auf meiner Wunschliste“, erklärte Lamberto Frescobaldi, der seit einigen Jahren für Luce della Vite zuständig ist. Die Wahl fiel auf das Weingut Logonovo, das an die zur Frescobaldi-Gruppe gehörende Tenuta Castelfranco angrenzt, auf der die Reben für Luce stehen. Angeblich blätterte Frescobaldi für die Akquisition 11,5 Mio. Euro hin. Von den 55 ha Land sind aktuell 11 ha mit Reben bestockt, 60% davon mit Sangiovese. Durch die Übernahme ist die Rebfläche von Luce della Vite auf 88 ha gewachsen.

Im Rahmen der Vinitaly stellte Frescobaldi indes den 22. Jahrgang von Luce vor. Von