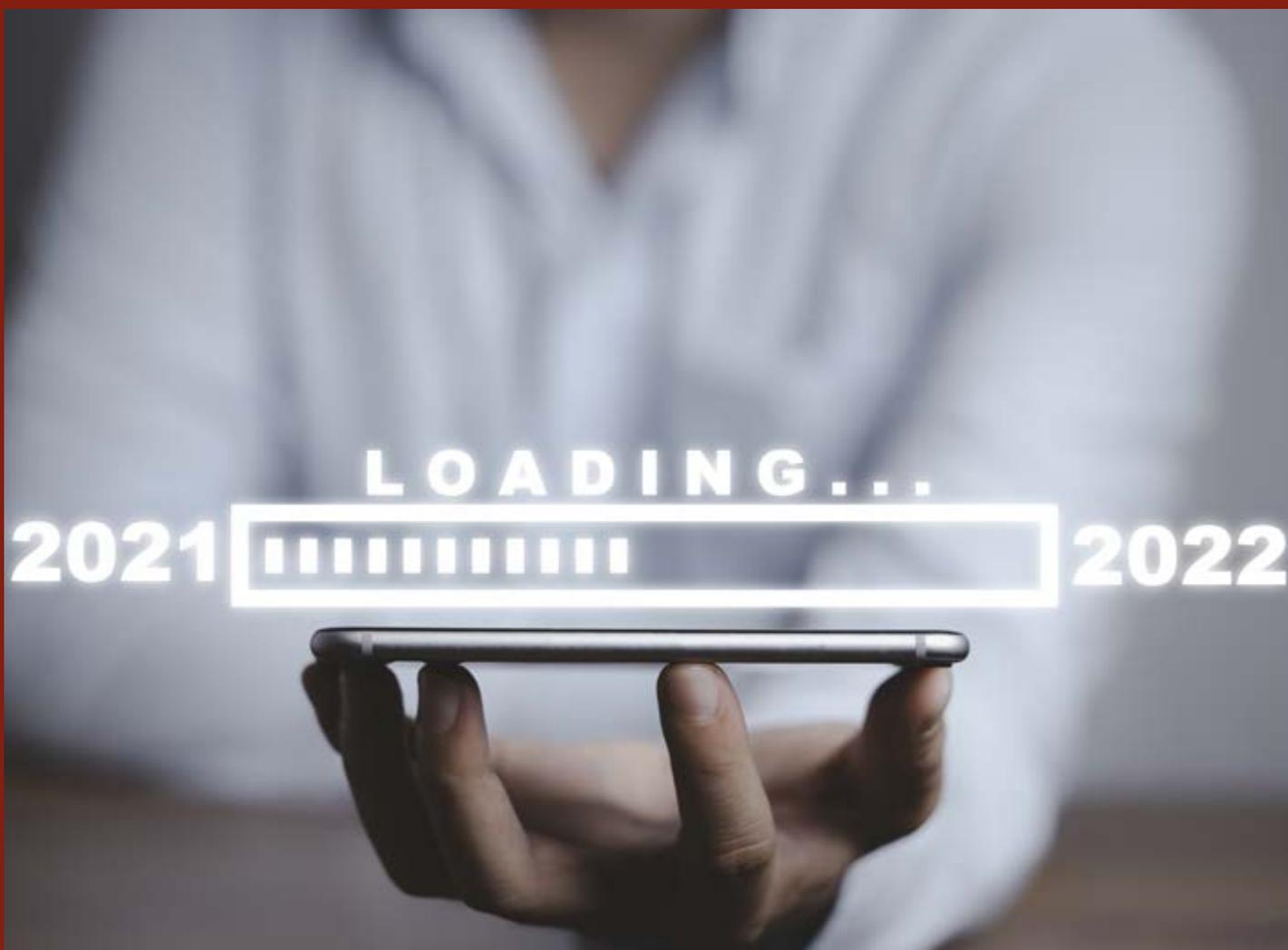




trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



TRA RIPARTENZA E NUOVE INCOGNITE IL 2021 IN 12 NOTIZIE

BOLLICINE

Record di brindisi italiani: 316 milioni le bottiglie tricolore che saranno stappate in tutto il mondo

CANCER PLAN

Appello Federvini al Governo contro neo-proibizionismo Ue: "Serve cabina di regia"

BIOTECH

L'Italia scommette sulle tecnologie di evoluzione assistita: presentata proposta di legge alla Camera

ESTERI

Entro il 2025 l'e-commerce per il mercato degli alcolici arriverà a 43 mld di dollari. Le stime Iwsw

L'INTERVISTA

Zonazione e vitigni storici: le sfide della Franciacorta. Il presidente Brescianini a tutto tondo





Record di brindisi italiani in tutto il mondo

Le bollicine tricolori saranno le protagoniste dei brindisi delle feste sia in Italia sia all'estero, con quasi 2 miliardi di brindisi attesi e un valore alla produzione di 236 milioni di euro. Lo stima l'Osservatorio Unione italiana vini-Ismea, secondo cui sono **oltre 316 milioni le bottiglie italiane pronte per essere consumate durante le feste, il 18,3% in più dello scorso anno** e il 50% in più rispetto a solo 5 anni fa. Di queste, quasi 3 su 4 sono destinate all'estero mentre sono circa 88 milioni le bottiglie (+14%) riservate per le feste alle tavole degli italiani, a cui si aggiungono le bollicine importate, pari a circa 5 milioni di bottiglie, anch'esse mai così numerose (+50% sul 2020).

In crescita praticamente tutte le principali denominazioni italiane, tanto che Uiv-Ismea definiscono il 2021 l'anno del rimbalzo per lo sparkling tricolore: nei 12 mesi sono 900 milioni le bottiglie prodotte con incremento delle vendite all'estero del 20% a volume.

Oggi le bollicine sono arrivate a rappresentare circa 1/4 del totale delle esportazioni di vino italiano nel mondo.

In crescita anche i consumi interni: secondo Ismea/Nielsen, gli acquisti nella Grande distribuzione, nei primi 11 mesi, segnano un +22% in volume accompagnato da un +26% in valore rispetto al pari periodo 2020. Complessivamente, nel 2021 il valore alla produzione degli spumanti italiani supererà per la prima volta i 2,4 miliardi di euro.

foto: pressfoto/Freepik

CANCER PLAN. Appello di Federvini Governo contro neo-proibizionismo Ue. "Difendere modello di consumo italiano. Serve cabina regia interministeriale"



Appello della Federvini al Governo e alle forze politiche per difendere eccellenze e modello di consumo italiani e per fermare la deriva "neo proibizionista" dell'Ue, che mette a rischio l'economia vitivinicola europea, non distinguendo tra uso e abuso di alcol, come concluso nella relazione della Commissione speciale Beca. "Prima ancora che la relazione sul Piano di lotta contro il cancro sia effettivamente approvata dal Parlamento Ue" denuncia la presidente **Micaela Pallini** "la Commissione europea sta già usando quel documento, nella sua versione più radicale, per stabilire criteri e indirizzi alla base di importanti iniziative normative dell'Unione". Il voto del Parlamento (*come raccontato sul settimanale Tre Bicchieri*) è previsto a febbraio 2022. La Federazione, in vista del passaggio in plenaria, si dice convinta

che prevarrà la ragionevolezza e che l'assemblea possa modificare il testo. In questo contesto, l'Italia dovrà "evitare ulteriori passi falsi come quello commesso la scorsa settimana" stigmatizza la presidente Pallini "quando non ha contrastato l'approvazione di criteri che penalizzano il comparto vini, liquori e distillati".

Anche perché Bruxelles si sta muovendo. La Commissione Ue, ricorda la Federvini, ha già dato mandato a una società di consulenza per una mappatura dello status quo in materia di tassazione degli alcolici, per definire una nuova politica fiscale, che incrementi le tasse sulle bevande alcoliche, in base alle raccomandazioni dell'European beating cancer plan. "Raccomandazioni radicali, indiscriminate e indistinte, come le proposte di aumenti fiscali e le forti restrizioni

in termini di promozione, sponsorizzazione ed etichettatura", scrive Federvini. Inoltre, il Piano di lavoro 2022 sulla promozione orizzontale in agricoltura approvato dalla Commissione una settimana fa (che attribuisce punteggi ai progetti in base alle indicazioni del Piano anticancro) "purtroppo, non è stato contrastato dal Mipaaf, non si sa se per disattenzione o incomprensione della posta in gioco".

A gennaio, è prevista l'ultima tornata parlamentare per cambiare il testo del documento della relazione sul Piano europeo di lotta contro il cancro nel Parlamento Ue ma, contestualmente, l'Oms entrerà nell'ultima fase di negoziato del piano d'azione di lotta contro l'alcol, che prevede le stesse misure anticipate dal documento europeo. Pertanto, la **Federvini chiede su questo dossier legislativo un coordinamento interministeriale (Politiche agricole, Salute e Affari esteri) e una "cabina di regia per elaborare una strategia italiana da sviluppare sui tavoli europei, evitando disattenzioni e sottovalutazioni dei dossier"**. Insomma, come evidenzia il direttore generale Vittorio Cino, una "presa di posizione convinta, continuativa e coerente da parte di tutto il Governo guidato dal presidente Mario Draghi".

AGROALIMENTARE. Italia e Giappone siglano intesa per difendere Dop e Igp online

Il Sottosegretario Mipaaf, Francesco Battistoni, il Capo dipartimento Icqrf, Felice Assenza, e il vicepresidente esecutivo del gruppo Rakuten, Kazunori Takeda, hanno firmato un'intesa tra Istituto repressione frodi italiano e il gruppo Rakuten, la più grande piattaforma e-commerce giapponese e tra le 10 più importanti al mondo. Le Igp italiane inserite nell'Epa (l'accordo di libero scambio tra Ue e Giappone in vigore dal febbraio 2019) e che saranno commercializzate sulla piattaforma del gruppo giapponese saranno sotto l'occhio vigile di una task force operativa presso l'Icqrf.

In questo modo, **il Mipaaf replica le modalità di tutela e protezione dei marchi italiani già in essere con altri**



grandi gruppi del canale online, come ad esempio Alibaba in Cina. Sarà un controllo quotidiano. L'Icqrf

segnalerà a Rakuten i casi di violazione dei diritti di proprietà intellettuale e le pratiche sleali sulla corretta informazione sugli alimenti.

"Vogliamo fornire ai clienti una maggiore tranquillità in modo che possano godere di una migliore esperienza di acquisto", ha dichiarato il vicepresidente Kazunori Takeda. L'intesa, per Battistoni (che ha la delega Mipaaf alle attività di competenza della repressione frodi), è una "vera e propria alleanza di cui beneficranno sia i produttori italiani sia gli utenti giapponesi, che verranno messi al riparo dai fenomeni di frode commerciale".



Vi auguriamo un Natale con un Grande Bianco.

Il piacere è fatto di piccole intense sensazioni. Ricordi, profumi, sentimenti, in ogni attimo di Myò troverete l'espressione più sincera della nostra terra, in ogni riflesso la poesia di un sogno realizzato, in ogni sorso la sensazione di un viaggio nei profumi e nei luoghi in cui è nato. Il Friulano Myò è frutto della selezione della migliore vendemmia dei nostri vigneti e altissima espressione della nostra cultura e dei nostri valori autentici.

Colli Orientali del Friuli, il luogo delle Emozioni.



ZORZETTIG
IL VINO IN FRIULI DAL 1874

OUTLOOK. C'è ottimismo tra gli operatori.**Dal biologico ai nuovi formati: i trend per prossimi 2 anni nell'indagine Sopexa**

Più Canada e Paesi Bassi per i vini italiani, più Cina per i prodotti francesi e cileni, più Belgio e Stati Uniti per i vini spagnoli e più vini locali per la Germania. Sono alcune tendenze per i prossimi due anni emerse da "Wine trade monitor 2021", ricerca effettuata a livello internazionale da Sopexa (agenzia specializzata in food&drink) tra circa mille importatori, distributori, grossisti e retailer. **Il 53% degli intervistati si aspetta un buon andamento delle vendite dei vini francesi, il 49% per i vini italiani e il 37% per i vini spagnoli.** In generale, dopo Brexit e i dazi negli Usa, oggi i due terzi degli operatori prevedono una impennata delle vendite in Canada e Stati Uniti. E si rileva maggior ottimismo per i prossimi due anni tra chi opera in Germania, Canada e Paesi Bassi. Per gli intervistati di tutti i mercati, il 90% indica una predilezione per i vini francesi, rispetto all'82% dei vini italiani e al 76% degli spagnoli. Questi ultimi, assieme ai tedeschi, stanno diventando sempre più noti in Cina e Giappone. Considerando le categorie di vino, resta quella del biologico la categoria più dinamica, a fronte di un lieve calo del fascino dei vini regionali; prosegue l'ascesa dei rosati (tra le prime tre più performanti) e anche i vini premium mostrano segnali di crescita. Lo studio segnala l'emergere degli Orange wines e, in modo meno marcato, i Pet nat wines (naturalmente frizzanti) in Giappone e Canada; bene i vini aromatizzati negli Usa. Rispetto alle tipologie e alle regioni viticole, in cima alla classifica dei bianchi ci sono Languedoc, Loire e Bourgogne; per i rossi è Bordeaux a primeggiare davan-

ti a Languedoc e Côtes du Rhône; nei rosati guida la Provenza, poi Languedoc e Italia (che negli Usa ha superato per la prima volta la Languedoc); negli spumanti, infine, lo Champagne è seguito da Prosecco, Cava e Cremant.

L'immagine e la reputazione dei vini in base all'origine vede dominare la Francia, davanti all'Italia (18%) e alla Germania (5%). Secondo il campione esaminato, **i vini italiani e spagnoli vengono scelti dalle nuove generazioni** per innovazione e per l'ottimo rapporto qualità-prezzo.

Infine, i trend più attuali sono due: la crescita dell'e-commerce, di cui hanno beneficiato soprattutto Europa, Usa, Canada e Regno Unito; la dinamicità dei formati ha visto una crescita delle bottiglie da 0,75 litri. E si segnala una previsione di incremento del numero dei tappi a vite (esclusa la Cina), mentre nei mercati anglosassoni al secondo posto per crescita prevista ci sono le lattine.

L'indagine Sopexa

Sopexa ha intervistato e raccolto le percezioni e previsioni di 1.044 operatori del settore tra importatori, distributori, grossisti e retailer. Nel 2021, l'indagine comprende i principali mercati mondiali per le importazioni di vino in volume, portando il numero totale dei mercati a 8, tra cui Belgio, Cina, Germania, Giappone, Regno Unito e Stati Uniti. E quest'anno anche Canada e Paesi Bassi.



www.pasticceriamuzzi.com



“Ci prepariamo con stile al Natale”

*Panettone Crema al Caffè
con crema al caffè e gocce di cioccolato fondente*



FOCUS

BRACHETTO. Gdo, web e digital per il rilancio dei vini d'Acqui

a cura di Gianluca Atzeni

Le festività e il mese di dicembre sono un momento importante per le vendite di spumanti e vini da fine pasto. Lo sa bene la filiera dei vini d'Acqui che, col suo Consorzio, è al lavoro per dare spazio e visibilità alla storica Docg Brachetto e al giovane Acqui rosè, versione brut dello spumante, che deve ancora trovare la piena fiducia dei produttori, dal momento che viaggia timidamente su volumi annui di 50mila bottiglie.

Le 60 aziende associate, che in questo lembo del Piemonte lavorano in media 830 ettari, hanno prodotto nel 2020 oltre 2,2 milioni di bottiglie (rispetto ai 2,7 del 2019) e nel primo semestre 2021 hanno superato quota 1,1 mln di contrassegni di Stato. Allo stesso tempo, gli sfusi atti a Brachetto d'Acqui Docg sono quotati a 1,68 euro al litro (Iva esclusa) secondo i dati rilevati dalla Camera di commercio di Asti.

OUTLOOK. Il momento è delicato. Il Consorzio deve raccogliere le forze e concretizzare i progetti per rilanciare la denominazione. Dopo le ovvie difficoltà del 2020, l'anno in chiusura dovrà ridare slancio a una Dop che *“deve ritrovare l'immagine che merita, i volumi e i valori, anche in campo agricolo”*, come dice il presidente **Paolo Ricagno**. L'outlook 2021 è, in ogni caso positivo: *“Se, da un lato, è difficile fare una previsione, dall'altro, segnaliamo indici incoraggianti che confermano una, sia pure parziale, tendenza alla ripresa delle vendite. E questo basta per dare ottimismo”*.



PROMOZIONE. Considerate le difficoltà sulla promozione all'estero, che vale il 35% del giro d'affari (Usa ed Europa su tutti), **il Consorzio si è concentrato sull'Italia, con azioni fino a primavera 2022.** È partita una collaborazione con Tannico, piattaforma di e-commerce, per veicolare messaggi di presentazione del territorio del Brachetto e dei vini di alcuni associati, compreso l'Acqui Docg Rosé. In queste settimane, sono previste presentazioni e degustazioni in circa 40 supermercati di Piemonte, Lombardia e Lazio. E ha preso il via una partnership con un gruppo di influencer (wine, food, lifestyle) e con la scuola milanese Bartenders road, per studiare nuove combinazioni tra Docg e mondo mixology.

“La filiera del Brachetto d'Acqui c'è, non sta a guardare. E anche in condizioni di mercato non ottimali e difficili da gestire è pronta a fare la sua parte”, ribadisce Ricagno. Con la pandemia in risalita, a fronte di una progressiva ripresa delle attività di mescolata e vendita, le imprese *“hanno reagito alla crisi”* sottolinea *“con strategie composite: dalla tv al web, dalla carta stampata alla radio”*.

Il consorzio in cifre

200 soci
60 soci
835 ettari rivendicati
30.000 quintali uve (2020)
35.000 quintali uve (stime 2021)
2.200.774 bottiglie
35% quota export

fonte: Consorzio tutela vini d'Acqui

VENDEMMIA 2021. Nel frattempo, si è chiusa un'annata di *“ottima qualità”* (25mila hl stimati, +25%), con uve di brachetto *“sane che hanno espresso profumi molto soddisfacenti, malgrado il clima non sempre ottimale”*, fa sapere il Consorzio. Tra le associate è ancora poco diffuso il bio, anche per la contrazione di vendite e volumi che *“non ha favorito l'avvio delle pratiche di coltivazione biologica”*. Alcune sono certificate e *“la speranza”* conclude Ricagno *“è che si creino le condizioni perché altre realtà seguano il loro esempio”*.



Non solo ostriche.

Oltre 200 tipologie di ostriche provenienti dalle migliori filiere d'Europa. Un enorme assortimento di frutti di mare, crostacei e pescato di alta qualità.

L'azienda è strutturata per soddisfare tutte le esigenze di mercato, con una forte propensione al mondo dell'Ho.Re.Ca.

Oyster Oasis annovera tra i suoi clienti numerosi grandi chef, catene alberghiere e ristoranti stellati, a testimoniare l'eccellenza delle materie prime.



OYSTER OASIS
oysteroasis.it

PROSECCO DOCG. Superata quota 100 milioni di bottiglie nel 2021.

La lezione della pandemia e le strategie delle imprese

Quota 100 raggiunta e superata per il Prosecco superiore Docg. Anticipando i dati di chiusura 2021, il Consorzio del Conegliano Valdobbiadene può festeggiare un traguardo che inorgogliesce e nasce dalla dura esperienza del 2020 (furono 92 milioni le bottiglie) e dalla capacità di capitalizzare i vantaggi dei nuovi canali di vendita come il digitale. *“Siamo riusciti a raggiungere grandi risultati quantitativi”* ha commentato la presidente **Elvira Bortolomiol** (foto) *“ma il traguardo che tagliamo con più orgoglio è quello della qualità”* grazie a una sintonia raggiunta col consumatore, nonostante lo scenario economico, in particolare *“rispetto ai valori come la sostenibilità della filiera produttiva e la tutela dei territori”*.



A illustrare i dati del Rapporto economico di distretto è stato il professor **Eugenio Pomarici**: *“L’ampliamento delle vendite ha riguardato sia il mercato italiano sia quello estero. In Italia, risultano in crescita rispetto all’anno precedente le vendite nella grande distribuzione (+24% in volume e in valore nei 12 mesi tra ottobre 2020 e ottobre 2021). Per quanto riguarda i mercati esteri, è possibile stimare incrementi rispetto al 2020 (che avevano fatto registrare una modesta contrazione) piuttosto significativi, orientativamente vicini in valore al 30%”*.

In Gdo, inoltre, nei primi 10 mesi 2021 si registra una crescita a doppia cifra nei canali Iper e Super e in tutte le aree geografiche. In particolare, nei canali Iper si registra un

+26,7% a valore e un +30,3% a volume, mentre nel canale Super +25,9% a valore e +25% a volume. Nelle macroaree, Centro e Sardegna (+29,2% valore e +29,1% volume) precedono il Sud (+27,4% valore e +28,7% volume); poi Nord Ovest (+25,1% e +25,7%) e Nord Est (+21,4% valore e +21,1% volume).

Una ricerca affidata al Consorzio Aster (guidato dal sociologo Aldo Bonomi) ha evidenziato l’importanza di costruire reti di prossimità e di territorio attraverso un approccio condiviso, con benefici anche per reti delle relazioni globali. Inoltre, è stato evidenziato come le imprese socie (192 case spumantistiche), forti dell’esperienza del 2020, abbiano messo in campo una varietà di azioni anti-crisi: **potenziamento e diversificazione dell’offerta enoturistica (78,8%); incremento delle vendite ai privati (48,3%); perfezionamento della promozione online** verso il trade e i consumatori senza degustazione (47,5%) e con degustazione (35,6%); diversificazione delle vendite a terzi (30,5%).

Infine, alla voce turismo nel distretto Unesco del Conegliano Valdobbiadene, a eccezione dei primi 4 mesi 2021, si registra una crescita anche rispetto al periodo pre-pandemia. A luglio gli arrivi sono cresciuti del 27,6% sullo stesso mese 2019, ad agosto del 46,7%, a settembre e giugno di circa il 9%. Per i turisti stranieri, sempre ad agosto 2021, l’incremento è dell’11,2% sul 2019.

PROSECCO DOC. Data sharing e informatica per raggiungere standard Equalitas

Prosegue l’iter della Doc Prosecco verso gli standard sostenibili di “Equalitas”, che devono corrispondere almeno per il 60% della superficie a Doc (14.670 ettari su 24.450). Per raggiungere lo scopo, in un contesto molto complesso, il Consorzio presieduto da Stefano Zanette (foto) punta sull’informatica per la raccolta, lo scambio e l’aggregazione dei dati. Si parte dal campo dove, oltre al protocollo di coltivazione Sqnpi (produzione integrata), si lavora per l’analisi di biodiversità e calcolo di impronta carbonica e idrica, assieme a società specializzate e con sistemi a supporto delle imprese. Il Consorzio fornisce assistenza e vuole rendere le aziende autonome, per far sì che il

flusso di dati parta dal vigneto, passi all’azienda trasformatrice e poi al Consorzio. In tema di biodiversità, è previsto un programma di formazione sulla viticoltura di precisione.

Sul versante socio-economico, un codice etico mira alla crescita professionale degli operatori, mentre **con l’Università di Padova è prevista una mappatura della sostenibilità sociale del distretto** e



l’attivazione di un sistema di ascolto delle esigenze delle comunità locali. Infine, un sistema di rilevazione dati delle imprese consentirà di stilare periodici bilanci economici sull’intera Doc.

LOMBARDIA. Nasce "Colline e Oltre spa". Il rilancio dell'Oltrepò passa dalle banche

Realizzare interventi congiunti per il rilancio e la qualificazione del settore vitivinicolo e per la valorizzazione del territorio dell'Oltrepò Pavese. Nasce con questo scopo la società "Colline e Oltre spa", partecipata al 51% da Intesa Sanpaolo e al 49% da Fondazione Banca del Monte di Lombardia.



Il cda, presieduto da Massimo Grasselli (esperto di private equity e consulenza), è composto da Renzo Simonato, manager di Intesa Sanpaolo (già alla guida della Direzione Agribusiness, che ha sede proprio a Pavia), Aldo Poli (former president di Fondazione Banca del Monte di Lombardia) e da Matteo Casagrande Paladini (manager di Intesa Sanpaolo). Previsto anche un comitato industriale consultivo e propositivo, composto da istituzioni, esperti di vino e turismo.

Tra le azioni previste: la collaborazione tra operatori della filiera enogastronomica e turistica, l'attrazione di nuovi investitori nazionali e internazionali, l'erogazione di servizi a valore aggiunto a favore del territorio, l'affermazione di un marchio a brand unitario per la promozione coordinata del mondo enogastronomico e turistico, la collaborazione con la Pubblica amministrazione con piano condiviso e la creazione di partnership qualificate. Le carte da giocare sono diverse: prodotti tipici iconici, strutture ricettive di alto livello, promozione centralizzata. **La Direzione Agribusiness di Intesa Sanpaolo e la nuova società lavoreranno in sinergia.**

In provincia di Pavia, si contano 13mila ettari vitati, con oltre un milione di quintali di uve per Dop e Igp. Nei 75 Comuni dell'Oltrepò lavora oltre il 95% degli addetti del settore bevande in provincia. Le aziende attive nel territorio sono quasi il 70% del totale provinciale. L'agroalimentare si è dimostrato resiliente durante la pandemia: è il terzo settore per esportazioni in provincia di Pavia, con 424 milioni di euro nel 2020 (+12,6% sul 2019). In linea generale, le prospettive sono "favorevoli per tutti i settori di specializzazione dell'economia dell'Oltrepò pavese" scrive Intesa Sanpaolo, secondo cui la trasformazione verso un'economia più sostenibile e digitalizzata porterà "maggiori opportunità di crescita per diversi settori in cui è specializzato l'Oltrepò". E in questo contesto, in cui andranno a incidere le enormi risorse del Pnrr, il territorio non deve perdere una "occasione unica per il definitivo salto di qualità, soprattutto per le piccole e medie imprese".



GAMBERO ROSSO



presenta

le ricette dello chef Tommaso Venuti



Per vedere la video-ricetta e l'abbinamento [clicca qui](#)

PIEMONTE. Un 2021 tra l'ottimo e l'eccellente. I dati di "Anteprima Vendemmia"

Un'annata tra l'ottimo e l'eccellente nonostante i cali produttivi. La filiera regionale del vino ha presentato "Piemonte Anteprima Vendemmia", annuale pubblicazione curata dalla Regione e da Vignaioli Piemontesi che ha attribuito una valutazione di quattro stelle su cinque, certificando oltre 2,3 milioni di ettolitri di vino contro gli oltre 2,7 del 2020 (-15%). Grandine e siccità estive e gelate primaverili sono state decisive.

Sul fronte qualità, il risultato migliore è per il Dolcetto e il Nebbiolo (5 stelle), mentre le 4 stelle e mezzo spettano ad Arneis, Cortese, Favorita, Moscato bianco, Barbera, Brachetto, Freisa, Grignolino, Pelaverga piccolo e Chardonnay. Seguono, a 4 stelle, Erbaluce, Nascetta, Ruché, Sauvignon Blanc e Pinot Nero. Più difficile la vendemmia nell'Alto Piemonte a causa delle gelate e delle forti grandinate estive: i tecnici hanno assegnato 3 stelle e mezzo.



Le avversità atmosferiche hanno inciso sulle quantità determinando una diminuzione della resa ma al tempo stesso ha riferito l'assessore regionale **Marco Protopapa** "resta confermata la qualità eccellente del vino piemontese, sia per i vitigni precoci sia per quelli tardivi, e si prospettano quindi vini di qualità richiesti dai mercati internazionali".

Giulio Porzio (presidente della Vignaioli Piemontesi) ha sottolineato l'euforia dei mercati in periodo pandemico: "Il vino piemontese sta vendendo bene in Italia e nel mondo. Ora dobbiamo concentrarci sui cambiamenti climatici che ci costringono a un ripensamento delle pratiche agronomiche, e sulla sostenibilità ambientale ed economica". L'associazione ha chiesto alla Regione "più flessibilità nelle misure di sostegno all'agricoltura".

Il valore dell'export del vino piemontese supera il miliardo di euro. Interessa circa il 60% della produzione regionale, di cui 70% Ue e 30% extra Ue. I principali importatori sono Paesi Scandinavi, Usa, Germania, Francia, Russia, Spagna, Svizzera, Giappone. Il 33% della produzione vitivinicola in Piemonte arriva dal mondo della cooperazione: 33 cantine cooperative sono associate a Vignaioli Piemontesi (circa 6.500 aziende).

I numeri

Le aziende piemontesi con superfici a Do sono 33.781, in gran parte a Cuneo (12.433), Asti (12.179) e Alessandria (7.389). Crescono gli ettari, a quota 45.420 nel 2021 (erano 44.169 nel 2013). I vini a Do rappresentano l'83% dei volumi. Sono 59 le denominazioni e 19 le Docg. Il Moscato bianco (con cui si producono Asti e Moscato d'Asti) copre oltre il 25% della superficie regionale (9.453 ettari, 83,9 milioni di bottiglie, 2.739 aziende), seguono Barbera d'Asti (4.152 ha, 28,9 mln bottiglie, 1.559 aziende), Barolo (2.152 ha, 14,8 mln bottiglie, 1.250 aziende), Barbera d'Alba (1.457 ha, 11,6 mln bottiglie, 1.234 aziende), Gavi (1.469 ha, 11 mln bottiglie, 250 aziende).

ETNA DOC. Ecco il nuovo cda: Francesco Cambria eletto presidente

Il Consorzio vini Etna Doc ha il suo nuovo presidente.

Francesco Cambria (amministratore della cantina Cottanera, *nella foto*) è stato eletto all'unanimità lunedì 20 dicembre, nella prima seduta del nuovo Consiglio di amministrazione. Sarà affiancato come vicepresidente da Seby Costanzo (Cantine di Nessuno). **Confermato alla direzione del Consorzio Maurizio Lunetta.**

Le prime parole di Cambria sono state per il precedente cda, guidato da Antonio Benanti: "Ha posto le basi per un futuro importante della nostra Denominazione. A noi il compito di realizzare quel programma di indirizzo". Tra le priorità: consolidare il percorso di rafforzamento e tutela della Doc, accrescere la sostenibilità del territorio e rendere operative le scelte strategiche di indirizzo del precedente cda. Tra gli obiettivi a lungo termine: porre le basi per il raggiungimento della Docg, per questo distretto che conta oltre mille ettari con circa 4,5 milioni di bottiglie.



Il nuovo cda

Seby Costanzo
(Cantine di Nessuno),
Irene Badalà
(azienda omonima),
Marc De Grazia
(Tenuta delle Terre Nere),
Federico Lombardo
di Monte Iato (Firriato),
Marco Nicolosi Asmundo
(Barone di Villagrande)
e Graziano Nicosia
(cantina omonima).



ARVANGE

METODO CLASSICO
PAS DOSÉ



EMOZIONI CHE VINCONO

WWW.CANTINAVALTIDONE.IT

ABRUZZO. Export vino a +90% in 10 anni. Stabile l'imbottigliato 2021

Segnali positivi dal bilancio presentato dal Consorzio Vini d'Abruzzo, tramite l'Osservatorio permanente Nomisma Wine Monitor. Il primo dato è che la promozione all'estero ha spinto le vendite nel 2021, in ripresa del 10% rispetto al 2020 (dopo un calo di appena l'1% sul 2019), nei principali Paesi target per un fatturato complessivo superiore ai 205 milioni di euro: Germania (+25%), Usa (+12%), Svizzera (+45%), Cina (+33%), Giappone (+26%). Risultati che, secondo il presidente Valentino Di Campi (foto), sono "l'effetto del trend che ha portato dal 2010 a oggi a una crescita del 90% delle esportazioni dei nostri vini".

A livello nazionale, a fronte di un riallineamento delle vendite nella Gdo nel terzo trimestre, il Montepulciano d'Abruzzo è sopra i livelli 2019. Considerando il periodo



2018-2021 (gennaio-settembre), fa sapere il Consorzio, le vendite di questa Dop (ora a 43 milioni di euro) sono cresciute del 12% a valore per su tutti i formati e del 6% per le bottiglie (da 0,75 litri). **Il 2021, inoltre, registra un calo nelle fasce di prezzo più basso** (bottiglie sotto 3 euro per il canale discount, in linea col trend nazionale) e un incremento in tutte le altre. Nei 4 anni considerati, infine, il Montepulciano d'Abruzzo sopra i 7 euro ha raddoppiato le vendite. "La premiumisation dei consumi in Italia sta interessando anche il Montepulciano d'Abruzzo", ha proseguito Di Campi, sottolineando che la crescita delle vendite dei vini abruzzesi nelle fasce alte ha portato a un aumento del prezzo medio del 19% delle bottiglie vendute in Gdo. "E questo" ha concluso il presidente "è un segnale molto importante".

COLLIO. Anno positivo e imbottigliamenti a +15%

Anno di crescita per il Consorzio tutela vini Collio, che registra un 15% in più di imbottigliamenti rispetto all'anno 2020, negli 11 mesi tra gennaio e novembre 2021. **David Buzzinelli**, presidente del Consorzio parla del 2021 come si un "anno di miglioramento e di ripresa. Una ripresa che, oltre a passare attraverso queste cifre rassicuranti, si manifesta anche con una ritrovata positività e fiducia nei nostri produttori".

Le attività di promozione e comunicazione non si sono fermate. "Enjoy Collio Experience" ed "Enjoy Autumn Collio Experience" (tenuto a novembre) sono eventi che hanno richiamato stampa italiana ed estera (Usa e Uk) in un momento delicato dei mercati: "Preziose occasioni per far conoscere il nostro patrimonio enologico", ha concluso Buzzinelli, ricordando l'ultima serie di incontri e approfondimenti in formato digitale promossi dall'ente consortile.

VALLE D'AOSTA. Il Consorzio nascerà entro febbraio 2022



Via libera unanime dell'assemblea della Vival, l'associazione dei viticoltori valdostani alla costituzione del Consorzio di tutela dei vini Doc Vallée d'Aoste. L'incontro, tenuto il 17 dicembre scorso, segna un ulteriore passo per la costituzione ufficiale dell'ente, a cui ha lavorato da tempo il consiglio di amministrazione della Vival, sostenuto dall'amministrazione regionale. Oggi, la Vival rappresenta circa il 90% della produzione regionale di vini Doc. La Valle d'Aosta del vino coltiva, nel complesso, circa 500 ettari, di cui 350 a Doc. La produzione di uve è pari a circa 25 mila quintali annui, mentre quella imbottigliata media annua è compresa tra 2,5 e 3 milioni di pezzi, con una quota export che si aggira intorno al 20% e i principali clienti sono Stati Uniti e Giappone.

Entro fine febbraio 2022, sarà costituito il Consorzio con atto notarile e incarico Mi-paaf per svolgere le attività di legge (tutela, vigilanza, promozione, valorizzazione e informazione). Nella stessa occasione l'assemblea eleggerà il nuovo Consiglio di amministrazione che dovrà rappresentare i produttori di uve, i trasformatori e gli imbottiglieri. **Tra le prime azioni del Consorzio, la proposta del nuovo disciplinare al Ministero per le Politiche agricole.** Un insieme di regole che risalgono a circa 15 anni fa e che hanno bisogno di essere aggiornate. Una di queste è l'estensione della possibilità di spumantizzare su tutto il territorio, la possibilità per i produttori della bassa Valle di rivendicare i vini da uve Nebbiolo, l'imbottigliamento obbligatorio in zona per le bollicine a base Prié blanc nel comprensorio di Morgex-La Salle. – **G.A.**

MONTEPULCIANO. Oltre 170mila euro per un piano d'azione rivolto al turismo invernale. E l'Anteprima del Nobile strizza l'occhio ai wine lover



Sotto l'albero di Natale, Montepulciano trova un "pacchetto" da 171mila euro, pronti ad essere spesi in attività, eventi ed iniziative da realizzare nel periodo invernale, normalmente caratterizzato da un calo fisiologico delle presenze turistiche. **L'investimento è frutto dell'accordo raggiunto tra il Comune e il Consorzio del Vino Nobile che hanno contestualmente approvato il "piano d'azione" a cui viene affidato il compito di promuovere in modo innovativo la destinazione turistica ed il brand Montepulciano,** forti di una stagione estiva di grande ripresa. Inoltre, facendo perno sull'Anteprima del Vino Nobile (16-17 febbraio), Montepulciano rilancia, mettendo in cantiere diverse attività: dagli spot pubblicitari sui canali Rai agli eventi (per il 22 febbraio, all'interno di "Battello terra" è in programma il convegno "Turismo dei millennials e della generazione Z"), passando per alcune sessioni formative rivolte agli operatori turistici, in collaborazione con l'Associazione Italiana Sommelier.

"I risultati che stiamo raccogliendo oggi non sono casuali" commenta il sindaco di Montepulciano Michele Angiolini "ma sono il frutto di investimenti realizzati in un momento difficile come quello del lockdown. Montepulciano ha continuato ad essere presente nel panorama (e nei desideri) dei viaggiatori. E ora, forti dell'esperienza compiuta e degli effetti che ha prodotto, lanciamo un nuovo piano d'azione, puntando ad un periodo tradizionalmente caratterizzato da flussi meno consistenti come quello compreso tra gennaio e la Pasqua".

Approfittando dell'Anteprima, quindi, la denominazione prova a comunicarsi anche in modo meno "istituzionale": *"La nostra anteprima"* spiega il presidente del Consorzio **Andrea Rossi** (a sinistra nella foto con il sindaco Angiolini) *"è un appuntamento centrale per i nostri produttori che si colloca in un mese di bassa stagione e che fino ad ora ha avuto un carattere spiccatamente di settore, meno turistico. Intervendiamo dunque con una rivisitazione della settimana, arricchendo il suo calendario, e approfittiamo di quel periodo anche per brevettare Battello Terra un appuntamento più culturale e di studio; allo stesso tempo inseriamo un evento rivolto ai wine lover che sono proprio quelli che da tempo riescono a trainare le presenze nelle terre toscane dove si producono le Docg più conosciute al mondo".*



#stappacongamberorosso
VINI D'ITALIA 2022



Franciacorta Dosaggio Zero Gualberto '11
RICCI CURBASTRO

In Lombardia sulle sponde del Lago d'Isèo nella terra del Franciacorta più precisamente a Capriolo troviamo l'azienda dell'azienda Ricci Curbastro. La famiglia Curbastro ha dato vita all'azienda negli anni '60 realizzata sottoterra in un vasto parco dove sorge la Villa Evelina. Con Marco Sabellico assaggiamo il Franciacorta Dosaggio Zero Gualberto '11. Dal colore paglierino dai riflessi dorati, il perlage è fine, fitto e persistente, al naso complesso, ricco di frutti, agrumi, mela matura, note di lievito, crosta di pane, spezie ed erbe aromatiche. In bocca è secco, deciso, elegante, pieno, profondo, minerale, sorretto da una bella vena acida che dona dinamicità all'assaggio. Ottimo da abbinare a piatti di pesce, conchiglie, crostacei e ostriche.

Visita il sito: www.riccicurbastro.it/

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/tv/CXjR_7eNeBN/

BILANCI 1. Riunite & Civ sale a 237 mln di euro. Bene sia l'export (+12%) sia l'Italia (+3%)

Cantine Riunite & Civ chiude positivamente il bilancio 2020-2021 (al 31 luglio) con una crescita dei ricavi superiore al 5% rispetto al precedente esercizio. La cooperativa, che conta 1.500 soci e cantine associate in Emilia-Romagna e Veneto, ha toccato i 237 milioni di euro di ricavi, confermandosi leader dei frizzanti emiliani come Lambrusco e Pignoletto, ma anche nel Prosecco col brand Maschio. Il bilancio è stato approvato dall'assemblea giovedì 16 dicembre.

Sul fronte della redditività, il margine operativo lordo, rende noto il Gruppo, è pari all'8,7% del valore della produzione (a 21,5 milioni di euro), che ha consentito di remunerare ai soci un prezzo medio di riparto di 52,8 euro a quintale, considerando gli 810mila quintali di uva conferita nell'annata 2020. **L'utile d'esercizio ammonta a 12,5 milioni di euro**; il patrimonio netto è a 187,4 mln (44% delle proprie fonti); la posizione finanziaria netta è a 3,8 mln e migliora raggiungendo l'obiettivo del piano triennale. L'export è cresciuto del 12% mentre in Italia, nonostante la riduzione dei consumi fuori casa, cresce del 3%, spinto dal marchio Righi per il Pignoletto

Il Gruppo che fa capo a Cantine Riunite & Civ, grazie al contributo della controllata Gruppo italiano vini e delle società estere di distribuzione, tra cui la francese Carniato e la statunitense Frederick Wildman and Sons, è tra le più importanti realtà vitivinicole a livello mondiale, con un fatturato consolidato di oltre 620 milioni di euro.

BILANCI 2. Dopo la fusione Cantine di Verona cresce del 5%

Cantine di Verona (gruppo vitivinicolo cooperativo che oggi riunisce Cantina Valpantena, Cantina di Custoza e Cantina Colli Morenici) ha approvato il primo bilancio dopo l'operazione di fusione di incorporazione con Custoza avvenuta a luglio 2021. Il fatturato è di 66,47 milioni di euro, in aumento di oltre il 5% rispetto all'anno precedente, l'utile netto di 409.668 euro, mentre il patrimonio netto è di 29.591.653 euro, in crescita di oltre il 15% rispetto al precedente esercizio. Un consolidamento dei conti economici del gruppo, così come approvato all'assemblea dei soci di sabato 18 dicembre. **Le liquidazioni ai soci risultano in crescita di oltre il 10%**. Cantine di Verona oggi conta circa 110 dipendenti, distribuiti nelle tre sedi di Quinto, Custoza e Ponti sul Mincio e i 9 punti vendita (tra Veneto e Lombardia) che hanno registrato un aumento delle vendite dell'8% (7,7 mln di euro).

Il presidente **Luigi Turco** ha annunciato che nei primi mesi del prossimo anno è prevista la completa sostituzione dell'impianto di imbottigliamento dello stabilimento di Custoza: "Questo permetterà, oltre all'incremento della capacità di imbottigliamento, la possibilità di produrre vini spumanti e frizzanti, che potranno rappresentare una delle prossime sfide commerciali del nostro gruppo". In programma c'è anche un ampliamento delle capacità di stoccaggio e un nuovo magazzino nel sito produttivo di Custoza. "Valorizzeremo anche un Custoza Riserva e il Garda Doc", ha concluso Turco. Presentata, infine, la nuova immagine coordinata del gruppo, con un nuovo sito e un nuovo logo.



BILANCI 3. Il Gruppo Caviro in crescita grazie alle esportazioni

L'export traina i ricavi del Gruppo Caviro ha dato il via libera al bilancio d'esercizio (chiuso al 31 agosto 2021) con un consolidato di 390 milioni di euro, in aumento dell'8% sul



2020. Ottimi i risultati fuori confine (+17%), di cui vino +6% e B2B +75% e, in particolare, quelli della società controllata Caviro Extra (+23%), che valorizza i sottoprodotti. La composizione dei ricavi nell'anno fiscale 1 settembre 2020-31 agosto 2021 è così suddivisa: vino 65%, mosti, alcol e acido tartarico 20%, energia e ambiente 15%. In crescita di 15 unità anche le unità di lavoro, per un totale di 583 persone mediamente impiegate. **La divisione vino ha segnato +6% all'estero (Uk primo mercato col 36%)**. Nel segmento daily ha prevalso il brand Tavernello, nel segmento premium i marchi Leonardo da Vinci, Cesari e il nuovo Vigneti Romio.

Considerando la marginalità del Gruppo, il 2020/21 evidenzia una netta crescita del patrimonio netto (da 89 a 123 mln euro), un Ebitda che passa da 27 mln euro (incidenza sul fatturato del 7,4%) a 31 mln euro (8%), un utile di esercizio al 31 agosto 2021 di 8,7 mln euro, con 22 mln di investimenti. Nel corso della vendemmia 2020 i conferimenti ordinari dei soci sono stati liquidati a +7% rispetto alla media del mercato. "In un anno in cui i consumi di vino in Grande distribuzione hanno avuto una flessione abbiamo registrato un deciso aumento sul fatturato", ha commentato il presidente Carlo Dalmonte, che ha parlato di grande flessibilità in un anno assolutamente particolare caratterizzato da frenate e ripartenze improvvise.

È di 22 milioni di euro la somma investita per impianti e tecnologie necessarie a migliorare le performance ambientali. E il management ha definito tre obiettivi per il triennio 2021-2024. Il primo, come fa sapere il direttore generale, **Simon Pietro Felice**, sarà la certificazione del bilancio di sostenibilità che verrà presentato a marzo 2022. "Vogliamo integrare il piano della sostenibilità col piano industriale a livello di azioni, risorse, costi e investimenti e portare la sostenibilità in vigna con la diffusione di un protocollo condiviso tra i soci. Il terzo progetto riguarda la business continuity, in ottica di risorse umane e formazione".

CHAMPAGNE. Fusione Nicolas Feuillatte e Crvc: nasce maxi-polo da 24 mln di bottiglie

È certamente una delle più grandi operazioni di fusione da diversi decenni in Champagne quella che una settimana fa ha dato vita (ufficialmente dopo un percorso di due anni, rinviato di 6 mesi ad aprile 2021 causa Covid) a uno dei più grandi gruppi produttori di Champagne. E così Crvc-Champagne Castelnau (Crvc) e Centre vinicole-Champagne Nicolas Feuillatte (Cv-Cnf) dal 31 dicembre prossimo saranno un tutt'uno. Ma, soprattutto, daranno vita a un gruppo che **prenderà il nome di "Terroirs & vignons de Champagne", con una capacità potenziale di 24 milioni di bottiglie** e un fatturato che i manager puntano a portare a 300 milioni di euro.



Si tratta del terzo più grande polo spumantistico sul territorio. Gestirà il lavoro di 6mila viticoltori e ben 3mila ettari vitati, ovvero circa il 9% dei 34mila ettari della Aop Champagne. Sul fronte dei volumi, come riferisce una nota ufficiale, la nuova società potrà contare su una quota dell'8% sul totale di 300 milioni di pezzi medi annui.

TANNICO. Ok Ue a controllo congiunto di Campari e Moët Hennessy

La Commissione Ue ha autorizzato l'acquisizione del controllo congiunto di Tannico e Wineplatform spa, con sede in Italia, da parte della francese Moët Hennessy Sas e del Gruppo Campari, quotato a Piazza Affari con sede in Olanda. Le due società avevano annunciato una joint venture lo scorso luglio per fare di Tannico il più grande player del commercio di alcolici online.



Secondo la Commissione, non ci sono rischi per la concorrenza, dato che Moët Hennessy e Campari (già nel capitale di Tannico) *"non avrebbero né la capacità né l'incentivo di/a restringere l'accesso dei produttori di vino e di superalcolici e dei grossisti concorrenti ai venditori online, in particolare in Italia"*. Il ceo della nuova realtà è Marco Magnocavallo (foto), fondatore e attuale amministratore di Tannico.



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2022



Nsajàr Vigna Miucia Terre Siciliane '19 RIOFAVARA

In Sicilia nella terra di Val di Noto troviamo ad Ispica Riofavaara di Marianna e Massimo Padova che si estende su 20 ettari di vigneto con certificazione biologica. Con Marco Sabellico assaggiamo il Nsajàr Vigna Miucia Terre Siciliane 19. Dal colore paglierino brillanti con riflessi dorati, al naso è intenso, ricco di frutta matura, note floreali di fiori bianchi, note balsamiche e iodate. In bocca presenta una grintosa e fresca vena acida, ricco di frutta matura e note iodate, con un finale lungo e persistente. Ottimo da abbinare a pesce crudo, pesce affumicato, crostacei, pesci arrosto, ma anche una frittura di paranza.

Visita il sito: www.riofavara.it/

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/tv/CX1211FNpiR/

PACKAGING. Dalla decorazione digitale ad una silhouette più raffinata: il vino alla ricerca di un look premium

Non solo vino: anche il packaging vuole la sua parte. Quali le novità e le tendenze per i prossimi anni? Tra quelle da tenere d'occhio c'è sicuramente la decorazione con stampa digitale. Niente carta, niente etichetta, ma una bottiglia che diventa una sorta di tela su cui trasferire la propria idea e la propria storia. Utilizzata per le edizioni limitate degli spirits (vedi Bacardi), inizia a fare breccia anche nel "tradizionalista" mondo del vino, con interessanti progetti che debutteranno nel 2022.

Ma come funziona e in cosa si differenzia dalla stampa tradizionale? Lo abbiamo chiesto a **Ernesto Ghigna**, European Wine Marketing Manager O-I, la multinazionale leader del settore vetro (nel 2020 i ricavi sono stati pari a 6,1 miliardi di dollari e in Italia produce 5 miliardi di contenitori l'anno) che la utilizza con il servizio O-I Expressions.

"Prima di tutto è tutto digitale. Questo significa avere una maggiore flessibilità, sia nel modificare il progetto in tempo reale e realizzare grafiche diverse all'interno dello stesso progetto, sia nel fare un ordine per quantità ridotte. Si lavora in quadricromia, con la possibili-

tà di riprodurre quasi il 100% dei colori pantone, con un livello di qualità molto sofisticato". A livello ambientale, il sistema di stampa digitale utilizza solo inchiostri organici e la bottiglia può essere immessa nel ciclo standard di recupero del vetro.

Tra le possibilità anche quella di utilizzare un decoro a rilievo, creando un effetto tattile sia in trasparenza, sia su base colore, con il vantaggio che l'elemento decorativo è molto più preciso rispetto allo standard, perché ottenuto direttamente sulla bottiglia già prodotta. Sostenibilità e precisione sono, quindi, due dei caratteri distintivi del sistema. La stampa sul vetro apre nuove strade, come spiega Ghigna: *"È dedicata a progetti particolari, come per esempio le edizioni limitate. Una soluzione che, grazie ad un elemento catalizzatore, diventa molto efficace nello story telling dell'azien-*



da e che aggiunge pregio ai prodotti".

Tra le altre novità lanciate da O-I e che hanno sempre a che fare con il tema della premiumizzazione c'è O-I Sommelier, un nuovo concept che, ridisegnando il collo della bottiglia (in particolare, unendo la bocca ed il corpo della bottiglia tramite una piccola scanalatura sul collo), mette in risalto la silhouette del contenitore, conferendogli un aspetto premium anche grazie allo spessore del collo leggermente più elevato rispetto alle bottiglie standard. Dal punto di vista funzionale, la scanalatura favorisce il taglio della capsula, rendendo il gesto più semplice e preciso. Bello, ma anche pratico.

INVESTIMENTI. Ecco come funziona Vindome: l'app a prova di collezionisti

Lanciata in Italia esattamente un anno fa, Vindome è l'app che permette di acquistare vini o effettuare investimenti, a partire da cifre contenute fino a selezioni del valore di diverse migliaia di euro. Due le sezioni disponibili: quella dedicata alle Collezioni, dove ci sono tutta una serie di assortimenti di vini suddivisi per budget e orizzonti temporali d'investimento e la cosiddetta Live Market (rivolta ai più esperti), che permette di operare in un vero e proprio wine market in tempo reale, navigando fra centinaia di eccellenze e dove è possibile acquistare direttamente al prezzo di mercato o fare un'offerta, senza investimenti minimi richiesti.

Il vino comprato, poi, si può rivendere sul live market o lo si può riscattare, facendolo arrivare a casa in qualsiasi mo-



mento, dopo averlo stoccato in sospensione d'iva nei magazzini Vindome: "Lavoriamo solo con produttori e negozianti" dicono dal gruppo "poi ogni cassa viene ispezionata e sigillata con un tag e ogni transazione registrata su blockchain. Inoltre, tutti i vini vengono conservati nei magazzini in Francia e in Italia che chiaramente assicurano le giuste condizioni di invecchiamento". Partner del progetto sono i magazzini Hildebrand, leader nello stoccaggio di vini ad alto valore.

Lo scopo, quindi, non è solo bere, ma anche guadagnare: "Negli ultimi 30 anni il tasso composto di crescita annuale è stato tra il 10% e il 14%" spiegano da Vindome "Non solo il vino è redditizio, ma è anche un modo relativamente sicuro per diversificare il proprio portfolio". - **A.Z.**

ENOTECHES. Per Signorvino le vendite online aumentano del 27%. Ma la catena annuncia altre 10 aperture per il 2022

Signorvino chiude il 2021 con un giro d'affari di 35 milioni, 1 milione di bottiglie vendute e un nuovo punto vendita, appena inaugurato a Milano, che porta il numero complessivo a 25. Ma già guarda al 2022, annunciando altre dieci inaugurazioni, con l'obiettivo di raggiungere un fatturato da 50 milioni di euro.

Intanto, i dati dell'Osservatorio dell'enocatenavero incoronano i vini rossi come i più venduti con una quota del 48,5%, seguiti dalle bollicine che coprono invece un 27,8% del totale. La denominazione più venduta nei locali Signorvino è sicuramente il Franciacorta, seguita dall'Amarone della Valpolicella (vedi tabella). Quelle che hanno registrato l'aumento maggiore nelle vendite sono state il Primitivo di Manduria (+15%), il Franciacorta (+28%), il Prosecco (+36%) e il Trento Doc (+42%). **Infine, a crescere di più in assoluto è l'Etna, con un trend del +82%**. Relativamente ai canali di vendita, è l'online che segna il maggiore incremento, raggiungendo un +27% rispetto allo scorso anno. Nel periodo analizzato (da gennaio 2021 fino ad oggi) le bottiglie acquistate attraverso l'e-commerce sono state circa otto per ordine, il doppio di quelle medie registrate per gli scontrini staccati in negozio. Lo scontrino medio è di 106 euro online contro i 44 euro nel retail.

"Quest'anno" commenta il brand manager Luca Pizzighella "abbiamo svolto un lavoro importante sulla digitalizzazione, migliorando e ottimizzando il nostro e-commerce, che è stato lanciato a maggio del 2020, il servizio di O2O e stringendo una nuova partnership con Glovo. Ciononostante, siamo convinti che il vino sia condivisione e all'interno dei nostri negozi è possibile vivere un'esperienza immersiva, grazie anche ai nostri Wine Specialist. Per questo motivo abbiamo confermato l'apertura di altri 10 negozi nel 2022, in centri commerciali, in centri storici e con nuovi test in location traffic road".

Top 10 denominazioni

- 1 Franciacorta
- 2 Amarone della Valpolicella
- 3 Prosecco DOC e DOCG
- 4 Valpolicella Ripasso
- 5 Trento DOC
- 6 Barolo
- 7 Lugana
- 8 Brunello di Montalcino
- 9 Bolgheri
- 10 Primitivo

fonte: Osservatorio Signorvino



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2022



Chianti Rufina Vign. Quona Ris. '18 I VERONI

In Toscana nella zona della Rufina più precisamente a Pontassieve sorge l'azienda I Veroni di proprietà della Lorenzo Mariani. Con Marco Sabellico assaggiamo il Chianti Rufina Vign. Quona Ris. '18. Dal colore rubino intenso e brillante, al naso è ampio e ricco, emergono note di frutti rossi di ciliegia, marasca, mora, ribes nero con sfumature di erbe aromatiche e delicate note boisé. In bocca il vino è fine, elegante, pieno, ricco di frutto, sorretto da una fresca vena acida. Ottimo come da abbinare a carni rosse, carni arrosto, selvaggina e formaggi stagionati.

Visita il sito: www.iveroni.it/

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/tv/CXrAXgSt0sA/

RICERCA. Un'ibridazione euroasiatica all'origine dell'uva da vino europea. La scoperta dell'Università di Udine, che premia il patrimonio italiano

L'uva da vino europea potrebbe avere avuto origine dall'ibridazione di uve da tavola addomesticate in Asia occidentale con viti selvatiche europee locali. Lo afferma uno studio dell'Università di Udine e dell'Istituto di genomica applicata (Iga) di Udine, che ha ricostruito la storia evolutiva delle varietà di vite e ha identificato il gene forse responsabile del passaggio della pianta da selvatica a coltivata.

Alcune ricerche precedenti avevano suggerito che l'uva da vino europea avesse avuto origine dall'addomesticamento delle specie di uva selvatica europea, indipendentemente da quanto fatto in Asia occidentale. Invece, il team guidato dal genetista **Michèle Morganti**, direttore dell'Iga, ha analizzato oltre 200 varietà di vite, giungendo a una conclusione: **"Tutte le viti coltivate derivano da un unico evento avvenuto nel Caucaso, l'attuale Georgia, a dispetto di alcune teorie secondo cui c'era stato un secondo evento di addomesticamento in Europa. Da questo unico evento sono derivate inizialmente le varietà di uva da tavola, da cui poi si sono ottenute quelle da vino, successivamente portate in Europa"**.

Diverse le altre conclusioni della ricerca (pubblicata su Nature), importanti per la viticoltura mondiale. Per esempio, **la grande diversità varietale italiana trova precisa rispondenza genetica a livello genomico**. Se, infatti, nel pool genetico della vite coltivata si riconoscono 4 antiche popolazioni di vite che l'uomo in un lontanissimo passato ha contribuito a selezionare e poi mescolare, l'Italia è **"l'unico Paese nel cui patrimonio varietale di vite da vino si ritrovano rappresentati in maniera significativa tutti e quattro questi contributi ancestrali"**.



Altro punto concerne gli autoctoni. Alcune diffuse e pregiate varietà di vite da vino, del centro-nord Europa (come Traminer, Sauvignon, Riesling, Pinot, Cabernet, Merlot), derivano da **"incroci fra viti coltivate portate dall'Oriente e viti selvatiche europee e portano all'interno del loro genoma tratti di Dna derivati dalle viti selvatiche: un po' come è avvenuto per noi umani con l'uomo di Neanderthal"**, ha spiegato il ricercatore **Gabriele Di Gaspero**. **"Proprio tali eventi di ibridazione avvenuti più volte e indipendentemente in Europa giustificano l'uso del termine autotono, per riferirci a varietà che consideriamo originarie del nostro paese o regione, ma che in realtà hanno radici più lontane nei paesi in cui la specie è stata originariamente addomesticata"**.

In Italia e Francia alcune varietà coltivate hanno metà del genoma di natura selvatica (ibridi F1). Tra queste, in Italia, ci sono Enantio (noto anche come Lambrusco a foglia frastagliata) e Lambrusco Grasparossa. Un'evidenza in accordo con gli scritti di Plinio il Vecchio che parlava di *vitis silvestris* o *vitis labrusca*.

Il team di Morgante ha identificato, infine, i due geni responsabili dell'aumento della dimensione del frutto. **"L'incremento della dimensione delle bacche"** ha rilevato Morgante **"è stato uno degli obiettivi della millenaria opera di selezione dell'uomo e ora potremmo avere finalmente identificato i meccanismi molecolari su cui questa selezione ha agito. Tali conoscenze potrebbero avere un impatto anche al di là della vite stessa"**.

La cattiva informazione sulla genetica viticola: le conseguenze negative sull'immagine del vino



Da quando esistono i social network tutto è cambiato. In primis perché la democrazia del web non tollera facilmente autorevolezza dell'esperto e poi perché il buon senso non si può riassumere in "mi piace o non mi piace". Si leggono opinioni, giudizi, espressioni prese a prestito un po' dovunque, si cerca di dimostrare di essere più bravi degli altri, ma spesso manca l'esperienza e la conoscenza.

Auerbach sosteneva che nell'età barocca, nelle corti francesi, era importante mostrare conoscenza di tutto e di niente: la non conoscenza era un segno di aristocrazia. Oggi fatte le debite proporzioni, come dice l'agronomo-scrittore Pascale, questa strana situazione sembra ripetersi. Alcuni giovani formati nelle facoltà umanistiche o in quelle delle scienze della comunicazione, in mancanza di lavoro nei loro specifici settori di competenza, entrano con miseri compensi nelle associazioni ambientaliste o nei movimenti new age "con il nobile intento di porre fine non solo ai loro problemi, ma anche a quelli del mondo". Si trovano così a dover spiegare e scrivere sugli effetti della CO₂, sul riscaldamento globale, sui pesticidi, sugli Ogm, senza competenze specifiche e quindi sono costretti a "volgarizzare" per informare il consumatore, concetti di chimica, agronomia, genetica, etc che non conoscono, facendo colossali errori di interpretazione e di valutazione. Gran parte delle vendite di beni di consumo dipende dalla capacità che hanno i venditori di manipolare il nostro senso di colpa e di solitudine, le nostre paure, ansietà, la nostra segreta tensione.

La paura di oggi è legata soprattutto alle condizioni della nostra vita quotidiana, all'inquinamento, alla progressiva riduzione delle fonti energetiche, alla perdita incessante di forme di vita naturale, al rapporto problematico tra cibo e salute. **Il marketing moderno utilizza quindi la forza della psicologia ambientale** nell'analisi motivazionale per esorcizzare le nostre paure inconsce, insegnando agli imprenditori a cavalcare l'onda della ecostenibilità, con un occhio ai profitti ed un altro alla responsabilità sociale, senza barare però: i consumatori sono pronti a colpire chi ne fa solo una questione di immagine.

– **Attilio Scienza**, Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

BIOTECH. L'Italia accelera sulle Tea: presentata proposta di legge alla Camera

L'Italia punta decisa sulle nuove tecnologie di evoluzione assistita (Tea) applicate all'agricoltura. E lo fa con una proposta di legge presentata alla Camera dei deputati lo scorso 15 dicembre. Il testo, che vede primo firmatario il presidente della Commissione agricoltura alla Camera, Filippo Gallinella, assieme ai parlamentari pentastellati Gagnarli, L'Abbate, Cadeddu e Cillis, ha come obiettivo **l'introduzione di un iter semplificato per la sperimentazione in agricoltura degli organismi ottenuti mediante queste tecniche**. "Vogliamo consentire la ricerca in campo aperto" ha spiegato Gallinella "sugli organismi prodotti con tecniche di genome editing (mutagenesi sitodiretta) e cisgenesis, per fini sperimentali e scientifici, sotto l'egida della ricerca pubblica".

Il clima in materia di biotech è diverso da quello di qualche anno fa, perché l'Europa ha cambiato orientamento, distinguendo l'ambito degli Ogm da quello delle nuove tecniche genomiche, come raccontato sul [Settimanale Tre Bicchieri a maggio 2021](#). E la proposta di legge, hanno sottolineato i promotori, è coerente proprio con lo studio della Commissione Ue del 29 aprile 2021 sullo stato delle nuove tecniche genomiche.



L'Italia, quindi, anticipa i tempi, in attesa che l'Ue adotti una disciplina organica. Come riferito dai promotori, la volontà è avere "piante più sostenibili dal punto di vista ambientale, ridurre l'uso di fitofarmaci e aumentare le resistenze ai cambiamenti climatici". Soddisfazione è stata espressa dalla Società italiana di genetica agraria (Siga) e dal Crea, che si è detto pronto a testare sul campo vitigni resistenti alle fitopatie già sperimentati in laboratorio. – **G.A.**

ENO MEMORANDUM

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaboratoGianluca Atzeni, Attilio Scienza,
Lorenzo Ruggeri, Annalisa Zordanprogetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Dilok/Adobe Stock (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

PER TUTTO DICEMBRE❖ **CANTINE APERTE****A NATALE**in tutta Italia
movimentoturismovino.it**27 DICEMBRE**❖ **STAPPA****CON GAMBERO ROSSO**Toblino
Vènt Extra Brut
Millesimato '17
Sui canali social
del Gambero Rosso**29 DICEMBRE**❖ **STAPPA****CON GAMBERO ROSSO**Fabrizio Pratesi
Carmignano
Il Circo Rosso Ris.
Sui canali social
del Gambero Rosso**30 DICEMBRE**❖ **STAPPA****CON GAMBERO ROSSO**Réva
Barolo Ravera '16
Sui canali social
del Gambero Rosso**3 GENNAIO**❖ **STAPPA****CON GAMBERO ROSSO**Cantine Collalto
Conegliano Valdobbiadene
Extra Brut Ponte Rosso '20
Sui canali social
del Gambero Rosso**5 GENNAIO**❖ **STAPPA****CON GAMBERO ROSSO**Sorelle Bronca
SerBele Ris. '17
Sui canali social
del Gambero Rosso**7 GENNAIO**❖ **STAPPA****CON GAMBERO ROSSO**Cantina Produttori Cormòns
Friuli Malvasia Harmo '19
Sui canali social
del Gambero Rosso**9 GENNAIO**❖ **STAPPA****CON GAMBERO ROSSO**Loredan Gasparini
Spineda '17
Sui canali social
del Gambero Rosso**10 GENNAIO**❖ **STAPPA****CON GAMBERO ROSSO**Baccellieri
Siccagno '20
Sui canali social
del Gambero Rosso**15 GENNAIO**❖ **NEBBIOLO NEL CUORE**Centro Congressi Barcelò
Aran Mantegna
Roma
via Andrea Mantegna 130
fino al 16 gennaio
nebbiolonelcuore.com**15 GENNAIO**❖ **NOT - VINI FRANCHI**Palermo
Cantieri culturali alla Zisa
via Paolo Gilli, 4
fino al 17 gennaio
facebook.com/RasseгнаNot/**16 GENNAIO**❖ **VINI MIGRANTI**Firenze
Auditorium Flog
via Michele Mercati 24 b
fino al 17 gennaio
facebook.com/vinimigranti/**17 GENNAIO**❖ **MILLESIME BIO****DIGITAL SESSION**Montpellier (Francia)
fino al 18 gennaio
millesime-bio.com**17 GENNAIO**❖ **BIENNALE****INTERNAZIONALE
DEL VINO**Bologna
Volvo Congress Center
fino al 18 gennaio
biennaledelvino.com

Le grandi cantine del Piemonte

FERRARIS
AGRICOLA

S.P. 14 LOC. RIVI, 7 | 14030 CASTAGNOLE MONFERRATO (AT)

WWW.FERRARISAGRICOLA.COM | 0141 292202

Ferraris Agricola è Luca Ferraris alla guida dell'azienda di famiglia: una visione imprenditoriale di territorio nel nome della sua grande passione per il Ruchè. 34 ettari di vigneti di proprietà il cui nucleo originario nasce nel comune di Castagnole Monferrato per poi ampliarsi con due importanti acquisizioni: Vigna del Parroco e Cà Mongròss a Montegrosso d'Asti. Di recente acquisizione due ettari in Alta Langa. I vigneti dell'azienda Ferraris Agricola sono presenti in quattro dei sette comuni della denominazione: Castagnole Monferrato, Grana, Montemagno e Scurzolengo. I suoli, originatisi durante il Miocene, sono marnosi, in alcune zone si fanno argillosi e sabbiosi, ricchi di fossili, segno dell'ancestrale presenza del mare.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Barbera d'Asti Sup. Viti Centenarie '17

Si offre al naso con aromi ampi e intensi di frutta matura, amarena e confettura di prugne, che ben si fondono con note floreali di rosa, viola e accenni tostati e balsamici legati all'affinamento in legno. In bocca è elegante in ogni suo aspetto con una eccezionale persistenza. È un vino che può invecchiare egregiamente per almeno 10/15 anni. Ottimo con piatti a base di carne e formaggi di media stagionatura.

Ruchè di Castagnole M.to Clàsic '20

Ammaliante è la sua veste rubina intensa e luminosa. La trama olfattiva non è da meno, con eleganti e complesse note floreali. Aromi profondi e intensi di petali di rosa si intrecciano a sensazioni fruttate di confettura di ciliegie e di frutti di bosco; in chiusura si avvertono sentori speziati di pepe arcobaleno. Alla beva è potente e dotato di un'acidità vibrante, mentre in sottofondo emergono, perfettamente amalgamate, fresche note di legno e balsamiche. Perfetto abbinamento con i primi piatti della tradizione piemontese, tartufi, cacciagione e formaggi.



Ruchè di Castagnole M.to Vigna del Parroco '19



Vino di punta dell'azienda e la bandiera del Ruchè nel mondo, raccontando il valore inestimabile di questo storico e prezioso vigneto. Questo vino si lascia apprezzare per una luminosità preziosa su tonalità rubino con sfumature porpora sull'unghia. Il profilo olfattivo coinvolge subito per personalità e tipicità regalando sentori floreali di rosa e violetta, e sentori fruttati di marasca e piccole bacche di bosco su uno sfondo lievemente balsamico. Al palato conferma di avere stoffa che contraddistingue i "grandi piemontesi". Accompagnerà egregiamente i vostri festeggianti a tutto pasto.

10

anni in legno pregiato



100

anni di tradizione veneta

1

esclusiva grappa riserva

distillerianegroni.com



L'esclusività della Grappa Riserva 10 anni è unica e inconfondibile. Nata in occasione dei 100 anni di attività della Distilleria Negroni profuma di lentezza, di storia, di dedizione, una pregiata qualità senza tempo.

ANTICA DISTILLERIA
NEGRONI



PARITÀ DI GENERE

Dominga Cotarella – Famiglia Cotarella

1 Nella sua esperienza lavorativa quali sono stati gli ostacoli che lei ha dovuto affrontare in quanto donna?

Sinceramente non ho mai visto l'essere donna come un ostacolo né ho avuto grandi impedimenti a riguardo. L'imprenditoria femminile nel mondo del vino sta crescendo e, mi sento di dire, con ottimi risultati. Sicuramente c'è ancora molto da fare ma ho avuto la fortuna di avere la mia famiglia che mi sempre sostenuto: per me Famiglia Cotarella è stata una vocazione grazie alla passione che mi hanno trasmesso mio padre Riccardo, mio zio Renzo e le mie amate mamme.

2 In quale modo è riuscita a superarli e a raggiungere il suo attuale incarico?

Quando ho letto scetticismo o dubbio negli occhi di chi mi giudicava incapace di gestire l'azienda solo perché donna – tra le altre cose bionda, spesso sinonimo di stupidità – ho fatto leva sulle mie competenze e sul sentimento di appartenenza. Il mio incarico è frutto di duro lavoro e tanta, tantissima passione.

3 Nel suo attuale ruolo quali leve gestionali sta utilizzando per facilitare il mondo femminile?

La mia è una squadra al 95% al femminile. Da sempre sostengo quanto sia importante fare rete tra noi donne e, nel mio piccolo, cerco di coinvolgere, sostenere e incoraggiare altre donne per fare progetti insieme, siano queste donne affermate, colleghe o persone semplici che incontro nel mio cammino.

4 Quali proposte o modifiche proporrebbe alle autorità di Governo per accelerare il raggiungimento della parità?

Oggi più che un tempo le donne devono essere tante cose insieme: professioniste impegnate, mogli, fidanzate, mamme, single brillanti, cuoche sopraffine e perfette padrone di casa. Per una donna è più complicato fare carriera, perché mancano servizi pubblici adeguati che agevolino la vita quotidiana. Si potrebbe iniziare con il modulare e rendere più flessibili i tempi e gli orari delle scuole, per esempio, oppure dare strumenti di sostegno per l'organizzazione della giornata.

5 Quale messaggio o consiglio si sente di dare alle donne che hanno capacità e desiderio di



foto di Andrea Di Lorenzo

emergere, in particolare a quelle che stanno ancora lottando e alle giovani generazioni?

Non smettere mai di credere in ciò che si fa, confrontarsi, creare alleanze e osare sempre. Malgrado sia nata in una posizione privilegiata, ho dovuto, con le mie sorelle Marta ed Enrica, lottare per arrivare dove siamo oggi, non solo come azienda ma anche per l'Accademia Intrecci e Fondazione Cotarella, due progetti che non erano propriamente compresi inizialmente dalla prima generazione. Credo però che abbiamo dimostrato con concretezza e coerenza che impegno e passione portano a raggiungere gli obiettivi che ci si prefigge.

6 Ci racconti un aneddoto (positivo o negativo) di una delle sue esperienze sul tema.

Il mio rapporto con la stilista Elisabetta Franchi è basato sulla stima reciproca e il desiderio di fare qualcosa insieme senza gelosie e rivalità. Anzi, condividiamo progetti e contatti, eventi e compleanni! Non è un caso che da qualche mese siamo entrate in contatto con Elena Alberti, Managing Director e CFO della Penske Automotive Italy, con cui stiamo pensando a un nuovo concept che veda coinvolti i tre ambiti in cui operiamo, vino, moda e motori, tre colonne portanti del Made in Italy.

LA CANTINA SI RACCONTA/Cantine Florio

LA STORIA

Fondate nel 1883 da Vincenzo Florio, le cantine Florio sono un pezzo di storia del nostro Paese e, grazie al Marsala, hanno portato – e continuano a portare – nel mondo i sapori e gli aromi mediterranei della Sicilia più intensa. Dal 2003 fanno parte di Duca di Salaparuta che riunisce tre brand storici (Corvo, Duca di Salaparuta e Florio) in un'unica realtà della famiglia Reina, che oggi è il primo gruppo vitivinicolo privato dell'Isola.

IL RAPPORTO CON IL TERRITORIO

Da sempre interpreti del territorio, i Marsala Florio rappresentano un importante patrimonio storico siciliano: grandi vini liquorosi che riportano indietro nel tempo, anche grazie alle Riserve speciali che solo Florio può vantare con i suoi 200 anni di storia. Senza, però, rinunciare ad un approccio moderno e uno sguardo rivolto sempre al futuro. Fondamentale il rapporto di questo prodotto con il territorio, sia come parte della Doc marsala (una delle denominazioni più antiche di Italia), sia nel sostegno al tessuto sociale ed economico della zona di appartenenza.

LA SOSTENIBILITÀ

Costruite quasi due secoli fa in pietra di tufo e dotate di un sistema di ventilazione naturale, le Cantine Florio sono da sempre un esempio di architettura sostenibile, attenta all'impiego di materie prime e maestranze locali, allora come oggi. Ma non solo. Il



Marsala di per sé è un vino sostenibile per definizione, sia nei metodi produttivi sia dal punto di vista enologico: un'arte intuitiva che permette di cogliere l'attimo preciso in cui l'uva sovrà maturata e sapida di mare deve essere raccolta, in cui ogni Marsala chiede di essere spostato in un altro contenitore, legno o zona della Cantina.

In cifre

1883 anno di fondazione

1,5 milioni di bottiglie prodotte

30% export

I MARSALA RISERVA

DONNA FRANCA. Fra tutti i personaggi della dinastia Florio, ancora oggi la più famosa è senza dubbio Donna Franca, la regina di Palermo. A lei e al suo mondo eccentrico è dedicata questa pregiata selezione di Marsala invecchiati in botti di rovere dai 15 anni ai 30 anni. Dal color topazio brillante, al naso presenta intensi e complessi profumi speziati e di frutta matura. Al gusto risulta caldo, ampio e morbido.



BAGLIO FLORIO. Il nome di questo Marsala vergine, prodotto solo nelle annate migliori, è un omaggio all'architettura delle Cantine Florio: il baglio, la tipica costruzione siciliana dal carattere introversivo. Prodotto con uve grillo provenienti da vigneti coltivati ad alberello lungo la costa nord della città di Marsala e affacciati sulle saline, affina per oltre 10 anni in preziosi e antichi caratelli da 300 litri. Un prodotto elegante, intenso e persistente, con cenni di liquirizia e mandorla fusi in un'armoniosa nota vanigliata.

❖ Cantine Florio - Marsala - Trapani - via Vincenzo Florio, 1 - duca.it/florio



CASEIFICIO
**PARMIGIANO
 REGGIANO**
 3276



LA TRADIZIONE
 IL TERRITORIO
 GLI ANIMALI

Caseificio Montecoppe srl via Montecoppe 19/4, 43044 Collecchio (PR)
 www.montecoppe.it 0521/805942 info@montecoppe.it

E-COMMERCE. Mercato alcolici a 43 mld di dollari entro il 2025



È stato, ed è tuttora, uno dei trend più dilaganti, in senso positivo, in questa congiuntura economica determinata dalla pandemia. E lo sarà anche in futuro, se è vero che il mercato globale dell'e-commerce è destinato ad ampliarsi, secondo stime dell'Iwsr, l'istituto londinese di ricerche di mercato su vini e bevande alcoliche. Infatti, nei prossimi 4 anni (entro il 2025) il suo giro d'affari dovrebbe raggiungere i 42 miliardi di dollari, con un incremento del 66%.

La ricerca, concentrata su 16 mercati target (vedi box), ha evidenziato una crescita del segmento dell'online del 12% nel 2019 (pre-pandemia), del 43% nel 2020 (periodo acuto della pandemia) e prevede che entro il 2025 rappresenterà il 6% del mercato globale degli alcolici. Una quota triplicata rispetto al 2% del 2018.

Quali saranno i mercati più performanti? **La crescita sarà guidata, in primis, dagli Stati Uniti**, per i

quali l'Iwsr prevede un tasso di incremento composto annuo del 20%, il quale li porterà a essere il più importante mercato globale per gli alcolici online. Di minore entità rispetto agli Usa sarà il contributo della Cina, che tuttavia è una delle piazze più grandi. Oggi vale circa il 33% del commercio online di alcolici.

Nella gran parte dei mercati analizzati, **il vino è il prodotto più venduto, con circa il 40% del giro d'affari complessivo**, ad esclusione di Cina, Colombia, Messico e Nigeria dove sono le bevande spiritose a dominare le vendite. Secondo l'Iwsr, attualmente circa il 20% del mercato online di alcolici è costituito da birra, sidro e ready to drink. E nei prossimi anni, entro il 2025, saranno proprio loro a "rubare" quote importanti al segmento vino.

Considerando le tipologie dei consumatori, la ricerca evidenzia come il mercato dell'online sia distinto in due macro categorie. Un consumatore più

anziano, che coi dovuti tempi di consegna cerca prodotti convenienti di brand noti sulle piattaforme di vendita online tradizionali come enoteche e siti specializzati, e un consumatore più giovane e più moderno che si appoggia all'online per ordinare, prevalentemente attraverso le app per cellulari, alcolici di fascia premium, con tempi di consegna molto rapidi. "L'e-commerce" commenta **Guy Wolfe**, strategic insights manager per Iwsr "si è fortemente radicato in molti consumatori, consolidando il suo ruolo di terzo canale di vendita per l'acquisto di bevande alcoliche".

I mercati target

Australia, Brasile, Canada, Cina, Colombia, Francia, Germania, Italia, Giappone, Messico, Olanda, Nigeria, Sudafrica, Spagna, Regno Unito, Stati Uniti.

FLAVIO

è passione,
è conoscenza,
è la natura che
diventa eccellenza.



Bevi Rotari Responsabilmente

www.rotari.it



Premiato per sette anni consecutivi
con i Tre Bicchieri di Gambero Rosso.

"Flavio" è il titolo onorifico assunto storicamente dal re longobardo Rotari per richiamare il prestigio imperiale romano e bizantino. Un nome emblematico, scelto per celebrare un vino che racchiude in sé l'espressione più prestigiosa dello stile enologico e spumantistico di Rotari, la realizzazione di un'eccellenza Trentodoc, già consacrata da numerosi premi e riconoscimenti, in Italia e all'estero.


ROTARI
Trentodoc



CALENDAR 2022

FEBRUARY

15 PARIS - France	trebicchieri Experience - Vinexpo
16 LOS ANGELES - USA	trebicchieri 2022
18 SAN FRANCISCO - USA	trebicchieri 2022
23 CHICAGO - USA	trebicchieri 2022
25 NEW YORK - USA	trebicchieri 2022
28 BOSTON - USA	Vini d'Italia Experience - ITA

MARCH

10 MUNICH - Germany	trebicchieri 2022
14 SALZBURG - Austria	trebicchieri 2022
16 PRAGUE - Czech Republic	Vini d'Italia Experience
18 WARSAW - Poland	Vini d'Italia Experience
26 DUSSELDORF - Germany	trebicchieri 2022

APRIL

10-13 VERONA - Vinitaly	trebicchieri 2022
21 HOUSTON - USA	Top Italian Wines Roadshow 14
25 MEXICO CITY - Mexico	Top Italian Wines Roadshow 14

MAY

11 AUCKLAND - New Zealand	Top Italian Wines Roadshow 14
16 MELBOURNE - Australia	Top Italian Wines Roadshow 14
18 SYDNEY - Australia	Top Italian Wines Roadshow 14
SINGAPORE	Top Italian Wines Roadshow 14
HO CHI MINH - Vietnam	Top Italian Wines Roadshow 14
30 STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri SUMMER EDITION

JUNE

01 OSLO - Norway	trebicchieri SUMMER EDITION
03 COPENHAGEN - Denmark	trebicchieri SUMMER EDITION
07 ST. PETERSBURG - Russia	trebicchieri SUMMER EDITION
09 MOSCOW - Russia	trebicchieri SUMMER EDITION
21 VANCOUVER - Canada	trebicchieri SUMMER EDITION
23 TORONTO - Canada	trebicchieri SUMMER EDITION
27 MONTREAL - Canada	trebicchieri SUMMER EDITION

OCTOBER

15-16 ROME - Italy	trebicchieri 2023 premiere
SEOUL - Korea	Top Italian Wines Roadshow 14
TOKYO - Japan	trebicchieri 2023

DATES TO SHOW UP

ZURICH - Switzerland	Vini d'Italia Experience
HONG KONG - China	trebicchieri 2023
BEIJING - China	trebicchieri 2023
SHANGHAI - China	trebicchieri 2023
SAO PAULO - Brazil	Top Italian Wines Roadshow 14

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

www.gamberorossointernational.com

GamberoRossoInternational



IL MIO EXPORT

Isola Augusta – Massimo Bassani

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale e in quali Paesi si concentra la vostra attività?

Esportiamo quasi l'80% delle bottiglie prodotte. I Paesi europei dove siamo più presenti sono senza dubbio quelli del Benelux, dove Jacopo Bassani (*in foto con il padre Massimo; ndr*) è riuscito ad imporre il marchio tramite una rete di distribuzione capillare e soprattutto inserendolo nei più importanti ristoranti stellati di Bruxelles. Siamo inoltre presenti in Uk, Germania, Austria, Svizzera, Polonia, Lituania, Stati Uniti, Canada, Ontario, Australia, Cina, Filippine e Cambogia.

2 Dove si vende meglio e dove peggio e perché?

Il mercato che ci da maggior soddisfazione è quello del Nord Europa, perché è un mercato che punta più alla qualità del prodotto che al prezzo. Inoltre, gli interlocutori sono preparati e sensibili al fatto che la nostra è un'azienda completamente ecosostenibile in tutte le fasi della lavorazione. I mercati più difficili sono quello tedesco, dove si guarda più al prezzo che alla qualità, e quello cinese, per i tempi richiesti dalle trattative che possono superare anche l'anno. Il Giappone è un mercato estremamente di nicchia ma al tempo stesso molto interessante.

3 Come pensate che il sistema vino debba ripartire?

Riteniamo che una forte promozione del nostro territorio, particolarmente vocato alla vitivinicoltura, da parte della Regione potrebbe dare ulteriore slancio all'immagine già consolidata dei vini del Friuli Venezia Giulia.

4 Come va con la burocrazia?

La burocrazia è il cancro del sistema economico italiano. Il nostro ufficio dovrebbe occuparsi molto di più delle strategie di vendita ma è subissato da scadenze, incombenze amministrative, pratiche burocratiche che interessano tutte le fasi della filiera produttiva. Per quanto riguarda le esportazioni qualcosa è migliorato con la digitalizzazione delle pratiche ma ancora siamo lontani da un sistema snello e funzionale, che possa agevolare il nostro lavoro.

5 Avete un export manager – o più di uno – dedicato? Come lo avete selezionato?

Isola Augusta ha 2 figure strategiche per quanto riguarda il commercio internazionale: Jacopo Bassani che si occupa soprattutto delle vendite in Europa e Sara Repetto che si occupa delle vendite extraeuropee. Il primo è nato in azienda e sin da piccolo ha sviluppato spirito commerciale ed amore nei confronti della natura e della campagna che lo hanno portato a laurearsi in scienze della comunicazione e, attraverso i suoi innumerevoli viaggi, ha sviluppato un legame a doppio filo con l'azienda dal punto di vista commerciale. La seconda è una professionista del settore che Jacopo ha conosciuto durante una fiera e che ha scelto di condividere il nostro percorso.

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

Attraverso l'incontro avvenuto all'estero con un nostro cliente, poi diventato amico, abbiamo avuto l'opportunità di aprire il nostro primo punto vendita a Bruxelles.



❖ Azienda Agricola Isola Augusta - Palazzolo dello Stella - Udine - isolaaugusta.com

ALMANACCO 2021. L'ANNO DELLA RIPARTENZA IN 12 NOTIZIE

▲ a cura di Loredana Sottile



foto: Nile/Pixabay

Dal ritorno delle fiere al rilancio dell'export: l'anno che sta per concludersi sarà ricordato come quello della ripartenza. Ma è anche l'anno dell'Italia secondo l'Economist e quello della nuova Pac per tutta l'Europa. E mentre il piano anticancro e il rincaro delle materie prime preoccupano la filiera, vediamo com'è andata e cosa attendersi per il 2022



Il 2021? L'anno dell'Italia. Ne è convinto l'Economist, e non solo per la vittoria della nazionale azzurra agli Europei di calcio o per il trionfo dei Måneskin all'Eurovision, ma soprattutto per il peso politico che, nel dopo Covid e con il Governo Draghi, il Belpaese ha saputo esprimere. D'altronde è stato proprio l'anno del G20 a presidenza italiana, con i potenti del mondo che si sono dati appuntamento nelle principali città dello Stivale e i ministri dell'agricoltura che si sono riuniti del summit di Firenze.

Ad ogni modo, con o senza una buona dose di sano patriottismo, possiamo affermare che, se il 2020 era l'anno da dimenticare, il 2021 è stato l'anno della ripresa. E parlando di vino italiano non è solo un luogo comune, visto che la realtà ha superato le aspettative e, in questi dodici mesi, non solo l'export ha raggiunto i livelli pre-Covid, ma addirittura si appresta a fissare il nuovo record dei 7,1 miliardi di euro. Ciò non significa che non ci siano dei motivi di apprensione, come ad esempio il caso Prošek, che ha messo in apprensione la spumantistica italiana, o il piano anticancro Ue che potrebbe mettere a repentaglio i fondi per la promozione. O ancora i rincari delle materie

prime, che potrebbero avere delle notevoli ripercussioni nel prossimo futuro. Ma a questo ci penseremo a tempo debito. Intanto, proviamo a ripercorre questi 12 mesi con il consueto Almanacco Tre Bicchieri che ci aiuta a fissare le tappe vitivinicole più significative dell'anno che sta per concludersi per,

PAROLE-CHIAVE DELL'ANNO

ripresa post-Covid sostenibilità G20 made in Italy

poi, guardare con maggiore consapevolezza all'anno che verrà.

GENNAIO. Crisi di Governo: Bellanova lascia il Mipaaf

L'anno si apre con le dimissioni della ministra delle Politiche Agricole Teresa Bellanova e con la crisi di Governo che porterà nel giro di qualche settimana al nuovo Governo a guida Draghi. Intanto, però, la poltrona del Mipaaf va ad interim al premier uscente Giuseppe



Conte, fino all'**insediamento del nuovo inquilino: Stefano Patuanelli**. Qualche mese dopo le deleghe al vino diventeranno di competenza dell'ex ministro dell'agricoltura Gian Marco Centinaio. Dal decreto attuativo per lo Standard di sostenibilità del vino alla stesura del Recovery Plan, sono tanti i temi in sospeso su cui il mondo vitivinicolo chiede risposte e soprattutto continuità, dopo aver sperimentato in soli 12 anni qualcosa come 8 ministri dell'Agricoltura. >>

» FEBBRAIO. Piano Ue contro il cancro: anche il vino nel mirino

Doccia fredda per il mondo vitivinicolo. Alla vigilia della giornata mondiale contro il cancro (il 3 febbraio) la Commissione Ue presenta l'Europe's Beating Cancer Plan con una serie di linee guida per prevenire la malattia, puntando il dito anche contro il vino.



Per la precisione, nel testo si parla di alcol in maniera generica, senza fare alcuna distinzione tra le tipologie e soprattutto senza fare distinzione tra il bere con moderazione e l'abuso. Questo precedente potrebbe aprire la strada a diverse azioni: campagne di sensibilizzazione, tassazione, divieto di pubblicità, warning label e perfino ritiro dei fondi previsti per i prodotti a base di alcol. Di fatto 11 mesi dopo – a dicembre 2021 – le prime conseguenze: **per vino e carni rosse punteggi ridotti per accedere ai fondi orizzontali di promozione** comunitaria.

MARZO. Dalla Brexit ai tesi rapporti Cina-Australia, i nuovi equilibri mondiali

Le autorità doganali cinesi bloccano un carico di 20mila bottiglie di vino australiano che, nonostante le gravose tariffe anti-dumping del 212% (introdotte da dicembre 2020), erano riuscite ad arrivare nel Paese. Il motivo ufficiale è un problema di etichettatura, ma



in realtà i rapporti tra i due Paesi si sono deteriorati da mesi, da quando il Governo aussie ha appoggiato gli Usa in un'indagine internazionale sulle origini dell'epidemia di Covid-19, sollevando le ire cinesi. Com'è prevedibile, precipitano le importazioni cinesi di vino australiano (primo fornitore per il Paese del Dragone), che prova, quindi, a cercare nuove alleanze altrove. Da lì a poco arriverà l'accordo con il Regno Unito che, dopo la Brexit, è anch'esso alla ricerca di nuovi partner al di fuori dell'Ue. Dal canto suo, invece, **l'Europa è in apprensione per il documento VI-1** che, proprio in seguito all'uscita del Regno Unito dall'Unione, potrebbe diventare obbligatorio per esportare vino Oltremontana. Per fortuna, mesi dopo arriva la notizia della sospensione di tale documento. Così come arriva la notizia dello stop ai dazi Usa sui prodotti europei per i prossimi cinque anni: si ritorna ad avere fiducia nel commercio internazionale.

APRILE. Convocato il tavolo del vino

Tante volte invocato, finalmente il 27 aprile il Tavolo del vino viene convocato dal sottosegretario al Mipaaf con

deleghe al vino Gian Marco Centinaio. **All'ordine del giorno gli interventi straordinari per il settore e l'impiego del fondo filiere:** tutti d'accordo su contributi alle imprese, agevolazione fiscale sui crediti, stoccaggio e promozione.



Oltre alle misure emergenziali da adottare, sul tavolo ci sono anche altri progetti a lungo termine, come sostenibilità e semplificazione burocratica. Si discute anche della destinazione dei fondi del Pnrr.

MAGGIO. Vini dealcolati: arriva il dossier Ue

Nel corso del trilogico Commissione-Parlamento-Consiglio si parla di come regolamentare le pratiche enologiche che prevedono l'eliminazione totale o parziale dell'alcol. Non si tratta di una novità, visto che la proposta è del 2019 e che già in molti Paesi è già una realtà. La quadra, che si troverà all'interno della nuova Pac, **prevede che per Dop e Igp sia consentita solo una dealcolizzazione parziale, lasciando la dealcolizzazione totale come appannaggio dei vini varietali.** E se c'è chi grida allo scandalo, le associazioni vitivinicole italiane – Unione Italiana Vini e Federvini in primis – si dicono favorevoli sia per intercettare nuovi mercati e consumatori, sia per non lasciare questo segmento in mano alle grandi industrie che nulla hanno a che fare con il mondo del vino.



GIUGNO. Ok del Mipaaf al decreto sostenibilità

Dopo essere stato inserito all'interno del Decreto Rilancio nel 2020, il 24 giugno arriva il decreto del Ministero che apre allo standard nazionale di sostenibilità, frutto di una sintesi tra gli attuali protocolli pubblici, come Viva e Sqnpi, e privati, come Equalitas. **L'Italia è la prima in Europa ad essersi dotata di questo standard.**



Il decreto prevede anche la nascita del cosiddetto Comitato della sostenibilità vitivinicola (CoSVi), che è tutt'ora al lavoro per definire il sistema di monitoraggio e gli indicatori necessari alle valutazioni della sostenibilità della filiera vitivinicola. Solo quando questi criteri saranno definiti si potrà ottenere il disciplinare e l'eventuale logo da apporre in etichetta.

»

VENTIVENTI METODO CLASSICO ROSÉ.

Il modo migliore per
conoscerlo è assaggiarlo.

Fresco.
Profumato.
Avvolgente!

Scopri come su
ventiventi.it



VENTIVENTI
NUOVA ESPRESSIONE DEL VINO EMILIANO

  [ventiventiwinery](https://www.facebook.com/ventiventiwinery)



VENTIVENTI
METODO CLASSICO ROSÉ



RE NORCINO

SALUMI DEI MONTI SIBILLINI



RE NORCINO
SALUMI DEI MONTI SIBILLINI



dal 1957



degli allevatori



in un
clima
Sibillino



immaginano



come tramandare



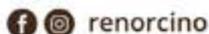
il futuro



Da tre generazioni la Famiglia Vitali
Coltiva, Alleva e Crea Salumi
Senza Fretta

Contrada Gualduccio 13/14
62026 San Ginesio (MC)

www.renorcino.it



renorcino

tel 0733 694407
email info@renorcino.it

» LUGLIO. Scoppia il caso Prošek

La Croazia chiede all'Unione Europea la tutela della menzione per il Prošek, il vino passito tradizionale della Dalmazia. Una richiesta che mette subito in allarme tutta l'Italia e, in particolare, l'universo Prosecco in nome del diritto alla tutela del marchio a denominazione ottenuto nel 2009. In seguito alla pubblicazione della richiesta in Gazzetta Ufficiale, **l'Italia presenta un dossier a Bruxelles, sottolineando che il caso potrebbe creare un pericoloso precedente**, oltre che mettere a rischio oltre 800 denominazioni Made in Italy. Le associazioni chiedono l'appoggio di tutti gli Stati membri per una "battaglia comune".



AGOSTO. Al via una vendemmia segnata dal maltempo

Gelo primaverile, siccità e grandine estive pesano sulla nuova stagione di raccolta. Come già quella del 2020, non sarà una vendemmia copiosa: **il dato finale, secondo Uiv, Ismea e Assoenologi, è di 44,5 mln/hl**, dopo i 49 milioni di ettolitri del 2020.



La qualità è comunque mediamente buona in tutto lo Stivale, con alcune punte di eccellenza e l'Italia, nonostante un -9%, si conferma leader mondiale davanti a Francia (-24%) e Spagna (-16%). A livello mondiale l'annata 2021 verrà stimata dall'Oiv a 250,3 milioni di ettolitri (esclusi mosti e succhi d'uva): -4% sul 2020 e -7% in confronto alla media degli ultimi 20 anni.

SETTEMBRE. Firenze ospita il G20 dell'Agricoltura

Il 2021 è anche l'anno del G20 a presidenza italiana, con diverse tappe nelle principali città dello Stivale. Il summit dei ministri dell'Agricoltura si svolge a Firenze il 17 e il 18 settembre per parlare del futuro del settore primario in relazione ai cambiamenti climatici e alle nuove sfide che questo comporta. A fare gli onori di casa, il ministro delle Politiche Agricole Stefano Patuanelli che, **alla fine del vertice, presenta la "Carta della sostenibilità dei sistemi alimentari"** in 21 punti, nel contesto delle tre dimensioni: economica, sociale e ambientale.



OTTOBRE. A Verona prove generali per Vinitaly

Dopo quasi due anni di stop delle ferie, il mondo del vino

si dà appuntamento a Verona, dal 17 al 19 ottobre per Vinitaly Special Edition: **l'evento business e professionale di avvicinamento alla 54esima edizione della fiera, prevista dal 10 al 13 aprile**. Tre i padiglioni aperti per 400 aziende espositrici; oltre 12.000 gli operatori professionali arrivati nella città scaligera e più di 2000 i buyer in rappresentanza di 60 nazioni. Tra le novità, il debutto dell'area mixology, le cui masterclass vanno tutte in sold out.



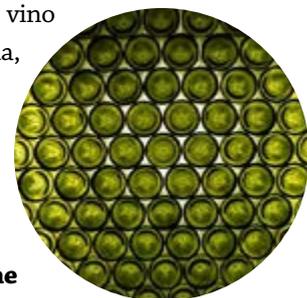
NOVEMBRE. Via libera dal Parlamento Ue alla nuova Pac

Il Parlamento Europeo vota per la nuova, dopo l'accordo raggiunto in sede di Trilogo del giugno 2021. Entrerà in vigore nel 2023, mentre nel 2022 sono previste le cosiddette regole transitorie. Nello specifico per il settore vitivinicolo sono previste: informazioni off-label per ingredienti e calorie, estensione al 2045 delle autorizzazioni, introduzione dei vini dealcolati e semi-dealcolati. **Nelle tasche del vitivinicolo, dal 2023 al 2027, ci saranno 1,1 miliardi di euro annui e, in particolare, l'Italia disporrà di 323,88 milioni di euro** (meno dei 337 della Pac precedente), davanti a Francia e Spagna. Per gli Stati, ci sarà l'obbligo di destinare almeno il 5% delle risorse ad almeno un intervento per tutela dell'ambiente, miglioramento della sostenibilità di sistemi e processi, risparmio energetico.



DICEMBRE. Il nodo rincari pesa sui listini

Se i consumi e le esportazioni di vino sono ripartiti e crescono a doppia, l'anno si chiude comunque con una questione con cui il vino italiano dovrà fare i conti da qui ai prossimi mesi: **il boom di rincari anch'essi in doppia cifra che, secondo l'analisi di Unione Italiana Vini, influiscono nell'ordine del 30% sul prodotto finito**. I costi alle stelle riguardano tutto: dal vetro alle etichette, dai cartoni alle chiusure delle bottiglie, dai trasporti (con le tariffe per i container che sono lievitati del 400%) all'energia elettrica. Il tutto mentre sale anche il prezzo medio del vino (fino a +40%) a causa di una vendemmia caratterizzata dai bassi volumi e, quindi, da prezzi al listino più alti. Le conseguenze - se non si troverà una soluzione in sede di Governo - potrebbero a breve ripercuotersi anche sui consumatori. ❖



LA TRIPLICE SFIDA DELLA FRANCIACORTA: ZONAZIONE 3.0, SOSTENIBILITÀ E VITIGNI STORICI

▲ a cura di Lorenzo Ruggeri



Numeri, limiti, punti di forza, ambizioni delle bollicine bresciane, in questa conversazione a tutto tondo con Silvano Brescianini, presidente del Consorzio: “Il 2021? Un anno da record: abbiamo superato quota 20 milioni di bottiglie vendute nel mondo”. Entro primavera sarà chiuso il lavoro di mappatura



A 60 anni dalla prima bottiglia, la Franciacorta è pronta ad alzare l'asticella, mettendo nel mirino una serie di tasselli da apportare in un quadro produttivo sempre più competitivo. Il biologico - oltre i 2/3 della denominazione sono bio - è solo il mezzo: sul tavolo ci sono lavori che mettono insieme i risultati sui livelli di biodiversità e un catasto storico delle vigne per capire davvero quali sono i cru dal valore distintivo nel bicchiere. Intanto, procedono le ricerche scientifiche su un vitigno, l'erbammat, coltivato in zona già nel 1564 e riscoperto solo negli ultimi anni. I primi risultati sono molto incoraggianti. Ne parliamo con Silvano Brescianini, presidente del Consorzio e direttore generale della cantina Barone Pizzini.

Due appunti dopo aver assaggiato circa 500 cuvée, praticamente l'intera produzione dei Franciacorta: la qualità media è in netta crescita, rarissimo trovare Franciacorta con difetti e sono davvero tanti i punteggi elevati per pulizia aromatica e precisione tecnica. Il secondo aspetto, in mezzo a una qualità così diffusa, sembra mancare un po' di coraggio e imprevedibilità. Si può rischiare di più?

Condivido questa riflessione e io la vedo come un'evoluzione positiva. Bisogna considerare che si tratta di un percorso, lavorare con la rifermentazione in bottiglia richiede tempo e cultura. Bisogna capire come pressare per evitare di estrarre note amare, diversificare i tempi di raccolta, lavorare tanto sui dettagli, presuppone un modo di intendere il vino. Intanto, abbiamo messo a posto le fondamenta: un prerequisito di pulizia che rappresenta la pagina prima. E in questo senso abbiamo sicuramente un vantaggio su tutte le zone in Italia che stanno scoprendo da poco la passione per il Metodo Classico, da Pantelleria alla Valle d'Aosta.

Passo successivo?

Ora, stiamo entrando in una nuova fase, abbiamo le viti che stanno crescendo di età, abbiamo maggiori conoscenze delle nostre vigne e terreni, è tempo di evidenziare sempre più la mano dei suoli e della cantina. Non è più una questione tecnica, ma sono passaggi che richiedono tempo e pazienza.

A proposito di tecnicismi, andiamo sui dosaggi. Quest'anno ho assaggiato in Consorzio 104 Franciacorta Dosaggio Zero. Fino a pochi anni fa erano una manciata. Ce ne sono di ottimi, ma in alcuni casi si tratta della stessa base del Brut e non un prodotto pensato a sé. È una questione di stile, una nuova consapevolezza, una moda?

È la combinazione di due fattori. Abbiamo migliorato l'interpretazione tecnica, quindi otteniamo vini che hanno meno bisogno di zucchero per bilanciare eccessi di acidità o coprire note vegetali. Dall'altra, c'è un po' movimento di mercato favorevole al dosaggio zero e comprensibilmente c'è una predisposizione ad assecondare questa tendenza, forse in alcuni casi senza poterselo permettere interamente. Non avendo >>



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2022



Gioi Extreme '17 SAN SALVATORE 1988

In Campania nei pressi di Paestum nel cuore del parco nazionale del Cilento troviamo l'azienda agricola di San Salvatore 1988 di Giuseppe Pagano. L'azienda è contraddistinta per una produzione vitivinicola ad indirizzo biologico-biodinamico e conta oggi 97 ettari, di cui 21,5 di vigneti ed il resto divisi tra frutteti, uliveti e bosco. Con Marco Sabellico assaggiamo il Gioi Extreme '17. Dal colore rosa pallido, dal perlage fine e continuo, al naso emergono note di frutti rossi di fragolina selvatica, ciliegia, marasca e frutti di bosco. In bocca il vino è asciutto, secco, cremoso, fresco, con un finale lungo e continuo, su note di frutti rossi di frutti di bosco. Ottimo come aperitivo, ma anche da portare a tavola con una zuppa di scarola e fagioli, polpette al sugo, formaggi a pasta molle e semi stagionati.

Visita il sito: www.sansalvatore1988.it/it/ e visita l'e-commerce: sansalvatore.shop/

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/tv/CXtINT3NHFM/

LE STORIE

IN CIFRE

2.902 ettari
(Franciacorta Docg)
+43,6% bottiglie vendute
(su 2020)
11% export

» problemi con l'acidità, sono convinto che la tipologia può dare grandi risultati, dobbiamo avere però solidità e consapevolezza dei nostri mezzi per andare oltre al dosaggio. Chi ha poca storia è più suscettibile alla moda e al mainstream.

Capitolo Pinot Nero. Tra gli assaggi spiccano diversi Blanc de Noirs e nelle cuvée sentiamo sempre più struttura e frutti rossi. Possiamo parlare di tendenza o cambio di rotta?

Come percentuale di pinot nero siamo sul 15% della superficie e penso che arriveremo al 20%. In passato si piantava poco perché la varietà – si sa – è poco costante e a dir poco capricciosa, il cruccio di ogni enologo. All'inizio è stato più semplice puntare sullo chardonnay. La crescita c'è, è una questione di clima ma anche di mercato, basta vedere la richiesta sui mercati internazionali dei nostri Rosé, parliamo di un incremento a tre cifre su molti Paesi.

Da tanto tempo non si respirava tanto entusiasmo nel settore: l'estero è ripartito a velocità doppia.

Sì, tantissime cantine della Franciacorta hanno finito il vino da vendere. L'ultimo quadrimestre è il migliore che mi sia mai capitato, meglio del 2018 o 2019. Non c'è vino sfuso sul mercato, non si trova nemmeno in bottiglia, il consumo di vini effervescenti è letteralmente esplosa. Anche per questo si sta spumantizzando ovunque. La ristorazione è partita bene, si sta bevendo tanto. Non so quanto potrà tenere ma i numeri parlano chiaro. Abbiamo superato i 20 milioni di bottiglie di Franciacorta vendute nel 2021: è un record.

Eppure, soprattutto in alcuni addetti al settore, c'è ancora uno scetticismo sul Franciacorta. Cosa rispondi a chi non beve Franciacorta per partito preso?

Credo sia dovuto a un mix di fattori. Gli americani invidiano chi ha successo e cercano d'imparare da loro. In Italia, non è così, se le cose vanno bene, sei antipatico. Da alcuni siamo ancora visti come gli industriali con i soldi, che hanno copiato la Francia e si sono messi a fare vino. Francamente, chi parla così non conosce veramente la Franciacorta. I bilanci vanno fatto sulla distanza, noi dobbiamo essere pazienti, dialogare con i mercati e crescere lentamente su basi solide. Siamo un territorio che ha potenzialità, abbiamo 60 anni e ora abbiamo raggiunto livelli importanti. L'unica risposta ai nostri de- »



**Dal
Massimo
Goloso**
— ITALY —
MACELLERIA • SALUMERIA

IL RE DELLA MORTANDELA

PREMIATA COME MIGLIOR SALAME AFFUMICATO
D'ITALIA

www.dalmassimogoloso.com



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2022



Valdobbiadene Brut Amor Soli '20 VALDO SPUMANTI

Nel comprensorio di Conegliano Valdobbiadene troviamo Valdo Spumanti, storica azienda del comprensorio nata nel 192. L'azienda è gestita dalla famiglia Bolla che l'acquistò nel 1938. Con Marco Sabellico assaggiamo il Valdobbiadene Brut Amor Soli '20. Dal colore paglierino brillante dai riflessi verdolini, al naso emergono note di mela bianca e albicocca, note di fiori bianchi di glicine, fresco, pulito, elegante e nitido. In bocca è ricco di note fruttate, elegante, scorrevole, armonico, secco, asciutto, ma morbido e con delle note agrumate sul finale. Ottimo come aperitivo o da abbinare a frittura, tempura giapponesi e piatti a base di pesce.

Visita il sito: it.valdo.com/

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/tv/CXyu1G3t6yF/

» trattori è alzare l'asticella della qualità, lavorare sodo e continuare a fare meglio. E credo che lo stiamo facendo bene. E se superiamo i 20 milioni di bottiglie, evidentemente c'è qualcuno a cui piace avere un Franciacorta in tavola.

Dagli assaggi emergono cru particolarmente vocati, penso al Monte Orfano, che danno nel bicchiere caratteri distintivi. Eppure, si parla ancora poco di sottozone in Franciacorta e ancora molto di mesi sui lieviti e dosaggi. Come vi state muovendo?

Siamo indietro sul concetto di vigna o comune per un motivo molto semplice. Consapevoli di essere un territorio giovane, abbiamo lavorato prima di tutto sul concetto di territorio prima di arrivare ai comuni e alle singole vigne. Ora siamo alla fase successiva, per primavera chiuderemo la mappatura e digitalizzazione del catasto napoleonico, abbiamo informazioni vigna per vigna di cosa c'era e cosa si è piantato 200 anni fa, un lavoro prezioso voluto da Maurizio Zanella (ex presidente del Consorzio, ndr). Il cartografo Alessandro Masnaghi ci ha lavorato sopra, con tutte le informazioni precise del 1809.

Cosa ne verrà fuori?

Sarà un aggiornamento del lavoro degli anni '90, sarà una zonazione 3.0 perché non solo sarà una zonazione con maglie più strette, ma andremo ad aggiungere dati sul clima e sulla biodiversità. Il cappello della biodiversità è funzionale, ci lavoriamo dal 2014, e il lavoro non si concentrerà più solo sullo chardonnay, ma integrerà pinot nero, pinto bianco ed erbatat. Non sarà pronto domattina, ma sarà lunga. La prima bottiglia di Berlucchi ha 60 anni, la doc ne ha 50, il Consorzio 30. Non ci vuole l'ansia della cuvée dalla singola vigna a tutti i costi, vanno fatti i lavori con calma, senza ansia da prestazione. Ora stiamo raccogliendo gli anni del lavoro passato: tutto al suo tempo.

A proposito di percorsi nuovi, la cuvée Animante di Barone Pizzini (Tre Bicchieri del Gambero Rosso) è il primo Franciacorta con una percentuale di erbatat. E a noi è piaciuto parecchio. Perché hai scommesso su questa varietà?

L'erbatat ha due aspetti nettamente positivi. Il primo è tecnico. È una varietà che ha le caratteristiche per andar ad apportare, nel taglio, freschezza ed eleganza. Ma l'aspetto che mi appassiona di più è la storia, l'idea di lavorare con un vitigno che era già presente sul territorio cinque secoli fa, lo vedo come un regalo che il vino fa al suo territorio di origine. A livello agronomico è un incubo, ma non ci arrendiamo. Stiamo lavorando con l'università di Milano per identificare i cloni. Si tratta di un percorso di studi agronomici che richiede decenni, per il momento abbiamo inserito l'erbatat nel disciplinare limitandolo al 10%.

Oggi, dopo 10 anni, abbiamo delle informazioni agronomiche, sappiamo come trattarlo, abbiamo 5-6 anni di vino in bottiglia che sono ancora pochi. I risultati veri si vedranno tra 15/20 anni. Sono tanti, lo so, ma in questo mondo funziona così. ❖

SCOPRI LA GUIDA **ONLINE**

VENETO 2022

I Migliori indirizzi enogastronomici della regione

www.gamberorosso.it/veneto



OLTRE 760 INDIRIZZI

a portata di tablet e smartphone