



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



AGGREGARSI PER VINCERE LA CONCORRENZA. L'ARMA IN PIÙ DEL VINO ITALIANO

RISTORAZIONE

Green Pass al ristorante sul modello francese? Fipe rilancia con campagna di comunicazione

E-COMMERCE

Una joint venture per le vendite online in Europa. ❖ Moët Hennessy e Campari uniscono le forze

PROSECCO

Al via il quarto mandato per Stefano Zanette alla guida della Doc: ecco i punti del suo programma ❖

ENOTURISMO

Dal Tempio del Brunello a Cantine Bike friendly: così la Toscana si prepara a ospitare i wine lover ❖

ROADSHOW

In Russia wine bar e vino italiano continuano a spopolare. Il report Gambero da Mosca e San Pietroburgo ❖





Green Pass al ristorante. Fipe rilancia con una campagna di comunicazione

Green pass per accedere al ristorante? Il Governo italiano ci sta pensando. **Il modello è quello francese che ha esteso l'obbligo vaccinale e la richiesta del Green Pass anche per locali pubblici con più di 50 persone (a partire dal 21 luglio) e per ristoranti, bar, centri commerciali, treni e aerei (dal primo agosto).** Il tutto per contrastare il rischio di una quarta ondata in piena estate. Dal canto suo il commissario Figliuolo vede in questa misura anche una leva per convincere “gli irriducibili del vaccino”, sottolineando come “la vaccinazione è una delle chiavi per il ritorno alla normalità”. Tuttavia, con ogni probabilità, la via italiana sarà più soft di quella francese.

“Non è accettabile è che per raggiungere l'immunità di gregge, si finisca per penalizzare sempre le solite categorie” è il parere di Roberto Calugi, direttore generale di Fipe-Confcommercio *“I pubblici esercizi hanno pagato più di ogni altro settore nei 16 mesi della pandemia, sia in termini di perdita di fatturati che in termini di posti di lavoro. Andare ancora una volta a pesare sulle nostre attività significa compromettere la ripartenza e allontanare le migliaia di professionisti che stavano tornando pian piano ad avere fiducia e a mettere le loro competenze a disposizione dei locali. Se proprio si vuole percorrere questa strada, che il vincolo del vaccino valga per ogni tipo di attività, dal teatro, alla palestra, al supermercato, a ogni altro luogo. Altrimenti è discriminatorio”*. **La proposta di Fipe è semmai impostare una campagna di comunicazione capillare ad ogni tavolo e ad ogni bancone:** *“La campagna vaccinale va sostenuta, incoraggiata e, possibilmente, velocizzata. Noi siamo pronti a collaborare con il Governo”*.

Secondo Coldiretti, la decisione sull'obbligatorietà del green pass al ristorante riguarda due italiani su tre (66%) che in vacanza mangiano principalmente in ristoranti, pizzerie, pub o agriturismi. Mentre sarebbero coinvolti direttamente circa 360mila bar, ristoranti, pizzerie e agriturismi lungo tutta la Penisola.

foto: S. Hermann & F. Richter/Pixabay

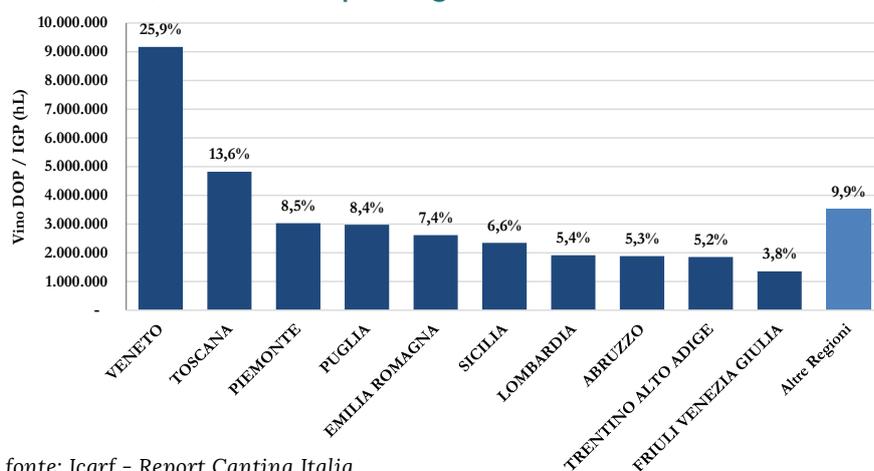
CANTINA ITALIA. Giacenze a 45,4 mln di ettolitri a giugno: +0,7% sul 2020

Giacenze di vino in calo rispetto a maggio ma in aumento rispetto a un anno fa. Il quadro emerge dal Report Cantina Italia dell'Icqr. Alla data del 30 giugno, negli stabilimenti enologici italiani, erano presenti 45,4 milioni di ettolitri di vino, 3,8 milioni di ettolitri di mosti e 87.020 ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (Vnaif). **Le giacenze sono in aumento rispetto al primo luglio 2020, per uno 0,7% sui vini** e per il 58,6% per i Vnaif. In calo i mosti (-7,9%). Rispetto al 31 maggio 2021, si riducono del 7,6% gli stock di vino, del 13,5% per i mosti e del 19,6% per i Vnaif. Il 57,4% del vino, si legge nel report Icqr, è detenuto nelle regioni del Nord, prevalentemente nel Veneto.

Il 51,2% del vino detenuto è a Dop, con una prevalenza del rosso (55,1%). Il 26,9% del vino è a Igp, anche in questo caso con prevalenza del rosso (57,5%), mentre i vini varietali detenuti costituiscono appena l'1,4% del totale. Il restante 20,5% è costituito da altri vini.



Vini a DOP/IGP detenuti per Regione



fonte: Icqr - Report Cantina Italia

EXPORT REGIONI. Nel primo trimestre 2021 in calo Veneto e Toscana.

Bene Piemonte e Trentino-Alto Adige

Tra gennaio e marzo 2021, l'Italia ha lasciato sul terreno il 4,3% dei valori di vino esportato (a 1,44 miliardi di euro). Analizzando i dati dell'Istat si colgono notevoli differenze a livello regionale, rispetto allo stesso trimestre del 2020. Per la prima regione produttrice, il Veneto, la flessione è importante (-6,8%) dopo un 2020 chiuso complessivamente in calo di oltre il 3%.

Perde quote anche la Toscana, con il 9% in meno, a fronte di un Piemonte che segna la crescita più consistente (+4,4%) tra le grandi regioni esportatrici di vino. Tiene anche il sistema del Trentino Alto-Adige (appena -0,1% a 133 milioni di euro). Positive anche la performance dei vini dell'Emilia-Romagna (+3,9%), dopo un 2020 in aumento del 3,4%, dell'Abruzzo (+8,8%) e della Puglia (+3%).

Tra le regioni "minori" per l'export di vino, continua la crescita del Molise (+38%) e spiccano il +114% della Basilicata e il +67% per la Liguria. In decisa diminuzione, infine, rispetto al trimestre 2020, i valori delle esportazioni di vino per Friuli (-24%), Marche (-20%), Umbria (-17%), Campania (-27,6%) e Sicilia (-20,5%). - **G.A.**

Export vino regioni (gen-mar '21 - migliaia €)

REGIONI	quote % 2020	2021 gen - mar	var %
Piemonte	17,2	245.064	4,4
Valle d'Aosta	...	393	-25,3
Lombardia	4	54.565	-9,5
Trentino Adige Adige	9,2	133.400	-0,1
Veneto	35,5	499.227	-6,8
Friuli Venezia Giulia	1,8	22.315	-24,0
Liguria	0,3	7.953	67,1
Emilia Romagna	5,3	79.094	3,9
Toscana	15,5	226.272	-9,0
Umbria	0,4	7.031	-17,3
Marche	0,8	11.030	-20,0
Lazio	1,1	20.004	2,8
Abruzzo	3	47.790	8,8
Molise	...	1.022	38,0
Campania	0,8	11.512	-27,6
Puglia	2,6	43.296	3,0
Basilicata	...	1.020	114,1
Calabria	0,1	1.015	-6,5
Sicilia	1,9	27.781	-20,5
Sardegna	0,3	5.060	-2,4
Regioni diverse e non specificate	...	353	-12,0
ITALIA	100%	1.445.198	-4,3

fonte: Istat

VALLEPICCIOLA

TOSCANA



*il tuo nuovo
Chianti Classico*

www.vallepiciola.com

E-COMMERCE. Moët Hennessy e Campari assieme per un player pan-europeo



Joint venture tra Moët Hennessy e Campari Group che hanno deciso di investire (al 50%) in società di e-commerce nel segmento wine&spirit per costruire, attraverso Tannico (partecipata da Campari), un player pan-europeo specializzato sull'online, canale esploso a seguito della pandemia da Coronavirus. La partnership, come si legge in una nota congiunta, prevede la vendita del 50% del capitale della joint venture da Campari a Moët Hennessy (divisione vini e liquori del gruppo Lvmh) per 25,6 milioni di euro in contanti. Il perfezionamento dell'operazione è previsto dopo il

completamento di tutte le consuete autorizzazioni.

Nell'ambito della partnership, **Campari Group conferirà alla joint venture la propria partecipazione in Tannico, società attiva nel commercio di vini e spirit premium** (con una quota di circa 30% nel segmento). Tannico è anche azionista maggioritario di Ventealappropriete.com, piattaforma francese di e-commerce di vini e liquori. Le due società, a livello aggregato, hanno generato vendite proforma di oltre 70 milioni di euro nel 2020.

A guidare il team incaricato di gestire il progetto sarà Marco Magnocavallo, attuale ceo di Tannico, che resta azionista di minoranza chiave nel business: *“Tannico avrà la potenza di fuoco per consolidare il frammentato settore dell'e-commerce europeo”* ha commentato *“e costituire un canale di accesso al mercato rilevante e integrato, in grado di soddisfare le esigenze di tutti i suoi fornitori di vini e spirit”*. Di creazione di un *“player paneuropeo premium”* nel canale e-commerce di wine&spirit, parla Philippe Schaus, presidente & Ceo di Moët Hennessy: *“Mentre l'e-commerce era già un canale in crescita per vini e liquori, la pandemia globale ha innescato un'accelerazione significativa”*. – **G.A.**

AGRICOLTURA. Nonostante il calo estivo, un'azienda su tre proseguirà l'attività multicanale. L'analisi Cia

Vendita diretta in azienda e attività di consegna a domicilio, protagoniste del periodo pandemico, sono ingredienti della multicanalità. E per molte imprese hanno significato una nuova esperienza di commercializzazione. *“Un'azienda su tre”* fa sapere Cia-Agricoltori italiani *“continuerà a utilizzarle anche nel post-Covid”*.

È vero che il fatturato delle aziende agricole tramite la vendita diretta è sceso drasticamente e fino al 5% sul guadagno totale, per quanto riguarda la sola consegna a domicilio, ma a incidere – sottolinea la Cia – è perlopiù l'arrivo dell'estate e l'incremento delle vaccinazioni che stanno portando, soprattutto le famiglie, a una maggiore mobilità fuori dal perimetro abituale. I punti di forza della consegna a domicilio e dell'attività commerciale in azienda con il punto vendita - che tra aprile e maggio hanno complessivamente raggiunto anche un +140% di fatturato - *“non sono in discussione, sebbene scoperti*



con lockdown e restrizioni”. Oltre mille imprese agricole tra le 6 mila che operano vendita diretta stanno continuando, come rileva la Cia, a offrire il servizio al cittadino per consolidare il posizionamento sul territorio e fidelizzare i clienti.

“Il calo delle vendite estive non è una novità e per questo ragioniamo già guardando a settembre-novembre” ha detto durante un webinar Matteo Antonelli, presidente di Spesa in Campagna-Cia *“quando per via della sovrapposizione delle*

produzioni stagionali ci sarà molto da vendere. Saranno mesi importanti per la ripresa e poter contare su più canali di vendita tornerà utile alle aziende che nel frattempo stanno migliorando il servizio”. *“La ripresa va sostenuta”* ha aggiunto Claudia Merlino, direttore generale di Cia-Agricoltori Italiani *“offrendo agli imprenditori strumenti oltre che supporto. Ecco perché rinnoviamo l'impegno per migliorare nei servizi e nella consulenza sulla vendita diretta e crediamo molto nell'opportunità dell'e-commerce”*.

*Quattro diverse espressioni di Barolo
raccontano un unico grande cru*

RAVERA



AZIENDA AGRICOLA

COGNIO®

VIA RAVERA, 2 - 12060 NOVELLO (CN)

www.elviocogno.com

MADE IN ITALY. Quanto vale la vittoria degli Azzurri agli Europei per l'export italiano?

Oltre al grande significato morale che assume la vittoria della Nazionale di calcio italiana agli Europei, c'è anche l'aspetto economico da non trascurare, ovvero la crescita del Pil, stimata dagli economisti pari allo 0,7%, con un possibile aumento aggiuntivo di 12 miliardi in un momento di grande ripresa dell'economia dopo l'emergenza Covid. **Secondo Coldiretti l'effetto positivo del prestigio internazionale sui mercati significa aumento delle esportazioni Made in Italy.** L'anno successivo all'ultima grande vittoria degli azzurri al campionato mondiale di calcio del 2006 in Germania, l'economia nazionale è cresciuta in modo sostenuto con un aumento record del 4,1% del Pil a valori correnti. E nel 2007, sottolinea Coldiretti, si è anche verificato un incremento delle vendite nazionali all'estero del 10% spinto dal successo di immagine dell'Italia che ha avuto un effetto traino anche sui prodotti del Belpaese.

Non va, poi, dimenticato anche l'impatto positivo sui flussi turistici stranieri con gli arrivi estivi a luglio e agosto già stimati, per quest'anno, in aumento del 32% rispetto al 2020, anche se su valori di merito inferiori all'anno prima della pandemia, secondo elaborazioni Coldiretti su dati Isnart.

DOP. Il 12 luglio 1963 nascevano le denominazioni d'origine dei vini. Il tributo dell'Anci

Data storica il 12 luglio 1963, anno della prima legge italiana di tutela per la Denominazione di origine controllata dei vini. Una ricorrenza a cui l'Anci ha dedicato una rubrica, **raccolgendo le video testimonianze dei sindaci di alcuni Comuni beneficiari.**

MARSALA. Doc dal 1969, la tradizione del Marsala è legata a due figure di fama internazionale, ha ricordato il sindaco Massimo Grillo, come Vincenzo Florio e Marco De Bartoli, annunciando che dopo decenni di ritardi nascerà il tanto atteso Museo del Vino.

SAN GIMIGNANO. *"Il 6 maggio 1966 la Vernaccia ha ottenuto, prima in Italia, il riconoscimento, e l'unico vino citato da Dante Alighieri nella Divina Commedia"*, ha detto il sindaco Andrea Marrucci, ricordando il riconoscimento a Docg nel 1993.

VALDOBBIADENE. Il sindaco Luciano Fregonese ha acceso le luci sul 1876, anno della prima Scuola enologica italiana, per parlare di un territorio *"votato alle bollicine dal 1946, con la fondazione della Confraternita di Valdobbiadene e del Consorzio del Prosecco superiore di Conegliano"*.

ALBA. Carlo Bo, primo cittadino di Alba, ricorda il Barolo "re dei vini e vino dei re", Doc nel 1966 e Docg nel luglio 1980: *"Un riconoscimento per il territorio e per la città"*, che nel 2022 ospiterà la Global conference on wine tourism.

La cena della vittoria? Con un Biondi Santi del 2013

Il Brunello di Montalcino Biondi Santi 2013 è stato il protagonista accanto alla coppa dei campioni d'Europa (foto) alla cena romana all'hotel Parco dei Principi della Nazionale di Roberto Mancini, dopo l'accoglienza della squadra al Quirinale e a Palazzo Chigi. "Abbiamo scelto il Brunello di Montalcino" ha spiegato il direttore dell'albergo, Daniele Saladini "perché sappiamo che è un vino amato dalla Nazionale italiana".



foto: Consorzio del vino Brunello di Montalcino

Due simboli dell'Italia che, secondo il presidente del Consorzio Fabrizio Bindocci "incarnano i valori del Made in Italy nel mondo. E con il Brunello" ha concluso "anche noi brindiamo all'Italia".

OIV. È l'italiano Luigi Moio il nuovo presidente dell'Organizzazione internazionale della vigna e del vino

Luigi Moio, già ordinario di Enologia all'Università degli Studi di Napoli Federico II, è il nuovo presidente dell'Organizzazione internazionale della vigna e del vino (Oiv). L'esperto italiano è stato eletto, dopo aver ricoperto la carica di vicepresidente e aver guidato la Commissione Enologia della stessa Organizzazione, a cui aderiscono 46 Stati membri in rappresentanza di oltre l'85% della produzione mondiale e l'80% del consumo globale di vino. Nato a Mondragone il 29 giugno 1960, è figlio Michele Moio, storico produttore campano che negli anni '50 rilanciò il Falerno, il celebre vino caro agli antichi romani. Si è laureato in Scienze Agrarie a Napoli nel 1986 ed è professore ordinario di Enologia al Dipartimento di Scienze degli Alimenti dell'Ateneo Federiciano. Accademico dei Georgofili da oltre vent'anni, dopo la specializzazione in un centro di ricerca della Borgogna, si occupa degli aspetti scientifici dell'aroma del vino, dagli aspetti sensoriali a quelli biochimici, di cui è considerato uno dei massimi conoscitori del mondo. Inoltre, Moio, insieme alla moglie Laura, è anche produttore di vino nella tenuta Quintodecimo, a Mirabella Eclano in Irpinia, nel cuore dell'areale della Docg Taurasi. – A.G.



TENUTA DI SESTA
MONTALCINO

Viticultori dal 1850

Loc. Sesta · 53024 Castelnuovo dell'Abate · Montalcino (SI) · Italia
www.tenutadisesta.it



FOCUS

ROERO. Il 2021 inizia in ripresa. E adesso svolta sostenibile tra i vigneti

a cura di Gianluca Atzeni

Dopo un 2019 da record, l'effetto della pandemia si è fatto sentire con un -7% sugli imbottigliamenti della Docg Roero in tutto il 2020, ma l'anno in corso è ripartito in controtendenza, **con crescite in doppia cifra, sopra il 15%**, che stanno dando fiducia ai produttori di questa denominazione piemontese, con forte vocazione per il canale Horeca. *"Siamo riusciti a ingranare la marcia dopo mesi complessi"*, afferma a Tre Bicchieri **Francesco Monchiero**, presidente del Consorzio tutela Roero, fondato nel 2014 (anno dell'ok Unesco all'inclusione di Langhe, Roero e Monferrato nella lista dei Paesaggi culturali), che oggi rappresenta 1.233 ettari vitati e 233 soci tra produttori e viticoltori. La Dop non conta soltanto il Roero bianco, a base Arneis, ma anche il Roero rosso, a base Nebbiolo: *"Una tipologia che è cresciuta di oltre il 20% negli ultimi"* aggiunge *"tre anni e che ha superato il mezzo milione di bottiglie nel 2020. Terza Docg a base Nebbiolo come numero di imbottigliamenti"*.

LE VENDITE. Guardando ancora al mercato e agli effetti della crisi economica, si registra una lieve flessione delle quotazioni dei vini sfusi (oggi a 200 euro/ettolitro) a causa di un incremento di vendite, soprattutto della tipologia bianca, verso la distribuzione organizzata (che vale circa il 15% dei volumi) in questi mesi che precedono la nuova vendemmia. *"C'era da aspettarselo ma considerando la congiuntura"* aggiunge Monchiero *"sono livelli di prezzi che ci indicano una tenuta del sistema"*. La pandemia, inoltre, ha lasciato il segno in materia di digital, nel senso che ha accelerato ma non ha



indotto il Consorzio ad aprire un e-commerce diretto sulla pagina istituzionale, come hanno fatto altre realtà. **L'ENOTURISMO.** In questo periodo, il Consorzio è impegnato a riprogettare gli eventi in chiave enoturistica, dopo gli stop consecutivi a eventi come Roero days e Roero wine week. **La novità dei prossimi mesi è rappresentata da "Gustose narrazioni"**, manifestazione che mette assieme vino e cultura e che, da settembre,

in cinque date, proporrà in una rete di ristoranti del territorio letture dedicate a Dante Alighieri e cene con vini del Roero in abbinamento. *"Si lavora anche a Grandi Langhe, assieme al Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani, che si terrà nuovamente nel mese di gennaio"*, sottolinea Monchiero.

LA SOSTENIBILITÀ. In materia di sostenibilità, la novità più importante è un forte impegno di tipo ambientale. **Il Consorzio ha, infatti, presentato ai sindaci e alle commissioni agricoltura del Comuni del comprensorio una proposta per far inserire nei regolamenti della Polizia rurale il divieto di utilizzo di prodotti chimici per il diserbo.** Supportati dal tecnico viticolo Edmondo Bonelli, i produttori virano verso una maggiore tutela della biodiversità. Obiettivo non semplice, per un distretto che conta il 20% delle aziende biologiche certificate, con quasi metà degli associati che già utilizzano sistemi orientati alla sostenibilità, ma dove la flavescenza dorata colpisce duramente ogni anno e contro la quale si continuerà ad agire coi metodi attualmente in uso.

In cifre

233 soci
(produttori e viticoltori)

1.233 ettari
5,62 milioni
di bottiglie (Roero Arneis)

150mila euro:
quotazione terreni

50% quota export

**Germania,
Usa, Svizzera**
Top mercati

fonte: Consorzio tutela Roero

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 - Sapore

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

**PIZZA
& FALANGHINA**

Four

**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**

PROSECCO DOC. Al via il quarto mandato per Stefano Zanette: i punti del programma

Stefano Zanette incassa – per acclamazione – la fiducia del cda e inaugura il suo quarto mandato alla presidenza del Consorzio della Doc Prosecco, che ha riconfermato tutti i membri del Comitato di presidenza. Illustrando i punti principali del programma per il prossimo triennio, a partire dallo “sviluppo di valori e volumi sostenibili per conferire durabilità alla denominazione” ma con l'introduzione di una novità: “Sviluppare azioni di informazione e formazione rivolte sia alla filiera sia al mondo della somministrazione e del commercio, fino al consumatore finale”.



Per una Doc che ha superato quota 500 milioni di bottiglie, il governo dell'offerta è decisivo per mantenere un equilibrio di prezzi e remunerazione delle uve. Il tema, come ha spiegato il presidente, sarà al centro delle valutazioni del cda per interventi sulla produzione in termini di volumi e valori. Proseguirà anche l'impegno sostenibile della Doc, che va esteso dalla parte viticola a quella della trasformazione (dagli impianti all'architettura delle cantine) e della commercializzazione (logistica e imballaggi). Si punta ad incrementare il valore della Doc nel percepito del consumatore. “L'obiettivo ora condiviso da tutti e più chiaro che mai” conclude Zanette “è il riconoscimento della denominazione sostenibile. In tutti i sensi”.

NIZZA DOCG. Sarà Stefano Chiarlo a guidare l'Associazione piemontese

Cambio al vertice nell'Associazione Produttori del Nizza. Nella serata di giovedì 8 luglio, **Stefano Chiarlo (cantina Michele Chiarlo) è stato eletto al posto dell'uscente Gianni Bertolino, che ha guidato l'Associazione dal 2015 per la durata massima consentita dallo statuto** (due mandati consecutivi)



(in foto, da sinistra, Daniele Chiappone, Stefano Chiarlo, Gianni Bertolino).

Via libera anche alle modifiche all'articolo 13 dello statuto dell'Associazione con l'aumento del numero dei membri del Consiglio di amministrazione che passa da 9 a 13 (new entry: Maurizio Soave, Luigi Coppo, Lamberto Vallarino Gancia, Alessandro Durio). Scelta che punta a garantire maggiore spazio e voce ai produttori per ampliare le opportunità di dialogo e implementare il confronto. “Sono molte le attività che vogliamo portare avanti”, spiega il neopresidente ricordando che nel 2022 l'associazione compirà 20 anni: “Tra queste la regolamentazione degli impianti e la modifica del disciplinare per inserire le unità geografiche aggiuntive, i cosiddetti cru. Obiettivi che porteremo avanti in sinergia con il Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato”. Bertolino lascia dopo sei anni un'associazione e una Docg in salute che negli anni hanno incrementato aderenti, numero di bottiglie e valore dei vigneti.

SOAVE. Sandro Gini riconfermato presidente. Adesso si lavorerà alle Uga

Nuovo consiglio di amministrazione per il Consorzio di tutela del Soave e conferma per Sandro Gini alla presidenza. **Enologo, classe 1958 e titolare dell'azienda agricola**



“Gini Sandro e Claudio”, Gini sarà assistito dai vice Massimino Stizzoli e Matteo Inama per il 2021/2023. “Ci sarà bisogno di azioni responsabili, mirate e soprattutto efficaci nei confronti dei soci”, ha commentato auspicando tra i soci “unione e condivisione degli obiettivi comuni”. Vale a dire: aumentare il valore dell'imbottigliato a Dop, maggiore attenzione all'ambiente e alle pratiche sostenibili e, soprattutto, dialogo con le istituzioni.

Si lavorerà sulle Unità geografiche e alla menzione Vigna. Il Consorzio annuncia che darà particolare attenzione nella regolamentazione, sia da un punto di vista normativo sia da quello della sostenibilità. **L'obiettivo è fare un passo ulteriore verso il bio.** Ad oggi, è biologico il 4% delle aziende nella Doc e il 10% nel Soave Classico. Il 2020, inoltre, è stato l'anno del via libera al protocollo vitivinicolo che segue le indicazioni sulla lotta integrata nella Regione Veneto. E proseguirà il lavoro di tutela dell'ambiente dopo il riconoscimento da parte della Fao come paesaggio storico.

Il nuovo cda

Cristian Ridolfi, Claudio Tamellini, Emanuele Vicentini, Fernando Viviani, Giovanni Verzini, Gaetano Tobin, Giovanni Nordera, Laura Rizzotto, Massimino Stizzoli, Massimo Meneghella Canoso, Matteo Inama, Paolo Fiorini, Roberto Sorio, Wolfgang Raifer.

L'ESPERTO RISPONDE

Cosa prevede la proposta di modifica dei disciplinari Asti Docg e Freisa d'Asti Doc?



In Gazzetta Ufficiale sono state recentemente pubblicate le proposte di modifica ordinaria del disciplinare di produzione di Asti Docg e di Freisa d'Asti Doc

Con riferimento al disciplinare Asti Docg, tra gli aspetti più rilevanti, vengono proposti:

1. La modifica dei limiti percentuali dell'eccezione consentita per le tipologie spumanti e per il Moscato d'Asti (fino all'80%) rispetto alla resa massima di uva in vino prevista dal disciplinare stesso;
2. L'inserimento del marchio della denominazione dell'Asti nella fascetta sostitutiva dei Contrassegni di Stato
3. L'eliminazione del comma 5 bis dell'articolo 5 che prevede l'obbligo di indicare sempre la ragione sociale e l'indirizzo del produttore.

In merito alla proposta di modifica ordinaria del disciplinare di produzione della denominazione di origine controllata dei vini Freisa d'Asti, le modifiche più significative riguardano la composizione del vino: viene ridotto al 90% il minimo del vitigno Freisa, il restante 10% può essere composto da altri vitigni a bacca nera, non aromatici, idonei alla coltivazione in Piemonte. Si richiede un aumento del titolo alcolometrico volumico minimo naturale a 11%vol sul Freisa d'Asti e Freisa d'Asti frizzante e di 12% vol sul Freisa d'Asti superiore per una elevazione qualitativa.

Viene, infine, specificato il periodo di invecchiamento dei vini, introdotto un obbligo di passaggio in legno per la categoria "superiore", inserita la designazione della menzione vigna in linea con la vigente normativa e viene consentito l'uso dell'unità geografica più ampia Piemonte.

Per ulteriori approfondimenti si rimanda a COMEX, la banca dati giuridica online per le esportazioni di Unione Italiana Vini (<https://www.unioneitalianavini.it/prodotto-category/banche-dati/>)

– a cura del Servizio Giuridico dell'Unione Italiana Vini
per chiarimenti e precisazioni scrivere a serviziogiuridico@uiv.it



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2021



Primo d'Anfora '18 ARGILLAE

Nella zona del comprensorio dell'Orvieto troviamo Argillae una giovane azienda che sta portando avanti una sperimentazione molto importante: un connubio tra antiche tradizioni e moderna enologia. L'azienda fondata a metà degli anni Ottanta dalla famiglia Bonollo oggi è condotta dalla giovane Giulia Di Cosimo. Con Marco Sabellico assaggiamo il Primo d'Anfora '18. Dal colore paglierino intenso brillante con riflessi verdolini, al naso è complesso, ricco, armonico, ricco di frutta bianca matura, con note floreali, speziate e con leggere sfumature balsamiche di erbe della macchia mediterranea e di fiori di sambuco. In bocca il vino è strutturato, polposo, pieno, minerale, sorretto da una bella acidità, con sfumature di zafferano e mandorla, chiude lungo e complesso su note minerali. Un vino ottimo da abbinare a piatti a base di pesce, formaggi di media stagionatura, carni bianche e cacciagione.

Visita il sito: argillae.eu/index.php/it/
e visita l'e-commerce: shop.argillae.eu/it/
Per guardare la puntata:
www.instagram.com/tv/CRHL9EDIO7f/

MONTALCINO. Inaugurato il Tempio del Brunello: un percorso immersivo alla scoperta di uno dei vini rossi più famosi del mondo

a cura di **Andrea Gabbrielli**

È stato inaugurato nel centro storico di Montalcino uno straordinario polo museale, che collega il trecentesco complesso monumentale di Sant'Agostino, il Museo Archeologico, le Raccolte Museali Civica e Diocesana e il neonato Tempio del Brunello: un percorso innovativo ed emozionale che permette di scoprire uno dei vini rossi italiani più famosi del mondo, come Tre Bicchieri ha già raccontato nell'articolo "Le docg toscane ripartono da enoturismo e investimenti green" dello [scorso 20 maggio](#).

IL PROGETTO. Il museo, frutto della collaborazione tra l'Arcidiocesi di Siena, Colle di Val d'Elsa e Montalcino, il Comune di Montalcino e il Consorzio del Vino Brunello di Montalcino, è stato realizzato dalla società di gestione museale Opera Laboratori e per la parte multimediale da ETT, e ha l'obiettivo di far conoscere la storia millenaria di Montalcino e di promuovere i prodotti del suo territorio come espressione dell'Oro di Montalcino.

"Dopo un anno e mezzo di pandemia in cui le nostre energie si sono concentrate nel sostenere la comunità, abbiamo pensato anche al futuro e questo progetto per noi è il modo di guardare avanti", ha affermato il sindaco di Montalcino, **Silvio Franceschelli**. "Siamo convinti che il percorso del vino non si esaurisca in un bicchiere" ha continuato il presidente del Consorzio del Vino Brunello di Montalcino **Fabrizio Bindocci** "ma sia sempre più un fenomeno di rilievo anche dal punto di vista culturale. Questo progetto ci entusiasma poiché il Tempio del Brunello non è solo un museo moderno e interattivo, ma anche un'esperienza profondamente rappresentativa del suo territorio che darà un valore aggiunto all'attività di promozione che lo stesso Consorzio già svolge per tutto il sistema socioeconomico di Montalcino".

IL PERCORSO. Il punto di partenza della visita inizia da InChostro, primo



chostro coperto dell'ex convento, per scoprire l'esperienza del territorio di Montalcino: postazioni con visori di realtà virtuale – chiamate *InVolo* – consentono di sorvolare ville e castelli, godere di scorci mozzafiato del centro urbano visti dall'alto e i piccoli paesi del vasto e diversificato territorio comunale. **Le più moderne tecnologie visuali permettono una visione altrimenti impossibile del territorio e di tutti suoi versanti durante le varie ore della giornata.** I video, in modo particolare, evocano i quattro pilastri, ovvero i concetti strutturali che hanno determinato il successo del vino di Montalcino: il terreno, la biodiversità, il clima e il lavoro delle persone. E non mancano neppure le *Voci del Bru-*

nello in cui gli artefici di questo successo – da Nello Baricci e Ezio Rivella a Francesca Colombini Cinelli – raccontano le difficoltà e la grande avventura del Brunello attraverso le loro storie.

L'ENOTECA. Non poteva, infine, mancare la sala degustazioni. Nel Tempio del Brunello è possibile degustare i vini nell'Enoteca Bistrot Caffetteria e attraverso un'applicazione mobile si può scegliere il Brunello in base alla propria personalità e grazie a un sommelier digitale multilingue accompagnare l'assaggio con spiegazioni e curiosità. Infine, spazio anche per le altre delizie del territorio: dal miele allo zafferano, passando per olio e tartufi.

Per saperne di più orodimontalcino.it

ENOTURISMO. In Toscana nasce il circuito Cantine bike friendly: 21 aziende per 30 Comuni



Al via Cantine bike friendly, il nuovo progetto del portale www.stradedisiena.it che darà agli amanti delle due ruote, la possibilità di godere, oltre che delle bellezze e del paesaggio che li ospita, anche della storia enoica di terroir conosciuti in tutto il mondo. Nelle cantine dei 30 Comuni coinvolti (con Siena capofila) **i ciclisti potranno trovare un'accoglienza studiata per le loro esigenze: l'utilizzo gratuito dei servizi igienici presenti nella struttura; il gonfiaggio della bicicletta; la ricarica dei modelli elettrici; l'utilizzo gratuito della wi-fi.** Al momento sono 21 le realtà vitivinicole coinvolte (vedi box): dal territorio del Chianti Classico a quello della Vernaccia, passando per il Brunello e il Montepulciano fino a Castiglione d'Orcia.

“L'obiettivo” ha sottolineato l'assessore al Turismo e Commercio del Comune di Siena Alberto Tirelli “è di offrire una finestra sempre aperta e aggiornata sulle innumerevoli possibilità di visitare, in maniera attiva, la nostra città e il suo territorio, valorizzandone i cammini e il cicloturismo in particolare”. La bike economy che già l'anno scorso ha fatto registrare una crescita del 10-15 % nelle regioni a più alta vocazione cicloturistica si dimostra così “un'interessante opportunità per la ripartenza di un settore, come quello turistico”. Va in questa direzione il protocollo firmato tra l'amministrazione senese e il Movimento Turismo del Vino Toscana, presieduto da Emanuela Tamburini: “L'iniziativa” ha detto quest'ultima “assume un valore ancora maggiore perché lega storia, turismo e benessere alle eccellenze che il nostro territorio offre”.

Le 21 cantine

Tenuta I Colli, La Braccasca, Villa a Sesta, Tolaini, Col d'Orcia, Tenuta Vallocaia, Casato Prime Donne, Fattoria del Colle, Canneto, Ricasoli 1141, Rocca delle Macie, Cesani, Cantina Campotondo, Poggio Landi, Franco Pacenti, Badia a Coltibuono, Villa La Ripa, Buccia Nera, Camperchi, I Vicini e Tenuta di Bibbiano.



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2021



Primitivo di Manduria Manonera '17 CANTINE LIZZANO

In provincia di Taranto più precisamente a Lizzano, nel 1959 grazie a Luigi Ruggieri e alcuni viticoltori lizzanesi nasce una struttura cooperativa quella di Cantine Lizzano che oggi raggruppa oltre 400 viticoltori e oltre 500 ettari di vigneti. Con Marco Sabellico assaggiamo il Primitivo di Manduria Manonera '17. Dal colore rubino cupo e fitto, al naso è intenso, ricco di frutti rossi maturi di marasca, ciliegia, frutti di bosco, prugna essiccata, con note delicatamente affumicate, note speziate di chiodi garofano, cumino e pepe bianco, leggere sfumature di vaniglia, cioccolato e liquirizia. In bocca il vino è intenso, corposo, rotondo, morbido, ricco di frutto, si sviluppa caldo, armonico e progressivo, con un finale lungo e persistente ricco di spezie. Ottimo con selvaggina, carni rosse, carni grigliate, carni arrosto, formaggi stagionati, ma anche piatti speziati della cucina orientale.

Visita il sito: www.cantinelizzano.it/
e visita l'e-commerce:

www.cantinelizzano.it/shop-2/

Per guardare la puntata:

www.instagram.com/tv/CRO6Y1ar2q3/

FORMAZIONE. Il Consorzio vini di Pantelleria finanzia quattro borse di studio per i futuri protagonisti della viticoltura eroica dell'isola

Quattro borse di studio in favore dei giovani panteschi per sostenerli negli studi superiori e universitari, in agraria, viticoltura ed enologia. È quanto prevede la fase finale del progetto "Passito della Solidarietà", promosso dal Consorzio siciliano. Progetto che nasce nel settembre del 2018 in risposta al furto dell'uva passa subito a Pantelleria dall'azienda vinicola Marco De Bartoli. Un fatto increscioso al quale i produttori del Consorzio, guidato dal presidente Benedetto Renda, reagirono prontamente, decidendo di donare parte della propria produzione di uva passa ai De Bartoli per permettere loro di produrre comunque il Passito di quell'annata. Lo sforzo corale andò oltre e portò a delineare un progetto più ampio: il pregiato vino che sarebbe nato dall'uva passa donata dalle aziende del Consorzio fu battezzato come il "Passito della Solidarietà". Si decise, infatti, che la solidarietà



dei produttori potesse generare altri buoni frutti, destinando parte dei ricavi derivanti dalla vendita di questo Passito, al finanziamento di borse di studio a sostegno di giovani panteschi che potranno essere i protagonisti del ricambio generazionale nell'isola. In particolare, **il bando destina le borse di studio a giovani residenti a Pantelleria, che si iscriveranno per l'anno**

scolastico/accademico 2021/2022 ad un corso di scuola superiore di secondo grado o universitario, di durata non inferiore a nove mesi, in agraria, viticoltura o enologia. Il bando per il conferimento delle borse di studio è disponibile sul sito www.consorziopantelleria.it e include la domanda di partecipazione da presentare entro il 31 agosto 2021.

MANIFESTAZIONI. Torna il Malvasia day a Salina. Il primo sotto la direzione del Consorzio

L'isola di Salina si prepara a festeggiare la decima edizione di Malvasia day, manifestazione dedicata al celebre vitigno e vino eoliano, in programma il prossimo 20 luglio a Malfa. Con questo evento, di fatto, riparte un progetto di valorizzazione del soggiorno sulle isole, che vede coinvolto il tessuto vitivinicolo assieme a ristorazione e turismo, che rappresentano il motore economico delle Eolie. Quella del 2021 è la prima edizione diretta dal Consorzio di tutela della Malvasia delle Lipari, presieduto da Mauro Pollastri, dopo quelle svolte nella Tenuta di



Consorzio Malvasia delle Lipari

soci: **12**

MALVASIA LIPARI DOC

7,5 ettari vitati rivendicati

49.200 kg di uva rivendicata

230 hl di vino rivendicato:

IGT SALINA

34,6 ettari vitati rivendicati

255.000 kg di uva rivendicata

fonte: IRVOS dati 2020

Capofaro (Tasca d'Almerita). **Saranno 12 i produttori partecipanti (record di presenze) chiamati a raccontarsi al pubblico con le selezioni aziendali.** "Con la narrazione della nostra Doc" spiega Pollastri "vogliamo suggerire alcuni spunti per interpretare il futuro con un occhio globale, puntando su promozione e valorizzazione sia in Italia sia all'estero". E di "rinnovato slancio con l'erga omnes" (confermato dal Mipaaf) parlano sia Carlo Hauner (past president) sia il vicepresidente Ivo Basile, che sottolinea il lavoro dei produttori nel valorizzare non solo la Doc culla del passito (7,5 gli ettari rivendicati nel 2020) ma anche la tipologia secca attraverso l'Igt Salina (quasi 35 ettari rivendicati), per una produzione media complessiva superiore alle 230mila bottiglie. – G.A.

GUIDE. La forza del cibo di strada raccontata nella settima edizione di Street Food del Gambero Rosso. Ecco i premiati

a cura di Pina Sozio

Arriva in libreria la settima edizione della guida Street Food del Gambero Rosso, realizzata in collaborazione con Theresianer e Zerocinquanta, l'unica mappa nazionale che orienta i lettori tra le antiche tradizioni gastronomiche italiane e i progetti più innovativi del settore.

Quello del cibo di strada è un fenomeno che non accenna a scemare, anzi: con tutte le vicissitudini di questi ultimi mesi, si può dire che lo street food sia più in forma che mai. Il cibo di strada è, infatti, per definizione da asporto, semplice da trasportare e veloce da mangiare, non richiede grandi accortezze e molti contatti, insomma, con i tempi che corrono, quanto mai di attualità.

Nelle pagine della guida 2022 vi sono circa 600 indirizzi che setacciano, regione per regione, le mille golosità d'Italia (con i riflettori puntati sulle esperienze più riuscite, individuate dal premio ai Campioni Regionali). Come tutti gli anni, alcune delle ricette più interessanti sono raccontate in box tematici (impreziositi dalle belle illustrazioni di Gaia Niola) con indicazioni su dove gustarle al meglio: dai tortelli alla lastra ai panzerotti, dalla pizza con la mortadella alle panadas sarde.

Tante le novità interessanti (circa 90 quelle selezionate nella pubblicazione), format nuovi che ibridano il concetto di ristorazione classica (come il drive thru della pizzeria Bob Alchimia a Spicchi di Montepaone, vicino Catanzaro), locali basati su una filiera attenta e solidale (un esempio il super progetto di Cime di Rapa Street Food di Lecce) oppure insegne "etniche" di ottimo livello. E poi ci sono i grandi cuochi, sempre più coinvolti nel settore: oltre al **premio Street Food da Chef - che quest'anno va a Matias Perdomo con il format Empanadas del Flaco**, lanciato in piena pandemia - si noteranno tra le pagine, tanti nomi noti che hanno aperto anche negli ultimi mesi attività dedicate al cibo di strada, da Antonino Cannavacciuolo (con il Banco, dedicato alle frittiture napoletane) a Diego Rossi: lo chef di Trippa si è dato all'osteria conviviale di un tempo con Alla Concorrenza, nuovo progetto milanese. Oltre a quelli che, anni orsono, hanno fatto da precursori: uno su tutti l'instancabile Moreno Cedroni, con il suo Anikò, il chiosco di Senigallia che ha ormai fatto la storia del cibo di strada "gourmand".

Per scoprire i premiati, i Campioni Regionali e i Premi Speciali

www.gamberorosso.it/street-food/

Street Food 2022 può essere acquistata in libreria o nello [store on line del Gambero Rosso](#)



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2021



Montepulciano d'Abruzzo Terre dei Vestini Bellovedere Ris. '16 LA VALENTINA

In Abruzzo più precisamente a Spoltore, in provincia di Pescara, sorge l'azienda La Valentina dei fratelli Di Properzio: Sabatino, Roberto e Andrea. L'azienda nata nel 1990 conta oggi 40 ettari di vigneti ed è specializzata in una produzione sostenibile dei vini della tradizione abruzzese. Con Marco Sabellico assaggiamo il Montepulciano d'Abruzzo Terre dei Vestini Bellovedere Ris. '16. Dal colore rubino cupo, fitto ed impenetrabile, al naso è intenso e complesso ricco di frutti neri, cioccolato, note speziate e note fumé. bocca il vino è fitto, polposo, profondo, strutturato, ma straordinariamente elegante, con tannini fini e levigati, ricco di frutti neri e rossi maturi, ravvivato da una fresca vena acida che dona bevibilità ed equilibrio all'assaggio, con un finale lungo ricco di spezie, frutti rossi e note affumicate. Ottimo con stracotti, stufati, carni rosse, carni arrosto, selvaggina e formaggi stagionati.

Visita il sito: www.lavalentina.it/it/index.php e visita l'e-commerce:

www.lavalentina.store/

Per guardare la puntata:

www.instagram.com/tv/CRUD6P0LBQr/

EVENTO. Campania Stories, le anteprime delle Dop regionali dal 30 agosto

Sono 83 le cantine protagoniste dell'edizione 2021 di "Campania Stories", evento dedicato alla stampa italiana e internazionale che – dal 30 agosto al 4 settembre – si ritroverà in Campania per la presentazione delle nuove annate delle Dop regionali. Tra la Costa d'Amalfi e la Terra degli Dei, Campania Stories (promossa da Miriade & Partners, in collaborazione con Ais Campania e il sostegno della Regione) **avrà come cuore dell'evento il Campus Principe di Napoli di Agerola** (Napoli), sede del percorso di alta formazione nel campo della ristorazione diretto da Heinz Beck (La Pergola di Roma). Da qui partiranno le visite a cantine e territori, dopo l'inaugurazione prevista al Parco archeologico di Pompei.

Non mancherà, per operatori e appassionati il tradizionale Campania Stories Day, che anno dopo anno riscuote apprezzamenti con presenze da ogni regione d'Italia. Come per tutto l'ultimo anno, continueranno anche le attività online di promozione della Campania del vino nel mondo, presentando sul web e sui social denominazioni, territori e protagonisti del mondo del vino della regione, da seguire attraverso gli hashtag #campaniastories e #iobevocampano e sul sito www.campaniastories.com



supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,
Lorenzo Ruggeri, Servizio Giuridico Uiv,
Pina Sozio

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

pressfoto/freepik (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 AL 17 LUGLIO

❖ VINO X ROMA

Giardino delle Cascate dell'Eur - Roma dalle 19.00
vinoxroma.it

FINO AL 31 LUGLIO

❖ VINI E CAMMINI

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

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
marevitovska.eu

16 LUGLIO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Fattoria di Calappiano Collegonzi Sangiovese Fattoria Calappiano '17 sui canali social del Gambero Rosso

17 LUGLIO

❖ SBARBATELLE

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

18 LUGLIO

❖ PRIME DI VITE IN RIVIERA

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

19 LUGLIO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Elvio Cogno Barolo Ravera '17 sui canali social del Gambero Rosso

20 LUGLIO

❖ JAZZ & WINE IN MONTALCINO

Montalcino (Siena) fino al 25 luglio
montalcinojazzandwine.it

20 LUGLIO

❖ MALVASIA DAY

Isola di Salina Malfa (Messina) dalle 18.00

20 LUGLIO

❖ FORUM VITIVINICOLO CIA

"Vigneti, vino, mercato: dal lockdown al pieno rilancio" Roma Ara Pacis Lungotevere in Augusta dalle ore 10 diretta streaming
<https://bit.ly/36yMOpM>

21 LUGLIO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Tenuta di Sesta Brunello di Montalcino '16 sui canali social del Gambero Rosso

22 LUGLIO

❖ TRENTODOC SULLE DOLOMITI

Val di Fiemme, Madonna di Campiglio e Pinzolo, Val di Fassa fino all'8 agosto 2021
trentodoc.prezly.com

23 LUGLIO

❖ I DRINK PINK #EVENTOLIVE

L'evento che unisce i migliori rosati e i migliori oli d'Italia Roma Villa Miani - via Trionfale, 151 dalle 18 alle 23
store.gamberorosso.it/it/eventi/780-3355-i-drink-pink-eventolive-23-luglio-villa-miani.html?q=%2Fit%2Feventi%2F780-i-drink-pink-eventolive-23-luglio-villa-miani.html

GAMBERO ROSSO



VILLA SALETTA

Experience

WINE PAIRING DINNER



19 LUGLIO 2021
ORE 20.30



ALL'ORO
RESTAURANT

Roma

Via Giuseppe Pisanelli, 25

INFO E PRENOTAZIONI:

☎ 06-97996907

www.ristorantealloro.it

SCOPRI DI PIÙ SU:

www.gamberorosso.it/villa-saletta-tour

GAMBERO ROSSO



VILLA SALETTA

Experience

WINE PAIRING DINNER

Clicca, scopri
le tappe del tour
e guarda le ricette



www.gamberorosso.it/villa-saletta-tour/

Le grandi cantine della Toscana



VIA ALESSANDRO FRANCOIS, 2 | GREVE IN CHIANTI (FI) | WWW.CASTELLODIQUERCETO.IT | 055 85921

Dal 1897 il Castello di Querceto, situato nelle alte colline del Chianti a sette chilometri da Greve, è proprietà dei François, famiglia di origine francese che raggiunse la Toscana intorno al 1740. La proprietà venne acquistata da Carlo che la trasformò in azienda agricola intuendo che la produzione di vino doveva rappresentare la sua anima. Così iniziò a piantare vigneti specializzati su appezzamenti scelti con cura e intuizione, decisione quasi pionieristica in tempi che ancora utilizzavano le colture promiscue. Gli anni Settanta vedono con Alessandro, nipote di Carlo, profondi rinnovamenti nella parte agricola con lo sviluppo e il potenziamento delle caratteristiche dei diversi vigneti che si estendono su 70 ettari vitati.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Chianti Cl. '18

Giudiziosamente moderno, alterna e amalgama note fruttate e floreali ben modulate a tratti speziati mai troppo invadenti. Bocca di bella polpa e tessitura, dal finale progressivo. Da provare con il fagiano arrosto.

Chianti Cl. Ris. '16

Cenni di radice su fondo floreale caratterizzano i profumi del Chianti Classico Riserva '16 che ha sorso scorrevole, sapido e bilanciato. Incredibile con i formaggi stagionati, soprattutto sul pecorino.



Chianti Cl. Gran Selezione La Corte '17

Il gioco dell'intensità aromatica ed estrattiva è esaltato dall'annata, capace di regalare maturità di frutto e concentrazione. I profumi sono molto godibili e variegati, il palato di grande struttura e articolazione tannica giustamente incisiva. Perfetto sulla bistecca alla fiorentina.

CONSUMI. In che modo il 2020 ha cambiato il modo di bere vino? L'analisi Wine Intelligence

Nel 2020 i consumi di vino sono aumentati in alcuni Paesi maturi, quali Germania, Svezia e Regno Unito, invertendo le precedenti tendenze di declino a lungo termine o di consumo statico. È quanto è emerso dalla ricerca Wine Intelligence "Wine consumption surged in select markets in 2020", secondo cui a facilitare la crescita, avrebbero inciso i consumi casalinghi. Ma adesso resta da capire se il trend continuerà e soprattutto come evolverà il comportamento dei consumatori nei prossimi anni.

GERMANIA. La categoria dei vini fermi, nel 2020, ha registrato un incremento del 3%, ma è possibile che si torni ad un leggero declino nel prossimo futuro. **Quel che probabilmente resterà è, invece, la tendenza a spendere di più.** Un cambiamento accelerato dalla pandemia e guidato, in particolare, dai giovani consumatori. Secondo la responsabile cliente di

Wine Intelligence, Tina Fruth "I marchi che offrono una storia o un'innovazione, così come quelli che sono accessibili attraverso più canali di acquisto, continueranno ad avere la meglio in questa fascia di età". Tra le altre tendenze in corso, anche la spinta maggiore verso la regionalità e, quindi, verso i vini nazionali.

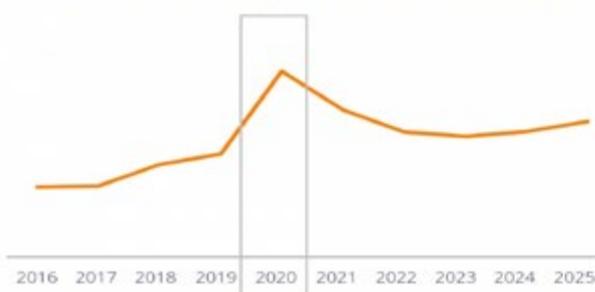
REGNO UNITO. Anche Oltremarina, i consumi domestici e l'e-commerce hanno spinto gli acquisti di vino. Anzi, il 2020 è stato il primo anno di crescita dei volumi di vini fermi, dopo oltre un decennio. Probabilmente il trend è destinato a ridimensionarsi, ma **quel che resterà sarà una maggiore curiosità nei confronti del vino e una maggiore voglia di sperimentare**, con gli under 55 molto più coinvolti rispetto al passato e alle fasce di popolazione più adulte. In particolare, sono i 35enni ad essere i più interessati ai nuovi stili di vino.

SVEZIA. Segna un +9% la lancetta dei volumi di vino consumati in Sve-

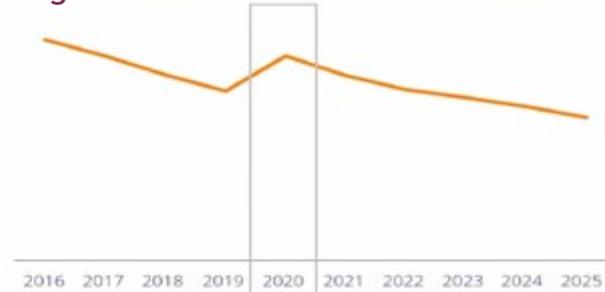
zia nel 2020, secondo l'Iwsr. Anche in questo caso, ad avere avuto la meglio sono stati i consumi domestici e **pa-recchio ha inciso, nel computo finale, il fatto che gli acquisti siano avvenuti in patria e non all'estero, durante le vacanze o nei negozi di confine in Germania e Norvegia**, come avveniva solitamente. Modalità questa che probabilmente tornerà alla normalità nei prossimi mesi, ma intanto un cambiamento chiave e duraturo c'è ed è l'incremento dei cosiddetti consumatori ad alta frequenza, ovvero quelli che bevono almeno due volte a settimana, di età superiore ai 55 anni. Dall'altra parte ci sono i giovani, 18-24 anni, che ai vini sembrano preferire sidro e cocktail, ma che non disdegnano le bolicine. Tipologia che, infatti, anche nel 2020, ha continuato la propria corsa, nonostante le restrizioni alla socializzazione e alle celebrazioni, dovute al Covid-19. - L.S.

Andamento consumi 2016/2025

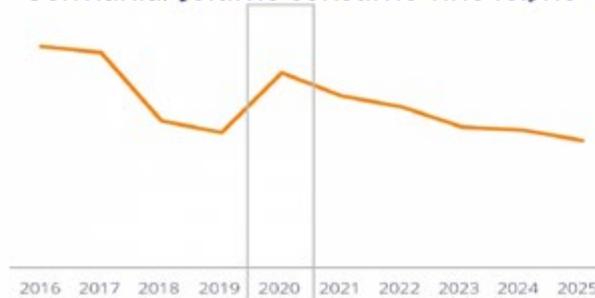
Svezia: volume totale consumo vino



Regno Unito: volume consumo vino fermo



Germania: volume consumo vino fermo



fonte: IWSR

GAMBERO ROSSO®



THE BEST IN LOMBARDY EXPERIENCE

Il tour del gusto in Lombardia

Dodici appuntamenti che valorizzano
le diverse anime dell'enogastronomia lombarda

I PROSSIMI APPUNTAMENTI:

22 LUGLIO 2021

LANTERNA VERDE

frazione San Barnaba, 7 - Villa di Chiavenna (Sondrio)

☎ 0343 38588

23 LUGLIO 2021

IL SOLE DI RANCO

Piazza Venezia, 5 - Ranco (Varese)

☎ 0331 976507

PER INFO E PRENOTAZIONI

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

In collaborazione con


La Versa


**GARDA
D O C**


**CONSORZIO
VALTÈNESI
RIVIERA DEL GARDA CLASSICO**


PIAMBERTI


IBARISÈI
IN VIGNA DAL 1898


Giorgi
dal 1870


LAZZARI
BIBBIATO DEL CAPPANO DEL COLLE DOC


PERLA DEL GARDA


BOSCHETTI & SCHIAVINI


SAN MARTINO DEL BADOGGIO
D.O.C.



CALENDAR 2021

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



IL MIO EXPORT

Alberto Ruggeri – Le Colture

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Per la nostra azienda l'export pesa per il 40%, mentre il 60% delle vendite avviene sul territorio nazionale. I nostri principali mercati sono la Svizzera e gli Stati Uniti, a seguire la Germania, la Gran Bretagna e l'Austria.

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

Durante i mesi di lockdown il nostro canale di riferimento, l'Horeca, ha risentito il contraccolpo più importante, fattore che ci ha portati inevitabilmente a sviluppare maggiormente tutti i canali digitali che avevamo a disposizione. All'estero siamo riusciti, grazie al grande lavoro di relazione costruito negli anni passati, a mantenere degli ottimi rapporti con i nostri importatori. Oggi più che mai sentiamo l'esigenza di tornare a dialogare vis-à-vis con i nostri interlocutori all'estero.

3 Come pensate che il sistema vino debba ripartire? Quali devono essere le strategie e che aspettative avete?

Credo che la crisi appena vissuta ci abbia dimostrato quanto sia fondamentale utilizzare il tempo e le occasioni di confronto e di incontro nel modo più fruttuoso possibile. Sicuramente anche noi produttori selezioneremo con più ocularità i momenti in presenza e quelli in cui si potrà invece partecipare in modo digitale.

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

All'estero bere un calice di Valdobbiadene Prosecco Superiore o comunque un vino italiano ha sempre significato fare un viaggio ideale in quello che possiamo definire "lo stile italiano", fatto di convivialità, ricercatezza, qualità e bellezza. Credo che dopo i mesi difficili appena trascorsi il desiderio del consumatore straniero di concedersi momenti di questo tipo sia aumentato, nella consapevolezza che il Made in Italy ha sempre un estremo ascendente nel mercato estero.

5 Come va con la burocrazia?

L'uscita della Gran Bretagna dall'Unione Europea ha sicuramente complicato un quadro già di per sé articolato. Come azienda abbiamo attivato un intenso dialogo con l'importatore per riposizionare il prodotto e scegliere se assorbire i costi che la Brexit imponeva. Cosa che abbiamo fatto data l'importanza che ha per noi questo mercato.

6 Come promuovete normalmente i vostri vini all'estero e come lo state facendo in questo periodo di emergenza Covid-19?

Sicuramente i contributi Ocm rappresentano una grande opportunità per promuovere il nostro vino all'estero se concepiti come occasione di vero investimento. Parallelamente abbiamo potenziato i nostri canali social per raccontare anche al consumatore straniero il nostro territorio e i nostri vini.



foto: Lorenzo Cicconi Massi

❖ Le Colture - S. Stefano di Valdobbiadene
Treviso - lecolture.com

NEL PROSSIMO NUMERO
LA GUARDIENSE

LE STORIE

M&A. PERCHÉ I DUE NUOVI POLI CLESSIDRA E IWB RAFFORZERANNO IL VINO ITALIANO

▲ a cura di Gianluca Atzeni



foto: raupixel.com/freepik

Le operazioni della società quotata in Borsa e del fondo di private equity che fa capo ai Pesenti contribuiranno a migliorare la posizione del Belpaese in uno scenario globale altamente competitivo e in un anno in cui fusioni/acquisizioni non si sono fermate. Manager, accademici e associazioni salutano con favore la messa a sistema di forze comuni



Prima il colosso del beverage Campari che, oltre un anno fa, col mondo ancora scosso dal terremoto Covid, acquista il 49% del fuoriclasse dell'e-commerce Tannico (giugno 2020); poi il prestigioso brand familiare Antinori (campione di redditività secondo l'ultimo report Mediobanca) che, d'un sorso, si beve l'eccellenza di Jermann (marzo 2021); quindi il fondo di private equity Clessidra che, dopo Callmewine (autunno 2020), piazza due colpi in rapida successione, inglobando il fuoriclasse Botter (marzo 2021) e, a ruota, il gruppo Mondodelvino (aprile 2021); infine, la quotata Italian Wine Brands che mette la ciliegina sulla torta, nel periodo in cui l'Italia riassapora la zona bianca, annunciando l'accordo per l'acquisizione del 100% del capitale sociale di Enoitalia (giugno 2021), altro cavallo di razza dei prodotti da esportazione e tra i top player del vino Made in Italy.

Lo scorso anno si disse che la crisi economica da Covid-19 avrebbe smosso le acque di un mondo un po' sonnacchioso come quello del vino italiano. E, a poco più di 12 mesi, le mosse dei big non sono mancate, dopo un 2020 che nel complesso ha segnato per i top brand del vino un -4% (con una stima a +3,5% sul 2021, come raccontato sul [Tre Bicchieri dell'8 luglio](#)) ma che per alcuni ha registrato ricavi e margini da record, con portafogli che si sono riempiti di risorse da reinvestire per crescere.

“Abbiamo assistito a operazioni che non si vedevano da anni”, ha osservato appena una settimana fa **Gabriele Barbaresco**, responsabile Area studi di Mediobanca. Se, poi, si tratti o meno di mosse conseguenti e correlate agli effetti della pandemia sui bilanci 2020 lo abbiamo chiesto ad alcuni analisti, esponenti di associazioni di categoria e anche ai diretti interessati nelle più recenti operazioni di fusione e acquisizione. Di sicuro, da tali iniziative si coglie la necessità dell'industria motore del Made in Italy agroalimentare, con esportazioni ben superiori ai 6 miliardi l'anno, di trovare nuove strade per cambiare assetto e consolidarsi attraverso strategie e ambiziosi piani a lungo termine, per stare sul mercato con spalle più larghe, in un contesto globale ad altissima competitività, sia sul fronte quantitativo (massa critica) sia su quello qualitativo (prestigio ed eccellenza). Il mercato vitivinicolo mondiale, secondo il recente report “Vini e spirits” di Mediobanca, Sace e Ipsos, chiederà sempre più quantità e qualità allo stesso tempo. Sarà questo il filo conduttore dei prossimi anni.



BENEFICI DALL'EFFETTO DOMINO

“La crisi pandemica” dichiara a Tre Bicchieri il professor **Vasco Boatto**, ordinario di Economia e politica agroalimentare all'Università di Padova “ha »

» sicuramente fatto da catalizzatore, accelerando i processi decisionali. Questo fenomeno risulta più evidente per le aziende di medio-grandi dimensioni orientate all'export ed è destinato a interessare nuove altre realtà, oltre a quelle già registrate dal mercato, con indubbi vantaggi sia per i nuovi investitori sia per le aziende aggregate". La logica è quella del win-win. Secondo l'economista, che ricorda come da anni ci sia verso il vino un "crescente interesse degli investitori non del settore", la spinta degli investitori avrà un "effetto domino salutare, in quanto rafforzerà gli assetti economico-finanziari, permettendo di sviluppare delle strategie commerciali espansive verso i nuovi mercati contendibili".

NELLO SCENARIO GLOBALE DOMINANO AMERICANI E FRANCESI

Il mercato globale del vino è stimato in oltre 300 miliardi di dollari e in un campo di gioco altamente selettivo, dominano soprattutto giganti americani del calibro di E.&J. Gallo Winery (che ha appena messo la prima pietra di un mega hub logistico-produttivo a Chester County da 420 milioni di dollari) o di Constellation Brands; realtà francesi come il gruppo del lusso Lvmh (che si è appena unito a Campari nel business dell'online, tramite Tannico) o Le Grands Chais de France, fino a Castel Frères e Pernod Ricard; storiche aziende come l'australiana Treasury wine estates (che ha marzo ha ceduto a The Wine Group per 100 mln di dollari australiani, circa 65 mln di euro, una serie di marchi americani più popolari negli Usa); aggressivi sodalizi della spumantistica espressi dai tedeschi di Henkell Freixenet (assieme dal 2018) e blasonate società come la cilena Viña Concha y Toro fino ai cinesi di Yantai Changyu Pioneer wine.

IL PESO DEI DUE NUOVI POLI ITALIANI DEL VINO

In una top 20 mondiale in cui i primi cinque gruppi su-

Fatturato dei grandi gruppi mondiali del settore vino		
Società	2020 (mln euro)	2018 (mln euro)
E.&J. Gallo Winery	4.200	4.367
Lvmh	1.388	2.369
Constellation Brands	1.850	2.211
Treasury wine estates	1.700	1.777
Les Grands Chais de France	1.000 (dati 2019)	1.173
Henkell-Freixenet	1.195	816
Concha y Toro	865	773
Castel Frères	800	700
Pernod Ricard	n.d.	648
Yantai Changyu Pioneer wine	440	618
Cantine Riunite - Giv	581	612

fonte: bilanci societari, Statista.com, Borse mondiali, Mediobanca

Andrebbero incoraggiati i processi di internazionalizzazione con aggregazioni che travalicano la dimensione nazionale, rafforzando la spinta propulsiva della globalizzazione. Tutto questo andrebbe però accompagnato da processi identitari di differenziazione su cui poggia l'attenzione del mercato verso i nostri vini. In altri termini, si tratterebbe di realizzare un cambio di paradigma: passare dal concetto di Distretto a quello più fecondo e attuale di "dis-largo".

– Vasco Boatto, ordinario di Economia e politica agroalimentare Università Padova

perano il miliardo di euro per giro d'affari (vedi tabella in basso), **l'Italia è rappresentata da due brand cooperativi come Cantine Riunite/Giv (oltre 580 milioni di ricavi nel 2020) e Caviro (360 mln)**. Ma proprio quella classifica che ha visto il Belpaese relativamente poco presente in tutti questi anni andrà aggiornata con l'ingresso di due realtà intenzionate a fare grandi numeri. La prima di queste mette assieme Botter (costata 36 mln di euro) e Mondodelvino, per un fatturato aggregato di 350 milioni di euro, e fa capo al Fondo di private equity **Clessidra Sgr** (detenuto dalla quotata Italmobiliare spa, holding di investimenti italiana controllata dalla famiglia Pesenti). L'obiettivo di questo sodalizio è raggiungere nel giro di alcuni anni quota 500 milioni di euro, attraverso una politica di espansione, come ha dichiarato pubblicamente il suo amministratore delegato, Andrea Ottaviano.

La seconda di queste realtà è **Italian wine brands**, società quotata al segmento Aim di Borsa Italiana che, con un investimento da 150 mln di euro, ha annunciato l'acquisizione del 100% del capitale di Enoitalia, per un volume d'affari da 405 milioni di euro, dando vita al più grande gruppo privato nel panorama italiano. Nel mirino ci sono i mercati esteri (e non solo il canale Gdo) e l'obiettivo è costituire un grande polo aggregatore nel vino. Lo ha sempre dichiarato **Alessandro** »

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





» **Mutinelli**, presidente e amministratore delegato della società nata nel 2015 da Provinco Italia e Giordano vini, che ad aprile ha emesso un prestito obbligazionario fino a 130 milioni di euro, registrando a maggio il sostegno (25 mln di euro) di Cassa depositi e prestiti (Cdp) e Sace. *“Il progetto industriale e commerciale di un grande gruppo”* dichiara Mutinelli a Tre Bicchieri *“è partito con la nostra quotazione, nel 2015, grazie alla Spac IpoChallenger, promossa da Electa ventures di Simone Strocchi (attuale vice presidente di Iwb: ndr) ed è proseguito con le successive acquisizioni di Svinando nel 2018 e della svizzera Raphael dal Bo Ag nel 2020”*. Ma quanto ha influito la crisi pandemica in tutto questo? *“Il Covid c’entra poco e tutto quello che si è realizzato ora è partito molto prima. Sono i mercati a determinare questi movimenti di capitali e aziende. Le chiavi del successo per sviluppare e presidiare i mercati sono le risorse umane, di capitale e di marketing”*. L’Italia, da sempre considerata una nazione spezzatino, uscirà certamente più forte dalla nascita di questi due poli: *“Ho letto una recente ricerca sui marchi di vino più conosciuti a livello internazionale”* osserva Mutinelli *“e l’Italia non ne aveva nemmeno uno tra i primi dieci. Eppure, è il primo produttore mondiale di vino. Vuol dire, allora, che siamo bravi a produrre e meno a promuovere e vendere i nostri prodotti, nelle fasce di prezzo premium. In questo senso, gli investimenti commerciali e di marketing sono determinanti”*. I piani di Iwb non sembrano essere legati alla logica del morde e fuggi, anzi il Gruppo (che dopo l’annuncio ha registrato un balzo del prezzo delle azioni da 31 a 41 euro in un mese) non esclude ulteriori operazioni di allargamento del suo perimetro d’azione. Su questo punto, è lo stesso manager a rassicurare la base dei viticoltori e dei fornitori di materia prima: *“Uno dei valori di Iwb il rispetto delle regole e delle promesse. I nostri fornitori sono certi del rispetto dei contratti, dei pagamenti, di grandi volumi programmati e di un rapporto a lungo termine. Da loro ci aspettiamo altrettanto e, soprattutto, qualità della materia prima”*.

IL PARERE DI ETTORE NICOLETTO: “POSITIVI CONSOLIDAMENTO E CONCENTRAZIONE”



Ma se si guarda al semestre 2021, il vino ha certamente dato chiari ed evidenti segni di vitalità: *“Operazioni di M&A, combinazioni e partnership tra imprese, nella misura in cui promuovono un processo di concentrazione e consolidamento della nostra industry, sono da accogliere positivamente”* commenta **Ettore Nicoletto**, manager di lunga esperienza e amministratore delegato di Bertani Domains.

Il 2021 ha registrato grandi operazioni di aggregazione – e mi riferisco a Clessidra con Botter-Mondodelvino e Iwb con Enoitalia – come non si osservava da oltre dieci anni. Si tratta di un fenomeno che sta scompaginando il ranking dei produttori ed è molto importante per un settore, come quello vitivinicolo, che resta ancora molto frammentato.

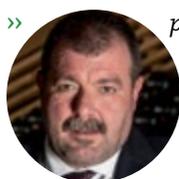
– **Gabriele Barbaresco**, responsabile Area studi Mediobanca

“La frammentazione del sistema produttivo che porta a uno strutturale nanismo delle imprese vitivinicole italiane, rappresenta uno svantaggio fisiologico nel confronto competitivo con gli altri player mondali sullo scacchiere internazionale. Maggiore scala” spiega Nicoletto *“e quindi maggiore capacità di investimento nella costruzione di reti commerciali, filiali estere e programmi di comunicazione, possono rappresentare il salto di qualità di cui l’Italia del vino ha bisogno, soprattutto all’estero”*.

In riferimento alle operazioni di Iwb/Enoitalia e del polo di Clessidra Sgr, Nicoletto nota un tratto comune: *“Imprese asset light, grande capacità produttiva basata su un modello prevalentemente buy, una discreta/buona complementarità prodotto-mercati da un lato, mentre dall’altro una limitata dotazione di brand, testimoniata anche da price point spesso sub-premium”*. E guarda ai possibili sviluppi: *“Nella misura in cui queste forme di consolidamento sapranno anche investire sugli intangibles, quindi sviluppare brand di riferimento per categoria/territorio, e a puntare su una maggiore valorizzazione della proposta attraverso price point ancora più qualificanti, ritengo che potranno premiare sia l’investitore in Borsa (Iwb) sia il private equity”*. **Parallelamente, secondo il manager di Bertani Domains, sarebbe da incoraggiare il consolidamento anche tra famiglie del vino:** *“Spesso sono operanti sui modelli make, molto più onerosi sul piano gestionale e sicuramente meno remunerativi in termini di ritorno sul capitale investito. Anche su questo piano, mi aspetto nei prossimi 5 anni una maggiore vivacità dell’attività di M&A, provocata anche dallo shock pandemico”* conclude *“che ha sicuramente acuito problematiche di sostenibilità economico-finanziaria in capo ad alcune realtà di media dimensione del vino italiano”*.

IL RUOLO DELLE SOCIETÀ COOPERATIVE

Non è escluso, come fa notare ancora il professor Vasco Boatto, che fusioni e acquisizioni possano coinvolgere *“anche il mondo cooperativo e contribuire a innalzare il* »



» *posizionamento complessivo dei vini italiani nel mondo*". Su questo punto abbiamo raccolto il parere di **Luca Rigotti**, coordinatore del settore vitivinicolo di Alleanza cooperative italiane: "Oggi più che mai, sinergie e aggregazioni possono fare la differenza ed essere una concreta e adeguata risposta agli effetti economici dell'emergenza sanitaria, perché consentono di condividere investimenti, migliorare le performance e in alcuni casi distribuire i rischi d'impresa. È un'opportunità, non necessariamente legata alla pandemia, che credo debba essere valutata e promossa ogni qualvolta ne ricorrano le condizioni. La cooperazione" osserva Rigotti "è già strutturata, con dei poli molto grandi a livello di fatturato, che rappresentano tanti soci e tanti territori viticoli. In altri casi, le realtà produttive sono associate a cooperative di secondo grado, proprio per adeguare gli assetti d'impresa a nuovi contesti produttivi e commerciali".

Tra le sfide future, il coordinatore dell'Alleanza cooperative evidenzia quella di "poter governare un rapido adeguamento degli assetti commerciali e distributivi delle imprese del vino, per rispondere al meglio alle tante variabili del mercato". In ogni modo, in relazione alla pandemia, aggregazioni e integrazioni tra imprese "erano in alcuni casi ottime opportunità anche nel pre-Covid, utili per creare massa critica. Ma non credo" sottolinea Rigotti "derivino dalla pandemia, sebbene in alcuni casi gli effetti dell'emergenza possono aver sollecitato il fenomeno". In generale, resta valido un principio: "Un sistema vitivinicolo forte e strutturato, costituito anche da grandi poli e gruppi più articolati, non può che fare bene al vino italiano, specie nel suo posizionamento verso i big spender del mercato estero. In futuro, ci sarà sempre più bisogno di strategie di aggregazione per arrivare ai mercati internazionali".

L'ITALIA VISTA DALLA FRANCIA



Vista da fuori, l'Italia ha grandi potenzialità, un ricco terroir, ottimi prodotti e ottime skill commerciali e di relazione. Questo sguardo d'insieme lo offre **Romina Romano**, country manager Italia per Les Grands Chais de France (Gcf), gruppo alsaziano tra i big mondiali, di proprietà della famiglia Helfrick (con 3.300 ettari, 550 milioni di bottiglie e ricavi di oltre un miliardo di euro, in 178 Paesi): "Per stare al passo coi tempi e competere coi maggiori produttori e distributori di vino a livello mondiale" sottolinea Romano "è necessaria una forza competitiva maggiore che solo una sinergia produttiva e commerciale di un polo aggregatore può garantire, attraverso una presenza sui mercati più capillare e assidua e con un portafogli di prodotti e brand molto più ampio. In questo senso, il »

Il futuro è nel mix tra imprese familiari e contributi manageriali



Il mondo del vino ad immagine di pregio ha sempre valutato con una certa resistenza le ipotesi di apertura del capitale a terzi, temendo l'impatto di questi profili societari sulla percezione di "familiarità" di un brand. Il requisito del family business resta, infatti, centrale nei piani di posizionamento dei brand per la valenza che trasmette in termini di continuità, storicità, stabilità di assetto proprietario, legame territoriale. Tale aspetto è ancora molto sentito da parte del consumatore finale. Anche in contesti competitivi più aperti ad operazioni finanziarie sul capitale, ad esempio il mondo anglosassone, spesso gli importatori puntano con decisione su imprese in grado di esprimere tale requisito sia per la valenza di immagine, sia a garanzia di una continuità di strategie produttive e di mercato.

D'altro canto, è azzardato ritenere che tutte le aziende debbano necessariamente ricorrere a tale elemento nella scelta del posizionamento, sia perché a volte quel requisito non è percepito come sufficientemente distintivo di un brand (ad esempio, nel caso di aziende dalla storia più giovane e meno profonda), sia perché statisticamente non tutti i passaggi generazionali possono andare nella maniera migliore, sia perché fattori dimensionali o caratteristiche dei territori possono consigliare di adottare strategie differenti e più aperte allo sviluppo di sinergie con altri player, al fine di ampliare le opportunità di business. Il nostro mondo probabilmente si aprirà gradualmente a forme ibride in grado di accompagnare le aziende verso percorsi di crescita internazionale, anche per limitare gli effetti di uno dei classici fattori di debolezza del capitalismo italiano, che riguarda proprio il profilo dimensionale delle aziende. Immagino, dunque, un futuro caratterizzato da una crescente eterogeneità di assetti proprietari e da una maggiore integrazione tra forme di imprenditorialità familiare e innesti di contributi manageriali via via più robusti e consistenti.

– **Piero Mastroberardino**, vicepresidente di Federvini

» nuovo polo creato da Italian Wine Brands con l'acquisizione di Enoitalia, penso sia una mossa lungimirante che non tarderà a portare i suoi frutti". In un mondo in cui la digitalizzazione (vedi la partnership Campari/Tannico e la recente acquisizione da 32 milioni di euro di Tannico su Ventealappropriete), il virtuale e la sostenibilità ambientale saranno asset strategici, per restare in piedi sui mercati è necessario "continuare a investire su nuove proprietà per avere sempre delle novità da offrire al consumatore. Ma anche" ad avviso della Romano "restare aggiornati sulla tecnologia e focalizzarsi sulla riduzione degli sprechi". In questo percorso, il Gruppo Gcf ha in programma di proseguire a investire in patria e non solo: "Abbiamo 76 proprietà in Francia, una in Spagna, altre in Germania e una in Ungheria, ma ancora non ci fermiamo e stiamo valutando nuove acquisizioni fuori Europa. Un giorno speriamo di arrivare anche in Italia". ❖

Ci aspettiamo che le operazioni di M&A nel food & beverage possano rappresentare un acceleratore del processo di trasformazione aziendale e vadano in due direzioni: da una parte, traineranno lo sviluppo della filiera 'a valle', verso modelli di business multicanale, e in questo senso l'Ho.Re.Ca. potrebbe catalizzare numerose opportunità di investimento; dall'altra, guideranno il consolidamento della filiera 'a monte', e le aziende Private label a servizio della Gdo potrebbero rappresentare delle target interessanti sia da parte di operatori corporate che di Private equity.

— Elena Borghi,
partner deals food & beverage di PwC

In Italia fusioni e acquisizioni in crescita

Nonostante la pandemia da Covid-19, il settore food&beverage, nel corso del 2020 ha registrato a livello globale un incremento del 36,3% del valore delle operazioni di fusione e acquisizione sul 2019, con una riduzione del numero di operazioni (-9,6%). In Italia, il segmento F&B ha segnato un -29,8% nel numero di operazioni ma un aumento del 206,7% nei valori rispetto a un anno prima, dimostrando una certa "resilienza all'impatto della pandemia", come ha dichiarato **Elena Borghi**, partner deals F&B di PwC. **L'andamento in valore dei deal nel mondo (110 mld di dollari Usa) è dipeso da alcune grandi operazioni di Coca Cola, Nestlé e Bellis.** In Italia, che ha totalizzato quasi 1 miliardo di dollari, hanno giocato un ruolo determinante le operazioni del quarto trimestre 2020, con Ferrero su Fox's biscuits (0,3 mld), Rhone su Illycaffè (0,2 mld) e Barilla su Catelli Foods (0,1 mld di dollari Usa). "Il food, il beverage e il vino sono stati i sotto-segmenti più attrattivi, a livello mondiale e italiano", scrive PwC nel rapporto. Nel wine&spirit globale, sono state 125 le operazioni di M&A del 2020 per 2,46 miliardi di dollari Usa (+12%). In Italia sono state appena 8, per 13 milioni di dollari. "Nel primo trimestre 2021" secondo PwC "il volume delle operazioni continua a essere significativo pur se di dimensione più contenuta". L'ultima in ordine di tempo, a livello internazionale, è quella del fondo newyorchese Sycamore Partners che ha acquisito per 1,2 miliardi di dollari Usa lo storico brand Ste. Michelle dal Gruppo Altria.

Considerando la tipologia degli investitori, se a livello mondiale le operazioni guidate da investitori strategici continuano a rappresentare circa il 75% di quelle annunciate (in linea col 2019), in Italia i fondi di private equity "hanno un peso sempre maggiore, essendo i protagonisti per circa il 40% delle operazioni, a conferma" rilevano gli analisti di PwC "dell'interesse dei soggetti finanziari per il comparto, soprattutto a sostegno di operazioni di integrazione di filiera e diversificazione del portafoglio prodotti ma anche dello sviluppo dei brand italiani ed esteri".

I deal globali nel Food&Beverage 2020/2019

settore	volumi	var% 2020/19	valori (mln dollari Usa)	var% 2020/19
agribusiness	587	-5,8	12.393	+21
beverage	205	-4,2	17.935	+2,8
food	838	-8,8	28.377	+3,9
food supplements	57	+100	941	-23,4
grocery, drug, discount	516	-16,2	50.402	+109
wine & spirits	125	-17,8	2.462	+12
Totale	2.328	-9,6	112.509	+36,3

fonte: PwC

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



RUSSIA. I TRE BICCHIERI RIACCENDONO L'AMORE PER L'ITALIA

▲ a cura di Lorenzo Ruggeri



Il Worldtour del Gambero Rosso ha fatto tappa a Mosca e San Pietroburgo, tra QR code, voglia di tornare a viaggiare e una ristorazione che ha saputo resistere come poche. Tornano a salire gli acquisti di vino italiano: nel primo trimestre +26% a volume. Così il Belpaese continua a dominare la classifica dei fornitori



La voglia di ripartire raccolta durante i nostri primi eventi in presenza all'estero è difficile da quantificare. E anche da raccontare. Il vino italiano riaccende curiosità, entusiasmo, slanci emotivi a lungo assopiti. Durante i nostri seminari abbiamo ritrovato sensibilità e attenzioni ancor più intense rispetto a qualche anno fa, con le denominazioni a far viaggiare verso l'Italia una platea di giornalisti, sommelier e importatori che per lungo tempo non si sono potuti spostare.

GLI EVENTI DI MOSCA E SAN PIETROBURGO

Dopo la tappa in Germania, ci siamo trasferiti con il Tre Bicchieri World Tour in terra russa. Il 6 luglio è stata la volta di Mosca, l'evento si è tenuto nell'enorme complesso del World Trade Center, all'ombra dei grattacieli della finanza. Due giorni dopo, l'8 luglio, le cantine si sono trasferite a San Pietroburgo, tra le due ampie sale dello storico Hotel Astoria, proprio davanti alla celebre cattedrale di Sant'Isacco.

Durante i due seminari per tappa, dedicati rispettivamente ai premi speciali della guida e a un vero e proprio giro d'Italia dalle Alpi a Trapani, *Italy in a Nutshell*, abbiamo chiesto ai partecipanti un commento sulla scelta di Putin di chiamare con il termine Champagne solo le bollicine prodotte localmente. Abbiamo raccolto solo minimizzazioni e qualche sorriso.

Probabilmente dettati dalla consapevolezza che comunque vada, le bollicine italiane – Asti e Prosecco in testa - da queste parti restano un must, con 25 milioni le bottiglie di spumante italiano stappato solo lo scorso anno.

Ma oltre alle bollicine, la sete d'Italia – anche di un'Italia meno conosciuta all'estero - resta tanta. Apprezzatissimi, a tal proposito, i vini di Antonella Lombardo (Viticolttrice dell'Anno della nostra guida) per la prima volta stappati in Russia. *“Abbiamo bisogno di storie come queste, di un'avvocata giovane che torna alla terra, di una zona come la Calabria poco conosciuta e di vitigni autoctoni che ci fanno viaggiare con la mente”*, ci dice la sommelier **Luba Yakimova**.

In totale sono state quaranta le cantine che, nonostante tutte le difficoltà del caso, tra visti lavorativi e tamponi obbligatori (la Russia non riconosce nessuno dei vaccini autorizzati dall'Unione Europea), hanno raggiunto la Russia per toccare con mano un fermento confermato anche dagli ultimi dati economici.

CONSUMI IN CRESCITA DEL 13,4%

Infatti, dopo un 2020 chiuso con solo un -3,6% in valore, l'export di vino italiano in Russia torna a crescere nel primo trimestre del 2021; in quantità si è passati da 8,2 a 10,4 milioni di litri, registrando un incre- >>

TOP ITALIAN RESTAURANTS

www.gamberorossointernational.com/restaurants/



 GamberoRossoInternational

 GamberoRossoInternational

SPONSOR



EXPORT VINO - ITALIA-RUSSIA
PRIMO TRIMESTRE 2021

gennaio-marzo 2021. **VOLUMI** in litri

2020 **8.241.340**

2021 **10.397.447**

gennaio-marzo 2021. **Valori** in euro

2020 **21.785.174**

2021 **25.442.076**

» mento piuttosto sbalorditivo (+26%). Nei valori, la progressione tra gennaio e marzo è del 17%, da 21,78 milioni di euro a 25,44 milioni, secondo i dati Istat sul commercio estero. Nel complesso, Italia, Francia e Spagna occupano oltre il 60% delle quote del vino importato. L'Italia domina nella classifica dei Paesi fornitori, con circa il 30% delle quote, rispetto a Francia e Spagna che hanno circa il 17% e il 16%. Di pari passo, crescono anche i consumi nel 2020, secondo i dati del Russian federation analytical center, sono stati bevuti circa 11 milioni di ettolitri di vino, con un incremento rispetto al 2019 pari al 13,4%.

**IL VINO AL CENTRO
DELL'OFFERTA GASTRONOMICA**

E basta dare uno sguardo veloce alle carte dei vini dei ristoranti di Mosca e San Pietroburgo per comprendere un salto qualitativo enorme. E anche i ricarichi non sono più quelli mostruosi di pochi anni fa: il vino è sempre più un elemento centrale, soprattutto tra i più giovani. L'età media nei wine bar di San Pietroburgo e Mosca è circa la metà di quella in Italia. E si continua ad aprire: il settore ristorativo qui ha patito meno.

"In effetti siamo rimasti chiusi molto meno rispetto all'Italia o agli Stati Uniti, abbiamo continuato a lavorare bene, adesso stanno continuando a macinare soli i ristoranti con terrazza e spazio esterno, perché da qualche settimana solo le persone con un QR code possono mangiare all'interno di bar e ristoranti," ci racconta **Emanuele Mongillo**, chef del Balzi Rossi di Mosca. E ottenere quel QR code, l'abbiamo toccato con mano, è una vera impresa, non solo per gli stranieri, ma anche per gli addetti al settore. Eppure, sono in tanti a rilanciare. È il caso di **Gianluca Sapia**, che abbiamo conosciuto all'evento di Mosca. Inaggiato via instagram da un imprenditore russo, ha aperto

ben quattro locali con un format insolito e innovativo dedicato alle cozze e a oltre 100 suoi abbinamenti e condimenti, Mollusca. "È stato un successo istantaneo, ora stiamo per aprire un ristorante dedicato alla tradizione italiana, Il Matto, mentre con Mollusca apriremo anche a Dubai e New York nei prossimi sei mesi. Qui in Russia pagano per bene il merito, bisogna lavorare sodo ma ci si possono levare soddisfazioni enormi. Hanno apprezzato molto il mio approccio libero e sfrontato, da autodidatta".

Gli fa eco **Antonio Fresa**, uno dei cuochi italiani più bravi in Russia. Durante il lockdown, ha acquistato le quote del suo Jerome e sabato scorso ha celebrato l'apertura di progetto molto ambizioso, Sea Signore. "Abbiamo ripreso il concetto della pescheria all'italiana, con un bel banco a dare il benvenuto poi cinque stazioni per cucinare, l'isola della pasta fatta a mano, marmi italiani e una cantina che punta forte sull'Italia ovviamente. È un momento buono".

Ora il tour rifiata per poche settimane, si riprenderà dagli Stati Uniti, il 30 agosto ci sintonizziamo su Los Angeles.

TOP ITALIAN RESTAURANTS, I PREMIATI

Durante gli eventi, premiati i migliori ristoranti in Russia. Il **Villa Sandi Best Contemporary Wine List Award** a Mosca è andato a **Café Aist**, il locale di Mirko Zago, ormai una star in città, grazie a una selezione ricca di etichette italiane classiche, ben supportata da una mescita brillante. Mentre a San Pietroburgo il premio è andato a **Jerome**, il ristorante di Antonio Fresa, forte di una cantina preziosa, puntellata da danti piccoli produttori artigianali a conduzione biologica e biodinamica, produttori tradizionali e una mescita molto curata e innovativa, con ricarichi onesti.

Per quanto riguarda le pizzerie, premiate a Mosca **La Bottega Siciliana**, mentre a San Pietroburgo è stata la volta di **Pizza 22 cm**, con dischi d'impostazione napoletana. A Mosca, new entries per **Sartoria Lamberti**, un progetto tra arte e cucina inaugurato all'interno del Ritz Carlton un anno fa, poi **Butler**, premiato anch'esso con una forchetta, mentre due forchette vanno a **Semifreddo**, lo storico locale di Nino Graziano e Balzi Rossi. Due gamberi, invece a **Uilliam's**, grazie al talento vero di Luigi Magni, già chef di Pinch, uno dei ristoranti più innovativi e giustamente ricercati a Mosca. Completano il quadro dei ristoranti italiani a San Pietroburgo, **Francesco**, con una forchetta, **Percorso**, con due forchette, e **Il Milanese** e **Jerome**, premiati con due gamberi. Infine, **Vino di Vino** si aggiudica le due bottiglie. ❖ »

PHOTOGALLERY

SAN PIETROBURGO



MOSCA

