

trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



C'È OTTIMISMO TRA I BIG DEL VINO. NEL 2021 ATTESO UN RIMBALZO DEL 3,5%

PAC

Proroga di un anno per le autorizzazioni già ottenute: la crisi pandemica spinge verso questa soluzione

FOCUS

Il Prošek croato fa infuriare i produttori di Prosecco. Tutela della tradizione o tentativo di imitazione?

CALABRIA

Al via l'avventura dei Vignaioli artigiani di Cosenza: 10 produttori per valorizzare gli autoctoni

ESTERI

Guerra dello champagne tra Russia e Francia: un rischio o una chance per gli spumanti del Belpaese?

SOSTENIBILITÀ

"Entro settembre disciplinare unico". L'impegno del ministro Patuanelli dall'assemblea Uiv



Quel vino rosso che porta fortuna agli Azzurri

Il rito scaramantico della Nazionale di calcio italiana in questi Europei? Festeggiare le vittorie con una grande grigliata (bistecca di Angus, salsicce di maiale, hamburger di tacchino e pollo, ma anche gamberi e scampi), in mezzo al campo di Coverciano, preparata da Andrea Galdari, colui che gestisce la struttura alberghiera del centro tecnico. Ma non solo. Anche il vino ha il suo ruolo nel rituale. Secondo quanto racconta Sky Sport, **un bicchiere di vino rosso verrebbe rovesciato sul tavolo del ct Roberto Mancini a fine cena, in modo che poi tutti i giocatori possano andare in fila ad intingervi il loro dito dentro** e a “battezzarsi”, in questo modo, con il nettare di Bacco.

Pare che lo avrebbero fatto, casualmente, per la prima volta dopo Italia-Turchia (la prima partita del Girone che ha visto gli azzurri trionfare 3 a 0) e da allora il gesto sia diventato una consuetudine nel day after delle partite. Il “miracolo del vino” si sarebbe ripetuto anche mercoledì, il giorno dopo la vittoria ai rigori contro le Furie rosse spagnole, che è valsa l'accesso alla finale alla squadra di capitano Chiellini.

Fino ad ora sembrerebbe che il gesto abbia portato fortuna. Speriamo sia ripetuto anche dopo la partita di domenica 11 luglio contro l'Inghilterra. Intanto forza Azzurri e in alto i calici!

foto: Figc

SPUMANTI. Produzione Italia a 1 miliardo di bottiglie in 3 anni. Le stime dell'Osservatorio Uiv.



Da 750 milioni a 1 miliardo di bottiglie di spumanti in tre anni. La stima è dell'Osservatorio del vino dell'Unione italiana vini, resa nota durante un convegno a Spumantitalia, festival che si è svolto da 1 al 4 luglio a Garda (Verona). **Gli spumanti rappresentano quasi un quarto del valore dell'export made in Italy per circa 1,5 miliardi di euro nel 2020**, di cui il 69% afferente al siste-

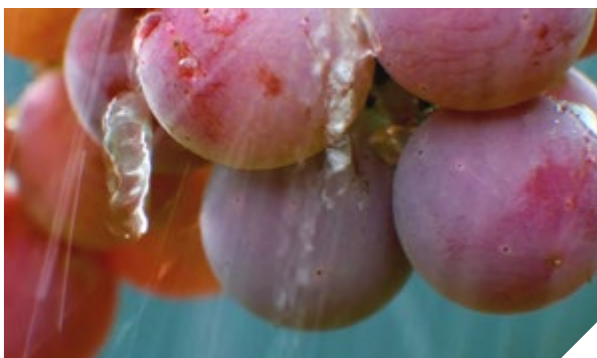
ma Prosecco. Negli ultimi cinque anni, è dell'8% la crescita media annua a valore considerando anche il -7% del 2020.

Nel mondo, il 33% delle bollicine vendute riguarda il Prosecco, poi Cava (14% dei volumi), Champagne (11%) e Asti. Considerando le attuali 751 milioni di bottiglie di spumanti prodotti in Italia nel 2020, l'83% è a Doc o Docg, mentre il 6% è a Igt.

BIOLOGICO. In arrivo 300 milioni da Fondo complementare al Pnrr

Trecento milioni di euro in cinque anni destinati esclusivamente alle produzioni biologiche. Esultano le associazioni di categoria del bio italiano (Aiab, Assobio, Associazione biodinamica e Federbio) **dopo il via libera definitivo della Camera dei deputati agli emendamenti al Dl 59 del 6 maggio 2021 che istituisce**

il Fondo complementare al Pnrr (Piano nazionale di ripresa e resilienza) per un totale di 30 miliardi di euro, che si aggiungono alla dotazione europea per l'Italia, nell'ambito delle risorse del Recovery fund. Nel dettaglio,



ammonta a 1,2 miliardi di euro il plafond destinato a contratti di filiera e distrettuali per agroalimentare, pesca e acquacoltura, silvicoltura, floricoltura e vivaismo. Il 25% di queste risorse andrà esclusivamente al biologico. *"Possono contribuire a rendere ancora più incisivo lo sviluppo di un settore strategico come il*

biologico, che rappresenta non solo" scrivono le associazioni *"un approccio efficace nel contrasto al cambiamento climatico e nella tutela della biodiversità, ma un'opportunità concreta di sviluppo per tanti territori rurali del nostro Paese".*

PAC 2023. Ue verso proroga di un anno per autorizzazioni già ottenute



"Siamo a buon punto per il via libera all'estensione di un anno delle autorizzazioni d'impianto già ottenute". Lo ha detto Roberto Berutti, membro del team del Commissario all'Agricoltura Ue, Janusz Wojciechowski (foto), intervenendo all'assemblea di Uiv. **La proroga sino a fine 2022 (chiesta da Italia, Francia e Spagna il 17 giugno scorso) è motivata con la crisi pandemica.**

Per quanto riguarda, poi, i diritti in portafoglio non convertiti in autorizzazioni entro il 2022 (come reso noto dal **Tre Bicchieri del primo luglio**), con la nuova Pac si potranno riassegnare dal 2023: si tratta di circa 5mila/6mila ettari, oltre all'1% concesso agli Stati membri.

FRODI. In provincia di Roma cantine fantasma e sequestri per 500mila euro

Operazione antifrode dei Nas e dell'Icqr in provincia di Roma. Cinque persone sono indagate, su disposizione della Procura di Tivoli (sostituto procuratore Giuseppe Mimmo), per aver sofisticato vino in una cantina non censita. L'operazione battezzata "ghost wine" (vino fantasma) ha portato al **sequestro di 30mila litri di vino, circa 60 litri di aromi sintetici e di altre sostanze per una tonnellata**, di attrezzature e vasi vinari per un valore complessivo di mezzo milione di euro.

L'indagine, partita da analisi chimiche su campioni di Dop e Igp (lazionali e italiane) eseguite dall'Icqr di Perugia, ha accertato che il vino da tavola era fornito (anche in nero) da cantine compiacenti e poi veniva zuccherato, acidificato, aromatizzato, etichettato e rivenduto come Dop o Igp. Come reso noto dal Mipaaf, gli indagati devono rispondere di produzione e messa in commercio di vini sofisticati e con false denominazioni d'origine.

CEVI. È l'italiana Matilde Poggi la nuova presidente dei vignaioli europei

Per la prima volta c'è un'italiana alla guida della Cevi (Confédération Européenne des Vignerons Indépendants), l'organizzazione che riunisce e rappresenta i Vignaioli indipendenti europei: è la produttrice Matilde Poggi che, dopo sei anni come vicepresidente, succede al francese Thomas Montagne.



A lei il compito di fare da portavoce davanti alle istituzioni comunitarie delle istanze delle Federazioni che ne fanno parte. Attualmente quelle di 12 Paesi: Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Lussemburgo, Svizzera, Ungheria, Slovenia, Belgio, Grecia, Montenegro e Bulgaria, per un totale di circa 12.000 vignaioli.

Già presidente in carica Fivi-Federazione italiana vignaioli indipendenti, Poggi ha dichiarato che lavorerà nel solco della continuità con la presidenza Montagne: *"Per Cevi è un momento importante"* ha detto *"e dare la presidenza all'Italia rafforza la natura europea della Confederazione. Tante sono le sfide che ci aspettano, in primis la difesa del frutto del nostro lavoro, il vino, prodotto agricolo con una valenza culturale da sempre al centro della dieta mediterranea. Lavoreremo, dunque, per poter avere una vera armonizzazione delle regole per la libera circolazione delle bottiglie di vino all'interno dell'Unione Europea anche per quanto riguarda le vendite a privati. Grande sarà il nostro impegno anche per la semplificazione burocratica che, seppur in modo diverso da Paese a Paese, incide in modo troppo gravoso sul lavoro di tutti i Vignaioli europei".*



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2021



- 1) Menegotti - Custoza '20
 - 2) Corte Gardoni - Custoza Mael '19
 - 3) Gorgo - Custoza Sup. Summa '18
- CONSORZIO TUTELA VINO CUSTOZA DOC**

Vicino il Lago di Garda si trova il territorio del Custoza DOC. Il Consorzio di Tutela del Custoza nasce nel 1972 ed oggi è condotto dalla presidenza di Roberto Bricolo. Con Marco Sabellico assaggiamo tre versioni di Custoza DOC. Partendo dal Custoza '20 di Menegotti dal colore paglierino brillante, al naso è fresco e floreale, ricco di erbe aromatiche e frutta bianca matura. In bocca è pieno, fresco, sapido, con note vegetali, fruttate e con una bella acidità. Ideale con pesce, frittate, zuppe di verdure e formaggi freschi. Si passa poi al Custoza Mael '19 di Corte Gardoni dal colore paglierino con riflessi verdi, al naso è ricco di note floreali e di confettura di frutta bianca. All'assaggio è ricco, strutturato ed equilibrato. Ottimo con primi piatti di pesce, tortellini di Valeggio e formaggi di media stagionatura. Si conclude con il Custoza Sup. Summa '18 di Gorgo dal colore paglierino carico con riflessi verdolini, al naso è intenso, con note di albicocca passita, confettura di frutta bianca e vaniglia. Al palato è elegante, fruttato, strutturato e con una bella acidità. Ottimo con piatti marinari, a base di bottarga e formaggio stagionati. Visita il sito: **www.custoza.wine/**

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/tv/CQ1Kp9xIvZj/



La soluzione Logistica avanzata per il mercato Wines & Spirits

Wine & Spirits Logistic Solution è il pacchetto logistico personalizzato per l'industria del settore "beverages", un mercato all'interno del quale Gori ha raggiunto elevati standard in termini di competenze, partnership, risorse, capacità organizzative e tecnologie. Procedure di trasporto modulari e sicure, contratti con i vettori più affidabili, tariffe e condizioni eccellenti, sistemi di magazzino ottimali, faciliteranno il percorso dei vostri prodotti dalla linea di imbottigliamento fino al consumo finale. Soluzioni informatiche web-based, arricchite da preziosi strumenti di controllo e previsione, vi forniranno informazioni in tempo reale sull'intero processo logistico.



AGROALIMENTARE. CreAgritrend: "Primo trimestre in ripresa". Su la produzione di vino grazie al +5,6% di marzo, ma cala l'export. Migliora clima di fiducia

Dopo la frenata registrata in tutti i comparti produttivi nel quarto trimestre 2020, i primi tre mesi del 2021 virano in positivo. Crescono, infatti, il prodotto interno lordo (+0,1%), il valore aggiunto dell'agricoltura (+3,9%) e dell'industria (+1,8%) e gli investimenti fissi lordi (+3,7%). Lo rende noto il CreAgritrend, bollettino trimestrale del Crea. Fra gennaio e marzo 2021, rispetto al primo trimestre 2020, cresce dell'1,6% l'indice della produzione dell'industria alimentare (con un picco a marzo), si contrae del 3% la produzione delle bevande (con un picco a gennaio di -9,7%). **In tenuta la produzione di vini (+1,2% nel trimestre), grazie ai buoni risultati a marzo (+5,6%).** Negative le performance per birra (-7,2%) e distillazione di alcolici (-10,8%). In generale diminuzione gli indici del fatturato dell'industria alimentare (-0,7%) e delle bevande (-1,2%), a eccezione di quello estero dell'industria alimentare (+1,5%). Sul fronte export, l'agroalimentare supera 11,5 miliardi di euro nel primo trimestre 2021 (+1,8% an-



nuo), con flussi in crescita verso Svizzera e Paesi Bassi e cali in Regno Unito e Stati Uniti. Prosegue, invece, il calo dell'import (dagli Usa -15,8%). Tra i prodotti maggiormente esportati in quantità, il vino (che pesa il 13% ma perde il 4% sul primo trimestre 2020), i derivati dei cereali, gli oli e i grassi, e la frutta secca.

Forte aumento del clima di fiducia nei confronti dell'agricoltura e delle sue politiche. CreAgritrend, che ha analizzato il sentiment di settore tra 16 marzo e 5 giugno 2021, parla di giudizi positivi e molto positivi (69%) rispetto ai negativi e molto negativi (29%). La quota dei fiduciosi si mantiene costante rispetto ai mesi precedenti ed è legata alla campagna di vaccinazione, alle riaperture delle attività economiche e al supporto del governo per l'agricoltura e la pesca, tramite i 2 miliardi di euro contenuti nel Dl Sostegni bis. – **G.A.**

BIOTECH. Cresce peso di agricoltura e zootecnia e aumentano investimenti in ricerca e sviluppo. Palmisano: "Potenzialità straordinarie con Pnrr"



19% in industria e ambiente e per il 7% in agricoltura e zootecnia (790 milioni di euro). Sebbene l'attività resti concentrata in ambito salute, il rapporto registra una tendenziale espansione per gli ultimi due segmenti, per i quali è cresciuto ancora più rapidamente il volume degli investimenti in Ricerca e sviluppo intra-muros biotecnologica, con +52% per industria e ambiente e +64% per agricoltura e zootecnia.

Industria e ambiente assieme ad agricoltura e zootecnia sono i due macro-settori che crescono di più nell'ambito delle biotecnologie in Italia. Lo si legge nel *BioInItaly report 2021*, realizzato da Federchimica ed Enea, che registra un fatturato totale pari a 11,3 miliardi di euro nel 2019, suddiviso per il 73% nel settore salute, per il

A fine 2020 erano 721 le imprese biotech attive in Italia, con oltre 13mila addetti. In crescita il fatturato biotech di quelle a capitale italiano (1,2 miliardi di euro). **Lombardia, Lazio e**

Toscana sono le regioni che concentrano l'85% dei ricavi e il 75% degli investimenti. Al Sud bene la Campania.

Nel 2020, in relazione alla crisi economica, sette imprese su dieci hanno dichiarato ricavi stabili, se non in aumento. Chi ha perso parla di percentuali tra 20% e 50% e prevede di rientrare a regime in circa un anno. *"Il settore ha potenzialità straordinarie e grazie al Next generation Eu e al Pnrr abbiamo risorse mai viste prima"* dichiara Riccardo Palmisano, presidente di Assobiotech, ricordando i segnali arrivati dal Governo, come l'innalzamento del credito di imposta da 4 a 20 mln di euro. Gaetano Coletta, dirigente di Enea, evidenzia il cambiamento strutturale *"con la progressiva crescita delle applicazioni per industria, ambiente, agricoltura e zootecnia"*. – **G.A.**

PILLOLE DI NEUROMARKETING

Qual è il prezzo giusto? Le opportunità del neuropricing



Oggi le neuroscienze permettono di analizzare in maniera più efficace la reazione emotiva dei consumatori a qualsiasi stimolazione sia al modo di presentare i prodotti sia ai prezzi. Con un efficace elettroencefalogramma è possibile la reazione all'osservazione di diversi prezzi associati ad un prodotto. In uno degli studi più interessanti di Kai-Marcus Muller, il professore di Consumer Behavior presso la HFU Business School in Germania, nel 2012 è riuscito a dimostrare fino a quanto i consumatori fossero stati disponibili a spendere i clienti per una tazza di caffè di Starbucks. Grazie ai numerosi studi neuroscientifici oggi sappiamo che ci sono aree del cervello capaci di determinare una sorta di reazione difensiva inconscia sulla base di alcune onde cerebrali che si attivano quando si è di fronte a stimoli inattesi o disturbanti.

Per esempio, associare l'immagine dell'uva con un oggetto assai lontano dall'uva, come per esempio la senape, attiva proprio queste aree, ma associare la stessa immagine dell'uva con un bicchiere non attiva queste aree. Questa metodologia è stata utilizzata anche per individuare la congruenza o l'accettabilità tra un prodotto e il suo prezzo. Così, partendo da una tazza di caffè di Starbucks al prezzo di 1,80 euro (2,45 dollari), a Stoccarda, Müller ha misurato la più corretta associazione tra il prezzo e questo prodotto. Il test è stato condotto attraverso l'uso di uno schermo in cui sono stati presentati una tazza di caffè e diversi prezzi. È stato, così, possibile registrare e analizzare le risposte cerebrali al prezzo e contestualmente ad una serie di parole ad esso associato come cheap o expensive, nonché il tempo di reazione nel valutare questi ultimi attributi. Nel caso di offerte estreme o di prezzi troppo alti, il cervello delle persone reagiva in pochi millisecondi. Pagare 10 centesimi o 10 euro per ogni tazza risultava immediatamente inaccettabile a questo meccanismo cerebrale di controllo. Il primo prezzo è troppo basso e il secondo troppo alto. Analizzando questo modo di reagire del cervello alle stimolazioni si è potuto dimostrare che per una tazza di € 1,80 i soggetti sarebbero stati disposti a pagare tra i € 2,10 e i € 2,40, permettendo alla catena di caffetterie internazionale di avere qualche margine in più sfruttando appieno le opportunità offerte dal neuropricing.

– **Vincenzo Russo**, Coordinatore Centro di Ricerca Neuromarketing Behavior and Brain Lab Iulm

CONCORSI. Cia premia l'agricoltura hi-tech capace di superare la crisi: il Bandiera verde gold va alla cantina Valentini

È un'azienda vitivinicola a vincere il premio Gold, assegnato al "campione dei campioni" fra tutti i vincitori del concorso Bandiera Verde Cia, giunto alla 18esima edizione. Si tratta della cantina abruzzese Valentini, in quanto simbolo della grande resilienza del comparto in questo periodo così precario. Il titolare Francesco Paolo Valentini ha, infatti, dotato i collaboratori dei migliori dispositivi di sicurezza in circolazione, organizzando attività di formazione e prevenzione anti-Covid e stipulando polizze assicurative per garantire la salute dei suoi collaboratori in caso di contagio dentro o fuori l'azienda. **Assieme alla cantina, sono state scelte altre 15 aziende agricole più innovative in ambito tecnologico, ecologico e sociale:** dal casaro "speleologo" ai robot in stalla fino ai vitigni "eroici" dell'Isola del Ciglio. Tutti premiati mercoledì in Campidoglio. A conferma del dialogo costante del settore con la tecnologia, il giro d'affari dell'agricoltura 4.0 ha toccato in Italia quota 450 milioni di euro con una crescita annua del 22% (Osservatorio Smart Agrifood) e comprende tutto il complesso di tecnologie usate dalle aziende per migliorare le rese e la sostenibilità delle coltivazioni, la qualità dei prodotti finali e le condizioni dei lavoratori.



IMPRESE 2. Tim e Federvini insieme per supportare la transizione digitale

C'è la trasformazione digitale al centro dell'accordo siglato tra Tim e Federvini. Firmata da Mauro Manzuoli (dal responsabile sales small business centro di Tim) e da Vittorio Cino (direttore di Federvini), la collaborazione prevede l'adozione di servizi e piattaforme tecnologiche di nuova generazione. Per i settori vini, spiriti e aceti, il Gruppo Tim (15,8 miliardi di ricavi nel 2020, a -12% sul 2019) metterà a disposizione le proprie soluzioni di connettività e servizi avanzati nel progetto 'Smart district' rivolto allo sviluppo dell'imprenditoria dei distretti industriali, avvalendosi delle competenze specializzate di Noovle per le soluzioni cloud ed edge computing, Olivetti per l'internet of things, Telsy per la cybersecurity e Sparkle per i servizi internazionali. **Gli associati a Federvini potranno usufruire di condizioni particolari per l'utilizzo dei servizi di cybersecurity, cloud, digital marketing, collaboration e posta elettronica certificata.** *"In una fase di rilancio della nostra economia"* ha detto Cino *"è fondamentale individuare partner strategici"*.

FOCUS

PROSECCO. Il Prošek croato chiede tutela Ue. Insorgono i produttori italiani

a cura di Gianluca Atzeni

Quella che per l'Italia è un'azione a difesa contro il tentativo di sfruttare la notorietà di un marchio appartenente dal 2009 al sistema Prosecco, in quanto registrato tra le Igdell'Ue, per la Croazia è un "sabotaggio da parte dell'industria italiana" del legittimo tentativo di tutelare l'originalità del vino Prošek, che vanta tradizioni e storia secolari. **Due nomi simili per due vini diversi.** Il primo: uno spumante metodo Charmat, bianco e rosato, declinato per lo più dal brut all'extra dry, prodotto in Veneto e Friuli Venezia Giulia da uve Glera in oltre 600 milioni di bottiglie (considerando Asolo Docg, Conegliano Valdobbiadene Docg e Prosecco Doc); il secondo: un vino fermo, ambrato, dolce da dessert, ottenuto con basse rese dall'appassimento di varietà autoctone (tra cui Plavac Mali, Bogdanuša, Pošip, Maraština, Vugava, Rukatac) nella Dalmazia centrale e meridionale (nicchia da poche decine di migliaia di bottiglie) realizzato principalmente da piccoli produttori, soprattutto nell'isola di Hvar. **Il recente tentativo della Croazia di chiedere a Bruxelles la tutela comunitaria per questo prodotto**



(dopo un primo passo stoppato nel 2013, anno del suo ingresso in Ue, quando il Prosecco era già una Dop) ha scatenato l'opposizione italiana: dalla Federvini alla Coldiretti, dal sottosegretario Mipaaaf, Gian Marco Centinaio, al presidente della Regione Veneto, Luca Zaia, fino all'Associazione colline del Prosecco Unesco.

IL MARCHIO. La questione, piuttosto che economica per i possibili – ma scarsi – effetti sulla concorrenza da parte del Prošek croato sul Prosecco italiano, riguarda il diritto italiano a proteggere un marchio comunitario, nel rispetto del Regolamento Ue 1308/2013 sulle Dop e le Igp. **L'Italia tiene il punto per non creare un pericoloso precedente e, ovviamente, ricorda bene l'analoghi vicenda del Tokaj:** nome assegnato al vino ungherese col divieto per gli italiani di usare dal 2007 il nome Tokai.

Anche qui vini differenti, tradizioni differenti ma nomi simili. La richiesta del Prošek croato – è quanto spera l'Italia – potrebbe apparire agli occhi dell'Ue un tentativo di sfruttare la notorietà di una denominazione d'origine protetta.

LE POSIZIONI. L'euro parlamentare Paolo De Castro (S&D) è intervenuto scrivendo direttamente al Commissario Ue all'Agricoltura, Janusz Wojciechowski, per chiedere di evitare la pubblicazione della richiesta croata in Gazzetta ufficiale Ue (Guce). Dal canto suo, l'esperto euro parlamentare croato Tonino Picula (anch'egli nel gruppo S&D) ha fatto altrettanto sottolineando al Commissario Ue che "non c'è alcuna somiglianza tra i vini, tranne quella di alcune lettere del nome. I viticoltori croati" ha scritto Picula "si sono dimostrati aperti al compromesso aggiungendo l'aggettivo 'dalmata', sottolineando che le accuse di imitazione degli italiani "sono offensive per la nostra tradizione e per i vignaioli" e, infine, che la protezione del patrimonio culturale è "fondamentale soprattutto per gli Stati membri più piccoli in questi tempi difficili". La decisione Ue sul Prošek è attesa entro l'estate. In caso di pubblicazione nella Guce ci saranno 60 giorni per la procedura di opposizione da parte italiana.

L'opinione

"Prosecco e Prošek croato sono vini totalmente diversi. Se il nome può creare confusione non mi pare si risolva il problema eliminando uno dei due, piuttosto insegnando alle persone a bere e mangiare bene. Occorre tutelare storia, territorio, tradizioni e vitigni, non i nomi e non l'industria. Dobbiamo dare precedenza alla qualità dei prodotti e non far vincere il pesce più grosso. Il Prosecco andrebbe avanti comunque, senza problemi, anche col Prošek Croato o il nostro Prosekar nella Doc Carso".

– Matej Skerli, Associazione viticoltori del Carso

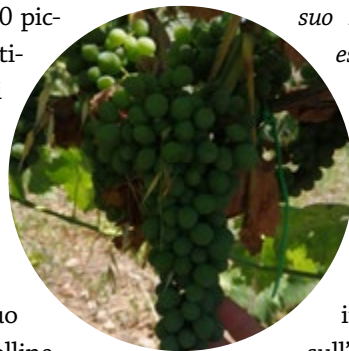


LA VALENTINA

WINES IN ABRUZZO

CALABRIA. Al via l'avventura dei dieci Vignaioli artigiani di Cosenza

Una rete di imprese di 10 piccoli produttori di vino artigianali della provincia di Cosenza punta a valorizzare il territorio della cosiddetta "Alt(r)a Calabria" e i suoi autotoni, in particolare il Magliocco, che trova il suo ambiente ideale nelle colline intorno ai 500 metri di altitudine. Si tratta dei Vignaioli artigiani di Cosenza (Vac), che hanno deciso di mettere insieme competenze e produzioni, azioni di comunicazione e promozione. Presieduto da Eugenio Muzzillo, il gruppo sarà supportato da gruppi di esperti per un approccio multidisciplinare: "In un momento in cui il nostro territorio, col



suo Magliocco, sembra restare escluso dal circuito dei grandi mercati internazionali e nazionali abbiamo voluto riportare l'attenzione di chi vive intorno al mondo del vino". L'azione di promozione dei Vac verterà in particolare sull'enoturismo.

I vigneti dell'Alta Calabria, essendo meno estesi e maggiormente intervallati dalla presenza di vegetazione spontanea, sono un modello virtuoso sia in chiave di sostenibilità che di biodiversità. Il presidente



I 10 Vac: Antico Fienile Belmonte, Rocca Brettia, Elisium, Terre Del Gufo, Tenute Ferrari, Manna, Ciavola Nera, Cerzaserà, Azienda Agricola Maradei, Cervinago.

del Consorzio Terre di Cosenza, Demetrio Stancati, evidenzia l'entusiasmo di queste imprese e ricorda come la Calabria del vino vada oltre i più noti Gaglioppo e Cirò. Nel percorso dei Vac, sarà decisiva la creazione di relazioni tra realtà di medio-piccola dimensione che negli anni non hanno mai trovato concretamente spazio nel panorama vitivinicolo calabrese.

FRIULI VENEZIA GIULIA. Nasce rete d'impresе Pinot bianco nel Collio



Sette storici brand del vino friulano (Castello di Spessa, Livon, Pascolo, Russiz Superiore, Schiopetto, Toros, Venica&Venica) hanno deciso di unire competenze ed esperienze, nella valorizzazione e nella promozione del vino bianco internazionale coltivato in terra friulana da oltre 150 anni, grazie all'iniziativa del conte La Tour di Capriva, quando era chiamato Borgogna bianco. Presentata nei giorni scorsi a Dolegna del Collio (Gorizia) da Marco Felluga, che ha parlato di "giornata speciale" e di "consacrazione", la rete è composta da cantine che credono nel vitigno come espressione dell'eccellenza territoriale. In un'area collinare tra Italia e Slovenia, dominata dal Pinot grigio col 30% della produzione, **il Pinot bianco rappresenta una quota al di sotto del 10% con volumi di circa 76mila bottiglie**, in appena 16 ettari di vigneti. Una super-nicchia che queste sette imprese vogliono far apprezzare meglio al pubblico di appassionati.

Nuovo logo per la Doc delle Venezie

Prosegue l'operazione di rebranding iniziata a marzo per il Consorzio Doc delle Venezie, che tutela la più estesa area a Pinot grigio a livello mondiale. Il nuovo sigillo della denominazione, supportata dall'agenzia Grey, è stato ufficialmente presentato all'assemblea dei soci. **Il logo, per la prima volta, include chiari riferimenti a tutto il territorio.** Il ferro di gondola e la bandiera italiana, ingredienti chiave dal 2017, restano invariati mentre si aggiungono elementi geografici come la pianura, le colline e le montagne che modellano il Nord Est, con tre linee che rappresentano le tre regioni di produzione: Veneto, Friuli-Venezia Giulia e Provincia di Trento. I 12 punti esterni simboleggiano le province dell'area di produzione.



"Il nostro obiettivo" spiega il presidente Albino Armani "è trasmettere un messaggio quanto più vero e coerente, pur mantenendo quella familiarità che ci siamo guadagnati, con non poca fatica, a livello globale sin dall'inizio della nostra avventura".

DOC ROMA. Approvata revisione al disciplinare. Tra i punti più controversi l'ampliamento della zona di produzione e il peso minimo per le bottiglie



Eliminata la tipologia "Romanella" (nello slang romano e non solo, sinonimo di una cosa messa insieme alla meglio, rabberciata) sostituita da "spumante"; ampliata la zona atta alle operazioni di vinificazione e imbottigliamento anche ad Aprilia e Cisterna (provincia di Latina); **stabilito in 550 grammi il peso minimo del contenitore da 0,750 (nonostante il mondo del vino vada verso le bottiglie più leggere in ottica sostenibile)**. L'assemblea del Consorzio di tutela vino Doc Roma, svolta lo scorso 5 luglio, ha approvato a maggioranza le proposte di modifica al disciplinare di produzione promosse dal cda. Non senza contestazioni.

Tra i punti salienti, che dovranno essere approvati dalle istituzioni italiane ed europee, la densità d'impianto passata da 3000 a 4000 ceppi per ettaro e l'invecchiamento del "Roma" Rosso Riserva, che non dovrà essere inferiore a 24 mesi dalla vendemmia (decorrenza anno vendemmia 1 novembre) con un periodo minimo di 9 mesi in recipienti di legno con capacità non inferiore ai 501 litri. Inoltre, per la tipologia Roma Bianco Riserva il periodo di invecchiamento non dovrà essere inferiore a 12 mesi, di cui minimo quattro mesi di affinamento in bottiglia. Il residuo zuccherino massimo ammesso per Doc Roma Bianco, Malvasia puntinata, Rosso, Rosso Riserva, Rosato è stato fissato in 18 gr/l.

"A mio avviso" è il commento di Filippo Antonelli della Cantina Castello di Torre in Pietra e produttore di Doc Roma "è stata commessa la scorrettezza di non avere inviato preventivamente una bozza delle modifiche agli associati e di non aver convocato riunioni o assemblee in cui si potessero discutere dei vari punti. Inoltre, in sede assembleare non si è voluto modificare neanche una virgola la bozza proposta dal cda, nonostante le richieste da parte di diversi soci". Attualmente, la Doc Roma viene rivendicata da 93 aziende per una superficie vitata di 271 ettari e 25.857 quintali di uve e 18100 ettolitri di vini secondo i dati pubblicati da Arsial a febbraio 2020. Per quanto riguarda le uve e i vini si tratta di un incremento +800% rispetto all'anno di fondazione nel 2012. - A.G.



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2021



Timorasso Derthona '19 VIETTI

In Piemonte nella zona dei Colli Tortonesi, sulla sommità del comune di Castiglione Falletto, sorge l'azienda Vietti fondata alla fine del 1800 da Carlo Vietti. Oggi l'azienda è gestita da Currado Vietti e da sua moglie Elena, che mantengono l'approccio e l'imprinting familiare che contraddistingue da sempre l'azienda. Con Marco Sabellico il Timorasso Derthona '19. Dal colore paglierino intenso e brillante con riflessi verdolini, al naso è ricco di frutta matura di pera e pesca, con sfumature floreali, con note di erbe aromatiche di fiori di arancio, biancospino e fiori di acacia e note di miele. In bocca il vino è strutturato, pieno, profondo, fresco, ricco di frutto, di note vegetali, sinote speziate e leggere sfumature di vaniglia. Ottimo con carni bianche, formaggi freschi e di media stagionatura, formaggi di capra, primi bianchi della tradizione piemontese, ma anche con una tartare di carne arricchita dal tartufo bianco.

Visita il sito: www.vietti.com/
Per guardare la puntata:
www.instagram.com/tv/CQ84wasr3G0/

ASOLO PROSECCO. Primi 6 mesi +25% e riserva vendemmiale presto sul mercato

Dopo un +9% nel 2020, semestre dell'esplosione della pandemia, l'Asolo Prosecco incamera un'altra crescita nel primo semestre 2021. Secondo i dati del Consorzio, illustrati durante l'assemblea dei soci del 30 giugno scorso, le vendite della Docg veneta segnano un +25%. *"Se alla fine dello scorso anno avevamo sfiorato per la prima volta i 19 milioni di bottiglie, salendo al quarto posto in Italia fra le denominazioni del settore spumanti stico"* ha detto il presidente Ugo Zamperoni *"nei primi sei mesi del 2021 abbiamo già collocato 9,7 milioni di bottiglie, contro i 7,8 milioni di giugno 2020. Siamo peraltro perfettamente in grado di soddisfare le nuove richieste di Asolo Prosecco provenienti sia dall'Italia che dall'estero"*.

Un anno fa il Consorzio scelse di non ridurre la produzione di uve, scelse di accantonare un'ulteriore riserva vendemmiale (pari al 20% massimo della resa consentita da disciplinare) che ora sarà immessa in un mercato che chiede Asolo Prosecco Docg. Prosegue anche la campagna social per veicolare il concetto di aperitivo raffinato (l'altro aperitivo è il claim), in linea con quanto espresso dal 74% degli utenti intervistati da Bva-Doxa per conto del Consorzio. Sono state 15 milioni le visualizzazioni per i post sui social media in tutta Italia tra tarda primavera e inizio estate.



NIZZA DOCG. Primi 5 mesi a +32%: si va verso 800mila bottiglie entro il 2021

Nei primi 5 mesi del 2021, si attesa a 172.891 pezzi l'imbottigliato della Docg Nizza, che registra un +32% rapportato allo stesso periodo del 2020. I dati Valoritalia, resi noti dall'Associazione produttori del Nizza Docg, testimoniano un trend che, se dovesse rimanere tale, potrebbe portare la denominazione piemontese a 800mila bottiglie entro il 2021, come osserva il presidente Gianni Bertolino, ricordando anche la crescita in doppia cifra del 2020 sul 2018 (+44,7%). L'occasione per tracciare un bilancio è stata la messa in commercio della nuova annata (la 2019), tradizionalmen-



IMPRESE. Nuova intesa tra Gallo Nero e Unicredit per garantire liquidità



Dopo il pegno rotativo, arriva un'altra misura finanziaria per le aziende del consorzio del Chianti Classico. Grazie all'accordo con Unicredit, infatti, saranno rese disponibili alcune soluzioni specifiche, come ad esempio, **il Mutuo Agrario, della durata massima di 36 mesi a zero commissioni di rimborso anticipato e garanzia Ismea e il Prodotto Riserva**, linea di credito aggiuntiva della durata massima di 84 mesi, con un importo minimo di 10.000 euro e con la stessa garanzia. A ciò si aggiungono le opportunità messe a disposizione da UniCredit per le aziende interessate allo sviluppo dell'e-commerce, ad esempio, attraverso la piattaforma Easy Export.

"Gli strumenti finanziari, se concepiti in maniera più dinamica rispetto al passato, possono rappresentare un aiuto importante anche per un settore, come quello vitivinicolo di qualità, che sino ad ora ha tenuto bene, nonostante la crisi legata all'emergenza sanitaria", ha detto il presidente del Consorzio, Giovanni Manetti.

te sul mercato dal primo luglio, per il quinto compleanno come Docg (in presenza, *come testimonia la foto*), dopo quasi 20 anni di sforzi e lavoro assiduo per qualificare questa tipologia di vino a base di uva Barbera. **L'Associazione nasce il 19 novembre 2002 con l'obiettivo di valorizzare e promuovere l'eccellenza della denominazione Nizza ed è oggi costituita da 67 soci.** Secondo i dati della ven-

demmia 2020, le bottiglie di Nizza Docg sono state 619.632. Se il 2021 toccherà quota 800mila l'incremento sarebbe del 29%. - **G.A.**

TASTING. Torna I Drink Pink, insieme ai migliori oli d'Italia

Nuova veste per I Drink Pink, la degustazione del Gambero Rosso dedicata ai rosati d'Italia. Quest'anno, infatti, la manifestazione vedrà protagonisti non solo i vini, ma anche i migliori oli extravergine di oliva recensiti dalla undicesima edizione della Guida Oli d'Italia. **L'appuntamento è per venerdì 23 luglio (dalle 18 alle 23) in una delle location più suggestive della capitale, Villa Miani**, situata sulla collina di Monte Mario. Nel corso della serata si svolgerà una votazione da parte del pubblico partecipante, il quale decreterà il miglior rosato e il miglior olio in degustazione. Al termine della manifestazione, verrà proclamato il vincitore.

Si celebra così la fine di una stagione difficile, caratterizzata da distanziamento e degustazioni a distanza, guardando al ritorno ad una più spensierata normalità. In attesa dello Speciale Rosati Tre Bicchieri (in uscita il 19 agosto).

I biglietti dell'evento sono acquistabili dallo [store del Gambero Rosso](#)

Per informazioni contattare: eventi.istituzionali@gamberorosso



APPUNTAMENTI. The Best in Lombardy Experience: il tour del gusto del Gambero



ai suoi ambasciatori del territorio premiati dalla Guida Lombardia 2021 di Gambero Rosso. Per l'occasione, ogni ristorante realizzerà un menu ad hoc per rendere omaggio al territorio accompagnato dai vini di La Versa, Barisei, Consorzio Garda, Consorzio San Martino della Battaglia, Consorzio Valtenesi, Fiamberti, Giorgi, Lazzari, Perla del Garda, Rossetti&Scrivani. **Ad aprire le danze, il 22 luglio, sarà la Lanterna Verde di Chiavenna, in Valtellina;** il giorno seguente, si prosegue a Varese, alla tavola del Sole di Ranco, per l'appuntamento del 23 luglio ed il 27 luglio sarà la volta di Feel Como. Il tour riprenderà, poi, a settembre, seguendo il [calendario consultabile online](#)

Dodici ristoranti per dodici appuntamenti: prende il via The Best in Lombardy Experience, il tour del gusto che valorizzerà le diverse anime dell'enogastronomia lombarda, grazie



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2021



**Onirico '18
TERRE DEI VAAZ**

Sull'altopiano della Murge in provincia di Bari, troviamo l'azienda Terre dei Vaaz che è allo stesso tempo una delle più "giovani" e una delle più "antiche" aziende vitivinicole del sud barese. L'azienda ha una storia antichissima che risale ai primi anni del 600, ispirata ai valori di intraprendenza di Miguel Vaaz, che nel 1615 fondò Casa Vaaz, odierna Sammichele di Bari. Oggi l'azienda è gestita da Domenico Spinelli, che insieme a sua moglie anni fa ha rifondato l'azienda di famiglia. Con Marco Sabellico assaggiamo l'Onirico '18. Dal colore rubino cupo fitto con riflessi violacei, al naso è ricco di frutti rossi e neri maturi, confettura di mora e di ribes nero, con note speziate di pepe bianco e di erbe aromatiche. In bocca il vino è ricco, polposo, strutturato, armonico, equilibrato, ricco di frutto, sorretto da una bella acidità, chiude su un finale lungo sui toni di frutti rossi e neri, delle erbe aromatiche con sfumature balsamiche e speziate. Ottimo con carni, cacciagione, primi piatti con sughi ricchi, ma anche formaggi stagionati.

Visita il sito: terredeivaaz.it/
Per guardare la puntata:
www.instagram.com/tv/CRCCZsrxICO/

ENOTURISMO. Il Museo del vino di Zeni1870 diventa multimediale

Uno spazio fisico definito che però è in grado di fungere da porta tra passato e presente, accompagnando il visitatore in un viaggio a ritroso nel tempo. Si presenta così, rinnovato nei contenuti e nella modalità di fruizione, il Museo del Vino di Zeni1870, storica cantina del Garda, pronta ad accogliere i wine lover. **Dopo quasi due anni di lavoro e centinaia di ore spese nella raccolta e catalogazione di foto e materiale iconografico, è infatti finalmente attivo l'album digitale del Museo**, risultato di una collaborazione trasversale che, tra gli altri, ha visto coinvolti anche Camera di Commercio di Verona, Iusve e Regione Veneto. Diversi contributi video, poi, conducono fin nei dettagli di oggetti e spazi mentre, lungo il percorso espositivo le didascalie, completamente rinnovate e riscritte, raccontano i luoghi di origine della famiglia e dell'azienda. Non solo un racconto sulla cantina, quindi, ma un omaggio storico al comprensorio produttivo del Garda. *“Si tratta di un investimento culturale che abbiamo fortemente voluto in occasione dei 150 anni dalla fondazione della nostra azienda”* ha spiegato Federica Zeni *“Ci siamo immedesimati nei nostri visitatori, tra museo del vino, bottaia e punto vendita e abbiamo capito che era necessario introdurre la multimedia per chiudere il cerchio”*.



ARCHEOLOGIA. Feudo Antico pronto ad inaugurare la nuova sede. Sarà all'interno di una villa romana di epoca imperiale



Taglio del nastro per la nuova sede di Feudo Antico, progetto di archeo-enologia nel cuore dell'Abruzzo, in programma sabato 10 luglio (ore 10.30) nel Comune di Tollo. **Il complesso architettonico sorge nel sito archeologico della villa romana di epoca imperiale scoperta nel 2013, durante i lavori di preparazione del suolo per i primi reimpianti di Pecorino.** L'iniziativa vede nascere, inoltre, una sede-museo per la valorizzazione e protezione di questi antichi reperti.

L'inaugurazione sarà preceduta dalla presentazione della convenzione tra Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio per le province di Chieti e Pescara e Feudo Antico, durante il convegno dal titolo *“Vinum bonum laetificat cor hominis”*.

“Sotto l'alta sorveglianza della Soprintendenza abbiamo portato alla luce e restaurato parte della villa romana rinvenuta nel 2013, rendendola così fruibile al pubblico” ha dichiarato Vittorio Di Carlo, presidente di Feudo Antico *“Abbiamo voluto realizzare un complesso aziendale che dal punto di vista architettonico fosse il più leggero e rispettoso possibile dell'ambiente circostante, evitando posticce allusioni e anzi segnando nettamente la differenza tra l'opera dei nostri gloriosi progenitori e la realizzazione attuale”*. Fulcro commerciale di Feudo Antico, la nuova sede ospiterà uno showroom, un wine-shop e gli spazi destinati agli uffici, allo stoccaggio e all'invecchiamento delle bottiglie e all'affinamento in anfora.

Da Cantina Colli Euganei 130mila euro per la ricerca contro il Covid

È di 130mila euro la cifra raccolta in un anno, fino a Pasqua 2021, dalla Cantina Colli Euganei nell'ambito del progetto Vo' per la ricerca sul Coronavirus. Consegnata la seconda tranche di 80mila euro (la prima di 50mila euro risale a ottobre 2020), i fondi andranno al Dipartimento di microbiologia e microbiologia clinica dell'Università di Padova, gestito dal professor Andrea Crisanti.

“Per ogni bottiglia venduta di Serprino spumante Colli Euganei e di Rosso Colli Euganei della linea 'Vo' per la ricerca, la Cantina Colli Euganei e i partner della Gdo” ha ricordato il presidente Lorenzo Bertin *“hanno destinato un euro per finanziare la ricerca”*. Partner del progetto sono stati Despar, Eurospar, Interspar, Ali, Famila, A&O, Mega, Cadoro, Iperlando, Maxi, Spak, SuperW, Eurospesa, Crai e Autogrill.

SUA MAESTÀ IL COLLEGONZI

Collegonzi, cru aziendale prodotto da una selezione delle migliori uve, è il frutto di una ricerca di 10 anni su diversi cloni di Sangiovese.

Complesso, strutturato e pieno, deve le sue caratteristiche al terreno ricco di conchiglie e fossili marini in cui le viti affondano le radici. Nasce dall'omonima collina del Montalbano dalla quale prende il nome, in un terroir vocato per il Sangiovese che fa di questa etichetta la massima espressione di Fattoria di Calappiano, la tenuta più prestigiosa della famiglia Sensi.



Fattoria di
CALAPPIANO

Fattoria di Calappiano
Via Calappiano, 37 - Loc. Sant'Ansano, Vinci (Fi) Italy - Tel +39 0573 82910
www.fattoriacalappiano.com

EVENTO. Dal 20 luglio a Montalcino torna la musica di Jazz & Wine

Grandi vini e grandi nomi della musica italiana di qualità per Jazz & Wine in Montalcino, la manifestazione in programma dal 20 al 25 luglio prossimi nel borgo della provincia di Siena. La XXIV edizione del festival, che nasce dalla collaborazione tra l'azienda Banfi, la famiglia Rubei dell'Alexanderplatz jazz club di Roma e il Comune di Montalcino, vedrà di scena artisti del calibro di Stefano Bollani, Danilo Rea, Stefano di Battista, Emanuele Urso, Massimo Nunzi e Alex Britti. Gli appuntamenti della sei giorni si svolgeranno tra la Fortezza di Montalcino e Castello Banfi. Il cartellone, curato dal direttore artistico Paolo Rubei, ha voluto spaziare tra grandi solisti e virtuosi come Danilo Rea a collettivi come l'Orchestra observatorium, diretta da Massimo Nunzi che proporrà "Jazz in cinemascopo", un concerto che, esplorando le partiture di alcuni celeberrimi film, permetterà di ascoltare musiche di grande complessità. **C'è attesa anche per Stefano Di Battista e il suo Morricone Stories**, un tributo al maestro Ennio Morricone, per un concerto (mercoledì 21) che metterà assieme jazz e musica da film. Sotto le stelle di Montalcino, però, l'esordio di martedì 20 luglio è nel segno della pura improvvisazione. Dopo 13 anni di assenza, sul palco tornerà il pianista Stefano Bollani, in trio con Bernardo Guerra (batteria) e Gabriele Evangelista (contrabbasso). Tutti gli spettacoli avranno inizio alle ore 21.45.

Info all'indirizzo jazzandwinemontalcino.it/

supervisione editoriale

Paolo Cuccia
 coordinamento contenuti
 Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it
 hanno collaborato
 Gianluca Atzeni, Andrea Gabbriellini,
 Vincenzo Russo
 progetto grafico
 Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago
 foto Gerd Altmann/Pixabay (cover)

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

ENO MEMORANDUM

FINO ALL'11 LUGLIO ❖ A TUTTO MULLER

Trentino
 lungo la Strada del vino
 e dei sapori
tastetrentino.it/atuttomuller

FINO AL 31 LUGLIO ❖ VINI E CAMMINI

Passeggiate alla scoperta
 di percorsi e cantine
 d'Abruzzo
viniecammini.it

FINO AL 12 SETTEMBRE ❖ APPUNTAMENTI CON LA ROSSA

12 week end dedicati
 alla Barbera
 Agliano Terme (Asti)
barbera-agliano.com

FINO AL 31 OTTOBRE ❖ SCOLLINANDO 2021

percorsi enoturistici
 in Oltrepò Pavese
 tutti i week end
buttafuocostorico.com/scollinando

9 LUGLIO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Argillae - Primo d'Anfora '18
 sui canali social
 del Gambero Rosso

11 LUGLIO

❖ ITALIAN TASTE SUMMIT

Lago di Garda (Brescia)
 fino al 13 luglio
italiantastesummit.com

12 LUGLIO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Cantine Lizzano
 Primitivo di Manduria
 Manonera '17
 sui canali social
 del Gambero Rosso

13 LUGLIO

❖ VINO X ROMA

Giardino delle Cascate
 all'Eur - Roma
 fino al 17 luglio
vinoxroma.it

14 LUGLIO STAPPA

CON GAMBERO ROSSO

La Valentina
 Montepulciano d'Abruzzo
 Terre dei Vestini
 Belvedere Ris. '16
 sui canali social
 del Gambero Rosso

15 LUGLIO

❖ CIGOGNOLA SUMMER FESTIVAL

Cigognola (Pavia)
 Strada vicinale del Pozzetto
 fino al 18 luglio

16 LUGLIO

❖ MARE E VITOVSKA

Duino Aurisina (Trieste)
 dalle 18 alle 22
 fino al 17 luglio
www.mareevitovska.eu

17 LUGLIO

❖ SBARBATELLE

San Martino Alfieri (Asti)
 presso Tenuta Marchesi
 Alfieri
 fino al 18 luglio
www.aispiemonte.it

18 LUGLIO

❖ PRIME DI VITE IN RIVIERA

Ortovero (Savona)
 presso Enoteca regionale
 ligure
 dalle 11 alle 19
 fino al 19 luglio
www.viteinriviera.it

20 LUGLIO

❖ MALVASIA DAY

Isola di Salina
 Malfa (Messina)
 dalle 18.00

20 LUGLIO

❖ JAZZ & WINE IN MONTALCINO

Montalcino (Siena)
 fino al 25 luglio
montalcinojazzandwine.it

GAMBERO ROSSO



VILLA SALETTA

Experience

WINE PAIRING DINNER

15 LUGLIO 2021
 ORE 20.30

Glass

GLASS HOSTARIA

Roma

Vicolo del Cinque, 58

INFO E PRENOTAZIONI:

☎ 06-58335903

www.glasshostaria.it

SCOPRI DI PIÙ SU:

www.gamberorosso.it/villa-saletta-tour

LA CANTINA SI RACCONTA/Duca di Salaparuta

FILOSOFIA AZIENDALE

Valorizzare la Sicilia e le peculiarità di ogni suo singolo territorio è sempre stata la missione di Duca di Salaparuta, il gruppo che riunisce tre brand storici (Corvo, Duca di Salaparuta e Florio) in un'unica realtà della famiglia Reina. Le nuove sfide non hanno mai spaventato questo storico marchio che, infatti, ha appena lanciato una nuova linea.



foto Benedetto Tarantino

SUOLO ZIBIBBO



Sulle fertili colline della Tenuta di Risignolo, proviene questo Zibibbo che nel bicchiere esprime un profumo intenso e fine, con decise note di zagara e mughetto, unite ai sentori fruttati da cui emergono netti gli agrumi di Sicilia. Al palato si presenta fresco e sapido, con un

finale lungo. Ottimo in pairing con crudi di pesce e crostacei.

SUOLO SAUVIGNON BLANC



Prodotto con le uve ottenute dai vigneti coltivati sul Suolo n.3 della Tenuta di Suor Marchesa, prevalentemente calcareo ed esposto a Nord, questo vino conserva intatte la freschezza e l'acidità caratteristiche del vitigno. Elegante e complesso al naso, è un vino ampio, strut-

turato e comunque croccante, dove le note varietali si fondono con quelle floreali tipicamente mediterranee di gelsomino e ginestra bianca, mentre i sentori di frutta si armonizzano con quelli speziati, che ricordano la vaniglia e il pepe rosa. Ideale con le ostriche ed i crostacei, si sposa bene anche con piatti a base di pesce al forno e carni bianche.

NUOVI PROGETTI

La novità si chiama Suolo e riguarda lo Zibibbo e il Sauvignon Blanc, entrambi frutto di un lavoro minuzioso in vigneto e in cantina. *“Si tratta di due nuove creature fortemente desiderate”* racconta l'enologo Barbara Tamburini *“grazie al grande potenziale che questi due vitigni piantati in questi due particolari appezzamenti di terreno riescono ad esprimere: lo Zibibbo vinificato in purezza, esprime una complessità aromatica molto importante che si manifesta principalmente con note di fiori di arancio e frutti esotici. Il Sauvignon Blanc, allevato in questo particolare terreno, permette al vino di esprimere il carattere varietale di erba tagliata, floreale e fruttato non senza una nota di grafite e lievi sentori speziati”*. Ogni bottiglia è numerata e, quindi, unica.

RAPPORTO CON IL TERRITORIO

Il legame con la terra è al centro della nuova linea Suolo, tanto che le porzioni specifiche di vigneto sono riportate in etichetta, come evoluzione estrema del concetto di zonazione. Se la Sicilia resta il comune denominatore, il nuovo progetto racconta due territori differenti: per lo Zibibbo quello di Salemi (Trapani), caratterizzato da campagne arse dal sole, dove le uve a bacca bianca trovano la loro terra d'elezione; per il Sauvignon Blanc quello di Riesi (Caltanissetta), nel centro della Sicilia a pochi chilometri dal mare, su una dolce collina ben esposta ai venti.

I numeri delle tenute

3 TENUTE Suor Marchesa - Risignolo - Vajasindi

183 ETTARI COMPLESSIVI

300mila BOTTIGLIE PRODOTTE

30% EXPORT

LINEA SUOLO

10mila bottiglie Zibibbo

10mila bottiglie Sauvignon Blanc

★★ CANTINE
Lizzano

TUTTA
LA DOLCEZZA
DEL SALENTO
IN UN
CALICE DI VINO.



MANDORO
PRIMITIVO DI MANDURIA DOCG
DOLCE NATURALE

Le grandi cantine della Toscana



LOC. BOLGHER | S.DA LAURETTA, 7 | CASTAGNETO CARDUCCI (LI)
WWW.CASTELLODIBOLGHERI.EU | 0565 762110

Le origini del Castello di Bolgheri sono antichissime e risalgono al 1200. La proprietà è stata in mano ai Conti della Gherardesca, prima di passare in eredità, con le terre circostanti, alla famiglia Zileri Dal Verme. L'azienda agricola, condotta da Federico Zileri Dal Verme, si estende intorno al Castello su una superficie di 130 ettari di cui 60 vitati; risale alla fine degli anni '90 il rinnovo dei vigneti, a partire dalle varietà principali della denominazione Bolgheri. Poggiano su suoli sabbiosi e argillosi, ricchi di scheletro sassoso, a circa 70 metri di altitudine: un patrimonio che garantisce uve di eccezionale qualità, trasformate da vinificazioni rigorose in vini di grande impatto, classe e identità.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Bolgheri Sup. - Castello di Bolgheri '17

85% cabernet sauvignon, 10% cabernet franc e il restante 5% merlot: è la ricetta del Bolgheri Superiore '17, le cui uve provengono da una selezione delle migliori vigne intorno al Castello. Il profilo aromatico è giocato su un amalgama di prugna e mora mature e sfumature erbacee, balsamiche e speziate. La bocca è densa e concentrata ma riesce a rimanere fresca e polposa. Da provare col petto d'anatra arrosto.

Bolgheri Varvara '18

Il Varvara, dall'ottima annata 2018, è un blend di cabernet sauvignon (60%) merlot, cabernet franc e petit verdot che fermenta in acciaio e matura in barrique e fusti da cinque ettolitri per un anno. Frutti rossi in primo piano, gode di una trama tannica sottile e di un palato pieno di sapore e dinamico. Perfetto sul carré di agnello alle erbe aromatiche.



GAMBERO ROSSO



SANNIO
FALANGHINA
CITTÀ EUROPEA
DEL VINO
2019



LA PRIMA CENA DEGUSTAZIONE

VENERDÌ 16 LUGLIO 2021

Enosteria Lipen - CORRADO SCAGLIONE

Triuggio (MB) - Via Conte Paolo Taverna, 114

☎ 0362 919710

GLI ALTRI APPUNTAMENTI

GIOVEDÌ 29 LUGLIO 2021

Piccola Piedigrotta

GIOVANNI MANDARA

Reggio Emilia - Piazza XXV Aprile, 1

☎ 0522 434922

VENERDÌ 30 LUGLIO 2021

Renato Bosco Pizzeria - Saporè

RENATO BOSCO

San Martino Buon Albergo (VR)

Piazza del Popolo 46

☎ 331 9873375

COMING SOON

Lievito Madre

GINO SORBILLO

Piazza della Vittoria 65/R - 16121 Genova

☎ 010 099 7830

Lievito Madre al Duomo

GINO SORBILLO

Largo Corsia dei Servi 11,
angolo C.so Vittorio Emanuele

☎ 02 45375930

**La Falanghina
del Sannio
in abbinamento
alla pizza d'autore**

Per partecipare è necessario contattare
direttamente le pizzerie ai numeri indicati

Scopri i menu
su www.gamberorosso.it



RUSSIA. Guerra dello Champagne: rischio o opportunità per l'Italia?



a cura di Loredana Sottile

o Champagne sarà ora venduto in Russia con il nome di spumante, mentre lo spumante russo si chiamerà Champagne. Sembra un paradosso, invece sta succedendo davvero.

LA LEGGE RUSSA. Il tutto è iniziato lo scorso 2 luglio con il varo da parte di Vladimir Putin di **una legge secondo cui lo Champagne esportato nella Federazione dovrà rinunciare al termine "cham-panskoe" scritto in caratteri cirillici sul retroetichetta e sostituirlo con quello generico di spumante** (pur mantenendo la dicitura in lettera latine), per lasciare il nome alle sole bollicine prodotte in Russia, ovvero al cosiddetto "sovietskoïe champanskoïe". Un vero declassamento che va ad intaccare una denominazione d'origine protetta legata ad un luogo d'origine ben preciso: la regione dello Champagne. Quando, invece, lo Champagne russo è una bevanda tipo spumante, preparata fin dai tempi dell'Unione Sovietica in

modo industriale e senza legami ad una zona vitivinicola particolare.

LA REAZIONE. Il Comité Champagne, sul cui sito ufficiale si legge *"non è Champagne se non è della Champagne"*, ha affermato che quanto sta succedendo in Russia *"è scandaloso"* e si è appellato alla diplomazia francese ed europea per trovare una soluzione, chiedendo intanto alle aziende socie di fermare tutte le spedizioni verso Mosca. Così come avrebbe fatto il gruppo Lvmh – proprietario di marchi quali Dom Pérignon, Moët et Chandon o Veuve Clicquot – sebbene la sua potrebbe essere solo una sospensione temporanea in attesa di adeguarsi. *"Le Maison di Champagne di Moët Hennessy"* si legge in un comunicato diffuso lo scorso lunedì *"hanno sempre rispettato la legislazione in vigore ovunque operino e riprenderanno le consegne il prima possibile apportando questi adeguamenti"*. Dal canto suo, il Comité Vins ha già segnalato la questione della gerarchia delle fonti giuridiche per chiedere conferma se il regolamento tecnico dell'Unione economica eurasiatica

prevarrà sulla legge sul vino una volta entrata in vigore, in linea con gli obblighi internazionali della Russia.

LE CONSEGUENZE. Un'opportunità o un precedente pericoloso per l'Italia? *"Il provvedimento"* spiega Federvini *"abroga l'articolo 2.5 della legge federale 468 che riconosceva i trattati internazionali come fonti giuridiche di rango superiore: ciò determinerebbe maggiore confusione rispetto al Regolamento Tecnico dell'Unione economica eurasiatica in corso di revisione. In attesa di maggiori dettagli si può ipotizzare che il testo normativo possa avere un impatto molto ampio"*.

Ad ogni modo, la questione può avere una doppia interpretazione: da una parte potrebbe essere fonte di preoccupazione per gli altri partner commerciali di Mosca, qualora dovessero subire lo stesso trattamento, dall'altra potrebbe essere un'occasione per spingere sui propri prodotti, spumante Made in Italy in primis. Come ricorda Coldiretti, infatti, lo scorso anno sono state stappate 25 milioni le bottiglie di spumante nel Paese di Putin, dove particolarmente apprezzati sono il Prosecco e l'Asti. **E nel primo trimestre del 2021 si è registrato un aumento record del 37% nelle esportazioni di spumante italiano in Russia rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.** Allo stesso tempo, però, Coldiretti mette in guardia, sottolineando che *"il progetto di legge russo che riserva ai soli spumanti locali l'etichetta Champagne è la punta dell'iceberg del percorso autarchico dal punto di vista alimentare avviato dal paese di Putin"*. E ricorda come l'embargo del 2014 sui prodotti alimentari da Ue, Usa, Canada, Norvegia ed Australia. Italia compresa (ad eccezione dei vini), abbia già portato al boom di prodotti alimentari Made in Italy taroccati.

GAMBERO ROSSO
ITALY
FOOD WINE
ACADEMY

Il tuo talento ha bisogno di nuove sfide?

Scopri i nostri corsi professionali
su gamberorosso.it/academy

ROMA | TORINO | NAPOLI | LECCE | PALERMO

PARTNER



SPONSOR



JUNE

25 BERLIN - Germany *trebicchieri Experience*

JULY

06 MOSCOW - Russia *trebicchieri Experience*

08 ST. PETERSBURG - Russia *trebicchieri Experience*

AUGUST

30 LOS ANGELES - USA *trebicchieri Experience*

SEPTEMBER

01 SAN FRANCISCO - USA *trebicchieri Experience*

03 NEW YORK - USA *trebicchieri Experience*

07 CHICAGO - USA *trebicchieri Experience*

09 BOSTON - USA *Vini d'Italia Experience - ITA*

19-20 DUBAI - UAE *Gambero Rosso Week*

23 LONDON - U.K. *trebicchieri Experience*

27 STOCKHOLM - Sweden *trebicchieri Experience*

29 COPENHAGEN - Denmark *trebicchieri Experience*

OCTOBER

15-17 ROME - Italy *trebicchieri Premiere 2022*

25 MIAMI - USA *Top Italian Wines Roadshow 14*

28 HOUSTON - USA *Top Italian Wines Roadshow 14*

MEXICO CITY - Mexico *Top Italian Wines Roadshow 14*

NOVEMBER

03-05 KYIV - Ukraine *trebicchieri Experience - WS Ukraine*

08 MONTREAL - Canada *trebicchieri Experience*

10 TORONTO - Canada *trebicchieri Experience*

12 VANCOUVER - Canada *Top Italian Wines Roadshow 13*

15 CALGARY - Canada *Top Italian Wines Roadshow 13*

SEOUL - Korea *Top Italian Wines Roadshow 14*

TOKYO - Japan *trebicchieri Experience*

BEIJING - China *trebicchieri Experience*

SHANGHAI - China *trebicchieri Experience*

HONG KONG - China *trebicchieri Experience*

MOSCOW - Russia *trebicchieri 2022*

30 SINGAPORE *Top Italian Wines Roadshow 14*

DECEMBER

02 HO CHI MINH - Vietnam *Top Italian Wines Roadshow 14*

SYDNEY - Australia *Top Italian Wines Roadshow 14*

MELBOURNE - Australia *Top Italian Wines Roadshow 14*

AUCKLAND - New Zealand *Top Italian Wines Roadshow 14*

SAO PAULO - Brazil *Top Italian Wines Roadshow 14*

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

www.gamberorossointernational.com

GamberoRossoInternational



DAL MONDO

IL MIO EXPORT

Claudio Arizzi – Podere Arizzi

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

La nostra quota di export si è assestata al momento intorno al 25%.

2 Cosa è cambiato e come sono andate le esportazioni prima e dopo i lockdown?

Diciamo che il lockdown, magari in momenti diversi, ha bloccato più o meno tutti i mercati. Per noi ha significato in particolare veder sfumare due occasioni per aprire nuovi mercati, sia in Europa che negli Usa, che speriamo di recuperare quanto prima.

3 Come sono cambiati l'atteggiamento e l'interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano?

Non vorrei esagerare, e forse la mia visione può essere parziale, tuttavia in questo periodo probabilmente lo stare di più a casa, magari davanti al computer, ha consentito a molti di curiosare su internet e trovare cose nuove da provare. Negli ultimi mesi ho ricevuto richieste di informazioni da aree per noi nuove, sulle quali magari non avevamo nemmeno mai investito, mi viene da pensare che la cosa dipenda anche da una rinnovata propensione alla scoperta, anche se per ora solo virtuale.

4 Come va con la burocrazia?

Per alcune cose dipende dallo Stato estero di destinazione, con Paesi asiatici non abbiamo mai avuto problemi, mentre per altri gli intralci sono incredibilmente vicini eppure insormontabili. Ad esempio, durante il primo lockdown ho ricevuto richieste di clienti tedeschi, che avevano anche visitato la nostra azienda, che volevano acquistare i nostri vini. Purtroppo, nonostante il mercato unico, vendere vino a privati residenti in altri Paesi Ue è una cosa tra il complicato e l'impossibile: sembra un'assurdità e in effetti di questi tempi non avere un'entrata sicura per questioni burocratiche è inconcepibile.

5 Ci racconti un aneddoto (positivo/negativo) legato alle sue esperienze all'estero.

Potrà sembrare controcorrente ma abbiamo esperienze positive o molto positive con i nostri partner asiatici, mentre in più occasioni abbiamo avuto problemi con operatori occidentali. Dal pagamento dei viaggi per i buyer alla richiesta di contributi per fiere locali, fino al vino in conto vendita, abbiamo sentito di tutto. Nonostante la nostra poca esperienza nel settore vino non siamo degli sprovveduti, sappiamo dunque capire con un certo anticipo le fregature. Insomma più che un aneddoto direi che posso dare un consiglio: attenzione ai faccendieri!



❖ Podere Arizzi – Casciano di Murlo – Siena – poderearizzi.it

NEL PROSSIMO NUMERO
LE COLTURE

SARÀ UN 2021 IN RIPRESA PER I BIG DEL VINO: IL REPORT MEDIOBANCA SEGNA +3,5%

a cura di Gianluca Atzeni

Primo rapporto congiunto di Piazzetta Cuccia con Sace e Ipsos. L'export spingerà il business, con Cina, Canada e Giappone tra i mercati a più alto potenziale. Mentre il consumatore italiano sarà più digital, "bio-fan" e più attento agli aspetti salutistici. Nella top 11 per fatturati guida Riunite con Giv, ma avanza Iwb. Per redditività il leader è Antinori

a ripresa c'è e si consoliderà da qui a fine anno. Dopo una flessione del 4,1% nel 2020, con margini e utili che si sono ridotti sul 2019 (Ebit da 6,2% a 5,8% del fatturato e risultato netto dal 4,2% al 4,1%), il business dei big del vino Made in Italy è previsto in recupero in questo 2021 per un 3,5% complessivo, spinto dalle vendite estere (+4,6%), con maggiore potenziale di crescita in Cina, Canada e Giappone. Il quadro emerge da **"Vino e Spirits", primo report congiunto di Mediobanca, Sace e Ipsos**, basato sulle società italiane sopra 50 milioni di euro di ricavi, da cui arrivano segnali di ottimismo anche per il settore spirit, che ha perso l'1,7% nel 2020 (Ebit da 15,9% a 11,8% e risultato netto da 11,6% a 8%) ma che dovrebbe registrare un rimbalzo del 5,7% (con una stima a +4% per l'export).

L'indagine è stata allargata alla dimensione dei consumi in uno scenario post pandemico, in cui si intravedono profondi cambiamenti strutturali: dalla ricerca della naturalezza (un bevitore italiano su 4 si dice "bio-fan" (vedi box) all'attenzione alle calorie delle bevande alcoliche, dal crescente peso del food&wine delivery (ribattezzato "home-trade") all'attenzione al prezzo e ai formati alternativi al vetro (+5,8%).

TOP PERFORMER: SI CONFERMA CANTINE RIUNITE CON GIV

La pandemia ha provocato alcuni scossoni in testa all'attesa classifica per ricavi di Mediobanca, basata sui bilanci e sui questionari alle imprese. Tra i primi brand, alla voce fatturato, si conferma leader il gruppo Cantine Riunite-Giv, con 581 milioni di euro (-4,4% sul 2019), seguito dall'altra cooperativa romagnola, Caviro, con 362 mln di euro (+10%). Terzo posto, in salita, per la Casa Vinicola Botter (230 mln, +6,4%) che supera la toscana Antinori (215 mln di euro per effetto di un -12,5%). Seguono la trentina Cavit (210 mln di euro, +9,6% sul 2019), le piemontesi Fratelli Martini (208 mln di euro, +1,1%) e Italian wine brands in salita dall'11esimo posto al settimo (204 mln, +29,7%) e la veneta Enoitalia con un +0,8% nei ricavi, a 201 mln di euro; chiudono la classifica Mezzacorona (193,6 mln, +3,7%), Casa Vinicola Zonin (178,3 mln dopo un -9,3%) e Santa Margherita (172 mln, con -9,2% sul 2019).

ANTINORI IN TESTA PER REDDITIVITÀ

Considerando gli incrementi di fatturato del 2020, Italian wine brands, quotata all'Aim di Borsa Italiana, domina con un +29,7%, seguita da Contri Spumanti (+13,8%), Caviro e Mondodelvino entrambe a +10%; poi Cavit (+9,6%) e La Marca (+8,7%). Chiudono la classifica il +6,4% di Botter e il +5,7% di Schenk Italia. Alla voce redditività (ovvero il rapporto tra il risultato netto e il fatturato), nel 2020 la testa della classifica è detenuta da due società toscane >>

Classifica degli 11 Top Brand

BRAND	PROPRIETÀ	RICAVI (mln euro)	VAR. %
Riunite&Civ e Giv	cooperativa	581,3	-4,4
Caviro	cooperativa	361,9	+10
Botter	misto	230,4	+6,4
Antinori	familiare	215,0	-12,5
Cavit	cooperativa	209,7	+9,6
F.Ili Martini	familiare	208,2	+1,1
Iwb	misto	204,0	+29,7
Enoitalia	familiare	200,8	+0,8
Mezzacorona	cooperativa	193,6	+3,7
Zonin	misto	178,3	-9,3
Santa Margherita	familiare	172,0	-9,2

fonte: Mediobanca - Report vino e spirits 2021

I consumi nel post-pandemia

Il contributo di Ipsos al Report, che ha indagato le dinamiche socioculturali di consumo, ha permesso di evidenziare come la pandemia abbia inciso, anche in modo sorprendente, su alcune abitudini.

Secondo la ricerca, illustrata dal direttore scientifico di Ipsos, **Enzo Riso**, è scesa la propensione degli italiani ad acquistare bottiglie di vino nei supermercati: lo faceva il 58% nel pre-Covid rispetto all'attuale 52%. Tuttavia, la Gdo resta il canale preferito per l'acquisto di vino, ma c'è una maggiore ricerca di qualità, specificità e unicità. Il trend è confermato se si guarda a coloro che hanno iniziato a frequentare enoteche, cantine e negozi specializzati. La percentuale di italiani che non si sono mai rivolti a un'enoteca per comprare una bottiglia di vino è passata dal 48% del pre-pandemia al 42% attuale. L'aumento di acquisti in enoteca ha coinvolto le donne (chi non le ha mai frequentate è passato dal 52% ante Covid al 44% del 2021) e anche Millennial (riduzioni del 5%), Generazione X e Baby Boomers (con riduzioni del 6% di chi non è mai andato in enoteca).

Bene anche la vendita diretta. Aumentano, infatti, gli acquirenti di vino in cantina. Gli italiani che non vi si erano mai recati erano il 46% nel pre-Covid e oggi sono il 39%. Anche l'e-commerce ha consentito un accesso diretto verso il produttore-viticoltore: prima del lockdown il 71% degli italiani non aveva mai fatto un acquisto online dai siti di una cantina, oggi la quota è scesa di sette punti (al 64%). Ed è scesa dal 74% al 69% la percentuale di chi prima del Covid non aveva mai fatto ricorso al sito e-commerce o all'offerta online di un'enoteca.

Tra i macro-trend nei comportamenti d'acquisto, Ipsos evidenzia la ricerca di qualità, il valore del locale, dei prodotti e delle imprese; il ricorso al delivery food. Considerando la propensione alla spesa, le tendenze sono due: polarizzazione della fascia di prezzo e forbice più larga tra livello basso e alto; indebolimento della fascia intermedia (scivolamento verso l'inferiore). Un messaggio alle cantine: "Il consumatore vuole peculiarità, eccellenze ed è attento agli aspetti etici collegati al lavoro e al rapporto col territorio. Non conta più solo il prodotto" conclude Riso "ma anche il processo".



» più una veneta: Antinori (26%), Frescobaldi (24,5%) e Santa Margherita (24,2%).

Da sottolineare che l'acquisizione di Iwb su Enoitalia, annunciata a metà giugno, fa nascere un player vitivinicolo da circa 405 milioni di euro: il secondo per fatturato e il primo gruppo italiano privato (non cooperativo). Tra le novità 2021, anche l'ingresso del fondo di private equity Clessidra nel capitale di Casa vinicola Botter e di Mondodelvino, per un giro d'affari aggregato di 353 milioni, che ne fa il quarto produttore italiano nel 2020, dietro il Gruppo Caviro.

NEL 2020 PERDITE OLTRE IL 4%: MEGLIO LE COOP DEI PRIVATI

Frutto di un -6,3% sul mercato interno e di un -1,9% all'estero, i grandi produttori italiani di vino intervistati nel report "Vini e Spirits" hanno visto ridursi nel 2020 il proprio giro d'affari del 4,1% complessivo. Le conseguenze si sono fatte sentire sulla redditività, con Ebit margin in calo al 5,8% (rispetto al 6,2% del 2019) e una tenuta dell'incidenza del risultato netto sui ricavi: dal 4,2% al 4,1%. Tra le imprese che hanno incrementato i ricavi nel 2020, il vino base (venduto a meno di 5 euro) ha rappresentato il 70,8% del fatturato, contro il 52,6% di quelle che hanno registrato un calo di vendite. Un segno di una maggiore propensione al risparmio dei consumatori anche se "lo spostamento verso segmenti più alti appare solo rinviato" scrive Mediobanca "a quando si assesteranno gli stili di consumo post pandemici".

Considerando le tipologie, **i vini frizzanti hanno perso più terreno (-6,7%) rispetto ai vini fermi (-3,5%)**. Mentre, in base alla forma giuridica delle imprese, le cooperative hanno contenuto le perdite al 2%. In decisa risalita l'incidenza del canale della Grande distribuzione organizzata (al 38% rispetto al 35,3% del 2019, grazie a un »

LE DINAMICHE DEL CONSUMATORE IN DIVENIRE

- 1 Ricerca di naturalezza
- 2 Local is genius loci
- 3 Vegetarianità e veganesimo
- 4 Attenzione agli zuccheri
- 5 Grazing: il trionfo degli spuntini
- 6 Sommelier a casa mia
- 7 Limited edition
- 8 Green identity
- 9 Packaging narrante
- 10 Sense providing delle cantine (agire per il territorio)

» incremento a valore del 2,3%; l'Horeca ha perso quote passando dal 17,9% al 13,4% (con un sonoro -32,7%), a fronte di enoteche e wine bar scese dal 7% al 6,7%, per effetto di un calo del 21,5%.

Nel complesso, l'aggregato vini e spirit vale 7,8 miliardi nel 2020, di cui 6,3 mld di vino e 1,5 mld di spirit. Da dieci anni (2010/19) il comparto è cresciuto: +6,3% medio annuo per i vini e +9,7% per gli spirit. Il 2020 ha segnato una frenata rispettiva del 2,3% e del 6,8%.

FENOMENO DIGITAL

Non ci girano attorno gli analisti di Mediobanca quando si riferiscono all'online, dal momento che parlano di esplosione del fenomeno durante la pandemia. Le vendite sui portali web di proprietà sono aumentate del 74,9% - rileva il report - con un +435% per le piattaforme specializzate e +747% per i marketplace generalisti. I big del vino italiano hanno incrementato gli investimenti nel digital del 55,8% nel corso del 2020, rispetto a un -14,3% per gli investimenti complessivi e a un -13,4% della spesa pubblicitaria.

"La pandemia ci ha insegnato che è necessario puntare sul digitale", ha commentato **Simonetta Aciri**, chief Mid market di Sace, ricordando che la stessa Sace (partecipata da Cassa depositi e prestiti), anche grazie alle norme del Dl Liquidità, può rappresentare un sostegno per le imprese nei percorsi di crescita, aggregazione e internazionalizzazione, anche in relazione al percorso dell'Ue verso la Green economy. Imprese che, nel periodo pandemico, stanno chiedendo "maggiore sostegno finanziario, soprattutto per recuperare i fatturati e riequilibrare i flussi di cassa".

TREND CONSUMI: BIO, VEGAN, FORMATI ALTERNATIVI

Se crisi è sinonimo di cambiamento, la pandemia ha modificato il credo dei consumatori. Lo studio evidenzia sia la performance del biologico, con vendite 2020 in aumento del 10,8%, per una quota di mercato del 2,3%, sia la tenuta del vino vegano (+0,5%, con un analogo 2,3% di quota sul totale). "Non fanno ancora presa" si legge nel report "i vini biodinamici, in caduta del 21,9% e confinati allo 0,1% del mercato". Tra gli altri fenomeni del 2020, lo sviluppo del 5,8% per i vini confezionati in contenitori alternativi al vetro (brik, lattine, bag in box), preferiti per leggerezza, eco-sostenibilità, ottimi per la vendita online e in linea con l'interesse per le novità delle giovani generazioni.

BUONE PROSPETTIVE PER VENDITE ED EXPORT 2021-2022

Il sondaggio tra i big del vino italiano rivela che per il 2021 la crescita dei ricavi è stimata a +3,5%, con differenze evidenti tra spumanti (+6,1%) e vini fermi (+2,8%) e tra cooperative (+0,5%) e società private (+6,6%). **Per la sola**

Le stime sulle vendite 2021			
	2020/2019		2021/2020
settore	vendite	export	previsioni vendite
Vino	-4,1%	-2,3%	+3,5%
Spirit	-1,7%	-6,8%	+5,4%

fonte: Mediobanca - Report vino e spirits 2021

componente export, si stima un +4,6% complessivo, derivante da un +5,6% per gli spumanti e un +4,5% per i fermi, con le cooperative più prudenti a +1,7% e le società private più ottimiste, alla luce del +6,4% di vendite estere previsto entro fine anno. Tra le più grandi aziende di alcolici, invece, il 2021 è previsto a +5,4% nei ricavi, con un +4% per le sole esportazioni.

"Sicuramente il 2021 sarà un anno di relativo rimbalzo" ha affermato **Gabriele Barbaresco**, responsabile Area studi Mediobanca "e saranno soprattutto gli sparkling e le società private che investono prevalentemente sui vini premium a beneficiarne. Inoltre, per un settore che è ancora molto frammentato saranno molto importanti alcune recenti operazioni di aggregazione come quelle che hanno visto protagonisti Iwb su Enoitalia ma anche Mondodelvino e Botter".

I MERCATI ESTERI CHIEDERANNO PIÙ QUALITÀ

A livello globale, per molti tra i principali mercati, nel biennio 2021/22 si prevede un incremento dei consumi di vino pari al 3,8% annuo. Considerando i maggiori acquirenti del vino italiano, il Report di Mediobanca, Sace e Ipsos segnala una **crescita media annua del 2% per gli Stati Uniti e del 3,1% per la Germania**. Stabili i consumi in Svizzera e aumento del 2,4% annuo per il Regno Unito, ma con prospettive incerte e complicate dagli sviluppi post-Brexit. "Le opportunità possono arrivare da mercati già noti al vino italiano", ha sottolineato **Alessandro Terzulli**, chief economist Sace. Infatti, sia per il Canada sia per il Giappone il consumo è atteso in forte crescita (+5,9% annuo). Mentre il mercato a più alto potenziale è la Cina, grazie a un +6,3% annuo stimato nel biennio 2021-22. Occhi puntati anche sul Vietnam, seppure ancora molto piccolo nei volumi totali, che dovrebbe registrare una crescita del 9,6%, anche grazie agli accordi con l'Ue sulla protezione delle Ige e la riduzione di tariffe e dazi. "Se nel 2020 il vino è andato peggio della media dell'agroalimentare, ha fatto meglio dell'export italiano di beni che ha fatto un -7%. Nel primo trimestre 2021, occorre cautela nella lettura di un export a -4% sul 2020" ha aggiunto Terzulli "ma ci attendiamo un effetto traino proprio dagli spumanti. Certamente, rileviamo una tendenza dei mercati internazionali a chiedere prodotti di più alta qualità e riteniamo che l'Italia sia pronta e con le carte in regola per soddisfare tali esigenze". ❖

L'ITALIA GIOCA LA CARTA DELLA SOSTENIBILITÀ: ENTRO SETTEMBRE IL DISCIPLINARE

▲ a cura di Loredana Sottile

L'unico Paese ad avere già uno standard nazionale green è la Nuova Zelanda che in 10 anni ha incrementato l'export del 76%.

Dalla sua assemblea generale, Uiv chiede di inserire le performance ambientali nei Psr e nell'Ocm.

Per Wine Intelligence impegno etico e wellness sono tra i principali criteri di scelta dei consumatori



foto: Uiv

Dopo la firma del decreto sulla sostenibilità vitivinicola (a cui Tre Bicchieri ha dedicato la [storia di copertina del 24 giugno](#)) arriva la promessa del ministro delle Politiche Agricole **Stefano Patuanelli**: “Entro settembre si arriverà anche al disciplinare” ha detto nel corso dell'annuale assemblea generale di Unione italiana vini su “Sostenibilità, la transizione del Pnrr e obiettivi del vino”.

Il prossimo passo dell'iter sarà la nomina del CoSVi, ovvero Comitato della sostenibilità vitivinicola. “In questi giorni” ha rivelato **Giuseppe Blasi**, capo dipartimento delle politiche europee e internazionali e dello sviluppo rurale del Mipaaf “stanno partendo le richieste di designazione del Comitato che potrà al disciplinare”. **In totale circa 40 punti, basati sui tre pilastri - ambientale, economico e sociale - che daranno modo alle aziende vitivinicole di uniformarsi** (per chi ha già una certificazione di sostenibilità il passaggio sarà automatico). “In più” ha aggiunto Blasi “già alcune Regioni stanno inserendo i requisiti di sostenibilità tra i sistemi incentivanti dei Piani di sviluppo rurale programmi rurali, ma il grande salto di qualità si farà con il piano strategico nazionale. E in questo contesto dovrà trovare spazio tutto il processo di armonizzazione nel quale ci siamo impegnati negli ultimi anni”. E che è in linea anche con gli obiettivi del Next Generation Eu, ovvero la transizione ecologica e quella digitale.

Infine, si attende la nascita del logo unico da apporre in etichetta. Anche su questo il ministro Patuanelli si è impegnato pubblicamente: “Quando avremo il logo unico” ha detto “avremo anche più risorse sulla promozione e sulla sana comunicazione”. Lo Standard pubblico nazionale deve, infatti, essere solo un punto di partenza, a cui andranno affiancate campagne promozionali istituzionali efficaci che promuovano il modello del vino sostenibile all'estero.

LA ROADMAP DI UNIONE ITALIANA VINI

In questa ottica Unione Italiana Vini ha tracciato una roadmap per non perdere di vista gli obiettivi della nuova certificazione. Obiettivi che vanno da percorsi di formazione e informazione, al monitoraggio di mercato tramite lo stesso Osservatorio dell'associazione, fino alla promozione del logo e all'orienta- >>

Il decreto per lo Standard di sostenibilità nazionale

Lo standard sostenibile del vino è frutto della sintesi tra i protocolli pubblici, quali Viva e Sqnpi, e privati, come Equalitas (nato nel 2015 dalla collaborazione tra Federdoc, Unione Italiana Vini, gruppo CSQA-Valoritalia, 3A Vino e Gambero Rosso). Inserito lo scorso anno all'interno al Decreto Rilancio, è rimasto in attesa del decreto ministeriale, firmato lo scorso 24 giugno. Adesso manca solo il disciplinare per poter essere adottato dalle aziende che vorranno aderire su base volontaria.

- 1 Formazione alle imprese
- 2 Monitoraggio del mercato
- 3 Riorientamento di fondi (anche Psr e Ocm) per investimenti sulle performance ambientali
- 4 Promozione del logo pubblico vini sostenibili

ti ad incentivare la domanda e rafforzare il posizionamento sui mercati". In questo percorso, l'associazione, che rappresenta l'85% dell'export vitivinicolo, si è detta disposta a continuare il proprio lavoro di trait d'Unione tra il Ministero e le aziende. "La sostenibilità" ha concluso Abbona "è, in primo luogo, un cambio di paradigma, una transizione culturale che Unione italiana vini intende continuare ad accompagnare e guidare".

Con il nuovo disciplinare unico di sostenibilità vitivinicola, l'Italia sarà il primo Paese in Europa a dotarsi di una norma pubblica per la certificazione dei vini green. Ad averlo già fatto, c'è solo la Nuova Zelanda che da vent'anni ha intrapreso la via sostenibile, **concentrandosi su un'azione integrata di rispetto dell'ambiente, delle persone e su un obiettivo di neutralità carbonica entro il 2050**. Oggi, lo stato insulare

Acronimo di Lifestyle of health and sustainability, Lo-has comprende quelle persone che pongono molta attenzione a uno stile di vita sano e sostenibile:

- ❖ si sentono in dovere di fare scelte etiche, che proteggano l'ambiente e migliorino la salute propria e degli altri
- ❖ a fronte di alcuni sacrifici, ricercano benefici che possono essere pubblici o personali

dell'Oceania può vantare il 96% della superficie vitata certificata e un brand riconosciuto in tutto il mondo. Non a caso, la fogliolina in etichetta, che certifica la sostenibilità delle bottiglie prodotte, è sempre più richiesta e, nell'anno del Covid ha portato l'export neozelandese di vino a crescere – unico tra i top produttori – del 5,4%, per un corrispettivo di 1,13 miliardi di euro.

Secondo le rielaborazioni dell'Osservatorio di Unione italiana Vini sui dati della New Zealand Winegrowers, nell'ultimo decennio (2011-2022) l'incremento dell'export in termini di valore è stato del 76%, che equivale al 150% in più rispetto alla crescita nello stesso periodo del mercato mondiale delle esportazioni. Inoltre, il brand sostenibile premia anche il prezzo medio, che lo scorso anno ha superato i 5,6 euro al litro: quasi il doppio del prezzo all'export del prodotto tricolore. Tra i principali buyer dei vini green neozelandesi, gli Stati Uniti (con un valore sopra i 365 milioni di euro nel 2020), seguiti da Regno Unito, Canada e Germania.

CERTIFICAZIONE CRITERIO FONDAMENTALE

L'esempio neozelandese mostra come, al di là dell'aspetto etico, la sostenibilità sia un asset su cui puntare in ottica di mercato. E lo conferma la ricerca di Wine Intelligence "La sostenibilità è ancora importante per il vino?", presentata nel corso »

Sostenibilità

Ricerca di prodotti migliori per la persona e in linea con il suo stile di vita

Attenzione all'ambiente

Richiesta di prodotti migliori per la salute

Eticità e trasparenza

Moderazione

fonte: Wine Intelligence

“Nel piano nazionale di ripresa e resilienza non sono indicate esplicitamente le filiere, ma abbiamo ottenuto delle risposte molto importanti per il settore del vino: dalla logistica all’innovazione tecnologica fino al tema della acqua, sul quale siamo già partiti”.

– **Giuseppe Blasi**, capo dipartimento delle Politiche europee e internazionali e dello Sviluppo rurale Mipaaf



Il tour del gusto in Lombardia

Dodici appuntamenti che valorizzano
le diverse anime dell'enogastronomia lombarda

www.gamberorosso.it/the-best-in-lombardy-experience/

In collaborazione con



» dell'assemblea Uiv da **Pierpaolo Penco**.

“Negli ultimi anni” ha detto “i consumatori hanno iniziato a considerare la sostenibilità un criterio con cui scegliere il vino, al pari del prezzo o della varietà all'origine. E questo fattore avrà influenza soprattutto su quel segmento di bevitori non appassionati o esperti che compra il vino al supermercato, responsabile della maggior parte dei volumi del settore”. Allo stesso tempo, si sta anche facendo largo la categoria dei cosiddetti Lohas (Lifestyle of health and sustainability), persone che pongono molta attenzione a uno stile di vita sano e sostenibile. “In particolare” ha evidenziato Penco “sono due le tendenze in corso, di cui si deve tener conto per avere dei riscontri sul mercato: la crescita dell'impegno etico e l'attenzione alla propria salute e al wellness in generale. Trend che la pandemia non ha attenuato, anzi ha notevolmente accentuato”. Capire in quale mercato un aspetto è più forte dell'altro è fondamentale nell'impostare una comunicazione mirata. “Ad esempio” ha spiegato il responsabile di Wine Intelligence Italia “il vino biologico in Europa è più collegato al concetto di maggiore eticità, mentre in Giappone, Nord America e Australia è associato all'idea di un prodotto più salustistico. Quindi è importante capire su quale messaggio spingere per avere riscontro”.

Tra gli elementi percepiti importanti come criterio di sostenibilità appare fondamentale la presenza di una certificazione (che si colloca al secondo posto), dopo l'utilizzo della bottiglia di vetro. Infatti, **la presenza in etichetta di una certificazione ha un impatto positivo sulle sue intenzioni di acquisto poiché fornisce una soluzione, crea maggiore fiducia e contribuisce a una maggiore riconoscibilità.**

Infine, Penco mette in guardia da due nuovi criteri associati alla sostenibilità che potrebbero incidere negativamente sulle esportazioni: il localismo e la moderazione. “Sempre più il consumatore si rivolge ad un sistema di cui si sente parte, magari andando ad acquistare ai mercati contadini. Parallelamente si registra un crescente movimento verso la moderazione, in particolare tra i consumatori più giovani, ovvero quelli più interessati alla sostenibilità”. Come può un'azienda vinicola superare il localismo e il salutismo nei mercati di esportazione? La risposta - non l'unica - è sicuramente investire con più forza proprio sulla sostenibilità. ❖



La certificazione nazionale è un biglietto da visita importante in giro per il mondo. Ed essere i primi in Europa ad averla ottenuta dimostra come l'Italia sia all'avanguardia rispetto ai competitor.

— **Gianmarco Centinaio**,
sottosegretario al Mipaaf



La certificazione e il logo rappresentano una certezza che aiuterà il consumatore a scegliere i prodotti più etici e i produttori ad andare verso quel piano tanto agognato dall'Europa.

— **Filippo Gallinella**,
presidente Comagri-Camera Deputati



Si tratterà di un disciplinare democratico, in quanto accessibile a tutti. In questo senso crediamo molto nella norma pubblica, proprio perché darà anche alle piccole aziende la possibilità di accedervi. Solo così la sua diffusione sarà capillare.

— **Paolo Castelletti**, segretario generale Uiv



Nel nostro Paese funziona bene l'unione tra esperienza privata, ricerca universitaria e investimenti pubblici funziona. Così il modello italiano della sostenibilità può diventare un esempio da seguire.

— **Angelo Riccaboni**, presidente
Santa Chiara Lab, Università di Siena

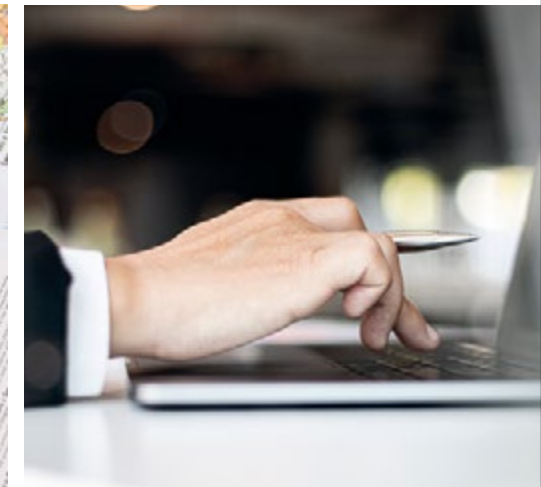
Comportamenti legati alla sostenibilità nella categoria del vino: panoramica

- 55%** Le bottiglie di vetro sono una forma di packaging del vino sostenibile
- 43%** Credo solo alla sostenibilità dei vini che hanno una certificazione ufficiale
- 42%** Il vino è un prodotto più sostenibile rispetto ad altre bevande
- 39%** Il vino sostenibile è meno chimico degli altri vini
- 37%** Sono disposto a pagare di più per vini sostenibili
- 35%** Il "bag-in-box" è una forma di packaging del vino sostenibile
- 33%** Comprerei sempre vini sostenibili avendone la possibilità
- 29%** Il vino sostenibile è sempre prodotto biologicamente

fonte: Wine Intelligence

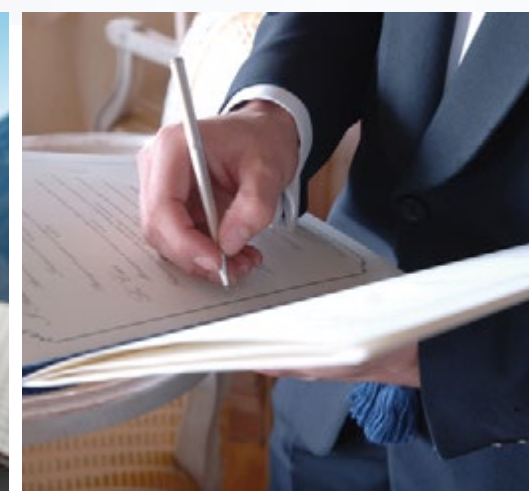
GAMBERO ROSSO

Università
Mercatorum
Università telematica delle
Camere di Commercio Italiane



Gambero Rosso UNIVERSITY

La prima Università Online
con Corsi di Laurea,
Master e Corsi di Alta Formazione
per il settore agroalimentare,
della ristorazione, dell'ospitalità
e del turismo



gamberorossouniversity.it