



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



EFFETTO COVID SUL CALENDARIO 2022. IL VINO GUARDA ALLA PRIMAVERA

VENDEMMIA

Dal 2022 in vigore i nuovi limiti sulle rese dei vini generici. Ecco che cosa dice il decreto

CONSORZI

Piemonte Land perde Barolo e ❖ Roero: pesa il nodo rappresentatività. La Regione prova a mediare

FINE WINE

Oeno Group scommette sul Belpaese e sceglie ❖ Gorelli. Nuovi vini italiani entrano nell'indice Liv-ex

ESTERI

In Uk oltre la metà dei wine ❖ drinker è over 55. Giovani attratti da nuovi formati e low alcol

L'INTERVISTA

Gli Usa sostengono la crescita di ❖ Zonin1821. Il bilancio con il ceo Pietro Mattioni





A Dubai una piramide di Champagne da Guinness

Champagne da record. Non parliamo solo delle vendite del 2021 (si va verso i 5,5 miliardi di euro), ma della piramide di bicchieri più grande del mondo realizzata al White Beach dell'Atlantis The Palm di Dubai, nella notte di Capodanno: **54.740 calici, che hanno formato una piramide alta 8,23 metri, grazie a 55 ore di lavoro di un intero team.** Una struttura che è subito entrata nel Guinness World Record. Si è aperto così, con un'impresa titanica, il nuovo anno di Moët & Chandon: *"Simbolo di celebrazione e generosità, le piramidi di Champagne sono profondamente radicate nella storia e nel Dna della nostra maison: siamo entusiasti di perpetuare questa eredità e creare una nuova pietra miliare con questo audace tentativo"*, sono state le parole di Laurent Dominguez, direttore generale, Moët Hennessy Middle-East. La nottata, va da sé, è continuata a suon di brindisi che, a poco a poco, hanno smontato l'installazione. Tutti i bicchieri sono stati poi riciclati da un soffiatore di vetro locale e trasformati in cristalleria riutilizzabile per l'Atlantis The Palm. Per Dubai, questo è il quinto Guinness "in verticale", dopo quelli assegnati al ristorante più alto al mondo (At.mosphere: 441,3 metri), all'appartamento residenziale più alto (The Burj Khalifa: 385 metri), alla città con il più alto numero di palazzi che superano i 300 metri (21), all'hotel più alto (Gevora Hotel: 356,33 metri).

foto: Atlantis - The Palm

CANCER PLAN. "Vino penalizzato nei bandi di promozione Ue". Le associazioni chiedono incontro con il ministro Patuanelli

Il 2022 si apre all'insegna delle preoccupazioni del mondo vitivinicolo rispetto alle decisioni europee, tanto che **Agrinsieme** (il coordinamento che riunisce Cia-Agricoltori italiani, Confagricoltura, Copagri e Alleanza delle Cooperative Agroalimentari) ha scritto al ministro delle Politiche agricole, Stefano Patuanelli, per chiedere un incontro urgente, in cui esporre alcune proposte per la difesa del comparto vitivinicolo in merito al programma di lavoro 2022 della Commissione Ue sulla promozione dei prodotti agricoli. Infatti, come già scritto da Tre Bicchieri e denunciato da Unione Italiana Vini e Federvini, lo scorso dicembre la Commissione Ue ha pubblicato il documento per l'accesso ai fondi di promozione orizzontale dei prodotti agricoli europei per un valore complessivo di oltre 176 milioni di euro, inserendo tra i criteri per l'accesso all'allineamento ad alcuni documenti strategici, come il Farm to Fork e il piano comunitario di lotta anticancro. Ciò

comporta che per i produttori di vino (e carni rosse) ci siano meno chance di essere ammessi alle graduatorie del bando.

Il prossimo passo sarà il voto in Assemblea Plenaria che potrebbe confermare questo orientamento che non fa distinzione tra consumo moderato di alcool e abuso in merito alle conseguenze sulla salute.

Preoccupato anche il Copa-Cogeca: "Il vino è indissolubilmente legato alla cultura e allo stile di vita di tutta Europa ed è molto più di una semplice bevanda alcolica" sono le parole di Luca Rigotti, Presidente del Gruppo di lavoro "Gli obiettivi del piano di lotta contro il cancro sono pienamente condivisibili, ma ciò non ci esime dal ravvisare una sostanziale mancanza di equilibrio nel voto favorevole espresso qualche settimana fa dalla Commissione speciale per la lotta al cancro del



Parlamento europeo". Rigotti ha anche ricordato l'impegno di Copa-Cogeca, insieme alle altre associazioni del vino, per ridurre il consumo dannoso di alcol attraverso iniziative come il Wine in Moderation, programma di responsabilità sociale lanciato nel 2008 dal settore vinicolo europeo: "Crediamo che la giusta risposta al consumo eccessivo e dannoso debba passare attraverso l'educazione e la consapevolezza. Le soluzioni rapide si sono spesso dimostrate inefficaci". Appello anche delle **Città del Vino**: "Temiamo un effetto a valanga per il made in Italy e per la promozione dei nostri territori e del turismo enogastronomico in generale" sono le parole del presidente Angelo Radica, che chiede alle istituzioni e ai ministri delle Politiche Agricole e del Turismo di intervenire in questa fase finale per scongiurare il pericolo. - **L.S.**

OCM PROMOZIONE. Finanziati 15 progetti per 72,3 mln di euro. Ecco la graduatoria

Il Mipaaf ha pubblicato la graduatoria provvisoria dei progetti di promozione nazionali ritenuti ammissibili dal comitato di valutazione ministeriale, che potranno usufruire dei fondi Ocm per la promozione dei vini sui mercati extra Ue per la campagna 2021-2022. Si tratta di 15 progetti, presentati da federazioni, associazioni di categoria e associazioni temporanee di imprese (Ati) per una spesa complessiva di 72,36 milioni di euro, che saranno finanziati con contributi pubblici per un totale di 22,5 milioni di euro e per altri 6,6 in forma di saldo, a valere sugli esercizi finanziari successivi al 2021/22. **I progetti hanno durata dal 1° marzo 2022 al 31 dicembre 2022 nel caso in cui i beneficiari chiedano il pagamento anticipato del contributo.** In caso contrario, le attività sono effettuate dal 1° marzo 2022 al 30 agosto 2022.

La graduatoria 2021/2022

SOGGETTO PROPONENTE	Punteggio	Importo progetto ammesso (euro)
Confagri wine promotion	43	6.179.500
Ati Bertani Agricola (mandataria)	38	4.483.805
Ati Gruppo italiano vini (mandataria)	38	6.383.390
Associazione Amaranth	38	4.258.600
Associazione A.v.i.m.o.	38	7.500.000
Ati Santa Margherita (mandataria)	37	4.463.100
Casa vinicola Zonin (mandataria)	37	5.712.420
Associazione Enomotion	37	7.500.000
Ati Agricola Allegrini (mandataria)	36	2.473.998
Associazione Be Wine	36	6.242.750
Ati Italy international wine	36	3.682.253
Ati Istituto Grandi marchi (mandataria)	34	6.761.034
Consorzio Magellano	33	1.926.227
Federdoc	26	761.440
Confagri promotion	24	3.858.300
TOTALE	-	72.366.799

PAC. L'Italia presenta all'Ue il Piano strategico nazionale: 10 mld per finalità ambientali e 2,5 per il bio

Il Piano strategico nazionale (Psn) per l'attuazione e il coordinamento dei programmi della Pac 2023-2027 è stato presentato dal Mipaaf alla Commissione europea, dopo l'ultimo tavolo di partenariato convocato dal Ministro Stefano Patuanelli con le parti coinvolte. Si tratta di un piano che si avvale di diversi strumenti: dai pagamenti diretti e dalle Ocm, allo sviluppo rurale e al Pnrr. L'obiettivo è potenziare la competitività del sistema agricolo e agroalimentare in un'ottica sostenibile. Nel dettaglio, circa 10 miliardi di euro, tra primo pilastro Pac (Ocm) e secondo pilastro Pac (fondo per lo sviluppo rurale), andranno a interventi con chiare finalità ambientali. Ai cinque eco-schemi nazionali individuati dal Mipaaf (tra cui i premi per la riduzione dei farmaci in zootecnia o l'inerbimento delle colture pluriannuali) andrà il 25% delle risorse degli aiuti diretti, per l'adozione da parte delle aziende di pratiche sostenibili per clima e ambiente. Altri 2,5 miliardi di euro andranno all'agricoltura biologica; 1,8 miliardi al benessere animale e al contrasto del fenomeno dell'antimicrobico resistenza; previsto un sistema di aiuti al reddito più equo che dovrebbe sostenere le aree rurali intermedie, quelle con problemi di sviluppo, le zone montane e collinari interne. Allo stesso tempo, il 10% delle risorse per i pagamenti diretti è redistribuito focalizzando l'attenzione sulle Pmi.

Tre miliardi di euro sono destinati ai nuovi strumenti di gestione del rischio in agricoltura per far sì che le imprese si assicurino contro i rischi derivanti dalle avversità climatiche. Il Psn punta, inoltre, a rafforzare la competitività delle filiere, attraverso strumenti come la gestione dell'offerta e l'ammodernamento delle strutture produttive, che riguarderanno in particolare vino, ortofrutta, olio, apicoltura e pataticoltura. Circa 1,25 miliardi (tra primo e secondo pilastro della Pac) andranno a potenziare le politiche a favore dei giovani. Il Psn promuoverà il lavoro agricolo e forestale di qualità, favorendo maggiore trasparenza sui contratti e la sicurezza sui luoghi di lavoro. Previsti anche incentivi alla diffusione della gestione forestale sostenibile (500 mln), anche con sostegni agli interventi che prevenivano danni da cause naturali ed eventi climatici estremi. Il Psn pone una particolare attenzione al sistema della conoscenza e dell'innovazione in agricoltura (Akis) per supportare le imprese agricole e forestali nell'adozione di tecniche produttive più sostenibili. In conclusione, secondo il Mipaaf, il Psn contribuirà a raggiungere nel 2027 una maggiore sicurezza e qualità alimentare a lungo termine, maggiore competitività delle aziende, una più efficiente valorizzazione delle risorse naturali, meno emissioni di gas serra, la salvaguardia della biodiversità, nuova occupazione per i giovani e le aree marginali.



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2022



Vènt Extra Brut Millesimato '17 TOBLINO

Nella Valle dei Laghi in provincia di Trento troviamo la cantina cooperativa Toblino. L'azienda ha una produzione importante con 700 ettari di vigneti e realizza una gamma completa di vini del territorio tra cui la Nosiola e il Treno DOC. Con Marco Sabellico assaggiamo il Vènt Extra Brut Millesimato '1. Dal perlage fine, spuma cremosa, al naso è elegante, piacevole, ricco di frutta bianca matura, agrumi, cedro, lime, sfumature di erbe aromatiche, con note di piccola pasticceria e delicate note di vaniglia. Al palato è cremoso, avvolgente, asciutto, secco, ricco di frutto, con una punta di morbidezza sul finale. Ottimo come aperitivo o da abbinare a piatti a base di pesce di lago, pesci bianchi, frittore, ma anche formaggi freschi.

Visita il sito: www.toblino.it
e www.toblinovent.it

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/tv/CX_mwP5N6sZ/

CANTINA ITALIA. Giacenze record al 31 dicembre: 62,9 milioni di ettolitri

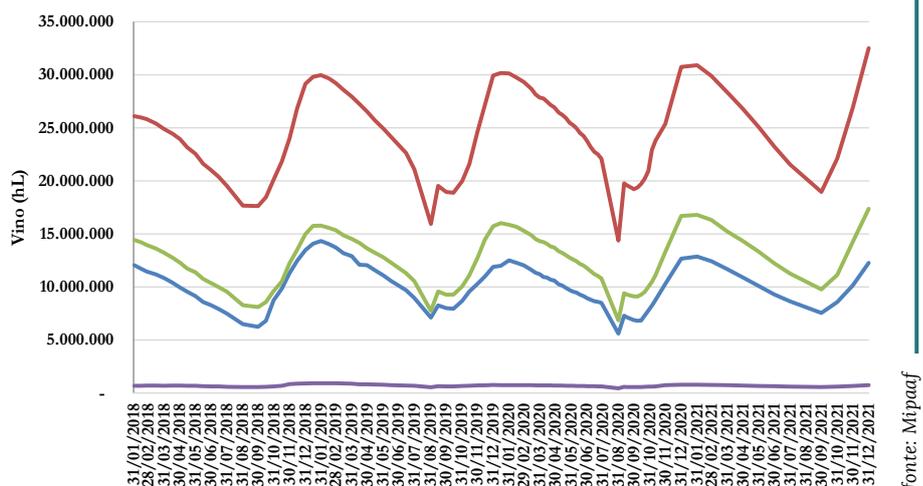
Record per le giacenze nelle cantine italiane. Al 31 dicembre 2021, il totale dei vini è di 62,9 milioni di ettolitri, in crescita del 3,3% rispetto allo stesso periodo di un anno prima, con 2 milioni di ettolitri in più. In prevalenza, **per oltre il 50% del totale, si tratta di vini Dop** (32,5 mln/hl) che sono cresciuti del 5,7% in un anno (di cui 16,4 mln/hl di bianco, 15 di rosso e 0,9 di rosato), seguiti dagli Igp (17,3 mln/hl, con una quota del 27,6%) in aumento del 4%, dai vini da tavola (12,26 mln/hl e una quota del 20% circa) con un calo del 3,2%, e dai varietali (0,75 mln/hl) in calo del 4%. In crescita, sull'anno, anche i mosti: 9,63 mln/hl e +16%, mentre i vini nuovi ancora in fermentazione (Vnaif) contano 2,46 mln/hl (-12,8%). In generale, sono stati superati i livelli di giacenza del quadriennio 2018-2021.

Nel confronto tra dicembre e novembre 2021, secondo i dati del report

Cantina Italia, curato dall'Icqrif, l'incremento delle giacenze dei vini è del 21,1% con 11 milioni di ettolitri in più. Come prevedibile per questo periodo, continua la fase di riduzione delle giacenze dei mosti (-23%) e dei Vnaif (-78,5%). Veneto (23,7%), Puglia (12,1%), Emi-

lia-Romagna (11,4%), Toscana (8,7%), Sicilia (8,3%) e Piemonte (7,3%) detengono la gran parte del vino in stock. Prosecco Doc (5 mln/hl), Igt Puglia (2,8), Igt Terre Siciliane (2,07), Doc Sicilia (2,03) e Igt Salento (1,73) sono le prime cinque indicazioni geografiche al 31 dicembre 2021.

Andamento del vino in giacenza per tipologia (1Feb2018-31Dic2021)



DECRETO RESE. Deroche sui generici fino a 40 tonnellate: ok per 77 Comuni

Sono 77 i Comuni italiani nei quali dalla campagna 2022/2023 entrerà in vigore il "Decreto rese", che **applica un limite produttivo sui vini generici (quindi non a Dop e a Igp) fino a 40 tonnellate per ettaro vitato**, in deroga al limite di 30 tonnellate fissato nel Testo unico del vino, modificato dalla legge del 17 luglio 2020, numero 77. Il testo firmato dal Ministro Stefano Patuanelli è stato pubblicato nella Gazzetta ufficiale italiana. L'elenco dei nomi è contenuto nell'[Allegato I al decreto](#). Il provvedimento è valido, per ora, in cinque province del Veneto (Verona, Venezia, Padova, Treviso e Vicenza), in tre della Puglia (Barletta, Bari e Foggia), in due dell'Emilia-Romagna (Ravenna e Reggio Emilia) e in due dell'Abruzzo (Pescara e Chieti). Tra i Comuni in deroga ci sono: Tollo, Montesilvano, Russi, Brescello, Molfetta, San Severo, Minervino Murge, Monteforte d'Alpone, Gambellara, Valdobbadiene, Montagnana, Soave, Colognola ai Colli. Regioni e Province Autonome potranno chiedere al Ministero entro il 31 gennaio 2022 eventuali integrazioni da apportare all'Allegato I, sulla base della verifica che almeno il 25% dei produttori, che insistono nel Comune per il quale si chiede l'iscrizione, abbia registrato una resa produttiva superiore alle 30 tonnellate per ettaro, in almeno un'annualità tra 2015 e 2019. - **G.A.**

IMBALLAGGI. L'etichetta ambientale slitta al primo luglio 2022

BOTTIGLIA GL71 Vetro	TAPPO FOR51 Sughero	CAPSULA C/PVC90 Plastica
Raccolta Differenziata Verifica disposizioni del tuo Comune		

Slitta di sei mesi l'entrata in vigore dell'etichettatura ambientale. Infatti, come anticipato dal settimanale Tre Bicchieri, l'obbligo di etichettatura degli imballaggi per indentificare e classificare tutti i materiali utilizzati è **stato rimandato ancora una volta attraverso il decreto Milleproroghe** ed entrerà in vigore il primo luglio 2022, anziché il primo gennaio 2022. Tuttavia, si legge all'articolo 11, i prodotti privi dei requisiti prescritti e già immessi in commercio o etichettati al primo luglio 2022 potranno essere commercializzati fino ad esaurimento delle scorte (*per i dettagli vedi rubrica accanto*). Nello specifico, per ogni componente (bottiglia, tappo, capsula) servirà apportare la codifica alfanumerica identificativa del materiale e le informazioni. L'obiettivo è supportare il consumatore finale nella corretta raccolta differenziata dell'imballaggio.

L'ESPERTO RISPONDE

Cosa prevede nello specifico l'Etichettatura ambientale?



In base ai nuovi obblighi di etichettatura ambientale (comma 5 articolo 219 TUA), tutti gli imballaggi devono recare indicazioni per facilitare la raccolta, il riutilizzo, il recupero ed il riciclaggio degli imballaggi, nonché per dare una corretta informazione ai consumatori sulle destinazioni finali degli stessi. La nuova normativa prevede, inoltre, l'obbligo di indicare, ai fini della identificazione e classificazione dell'imballaggio, la natura dei materiali di imballaggio utilizzati (sulla base dei codici alfanumerici previsti dalla decisione n. 97/129/CE della Commissione).

In merito all'entrata in vigore di tali obblighi, il decreto cd 'milleproroghe' (pubblicato in Gazzetta Ufficiale n. 309 del 30/12/2021 ed entrato in vigore il giorno successivo) prolunga (ancora) di altri sei mesi (fino al 01/07/2022) la sospensione di tali obblighi.

Tale decreto prevede, inoltre, ulteriori profili:

a. Esaurimento delle scorte: i prodotti privi dei requisiti ivi prescritti e già immessi in commercio o etichettati al 1° luglio 2022 potranno essere commercializzati fino ad esaurimento delle scorte.

b. Regolamento tecnico: entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore del decreto legge "milleproroghe", il Ministro della transizione ecologica (MITE) adotterà, con decreto di natura non regolamentare, le linee guida tecniche per l'etichettatura ambientale.

La proroga permetterà di sciogliere i dubbi interpretativi che accompagnano, ancora oggi, l'interpretazione della disciplina per una migliore comunicazione ai consumatori finali. Di contro, questi ultimi dovranno attendere ancora alcuni mesi per poter leggere su tutti gli imballaggi in commercio le predette informazioni di natura ambientale, intese a fornire indicazioni chiare per la corretta raccolta degli imballaggi.

– Per approfondimenti si rimanda alle **BANCHE DATI GIURIDICHE** Vite e Vino e Denominazioni di Origine di Unione Italiana Vini

a cura del Servizio Giuridico dell'Unione Italiana Vini

per domande: serviziogiuridico@uiv.it



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2022



Carmignano Il Circo Rosso Ris. FABRIZIO PRATESI

In Toscana nelle vicinanze di Prato nel territorio del Carmignano sorge l'azienda Fabrizio Pratesi. L'azienda nata nel 1875, oggi si estende su 10 ettari dove troviamo il Sangiovese, ma anche il Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc e il Merlot. Con Marco Sabellico assaggiamo il Carmignano Il Circo Rosso Ris. Dal colore rubino cupo, fitto, impenetrabile, al naso è inteso, persistente, ricco di frutti rossi, ciliegia, marasca, con note di cioccolato, caffè, liquirizia, tabacco e sfumature di erbe aromatiche. In bocca è pieno e strutturato, ma anche equilibrato ed elegante, ricco di frutto, con tannini maturi e levigati, il tutto è sorretto da una fresca vena acida, chiude su un finale lungo e persistente. Ottimo da abbinare a carni rosse, cacciagione, stufati, ma anche formaggi piccanti e stagionati.

Visita il sito: www.fabriziopratesi.it/ e visita l'e-commerce: www.fabriziopratesi.it/acquista-ora/

Per guardare la puntata:

www.instagram.com/tv/CYewVVKNugs/

FOCUS

LUGANA. Un 2021 record a 27 mln di bottiglie. Nel mirino Svizzera e Uk

a cura di Gianluca Atzeni

Non è certo una novità per la Doc Lugana chiudere l'anno con numeri lusinghieri. È accaduto anche nel 2021, con il Consorzio di tutela che può vantare un bilancio di tutto rispetto. L'effetto della pandemia sembra ben assorbito, se si considera il +12% nel numero di imbottigliamenti sui 12 mesi gennaio-dicembre, che sta a indicare **un trend di consolidamento che si osserva ormai da 10 anni. Nel 2020, l'incremento fu di circa il 13% sul 2019.** In particolare, **Ettore Nicoletto**, presidente dell'ente gardesano, ha voluto sottolineare come nonostante una quota export della Doc sopra il 70%, siano state proprio le mura domestiche a far vivere al Lugana una stagione da record.

I NUMERI. I dati del novembre 2021 relativi agli imbottigliamenti dicono che sono stati superati i 26 milioni di bottiglie (a fronte di 24.584.933 dell'intero 2020). E il Consorzio di Peschiera del Garda prevede di raggiungere i 27 milioni per tutto il 2021, segnando un +12%. Anche il prezzo medio delle uve e dello sfuso *"riflettono il momento d'oro"* scrive il Consorzio *"e il reale valore economico della Denominazione Lugana"*. Gli incrementi per l'uva, in particolare, sono del 29% mentre per il vino del 69% (dati su prezzo medio del 2020 e 2021, Camera di Commercio di Brescia e Verona). Inoltre, **guardando al canale Gdo, il Lugana ha raggiunto la vetta della classifica delle tipologie che**



crescono maggiormente in Italia:

secondo dati Iri, a volume, occupa il primo posto assoluto con un +46%.

LE ATTIVITÀ. *"I risultati del 2021, anno estremamente complesso, esemplificano la resilienza, duttilità e contemporaneità di questo vino, che incontra perfettamente i gusti del consumatore moderno"*, ha commentato il presidente Nicoletto. Un anno fa, il Consorzio aveva programmato lo sviluppo di nuove strategie imprenditoriali, per adattarsi alla mutata situazione dettata dalla crisi pandemica: *"Profilazione del cliente e canali di comunicazione diretti, investimenti nell'e-commerce ma soprattutto nella distribuzione moderna"* ha aggiunto *"strumento utilissimo per il presente e il futuro della nostra Doc"*. E le associate non si sono fatte mancare le più importanti manifestazioni enologiche, promuovendo anche eventi online e in presenza dedicati alla Doc. Ampio spazio, ricorda lo stesso Nicoletto, è stato dato anche ai momenti di formazione e aggiornamento dedicati ai soci.

L'EXPORT. Per il 2022, il Consorzio prevede il ritorno a una pianificazione nei Paesi extra-Ue. Intanto,

Il consorzio in cifre

200 soci
2500 ettari
27mln ·
 Imbottigliamenti
70% export

fonte: Consorzio di tutela Doc Lugana

negli Usa, primo sbocco commerciale (il secondo è il Giappone), sono previste attività di digital marketing, pr e media advertising unite a eventi dal vivo per stampa e operatori. Ma ci sono nuovi orizzonti a cui la Doc sta puntando: *"Per la prima volta"* ha annunciato il presidente *"svilupperemo un progetto espressamente dedicato a Svizzera e Regno Unito. Ci focalizzeremo in particolare sul media advertising, con un'attenta selezione delle testate più influenti e a target col potenziale consumatore del nostro Lugana Doc, che è appassionato, attento, curioso e raffinato, capace di apprezzare vitigni autoctoni di forte identità"*. Assieme a incontri in presenza e tour sul territorio, la strategia generale è quella di amplificare la naturale vocazione internazionale, *"piantando saldamente la bandiera del Lugana in nuovi territori"*.



*Azienda Agricola
Baccellieri*

www.baccellieri.it



CONSORZI. Piemonte Land perde pezzi: pesa il nodo rappresentatività. La Regione interviene e cerca di mediar. Fivi chiede una riforma nazionale

a cura di Gianluca Atzeni

Sotto l'albero di Natale, il Consorzio Piemonte Land of wine ha trovato le dimissioni del presidente Matteo Ascheri. Il suo mandato di circa un anno e mezzo nella cabina di regia della promozione dei vini piemontesi si è interrotto con un'uscita di scena definitiva dall'ente, accompagnata da quella del Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani (che Ascheri presiede) e di quella del Roero. E, così, uno dei più attivi organismi di promozione del Made in Italy nel mondo, con un portafoglio milionario di finanziamenti pubblici, perde pezzi pregiati.

L'annuncio della messa in vendita delle quote societarie da parte dei due Consorzi albesi rappresenta un gesto dimostrativo forte, che è servito a sollevare il problema. Il nodo, come in altri casi, è la rappresentatività nei consorzi. Un peso decisionale mal distribuito che non garantirebbe adeguata voce alle realtà piccole:

tema trattato più volte da Tre Bicchieri (vedi articolo [Rappresentanza nei consorzi: auspicabile un correttivo?](#)), e che ha sempre visto in prima fila la Federazione italiana dei vignaioli indipendenti. Federazione che oggi auspica che il Piemonte diventi un laboratorio per quella riforma dei Consorzi, più volte chiesta al ministero delle Politiche Agricole.

Nel caso specifico piemontese, guardando ai soci, Asti e Barbera sono tra i più grandi mentre, ad esempio, Pinerolese e Ovada sono tra quelli minori. Se, allora, le decisioni "consequono solo ai quintali di uva, agli ettoltri e al numero di bottiglie" come ha scritto la Fivi, la coesistenza si complica. Ma in Piemonte, terra con 18 Docg e 41 Doc, tutto è molto più intrecciato e sarebbe riduttivo leggere il problema come un mero confronto di

campanile tra Langhe-Roero e Monferrato. "Non è una guerra di territorio, ma l'ente deve essere maggiormente rappresentativo per promuovere tutto il Piemonte", ha precisato lo stesso Ascheri.



Il rapido intervento della Regione, che ha incontrato nei giorni scorsi la filiera, potrebbe aprire spiragli di dialogo. Certo, rimettere mano alle regole presuppone il placet di

tutti, grandi e piccoli; lo statuto andrebbe rivisto e i pesi redistribuiti. Sul tavolo dell'assessore Marco Protospapa ci sono, in questo senso, alcune proposte di Barolo Barbaresco e di Roero, che hanno abbandonato il campo per stare – per ora – sugli spalti. La Regione sarà l'arbitro in questa partita e, infatti, ha deciso di riconvocare le parti a febbraio.

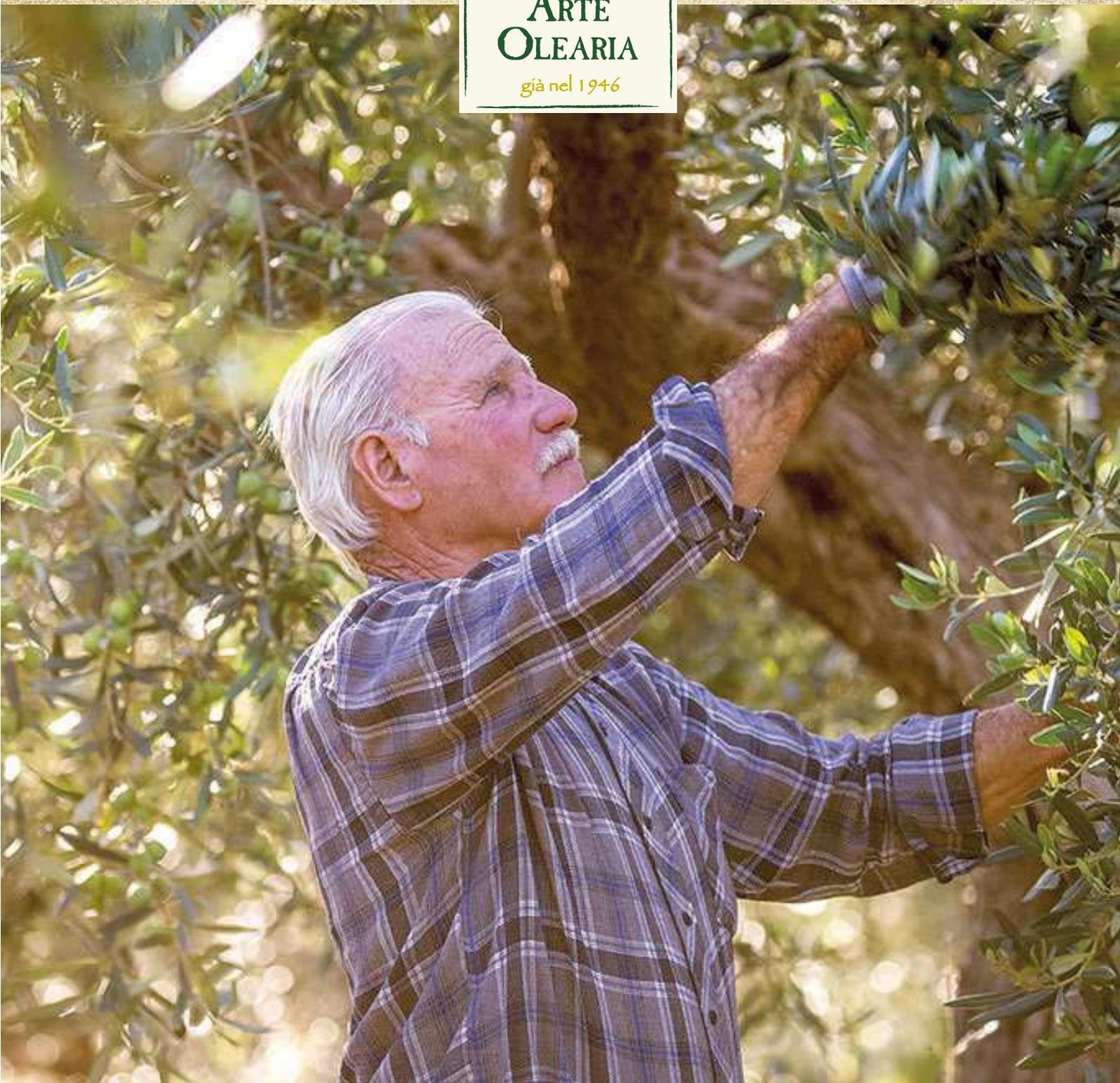
ALTA LANGA. La Docg a +42% di vendite in un anno. Il Consorzio: "Meglio del pre-pandemia"

Meglio del pre-pandemia. Anche per l'Alta Langa, come per altre denominazioni italiane, tra cui il Lugana (vedi articolo a lato), il 2021 ha significato un incremento notevole di vendite. Confrontati col 2019, i numeri resi noti dal consorzio delle alte bollicine piemontesi indicano un +42% rispetto al pre-Covid: "Un sold-out" fa sapere l'ente presieduto da **Giulio Bava** "che lascia ben sperare per il 2022, quando gli ettari di vigneto si assesteranno a quota 350, per una produzione attesa di oltre 3 milioni di bottiglie". **Sono 50 i soci del Consorzio, producono 80 diverse etichette**, mentre sono 90 i viticoltori per 300 ettari di vigneto (un terzo di chardonnay e due terzi di pinot nero). Tra le attività del 2021, spicca il progetto pilota di sensibilizzazione dei viticoltori per dedicare una porzione di terreno alla piantumazione di alberi simbiotici del tartufo. Progetto annunciato a settembre che vede coinvolto anche il Centro nazionale studi tartufo. "Questi alberi" come spiega Bava "potranno essere curati direttamente dagli agricoltori, o si potranno stabilire accordi con associazioni di trifolao che se ne occupino in modo da favorire buone pratiche di sviluppo e mantenimento delle tartufoie sul territorio delle colline alte di Langa". Intanto, si guarda già a marzo prossimo, quando a Torino è in programma la nuova edizione de "La Prima dell'Alta Langa" (dopo quelle di Grinzane Cavour e di Milano), evento che riunisce tutti i produttori e le loro cuvée per un tasting riservato al trade e alla stampa.

Marketing e territorio: un bilancio dell'Associazione Ruchè di Castagnole

L'Associazione produttori del Ruchè di Castagnole Monferrato Docg ha tracciato un bilancio, dopo sei mesi di attività, del piano di marketing territoriale. Sono oltre 500 gli scatti fotografici realizzati in 25 visite, 28 video istituzionali, più di 70 proposte turistiche progettate su misura e decine di operatori coinvolti in esperienze in azienda, oltre a consulenze per le singole imprese su accoglienza e comunicazione. Promosso col Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato, il progetto punta a creare una rete territoriale. Oltre alle 22 cantine del Ruchè associate, comprende i 7 Comuni della Docg, che hanno cofinanziato l'investimento di 60mila euro per un'attività ad ampio spettro che prepari la zona patrimonio Unesco a un turismo più consapevole. Nei prossimi mesi si ultimerà il portale per le prenotazioni e si definirà un'immagine coordinata. In programma c'è anche corso di formazione per gli associati che definirà le linee guida sull'accoglienza.


**COPPINI
ARTE
OLEARIA**
già nel 1946



*...dai nostri ulivi
alla tua tavola*

t.o.p.
Tracciabilità Origine Prodotto

#loveisanolivetree

www.coppiniarteolearia.com

tel: 0521872415

Seguiteci su:    YouTube #coppiniarteolearia



1946 - 2021

PROSECCO. È nuovo record per la Doc: si va oltre i 625 milioni di bottiglie



Con un +25,4% sul 2020, la Doc Prosecco supera ampiamente il tetto dei 600 milioni di pezzi, dopo il mezzo miliardo di unità superato lo scorso anno: 627,5 milioni di bottiglie è il dato più alto raggiunto dalla denominazione veneto-friulana. Tali aumenti percentuali sui volumi imbottigliati appartenevano per ora solo al periodo 2013-2016. E **la versione Doc Rosé rappresenta circa 71,5 milioni di bottiglie**. Un ulteriore balzo in avanti per il distretto guidato dal presidente **Stefano Zanette**, che parla di obiettivo consolidamento *“con uno sguardo attento ai consumatori, al territorio e alle sue comunità”*.

Nel dettaglio, dei 627,5 mln, circa 472 sono di spumante, 71,5 mln di rosé, 84 milioni di frizzante mentre la versione ferma è al di sotto dello 0,1%. Tra i dati resi noti dal Consorzio, c'è anche quello relativo alla valorizzazione della singola bottiglia che, all'export, in dollari Usa, ha superato il 4%.

ASTI. Moscato e spumante portano la Docg a 102 mln di bottiglie

Sono oltre 102 milioni di bottiglie di Asti Docg prodotte, con un incremento dell'11% sul 2020. In aumento sia la versione Moscato d'Asti (+10%) sia l'Asti Spumante (+12%).

Il Consorzio presieduto da **Lorenzo Barbero** registra delle novità in questo 2022. Il Mipaaf ha approvato in via definitiva la modifica al disciplinare, in particolare per la parte in cui il logo consortile diventa marchio collettivo: l'immagine di San Secondo, patrono di Asti sarà anche sulle fascette. *“Nel 2022”* ha detto Barbero *“riprenderemo con forza le attività di promozione sui mercati esteri più strategici, bloccate a causa della pandemia”*.

Ok alla difesa del marchio Prosecco Doc in Cina

Importante riconoscimento internazionale per la Doc Prosecco giunto a fine 2021 dopo sette anni di attesa, da quando il Consorzio, nel 2014, depositò in Cina il marchio collettivo “Prosecco”, per proteggere la Doc. L'iter per le bollicine italiane si rivelò già da subito complicato, perché l'iniziativa incontrò l'opposizione dei produttori di vino australiano rappresentati dall'Australian grape and wine incorporated, interessati a impedire la registrazione dell'indicazione geografica europea. La novità è che l'ufficio marchi cinese (Cnipa) ha rigettato l'opposizione australiana decidendo che **il marchio “Prosecco” è idoneo, essendo un'indicazione geografica, a svolgere la funzione di marchio per distinguere l'origine dei prodotti**. L'Ambasciatore d'Italia nella Repubblica Popolare Cinese, Luca Ferrari, ha scritto al presidente del Consorzio della Doc Prosecco, Stefano Zanette, parlando di *“passo avanti nella difesa della Doc, frutto della costante sinergia fra Ambasciata d'Italia a Pechino, istituzioni italiane e Consorzio”*.

Nei primi tre trimestri del 2021, i mercati internazionali hanno segnato un incremento della quota export del 30%. *“Il lavoro da fare è ancora tanto”* ha dichiarato Zanette *“e a breve presenteremo quella che potremmo definire l'Agenda 2030. Questo è il grande, imprescindibile, lavoro che ci attende per coinvolgere attivamente l'intero sistema produttivo verso una crescita realmente condivisa con uno sguardo attento ai consumatori, al territorio e alle sue comunità”*.



La soluzione logistica avanzata per il mercato Wines & Spirits

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



GAMBERO ROSSO[®]



Università
Mercatorum

Università telematica delle
Camere di Commercio Italiane



Gambero Rosso UNIVERSITY

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



DEAL 1. A Iwb la maggioranza della statunitense Enovation brands

Seconda operazione estera per Italian wine brands dopo Raphael Dal Bo nel 2020. Il cda del gruppo, quotato all'Aim di Borsa Italiana, ha sottoscritto gli accordi per l'acquisizione del capitale di Enovation brands Inc, società di importazione di vini italiani in Nord America, con sede a Miami, titolare di marchi noti come Voga, Luna di Luna, Gemma di Luna e con ricavi superiori ai 32 milioni di dollari Usa.

Enovation è detenuta per il 45%, dai fratelli Giovanni e Alberto Pecora, co-fondatori e manager operativi della società (a cui rispettivamente spetterà il 10% e il 5% del capitale sociale) e, per il 55%, da



Norina Srl., società finanziaria riconducibile ai quattro rami della famiglia Pizzolo, tra cui anche il vicepresidente di Iwb, Giorgio Pizzolo, e l'amministratore di Iwb, Marta Pizzolo, che erano alla guida di Enotalia, società acquisita interamente da Iwb lo scorso anno. **L'**

equity value concordato tra Iwb e i venditori per l'acquisto dell'85% di Enovation è di 22 milioni di dollari Usa, valutazione cui corrisponde un equity value per il 100% della società pari a 25,9 milioni di dollari Usa. Per l'acquisto, Iwb ricorrerà a risorse proprie senza ricorrere a forme di finanziamento dedicate. La compravendita di Norina Srl si qualifica, precisa la società, come operazione con parte correlata di minore rilevanza, secondo i regolamenti Consob (17221/2010).

L'operazione di aggregazione e crescita consentirà a Italian wine brands l'accesso diretto al mercato americano. Enovation, dal canto suo, potrà disporre di nuove referenze di vini rossi. E sono previste anche sinergie di costi, con possibili riduzioni dei prezzi d'acquisto della materia prima. - **G.A.**

DEAL 2. Santa Margherita Usa si espande in Oregon e acquisisce Roco Winery



Si allarga il portafoglio di Santa Margherita Usa, società di importazione e distribuzione di vini, consociata e interamente controllata da Santa Margherita Gruppo Vinicolo. La società ha annunciato l'acquisizione di Roco Winery, in Oregon, per 10 milioni di euro. Fondata nel 2001 da Rollin Soles e Corby Stonebraker-Soles, l'azienda si trova nella regione vinicola di Willamette Valley. Sotto la direzione agronomica ed enologica di Rollin Soles, la cantina (ben apprezzata dalla critica) produce circa 180mila bottiglie annue: dagli spumanti ai bianchi da uve chardonnay e ai rossi da uve pinot noir. Il fatturato annuo è intorno ai 4 milioni di dollari Usa. Il valore dell'operazione non è stato reso noto. **Si tratta della prima acquisizione a livello internazionale**, come fa notare l'amministratore delegato **Beniamino Garofalo**: *"I valori di Roco Winery e di Santa Margherita Gruppo Vinicolo sono armoniosamente allineati, come il focus su terroir regionali e il rispetto per la terra e, in questo quadro, l'esperienza in loco di Rollin e Corby gioca un ruolo importante nella partnership"*. **Gaetano Marzotto**, presidente del Gruppo, parla di scelta naturale verso gli Stati Uniti: *"Sono un mercato molto dinamico e noi crediamo nella qualità dei vini dell'Oregon"*. Per **Rollin Soles**, la partnership *"consentirà di continuare a produrre vini che siano una vera espressione del loro territorio"*. Attualmente Santa Margherita Usa conta oltre dieci brand in portafoglio, tra cui Santa Margherita, Ca' del Bosco, Masi, Kettmeir, Lamole di Lamole, Sassoregale, Torresella, Feudo Zirtari, Fattoria Sardi, Cà Maiol e Cantina Mesa. - **G.A.**

Il 2021 anno record per il gruppo Meregalli, che si trasforma in Spa

Le due Srl, Meregalli Giuseppe e Meregalli spirits, diventano Spa. Una trasformazione societaria che giunge a coronamento di un percorso di crescita per il gruppo italiano leader nel mondo della distribuzione di vino e alcolici, con sede a Monza. Nel triennio 2019-2021, gli obiettivi prefissati dal piano industriale sono stati raggiunti e superati anticipatamente. Le quote di mercato si sono ampliate. E, soprattutto, il 2021 segna il record di fatturato, con un +25% su un 2019 che si chiuse a 65 milioni di euro, il più alto mai raggiunto. Il rallentamento del 2020 (caratterizzato da un -30% nel solo canale Horeca, mitigato da un +6% nell'off trade) è alle spalle grazie a una strategia che ha privilegiato la competitività dell'offerta e la qualità del servizio. **La trasformazione in Spa, come spiega la stessa azienda, non modifica l'organizzazione interna, che fa sempre capo a Marcello Meregalli, azionista unico.** "I numeri a cui siamo arrivati" è il suo commento "mi rendono orgoglioso ripensando alle quattro generazioni che mi hanno preceduto, ma soprattutto sono uno stimolo per continuare a migliorare".

#stappacongamberorosso

AZIENDA AGRICOLA
LORENZO NEGRO
MONTEU ROERO
ITALIA

Roero Riserva “S. Francesco”

Il Roero Riserva S. Francesco nasce sulle colline vocate alla coltivazione del Nebbiolo da tempo immemore nella zona del Roero, sui profili sabbiosi delle aride sabbie Plioceniche, testimoniando il mare preistorico che bagnava le nostre colline alcuni milioni di anni fa.

Le Rocche che contornano i vigneti del Roero, sono le custodi di un territorio boschivo e selvaggio, ricco in biodiversità ed in grado di regalarci vini dal respiro elegante e floreale, in grado di sfidare il tempo.

AZIENDA AGRICOLA LORENZO NEGRO
Fraz. Sant'Anna 55, Monteu Roero (CN) - ITALIA

info@negrolorenzo.com - www.lorenzonegro.com



FINE WINE. Oeno Group scommette sull'Italia e sul master of wine Gabriele Gorelli



L'Italia continua a crescere e a ritagliarsi un ruolo di tutto rispetto nel mercato dei fine wine. Lo testimonia la scelta di Oeno, gruppo internazionale nel settore degli investimenti del fine wine, con sedi a Londra, Bordeaux, New York, Madrid, Monaco e in Toscana, che decide di rafforzare la propria presenza nel Belpaese, affidandosi al primo Master of wine italiano, Gabriele Gorelli (foto), in qualità di brand ambassador.

"Il nostro settore rappresenta da sempre una copertura efficace in condizioni di inflazione, questo spinge oggi più che mai gli investitori a migrare verso mercati alternativi come quello del fine wine" spiega **Ashley Ling**, head of Europe di Oeno Group *"e l'Italia continua ad affermarsi come uno dei mercati più forti a livello mondiale. Dopo la più che positiva performance re-*



gistrata nel 2021, consumatori e collezionisti di tutto il mondo hanno iniziato a percepire maggiormente l'eccezionale valore del made in Italy". In dieci anni, infatti, l'Italia è passata dal detenere appena l'1% di tutto il mercato secondario a quote odierne di 15-16%, come confermano i risultati riportati dal Liv-Ex, la piattaforma di riferimento del mercato del fine wine.

C'è anche da dire che negli ultimi anni i vini pregiati hanno rappresentato per molti un rifugio sicuro e sempre più attraente. Secondo il Knight Frank Luxury Index, in generale, questi beni

sono cresciuti in valore di un notevole 147% negli ultimi dieci anni, con rendimenti medi stimati da Oeno del 10,46% all'anno per gli ultimi 3 anni.

Uno degli obiettivi di Oeno Group, come dichiarato dallo stesso managing director Michael Doerr, è quello di aprire le porte di questo mondo a chiunque voglia investire nel mercato del fine wine. L'azienda, infatti, non si rivolge solo ai wine lover, ma anche ad un pubblico meno esperto di vini pregiati che desidera ampliare le proprie prospettive di guadagno, diversificando il rischio del proprio portfolio e coltivando le proprie passioni.

Nuovi italiani entrano nell'indice Liv-ex

Si rinnovano gli indici del Liv-ex in questo 2022 dopo un anno record per il mercato secondario dei vini pregiati. Per quanto riguarda l'Italia (confermata terza nella classifica a valore), sono diversi i cambiamenti nel paniere dei vini inseriti nell'indice londinese. Nel Liv-ex 1000, sono due i nuovi nomi nel sottoindice "Italy 100": Bartolo Mascarello Barolo e Giacomo Conterno Barolo Francia, che sostituiscono Gaja Sperss e Gaja Sori San Lorenzo. Per la Toscana, le annate 2008 dei Supertuscan vengono sostituite dalle nuove 2018 (per Tignanello, Sassicaia, Maseto, Solaia e Ornellaia). Guardando, poi, all'indice Liv-ex 100, si segnalano diverse aggiunte: Comm. GB Burlotto Barolo Monvigliero 2016 e Gaja, Barbaresco 2018. Mentre, in Toscana, spinti dalle richieste del mercato, entrano nelle rilevazioni anche le annate 2016 di Poggio di Sotto, Brunello di Montalcino e Soldera Case Basse, 100% Sangiovese.

Intesa Crédit Agricole Italia e Università Bocconi per sostenere la ricerca

Accordo triennale di cooperazione tra Crédit agricole Italia e Università Bocconi di Milano per il sostegno alla ricerca nel settore agricolo e agroalimentare. Il gruppo bancario metterà a disposizione dell'Ateneo avanzati strumenti analitici e competenze specialistiche in materia agri-agro.

L'accordo, di fatto, rafforza la collaborazione tra i due enti e, attraverso l'Agri-Lab (laboratorio di ricerca di Sda Bocconi diretto dal professor Vitaliano Fiorillo), unisce le competenze di docenti e ricercatori con quelle di Crédit agricole Italia. **Prevista la stesura di un Libro bianco sullo status del mercato agri-agro italiano** e seminari formativi sul territorio. L'obiettivo è individuare futuri trend di sviluppo, analizzare le potenzialità del settore prevedendo l'andamento del mercato ed elaborare progetti di ricerca su argomenti attuali come sostenibilità e circolarità.



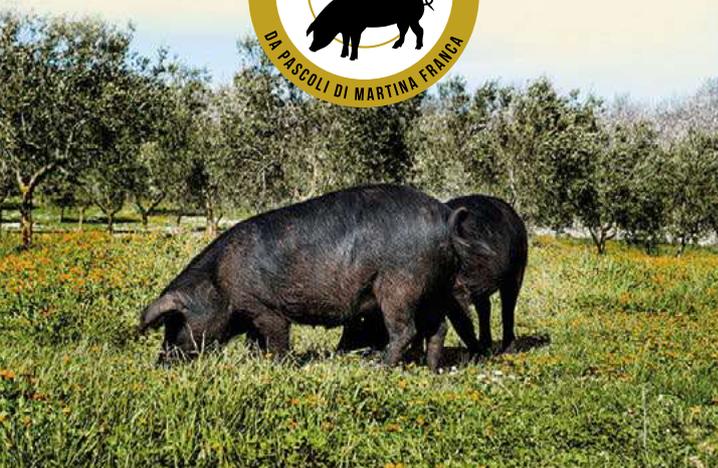


CAPOCOLLO DI MARTINA FRANCA



CULTURA E SUINOCULTURA IL RISPETTO DELLA SPECIE

NATI ALLEVATI E MACELLATI NEL NOSTRO TERRITORIO - NO ANTIBIOTICI PREVENTIVI -
ALIMENTAZIONE BASATA SU CEREALI - BENESSERE ANIMALE E RISPETTO DELLA SPECIE -
BASSI CONSUMI DI ACQUA



LA FILIERA DEL SUINO NERO DI PUGLIA

costituisce un patrimonio unico sotto il profilo storico, sociale, biologico, culturale ed economico del nostro Paese frutto della relazione tra la terra e l'animale.

 Slow Food®
Presidio | CAPOCOLLO
DI MARTINA FRANCA

Via Vecchia Ceglie nr.5., 74015 Martina Franca TA - 080 4490533
info@salumimartinafranca.it - www.salumimartinafranca.it

BILANCI 1. Piccini 1882 sul tetto dei 100 milioni di euro

Forte crescita di fatturato per il gruppo Piccini 1882. La realtà toscana guidata da **Mario Piccini**, che conta cinque tenute per un totale di 200 ettari vitati, ha registrato nel 2021 un incremento dei ricavi di circa il 40%, raggiungendo 100 milioni di euro di giro d'affari, suddiviso per il 32% in Italia e per il 68% all'estero. Considerando i volumi di vino venduti, grazie all'effetto traino dei mercati internazionali, il bilancio 2021 ha segnato un +50%, seguito dal canale e-commerce.

Il gruppo, come sottolineato dallo stesso Mario Piccini (amministratore delegato), ha voluto investire su due aspetti: lo sviluppo della responsabilità sociale e la diversificazione dei canali di vendita. *"Alle difficoltà della pandemia"* spiega *"abbiamo cercato di replicare con energia e determinazione avendo a mente che la differenza, soprattutto nei momenti di crisi, la fanno sempre le persone. Siamo stati in grado di riorganizzarci tenendo conto delle difficoltà vissute dagli operatori del canale Horeca e scegliendo di andare a potenziare la nostra presenza nella grande distribuzione e, soprattutto, nell'e-commerce"*. **Il lavoro sul tema della responsabilità sociale d'impresa ha portato ad avviare anche un percorso di rendicontazione sociale.** E l'investimento in risorse umane ha fatto sì che siano oggi 99 le figure professionali all'interno del gruppo.



BILANCI 2. Serena Wines 1881 fa meglio del 2019 e supera quota 84 milioni

Serena Wines 1881, storica azienda di Conegliano (Trevi- so), supera nel 2021 gli 84 milioni di euro di ricavi, mitigando la regressione del precedente esercizio e dei primi mesi del 2021, che in termini percentuali aveva significato un -27%. La produzione in volumi è di circa 375mila ettolitri, in ripresa del 28% sul 2020, pari a circa 26 milioni di bottiglie da 0,75 litri, 7 milioni da 0,20 litri e oltre 550mila fusti in acciaio. Fondata 140 anni fa, e da cinque generazioni appartenente alla stessa famiglia, la società occupa 90 addetti ed è tra i primi dieci produttori di Doc Prosecco. **Realizza il 56% delle vendite in Italia, con un 94% nei canali Horeca.** Tra le tipologie, il Prosecco rosè in breve tempo ha occupato circa il 9% dei ricavi, grazie al +25% registrato negli Stati Uniti. Non mancano le incognite sull'andamento del prossimo esercizio, a partire dalle tensioni sulle materie prime: da ottobre 2021 la domanda di sfuso era in crescita del 32% sullo stesso mese del 2020, con un incremento del prezzo al litro del Prosecco Doc pari al 40%. *"A questo fenomeno"* spiega il presidente **Luca Serena** *"vanno aggiunti i rincari del secco, ovvero vetro, carta e tappi oltre che dell'energia: tutte voci che necessariamente si rifletteranno sul prezzo finale del prodotto"*.



BILANCI 3. Per la Cantina Valpolicella Negrar un fatturato di 43 milioni di euro

Cantina Valpolicella Negrar mette a segno il miglior fatturato di sempre nell'esercizio 2020/2021. La coop vinicola veneta (244 soci) ha incrementato i ricavi del 14% rispetto al 2020 raggiungendo i 43,2 milioni di euro. **La grande distribuzione e l'online hanno giocato un ruolo decisivo** in un contesto in cui, come ha spiegato **Daniele Accordini** (direttore generale ed enologo), sono cambiate le modalità di consumo e acquisto. Per la cantina, il -30% del canale ristorazione è stato ampiamente compensato: *"Oltre ad aver consolidato i nostri mercati di riferimento, Germania e*

monopoli nordeuropei, abbiamo instaurato nuovi rapporti con Bielorussia, Azerbaigian, Brasile, Guatemala, Messico, Cipro, Repubblica Ceca e Romania. Le vendite in Gdo sono cresciute in valore e volume (+25%), in quanto c'è maggiore richiesta

di vini di fascia medio-alta. L'e-commerce è letteralmente esploso, segnando un +350%".

La cooperativa è primo produttore di vini bio per estensione di vigneti in Valpolicella:

150 ettari tra certificati e in conversione su 700 totali, con estensione anche alla zona del Bardolino. Infine, a San Pietro in Cariano, il nuovo investimento è rappresentato dallo stabilimento (5mila metri quadri) per la messa a riposo delle uve per Amarone e per Recioto. *"Dai 4 mila quintali di uve in appassimento del 1990 siamo arrivati a oltre 30mila nel 2021"*, ha dichiarato il presidente **Renzo Bighignoli** *"e i numeri confermano che la cantina è diventata nel tempo un punto di riferimento nella pratica di questa tecnica millenaria"*.



TANARA

Dal 1954 consulenti in Qualità



Prosciutto di Parma
D.O.P.



Qualità e Tradizione sono le basi del nostro prodotto e del nostro lavoro; per noi, produrre prosciutto di Parma, significa seguire tutte le fasi di lavorazione che sono state tramandate da generazioni. Il prodotto che arriva sulle vostre tavole possiede il profumo ed il sapore che contraddistinguono il vero e tradizionale Prosciutto di Parma, salato a mano e stagionato con sapienza nel rispetto della tradizione.

Dopo l'attenta e rigorosa selezione, ogni coscia fresca viene lavorata dal mastro salatore con solo sale marino e nessun altro additivo, l'unico semplice e naturale ingrediente deve essere sufficiente a proteggere e conservare il prosciutto, garantendo tuttavia la particolare dolcezza che contraddistingue il prodotto Tanara.

Con sapienza e grande cura, ogni prosciutto deve essere protetto dalla sugna durante la stagionatura, solo così si può arrivare ad un prosciutto stagionato perfettamente, morbido e profumato.

Nei grandi stanzoni areati, i prosciutti riposano e stagionano lentamente raggiungendo la piena maturazione grazie alle particolari proprietà dell'aria della zona di Langhirano.

Lo scopo del nostro lavoro è che il nostro cliente abbia una selezione particolare e che sia pienamente soddisfatto del prodotto, per tale motivo prolunghiamo la fase di maturazione dei nostri prosciutti fino alla stagionatura desiderata.

In cantine seminterrate i prosciutti trovano le giuste condizioni per acquisire il classico aroma Tanara, appesi a grandi scalere in legno.

Finalmente, solo dopo questo lungo processo, ogni prosciutto viene scelto e marchiato a fuoco con il bollo Tanara: ulteriore garanzia di qualità ed eccellenza.

Prosciutto Stagionato Antico Bianco da suino pesante Padano



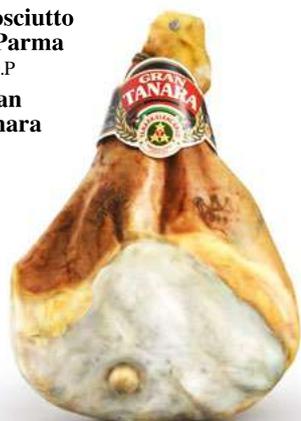
Prosciutto di Parma
D.O.P.
TANARA Privilege



Prosciutto Stagionato Antico Nero da suino nero brado



Prosciutto di Parma
D.O.P.
Gran Tanara



Prosciutto di Parma
D.O.P.
Linea Salute con Omega 3



Tanara ricerca sempre il meglio per offrire garanzie e tutele sempre più elevate ai consumatori, come il prosciutto *Linea Salute* con Omega 3
La Nostra Passione è Garanzia di Qualità

TANARA GIANCARLO S.p.A.

43013 Langhirano (Parma) Italy - Via Fanti d'Italia, 73 - Tel. 0521 852943 - Fax 0521 852224
e-mail: info@tanaragiancarlo.it - www.tanaragiancarlo.it

CONCORSI. L'Umbria del vino: 176 vini in gara fino al 14 gennaio

Sono 58 le aziende vinicole umbre iscritte, per un totale di 176 vini in gara, alla prima edizione del Concorso enologico regionale "L'Umbria del Vino", l'unico in Umbria autorizzato dal Mipaaf. La commissione, presieduta da Riccardo Cotarella (presidente di Assoenologi), è impegnata dal 12 fino al 14



gennaio in una tre giorni di degustazioni, in programma a Perugia, all'interno della sede della Camera di commercio dell'Umbria. Il Concorso enologico regionale è una proposta della Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura dell'Umbria, di concerto con Regione Umbria, Col-

diretti, Confagricoltura e Cia, il 3A Parco tecnologico agroalimentare dell'Umbria e Strade del vino e dell'olio dell'Umbria. Da assegnare, in totale, ci sono 10 premi e distinzioni in 5 categorie per i vini umbri: bianchi (49 in concorso), rossi (106), rosati (11), vini spumanti di qualità (4), vini dolci (6). Oltre a riconoscimenti che, in base ai punteggi totali ottenuti, andranno in assoluto alle prime tre cantine, al miglior giovane imprenditore, alla migliore conduzione femminile e infine alla migliore azienda biologica. Dopo la selezione, ci sarà l'annuncio della cerimonia di premiazione. Tutte le ulteriori fasi concorsuali, fanno sapere gli organizzatori, saranno comunicate successivamente.

Info: www.umbria.camcom.it

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Servizio Giuridico Uiv

progetto 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

ENO MEMORANDUM

17 GENNAIO

❖ BIENNALE INTERNAZIONALE DEL VINO

Bologna
Volvo Congress Center
fino al 18 gennaio
biennaledelvino.com

23 GENNAIO

❖ EVOLUZIONE NATURALE

Grottaglie (Taranto)
Antico convento dei Cappuccini
fino al 24 gennaio
www.evoluzionenaturale.org/

24 GENNAIO

❖ MILLESIME BIO DIGITAL SESSION

Montpellier (Francia)
fino al 25 gennaio
millesime-bio.com

30 GENNAIO

❖ VIGNAIOLI DI MONTAGNA

Milano
presso BASE Milano
Via Tortona
fino al 31 gennaio
www.vignaiolideltrentino.it

14 FEBBRAIO

❖ WINE PARIS - VINEXPO PARIS

Parigi
Paris Expo - Porte de Versailles
fino al 16 febbraio
www.vinexposium.com/wineparis-vinexpo/

26 FEBBRAIO

❖ SANA SLOW WINE FAIR

Bologna
Bologna Fiere
fino al 1° marzo
www.bolognafiere.it

28 FEBBRAIO

❖ MILLESIME BIO

edizione in presenza
Montpellier - Pérols (Francia)
Montpellier Exhibition centre
Route de la Foire
fino al 2 marzo
www.millesime-bio.com

2 MARZO

❖ FIERAGRICOLA VERONA

Veronafiere
fino al 5 marzo
www.fieragricola.it

19 MARZO

❖ ANTEPRIME DI TOSCANA 2022

(19) PrimAnteprima
(20) Chianti Lovers
(21-22) Chianti Classico Collection
(22-23) Anteprima Vernaccia di San Gimignano
(23-24) Anteprima Vino Nobile di Montepulciano
(25 marzo) Anteprima l'Altra Toscana
www.anteprimetoscane.it/AT/landing

20 MARZO

❖ TERRE DI TOSCANA

Lido di Camaiore (Lucca)
Hotel Una Esperienze Versilia Lido
fino al 21 marzo
www.acquabuona.it/eventi-acquabuona/terre-di-toscana/

26 MARZO

❖ VINIFERA FORUM

Trento - Fiera
fino al 27 marzo
www.viniferaforum.it/

27 MARZO

❖ PROWEIN 2022

Dusseldorf (Germania)
Fiera
fino al 29 marzo
www.prowein.com/



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
26 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



Le grandi cantine del Piemonte

Gianni Doglia
VITICOLTORE IN CASTAGNOLE DELLE LANZE

VIA ANNUNZIATA, 56 | 14054 CASTAGNOLE DELLE LANZE (AT) | WWW.GIANNIDOGLIA.IT | 0141 878359

Tutto è iniziato tre generazioni e qualche ettaro fa. Siamo nati come produttori di Moscato d'Asti DOCG e oggi puntiamo lo sguardo anche sul Monferrato terra in fermento e di riscoperta. Nel 1947 nostro nonno Eugenio acquistò una cascina all'Annunziata di Castagnole Lanze e i terreni circostanti. Qualche anno dopo i nostri genitori Marisa e Bruno iniziarono a vinificare le uve meravigliose che questa terra gli donava: in primis la Barbera, vitigno monferrino per eccellenza e a seguire il Grignolino, il Dolcetto e il Nebbiolo. È poi negli anni '90 che nasce la nostra storia da moscatisti. Gianni e Paola, spinti dalla passione per questo territorio magico chiamato Monferrato e per il Moscato iniziano a vinificare questo vitigno aromatico. Oggi l'azienda si estende su 16 ettari di vigneti dislocati principalmente a Castagnole delle Lanze, Nizza Monferrato e comuni limitrofi. Nella nostra selezione di vini oggi non possono mancare le identità del Monferrato: il Moscato d'Asti La Giostrina, il Moscato d'Asti Casa di Bianca, la Barbera d'Asti Bosco Donne, la Barbera d'Asti Superiore Genio, il Nizza e il Grignolino d'Asti.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Moscato d'Asti Canelli Casa di Bianca '20

Il Moscato d'Asti DOCG Casa di Bianca si esprime con note di pesca e salvia accompagnate da erbe officinali, menta e lime, seguite poi da un palato fine e fitto allo stesso tempo, lungo e armonioso. Le uve provengono da una singola vigna, un tempo chiamata Casa di Bianca, da lì il nome del vino. È un vino versatile, adatto ad ogni occasione e ad ogni momento della giornata. Ad inizio pasto per un aperitivo originale, ottimo con salumi e formaggi piccanti; a fine pasto, col dessert, si sposa felicemente con la pasticceria secca, torte di frutta oppure i classici Panettone e Pandoro.

Barbera d'Asti Sup. Genio '18

Rosso rubino intenso con riflessi violacei, ha un grande e ricco profumo che si apre con toni floreali di iris e rosa per diventare prorompente con sentori di sottobosco, lampone e susina. Avvolgente, caldo e rotondo, è un vino importante indicato per secondi piatti di carne rossa o selvaggina.



Grignolino d'Asti '20

Rosso rubino intenso con riflessi violacei che con il tempo tendono all'aranciato. Note di geranio e garofano con rosa e fragoline sono decisamente spiccate in gioventù unite a decisi sentori di pepe bianco che prendono il sopravvento con il passare del tempo. Fresco e netto con un tannino presente ma discreto e un retrogusto raffinemente amarognolo. Particolarmente adatto per aperitivi, antipasti estivi, primi di pasta. Vi stupirà con la frittura di pesce.

Le grandi cantine del Piemonte



Viticoltori dal 1914

S.DA BRICCO LÙ, 7 | 14055 COSTIGLIOLE D'ASTI (AT) | WWW.GOZZELINOVINI.COM | 0141 966134

Quando la famiglia Gozzelino ha iniziato a coltivare questi vigneti era il 1886 e le terre erano in proprietà ai marchesi Asinari, grandi viticoltori residenti nel castello di Costigliole. I Gozzelino entrano in possesso delle loro prime vigne nel 1914 e proseguono ad ampliare l'azienda; oggi sono 30 gli ettari. Le loro terre sono coltivate con la saggezza tradizionale. Cinque generazioni di vignaioli, una generazione vissuta dagli attuali titolari che accanto alla tradizionale e affezionata clientela familiare, che viene qui ogni anno ad acquistare il "suo" vino, oggi servono anche altri consumatori, con bottiglie selezionate. "Per noi la qualità è una scelta necessaria - dice Sergio Gozzelino - perché è il vino di casa nostra".

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Moscato d'Asti Bruna '20

Intenso, fresco, fragrante, che richiama alla mente note di fiori di arancio e di salvia con un sottofondo appena accennato di miele. Gradevolmente dolce, equilibrato, caratteristico e leggermente vivace. Si abbina perfettamente a qualsiasi tipo di dessert, pasticceria secca, frutta e dolci di crema e si apprezza fresco in diversi momenti della giornata.

Barbera d'Asti Sup. '16

Di grande complessità ed eleganza, bouquet di rose, note balsamiche di eucalipto si alternano a piccoli frutti rossi, amarena e ribes, poi erbe aromatiche, timo e origano, spezie, liquirizia pepe nero e noce moscata, cuoio, cacao e mandorla. Al palato è pieno, vellutato e avvolgente, di grande freschezza e struttura. Da provare con piatti succulenti di carne rossa come brasato di bue e stufato di cinghiale, ottimo anche con formaggi di grande stagionatura e struttura.



Grignolino d'Adti Bric d'la Riva '20

Vino di discreta intensità e complessità olfattiva, con note vinose, fruttate che ricordano l'uva, la susina e le ciliegie e note fruttate di rose. Buon attacco e buon equilibrio con prevalenza della durezza dovuta ai suoi tannini nervosi e finale piacevole. Vino versatile da gustare fresco come aperitivo o a temperatura ambiente con piatti semplici, salumi e formaggi di media stagionatura.



PARITÀ DI GENERE

Anna Maschio – amministratrice delegata Distilleria Bonaventura

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

Nella mia personale esperienza lavorativa, non credo di aver dovuto superare degli ostacoli dovuti al mio genere di appartenenza. Ho cominciato come Responsabile Estero presso la Distilleria Bonaventura Maschio, ho avuto modo di viaggiare molto e di dovermi confrontare con professionisti di molte nazioni diverse. In qualche occasione le differenze di vedute e di cultura possono aver generato qualche incomprensione o piccolo fraintendimento, ma niente di insuperabile e mai causato strettamente dal mio essere donna.

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

In quanto amministratrice delegata dell'azienda in cui lavoro, ho sempre cercato di venire incontro alle esigenze delle mie collaboratrici e dei miei collaboratori. Abbiamo sempre cercato il più possibile di approvare le richieste di orario part-time delle dipendenti con figli piccoli, a prescindere e ben oltre le norme previste dalla legge. Questo ha permesso loro di continuare a crescere nella propria sfera professionale e, allo stesso tempo, di godersi la propria famiglia.

3 Quali proposte o modifiche proporrebbe alle autorità di governo per accelerare il raggiungimento della parità?

Penso che uno dei motivi che, più classicamente, ha sfavorito le donne nel mondo del lavoro, sia legato alla genitorialità. Sono le donne che prendono più spesso permessi sul lavoro per accudire i propri figli in caso di malattia o di emergenza. Sono sempre le madri, inoltre, a chiedere la riduzione dell'orario lavorativo da full a part-time. Questo succede perché la nostra società ritiene che debba sempre essere la donna ad avere il dovere e il compito di crescere i figli e, solo nel tempo che rimane, pensare alla propria carriera. Gli uomini, d'altro canto, raramente riescono a farsi approvare permessi dai propri datori di lavoro per i medesimi motivi. Per queste ragioni, reputo che un buon modo per favorire l'uguaglianza e le pari opportunità, sia concedere dello spazio da dedicare ai



propri figli anche ai loro papà, in modo che l'onere (e il privilegio) della genitorialità ricada in egual misura su entrambe le parti coinvolte. In questo modo, automaticamente, le donne non sarebbero più discriminate per il proprio ruolo di genitore poiché quest'ultimo interesserebbe entrambi i sessi in identica misura.

4 Quale messaggio o consiglio si sente di dare alle donne che hanno capacità e desiderio di emergere, in particolare a quelle che stanno ancora lottando e alle giovani generazioni?

Invito tutte le donne, più o meno giovani, a continuare a far sentire la propria voce per avere pari opportunità. In verità sogno che presto si possa smettere di parlare della dicotomia uomo-donna all'interno del mondo del lavoro e che si possa finalmente rimettere al centro il merito del singolo. La meritocrazia deve essere il focus centrale, il valore su cui fondare il mondo del lavoro di domani (ma anche di oggi), e la meritocrazia non può e non deve conoscere genere.



ARVANGE

METODO CLASSICO
PAS DOSÉ



EMOZIONI CHE VINCONO

WWW.CANTINAVALTIDONE.IT

UK. Oltre la metà dei wine drinker è over 55. Giovani sempre più salutisti



Tra Covid e Brexit l'anno appena trascorso non è di certo stato uno dei più semplici per il mercato inglese del vino e gli strascichi resteranno anche per il 2022. Tra i trend già in corso che si sono imposti nell'ultimo anno, appare inarrestabile l'invecchiamento della popolazione dei bevitori abituali. Il risultato, secondo l'analisi Wine Intelligence è che il 56% dei wine drinker è costituito da over 55 (con ben il 36% di over 65, in crescita di 14 punti percentuali negli ultimi 10 anni) e solo il 15% è under 34 (la fascia 18-24 anni non va oltre il 5%). Come mai? **Probabilmente è stata proprio la pandemia ad allontanare i consumatori più giovani dalla categoria del vino e a spingerli verso altre bevande**, poiché tradizionalmente i consumi di vino in Uk sono legati a contesti sociali e luoghi commerciali che, in questi mesi, sono venuti meno. Ma c'è da considerare anche il crescente interesse per la salute e il benessere che potrebbe aver contribuito alla contrazione della popolazione che consuma regolarmente vino e alla sua distribuzione per età. Rispetto ai consumatori più anziani, è molto più probabile che la Gen-Z (età legale per

bere) e i Millennial si astengano del tutto dall'alcol o ne moderino attivamente il consumo. Questo fenomeno stimola anche la domanda di prodotti analcolici e a basso contenuto di alcol ed è probabile che continuerà a plasmare gradualmente il mercato nei prossimi anni.

A livello di vendite, la preferenza di canale è rimasta sostanzialmente simile nell'ultimo anno, con poche eccezioni. Dopo una spinta legata al Covid nel 2020, l'uso dell'e-commerce è rimasto stabile, con il consolida-

mento dei siti web di supermercati e produttori di vino e con le app di consegna che guadagnano terreno. Mentre stanno diventando sempre più popolari i formati di imballaggio alternativi, soprattutto tra i più giovani. A tal proposito, **il vino in lattina è l'astro nascente, grazie alla crescente offerta e al miglioramento della qualità**. Più di 1 consumatore su 10 di età compresa tra 18 e 34 anni ha ricordato di aver acquistato vino in lattina negli ultimi sei mesi, tre volte di più rispetto a chi ha più di 55 anni e il doppio rispetto al normale bevitore di vino medio del Regno Unito. Secondo Wine Intelligence, questo trend è destinato ad affermarsi, spinto soprattutto dalle pressioni sulla sostenibilità.

Infine, un occhio alla produzione locale che continua a crescere, beneficiando del desiderio diffuso nell'era Covid di acquistare e supportare le imprese locali. I dati Iwsr prevedono per lo spumante inglese un tasso di crescita annuo del 4% dal 2021 al 2025. **- L.S.**

Nel Regno Unito è Dry January

Viene dal Regno Unito il Dry January, la sfida mondiale a rimanere completamente sobri nel primo mese dell'anno, dopo le abbuffate natalizie. Letteralmente "gennaio asciutto", il primo Dry January nasce nel 2013 con la campagna lanciata da Alcohol Change Uk, l'associazione britannica che si impegna a sensibilizzare le persone a un consumo più consapevole. Fin dall'inizio sono state moltissime le star e i protagonisti dei media ad aderire al progetto – primo testimonial fu Alastair Campbell, celebre giornalista e autore inglese – e la campagna è continuata a crescere negli anni. Tanto che è arrivata anche l'app Try Dry dedicata che fornisce contenuti utili per affrontare la sfida.

Secondo la British Beer&Pub Association (BBPA), nel Regno Unito, questo mese saranno dispensate ben 7.8 milioni di pinte di birra analcolica o a basso tenore alcolico, ovvero circa 4.4 milioni di litri. Del resto, birre e vini analcolici stanno conquistando sempre più il mercato: in particolare, le birre alcol free contano un giro d'affari globale di oltre 9 miliardi di dollari, con una previsione di crescita del 7.5% annuo per i prossimi quattro anni.

IL MIO EXPORT

Oscar Arrivabene – Domenico Clerico

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

La vendita della nostra produzione si suddivide così: Il 60% viene esportata, il 40% resta in Italia. Circa la metà di ciò che viene esportato finisce sulle tavole Americane e la restante parte viene suddivisa tra Asia ed Europa.

2 Cosa è cambiato e come stanno andando le esportazioni dopo i vari lockdown?

Stanno andando molto bene, credo che chi ha seminato bene in passato, prima del marzo 2020, ed è riuscito a fortificare i rapporti, privilegiando relazioni di lungo corso nella vendita alla semplice performance nel breve termine, si sia poi trovato in una posizione di vantaggio quando la morsa dei lock down si è stretta.

Il cliente ha voglia, dopo le restrizioni di relazioni umane che possano garantirgli al momento dell'acquisto un volto ed una storia.

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

L'interesse per l'Italia ed il vino italiano è sempre altissimo e negli ultimi anni noto una maggior consapevolezza del cliente verso i vini italiani di fascia alta. Non solo nella loro accezione più romantica legata alla Bella Vita e al saper vivere italiano, ma come vini che sanno mantenere il loro valore anche nel lungo periodo e dare una garanzia di qualità costante nelle diverse annate.

La serietà, perseveranza e capacità di non scendere a compromessi dei nostri vignaioli (a volte anche rinunciando al fatturato, non producendo un'annata quando non soddisfatti), sta finalmente dando i suoi frutti!

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

Abbiamo più export manager dedicati ai singoli mercati, selezionati per competenze e capacità nel trasmettere i valori aziendali, di quella che è sì un'azienda, ma soprattutto una famiglia che produce vino da più di 40 anni. Li definirei i ormai più degli amici di famiglia che degli "export manager".

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

Una cena con dei clienti nel 2015, a Oakland, vicino a San Francisco, stavo parlando della vigna da cui nasce il nostro CiabotMentin nel MGA Ginestra, spiegando dov'era posizionata geograficamente: in una piccola valle, esattamente speculare alla vigna di un altro noto produttore. La persona davanti a me mi interrompe, chiedendomi se la nostra vigna fosse esposta ad Est (la vigna è esposta ad Est e la cosa mi sorprese molto). La preparazione di questa persona, riguardo il territorio di Barolo era tale da conoscere l'esposizione della vigna davanti perché dava i natali ad uno dei suoi vini preferiti e ricavare così a logica l'esposizione della nostra vigna. Questo è ciò che intendo quando parlo dell'interesse e della preparazione di alcuni consumatori stranieri, veri ambasciatori del territorio più che semplici clienti.



NEL PROSSIMO NUMERO
SANTA TRESA

❖ Domenico Clerico - Monforte d'Alba - Cuneo - www.domenicoclerico.com

LE STORIE

COSÌ IL COVID RIDISEGNA IL CALENDARIO VITIVINICOLO 2022

▲ a cura di Loredana Sottile



Il nuovo anno deve fare i conti con la nuova impennata di contagi: slittano in primavera tutte le Antepreme previste tra gennaio e febbraio, mentre restano confermate le grandi fiere internazionali. A partire da Wine Paris & Vinexpo Paris di metà febbraio



Doveva essere l'anno della ripresa, ma in queste prime settimane del 2022 la ripresa sembra riguardare soprattutto i contagi da Covid. La nuova variante Omicron viaggia in tutta Italia sui 180 mila positivi al giorno, arrivando a sfiorare complessivamente gli 8 milioni di casi. Una situazione che non lascia altra scelta ai consorzi del vino di riprogrammare il calendario delle Antepreme, che già da gennaio avrebbero dovuto inaugurare il nuovo anno.

NIENTE ANTEPRIME INVERNALI

La prima anteprima a slittare è quella di **Grandi Langhe**: la sesta edizione era stata annunciata per il 31 gennaio e il primo dicembre a Torino, ma il Consorzio di Tutela del Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani ha appena annunciato il rinvio al 4 e 5 aprile, sempre in presenza, sempre a Torino, negli spazi dell'Ogr (Officine Grandi Riparazioni). Anche lo scorso anno era saltata sia l'Anteprima classica sia il nuovo format Grandi Langhe On the Road 2021 che prevedeva un tour in tutta Italia a bordo del wine truck della Regione Piemonte.

Nuove date anche per **Anteprima Amarone** organizzata dal Consorzio Tutela Vini Valpolicella che sarebbe dovuta andare in scena il 4 e il 5 febbraio a Palazzo della Gran Guardia di Verona, con focus sull'annata 2017 e con due convegni dedicati al settore Horeca. Si terrà, invece, nel mese di giugno (date da definire) con lo stesso programma già previsto, a cui si aggiungeranno eventi speciali dedicati al re della Valpolicella. *"Vogliamo tornare in presenza e vogliamo farlo nel migliore dei modi"* ha detto il presidente del Consorzio, Christian Marchesini *"lo dobbiamo ai nostri produttori e a una denominazione che nel 2021 ha registrato una stagione importante sul fronte delle vendite. Per questo a febbraio, assieme a Nomisma Wine-Monitor, presenteremo un focus di mercato sulle performance di Amarone, Ripasso e Valpolicella in Italia e nel mondo"*.

Non ha voluto rischiare neppure la Toscana: dopo vari incontri tra Consorzi e Regione è arrivata la decisione di spostare le **Antepreme Toscane** al mese di marzo, poco prima di ProWein, dal 19 al 25 marzo (erano previste dal 12 al 18 febbraio). *"Dopo esserci consultati"* ha detto la vicepresidente e assessora all'agroalimentare Stefania Saccardi *"alla luce del momento ancora di emergenza che stiamo vivendo e che ci auguriamo possa allentarsi nei prossimi mesi, abbiamo deciso di rimandare questo appuntamento che per la sua importanza è giusto si debba svolgere in tempi di maggiore tranquillità"*.

Discorso che non riguarda il Consorzio del Brunello di Montalcino che già nei mesi scorsi si era sfilato dalla collettiva regionale e che, giocando d'anticipo, ha già archiviato con successo la prima edizione "indipendente" di Benvenuto Brunello nel mese di novembre. Una mossa che non ha a che fare con la questione Covid (anche se >>

» la scelta del mese di novembre ha premiato il Consorzio e ha evitato eventuali riprogrammazioni), ma con la volontà di essere sul mercato e presentare la nuova annata in tempo per le vendite di fine e inizio anno.

In questo riassetto del calendario vitivinicolo nazionale si collocano anche le date delle principali manifestazioni siciliane: **Sicilia en Primeur** che, come può anticipare Tre Bicchieri, si svolgerà dal 27 aprile al 1° maggio e **Contrade dell'Etna**, già annunciata dal 2 al 4 aprile. Edizione, quest'ultima, che per la prima volta si svolgerà al Sicilia's Picciolo Golf di Castiglione di Sicilia, e che sarà dedicata al suo ideatore Andrea Franchetti, recentemente scomparso.

CONFERMATE LE DATE DI FEBBRAIO PER WINE PARIS & VINEXPO PARIS

Ma cosa succederà agli altri eventi e alle grandi fiere di settore internazionale? Al momento non sembrano esserci scossoni particolari. La Francia ha messo le cose in chiaro: nel rispetto delle regole di prevenzione dei contagi, Wine Paris & Vinexpo Paris si farà, come previsto, dal 14 al 16 febbraio al Paris Expo, Porte de Versailles. Attesi circa 2.800 gli espositori da 32 diversi Paesi, per una tre giorni che vedrà ovviamente la Francia ben rappresentata in ogni sua regione. E ci sarà anche il Gambero Rosso con la Tre Bicchieri Experience (15 febbraio). Lo sforzo degli organizzatori è importante, considerando che è da due anni circa che non si tiene una fiera del vino a Parigi proprio a causa della pandemia. Per gli esponenti del trade, la formula è consolidata: masterclass e degustazioni di alta qualità, conferenze multi-format con esperti e aree sugli argomenti più popolari. Con Be Spirits si parlerà di alcolici e mixology, con Wine Tech Perspectives di innovazione e digitalizzazione, con La Nouvelle Vague ci sarà spazio per giovani e talentuosi produttori di vino. E anche Parigi si appresta ad accogliere gli ospiti, dai trasporti agli hotel, dai bar ai ristoranti che saranno aperti per una serie di eventi collaterali nei quartieri della capitale francese che gli organizzatori sveleranno nelle prossime settimane.

IL NUOVO CALENDARIO VITIVINICOLO 2022

14-16 febbraio Wine Paris & Vinexpo Paris

19-25 marzo Anteprime Toscane:

❖ **19 marzo** PrimAnteprima

❖ **20 marzo** Chianti Lovers

❖ **21-22 marzo** Chianti Classico Collection

❖ **22-23 marzo** Anteprima Vernaccia di San Gimignano

❖ **23-24 marzo** Anteprima Vino Nobile di Montepulciano

❖ **25 marzo** Anteprima l'Altra Toscana

27-29 marzo ProWein

2-4 aprile Contrade dell'Etna

4-5 aprile Grandi Langhe

10-13 aprile Vinitaly

27 aprile – 1 maggio Sicilia en Primeur

17-18 maggio Distillo

giugno (date a definire) **Anteprima Amarone**

Slittano anche Sigep e Bit

Non solo vino. Insieme alle Anteprime delle principali denominazioni e ad un'altra miriade di eventi previsti nel primo bimestre dell'anno, anche le manifestazioni del food hanno deciso di ricollocarsi nel resto dell'anno. È il caso della 43esima edizione del Sigep-Salone Internazionale della Gelateria, Pasticceria, Panificazione Artigianali e Caffè che, previsto inizialmente a gennaio, ha preferito virare sulla primavera (12-16 marzo) nel quartiere Fieristico di Rimini. Slittamento anche per la Borsa Internazionale del Turismo, anch'essa in calendario a gennaio e riprogrammata – causa Covid – dal 10 al 12 aprile a Fiera Milano City.



NESSUNO SPOSTAMENTO PER PROWEIN E VINITALY

Ancora presto per capire cosa succederà in primavera, ma secondo gli scienziati il picco della diffusione del virus dovrebbe avvenire nei mesi di gennaio e febbraio. Non sembrano, quindi, in discussione né ProWein (27-29 marzo), né Vinitaly (10-13 aprile), che ha già avuto la sua anteprima con la Special Edition di ottobre. Intanto Veronafiere ha preferito spostare in avanti gli eventi - agricoli e non - dei mesi invernali, tra cui anche la 115esima edizione di Fieragricola (International Agricultural Technologies Show), inizialmente prevista dal 26 al 29 gennaio e riprogrammata dal 2 al 5 marzo 2022.

Per quanto riguarda ProWein, si tratterebbe di un ritorno dopo due anni di stop, con tre padiglioni in più, per un totale di 13 (per l'Italia ben 3 padiglioni, al pari dei padroni di casa) e con un protocollo speciale, definito PROTaction, basato sul principio 3G (apertura solo per vaccinati, guariti o testati negativi) e sulla regola 1,5 (1 persona per 5m²), grazie all'allargamento dei corridoi tra i vari stand fino a quattro o sei metri (anziché tre metri). "In linea di principio" spiega Michael Degen, executive director di Messe Düsseldorf "è come nei vigneti, ove la distanza tra i filari venisse aumentata per ottimizzare la ventilazione delle viti. In questo modo creiamo il necessario equilibrio tra le distanze minime richieste dalla pandemia ed una sufficiente elevata frequenza di visitatori".

RINVIATO L'ESORDIO DEL SALONE DISTILLO

Salta, invece, il debutto di Distillo, la nuova manifestazione milanese dedicata al fenomeno delle microdistillerie. Dopo la presentazione dello scorso anno, la prima edizione, inizialmente fissata a inizio febbraio, slitterà al mese di maggio (17 e 18) e sarà ospitata alle Officine del Volo, edificio post-industriale in via Mecenate. Annunciata anche la presenza di otto produttori di alambicchi, su un totale di espositori superiore alle 40 unità. L'obiettivo è portare a Milano appassionati e curiosi da diversi Paesi dell'Europa meridionale, sancendo la ripartenza del settore dopo i mesi difficili dovuti all'emergenza Covid.

"In oltre un anno di attività, a partire dalla Conferenza sulla distillazione artigianale di ottobre 2020" spiegano gli organizzatori, **Claudio Riva** e **Davide Terziotti** di Craft Distilling "siamo riusciti a confezionare una manifestazione mai fatta prima in Italia, con la partecipazione di tanti espositori e un numero record di produttori di alambicchi. Tuttavia, riteniamo, vista l'evoluzione della pandemia, la segnalazione di tanti focolai e la rapida crescita dei contagi, che la sicurezza e la tranquillità degli espositori, dei visitatori e del personale sia la cosa più importante, al di là delle normative attuali che permetterebbero lo svolgimento di Distillo. La scelta comporta sicuramente dei sacrifici, tuttavia crediamo che lo spostamento di qualche mese possa garantire una migliore sicurezza e, di conseguenza, un maggior successo". ❖



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2022



Barolo Ravera '16 RÉVA

In Piemonte più precisamente nelle Langhe troviamo l'azienda Réva. La giovane azienda nata nel 2012, conta oggi oltre 35 ettari di proprietà, di cui 23 vitati a conduzione biologica. Con Marco Sabellico assaggiamo il Barolo Ravera '16. Dal colore rubino granata, al naso è profondo, fine, ricco di frutti rossi, prugna, marasca, ribes, ricco di note floreali, ma anche note speziate, boisé e tabacco. In bocca il vino è strutturato, pieno, profondo, armonico, equilibrato, verticale, ricco di frutto e spezie, con tannini estremamente levigati, chiude lungo su note fumé e delicatamente minerali. Ottimo da portare a tavola in abbinamento a carni rosse, cacciagione e formaggi stagionati.

Visita il sito: www.revawinery.com/

Per guardare la puntata:

www.instagram.com/tv/CYHVKfrNwMj/

ZONIN1821 ENTRA NEL TERZO SECOLO. I PIANI DEL GRUPPO NELL'INTERVISTA AL CEO PIETRO MATTIONI

 a cura di Gianluca Atzeni



Il 2021 è stato un anno di ripresa per il brand di Gambellara, che sta investendo sulla comunicazione online e spumantistica, ed è in prima linea nella difesa del Prosecco dagli attacchi croati. Ma nelle tenute italiane e straniere la vera sfida si chiama rispetto dell'ambiente e sostenibilità



Due secoli di storia superati lo scorso anno e sette generazioni per il Gruppo Zonin1821, azienda di Gambellara oggi guidata dai tre figli di Gianni Zonin, Domenico, Francesco e Michele, presente in oltre 140 Paesi con filiali negli Stati Uniti, Regno Unito, Cina e Svezia. Il Gruppo, che negli anni si è allargato fino a comprendere



7 tenute in Italia con ramificazioni anche negli Usa e in Cile, vanta un giro d'affari di circa duecento milioni di euro, quasi raddoppiato in un decennio, e una propensione all'export sopra l'80%.

"Il momento della celebrazione nel 2021 è stato un motivo di orgoglio, guardando alla strada percorsa" è il pensiero del presidente **Domenico Zonin** *"ma soprattutto è lo sprone per guardare ai prossimi duecento anni con lo stesso spirito di imprenditorialità, determinazione e passione che da sempre ci ha contraddistinto"*. L'azienda veneta ha pianificato il suo futuro aprendosi ai fondi di investimento, con l'ingresso nel capitale (anno 2018) di 21Invest, e rinnovato il management ai più alti livelli, affidando a **Pietro Mattioni** il ruolo di amministratore delegato.



In questa intervista al settimanale *Tre Bicchieri*, proprio il nuovo ceo spazia a 360 gradi dai temi più strettamente economici a quelli legati alle strategie agronomiche in relazione ai cambiamenti climatici.

Dottor Mattioni, partiamo dal lato finanziario. Quanto ha influito l'anno più duro del Covid-19 sui conti della Zonin1821?

L'effetto Covid ha giocato un ruolo chiave nelle performance di tutti i player di mercato. Il 2020 è stato un anno complesso che ha lasciato come eredità positiva una maggiore attenzione alla qualità da parte dei consumatori. Zonin1821 è tra le poche aziende vitivinicole che offre sia prodotti da grande distribuzione, con un buon posizionamento, sia vini di eccellenza prodotti nelle tenute aziendali, dislocate in diverse regioni italiane e anche »

Le 7 tenute italiane

Ca' Bolani (Friuli-Venezia Giulia), Castello del Poggio (Piemonte), Tenuta Il Bosco (Lombardia), Rocca di Montemassi e Castello di Albola (Toscana), Masseria Altemura (Puglia) e Principi di Butera (Sicilia).



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2022



Conegliano Valdobbiadene Extra Brut Ponte Rosso '20 CANTINE COLLALTO

A Susegana nella terra del Prosecco Superiore troviamo l'antico castello del Conte di Collalto costruito nel 1110. Qui troviamo l'azienda Cantine Collalto, che oggi conta 164 ettari coltivati, di cui ben 94 sono dedicati alla produzione di Prosecco Superiore Collalto. Con Marco Sabellico assaggiamo il Conegliano Valdobbiadene Extra Brut Ponte Rosso '20. Dal colore paglierino scarico dai riflessi verdolini, al naso emergono note di frutta bianca matura di mela, note floreali di biancospino, acacia, glicine, con delicate note di frutta tropicale. In bocca il vino è asciutto, sapido, nervoso, fresco, scorrevole, ricco di frutto. Ottimo come aperitivo, ma anche da portare a tavola con frittiture di pesce e vegetali, frutti di mare.

Visita il sito: www.cantine-collalto.it/
e visita l'e-commerce:
shop.cantine-collalto.it/

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/tv/CYRoXqTNxf4/

LE STORIE

» all'estero. Il fatturato 2020 si è attestato a 190 milioni di euro: 24% vini fermi a marchio Zonin, 19% Prosecco Zonin, 19% vini delle tenute, cui si aggiungono i vini di Castello del Poggio, marchio chiave negli Stati Uniti, con un 17% e un 21% di altre tipologie.

E come prevedete di chiudere il 2021 appena concluso?

Anche l'ultimo trimestre è cresciuto in linea col trend registrato fino a settembre. I segnali positivi del 2021 hanno dato conferma anche nel mercato interno, oltre che nel Regno Unito e negli Stati Uniti, che sono tra i nostri principali mercati. Molto bene la performance del Prosecco che cresce in modo trasversale in tutte le latitudini. Per il futuro, il focus è una crescita virtuosa top e bottom line.

Guardando all'estero, che vale circa l'85% dei ricavi totali, quali gli obiettivi del Gruppo?

L'export conta oggi per l'85% del fatturato ed è corretto affermare che l'internazionalizzazione è uno dei punti di forza di Zonin1821, che sa coniugare lo sguardo aperto sul mondo e le proprie radici. Ecco perché la tag line che al meglio rappresenta Zonin1821 è "Wine lovers with Italian Dna". Ora, puntiamo a consolidare e arricchire le nostre quote di mercato nei Paesi focus. Gli Stati Uniti rappresentano il nostro mercato principale (pari al 37% del fatturato totale), seguiti da Regno Unito (17%), Italia (16%), Germania (6%), Australia, Russia e Canada (rispettivamente al 3%), Svizzera (2%) e il resto del mondo (13%).

Negli Stati Uniti, che valgono oltre un terzo dei ricavi, Zonin1821 opera con una società controllata, la Zonin Usa di Miami. Quali risultati sta registrando?

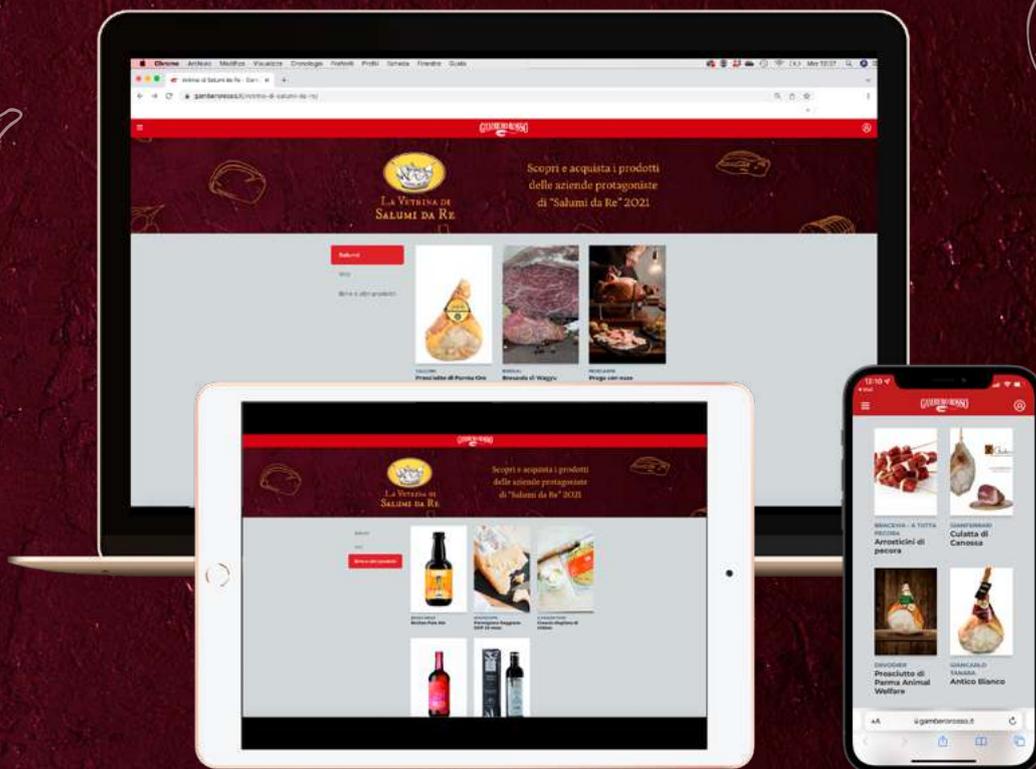
Gli Usa sono un mercato focus non solo per noi ma per tutto il comparto vino, che la famiglia Zonin conosce fin dal 1976, quando pose radici vitivinicole in Virginia con Barbourville Vineyards, la tenuta considerata oggi emblema dell'enologia della East Coast americana. Questa lunga frequentazione degli Usa ci ha consentito di anticipare numerosi trend, di cogliere opportunità e di riservare, quindi, al mercato statunitense una posizione di assoluta rilevanza nelle nostre strategie di prodotto. Il 2021 si è rivelato un anno con buone performance, con una crescita in linea con le aspettative.

In questo specifico mercato, quali sono i trend che rilevate e che, a vostro avviso, andranno seguiti e intercedati per il futuro?

Siamo molto attenti in particolar modo agli Stati Uniti, dove l'apprezzamento per il Made in Italy svolge un ruolo sempre più significativo, soprattutto ora che l'alimentare di alta qualità ha avuto un forte potenziamento. Questo mercato ha una forte predilezione per il Prosecco. »



LA VETRINA DI SALUMI DA RE



Scopri e acquista i prodotti delle
aziende protagoniste di "Salumi da Re" 2021

Un po' di storia

Tutto inizia a Gambellara (Vicenza) nel 1821, con Giovanni Battista (Giobatta) Zonin e Girolamo Antonio Zonin, tra i possessori di un ronco arborato vitato (un terreno atto alla coltivazione della vite), in cui famiglia e territorio iniziano un cammino nel mercato della produzione di uve che prosegue fino al 1921. In quell'anno, sotto gli effetti della Grande Guerra, Domenico Zonin, a 22 anni, chiede al padre la legittima e coi soldi ricevuti inizia una contenuta produzione di vini e liquori che distribuisce nei territori limitrofi. È l'anno del varo ufficiale delle Cantine Zonin, che, nonostante le difficoltà del periodo, continuano a crescere in modo esponenziale fino al secondo dopo guerra.

A fine anni '60 inizia l'espansione internazionale e l'ampliamento tramite acquisizioni di diversi terroir d'eccellenza, in Italia e all'estero. Un'evoluzione che porta l'azienda a estendersi fino a 2.000 ettari vitati, su un totale di 4mila. Oggi, nel terzo millennio, Zonin1821 è tra le più importanti aziende vinicole di proprietà familiare in Italia e nel mondo. Produce Prosecco e vini fermi a marchio Zonin, vini di alta qualità da sette tenute dislocate nelle regioni italiane a più alta vocazione vitivinicola, oltre ai vini della tenuta americana di Barboursville Vineyards in Virginia (Stati Uniti) e ai vini della cilena DosAlmas. Oltre 500 gli addetti. Il fatturato 2020 è pari a 190 milioni di euro, sostanzialmente raddoppiato negli ultimi 10 anni, e la percentuale estero è dell'85%. Oggi è presente in oltre 140 mercati.



» Zonin, in particolar modo con questo vino, rappresenta uno stile di vita internazionale, positivo, pieno di energia e accessibile. Assistiamo a ottime performance anche del Moscato, vitigno aromatico, fresco che ben si adatta alle preferenze del consumatore.

Sempre a proposito di nuovi trend, le aziende californiane sembrano già aver colto un'occasione per integrare i propri redditi. Non solo vino ma anche hard seltzer, sidro, ready to drink. Non sembra giunto il momento di diversificare?

Il vino resta il cuore della nostra produzione, a conferma della cultura enoica che caratterizza il nostro Paese e che ci rende forti nell'export. Ciò nonostante, per intercetta-

re un trend marcato per uno specifico Paese, vorrei citare l'esempio degli Usa, dove abbiamo lanciato all'interno del brand Castello del Poggio la linea dei vini aromatizzati, il Peach Moscato (Peachy dreams) e il Blueberry (Blueberry bliss). Sin dall'inizio, Castello del Poggio si è imposto negli Usa attraverso il Moscato. E il consumatore americano si è rivelato sempre più attratto anche da altre nuance nella selezione dei vini dolci. Questa la ragione che ci ha indotti a diversificare la gamma Castello del Poggio, stimolandoci ad allargare il portfolio.

La pandemia ha fatto crescere esponenzialmente il mondo digital. Cosa vi ha lasciato questa esperienza? E come state usando questo canale?

Il digitale rappresenta un nuovo e importante asset per raccontare la storia dell'azienda e promuovere la cultura del vino attraverso un linguaggio differente e contemporaneo. Oggi l'azienda ha fortemente voluto rinnovare anche il proprio aspetto grazie, ad esempio, al sito web mobile friendly, più vicino al mood del consumatore di riferimento. Non è un caso che anche la nuova campagna pubblicitaria, in occasione dei 200 anni, sia stata una delle più recenti espressioni di comunicazione, con un approccio focalizzato sul digitale che è sempre più strategico.

Avete festeggiato due secoli di attività. C'è stato il rinnovo del management nel 2020 e dal 2018 nel capitale sociale è entrata 21Invest (Benetton) per un 36%. Quali i vantaggi di questa scelta e gli obiettivi di crescita futuri?

L'entrata di 21Invest data a fine 2018 con la quota del 36,1% di Zonin1821, interamente attraverso l'aumento di capitale del valore di 65 milioni di euro: lo scopo è stato quello di accelerare la crescita della società, sostenendo il team di gestione.

È del 2017 il gemellaggio con la famiglia Vial e il marchio DosAlmas. Come stanno performando le vendite in questo specifico mercato? State valutando altre iniziative simili in altri Paesi?

Nel 2017, in Cile, Zonin1821 trova una terra giovane, con tanti microclimi diversi e una abilità particolare nel produrre vini. Un'occasione per sperimentare e combinare tradizione ed esperienza, identità e storia italiane con lo spirito nuovo e la ricchezza della terra cilena. La joint venture con la famiglia Vial e, con il marchio DosAlmas, garantisce l'accesso a quattro territori di coltivazione diversi: Casablanca Valley, Maipo Valley, Colchagua Valley e Apalta. Terroir diversi che consentono di portare sul mercato internazionale una gamma di vini ampia, in grado di competere con i player cileni anche grazie alla nostra rete distributiva internazionale, che si avvale delle nostre società dirette di importazione, in Usa, in Uk e in Cina. E »

GAMBERO ROSSO
ITALY
FOOD WINE
ACADEMY



Il tuo talento ha bisogno di nuove sfide?

Scopri i nostri corsi professionali
su gamberorosso.it/academy

ROMA

TORINO

NAPOLI

LECCE

PALERMO

PARTNER



SPONSOR



La vocazione internazionale

Su un export che rappresenta l'85% dei ricavi, gli Stati Uniti sono il mercato principale per Zonin1821 (pari al 37% del fatturato totale), seguiti da Regno Unito (17%), Italia (16%), Germania (6%), Australia, Russia e Canada (rispettivamente al 3%), Svizzera (2%) e il resto del mondo (13%).

» proprio in Cina stiamo registrando ottime performance dei vini cileni (+52% a valore nel 2021 sul 2020), che interpretiamo anche come conseguenza delle restrizioni applicate ai vini australiani da parte del governo di Pechino. I dazi anti-dumping che i produttori australiani stanno subendo arrivano fino al 218% e la situazione sta portando beneficio alle importazioni di vini sudamericani.

Veniamo al caso Prošek. Se l'Italia avrà ragione della Croazia, lo dovrà anche a quanto custodito dalla famiglia Zonin. Come è andata coi documenti storici inseriti nel dossier? E cosa pensate di tutta la vicenda?

Siamo felici di aver potuto contribuire al reperimento delle prove utili alla Regione Veneto per dimostrare e tutelare la storicità tutta italiana del Prosecco. Dai nostri archivi storici, infatti, abbiamo potuto condividere le carte geografiche citate dal presidente Zaia, risalenti rispettivamente al 1585, al 1590 e al 1770, che sono state tramandate di generazione in generazione fino ai nostri giorni. Attraverso queste incisioni di rame, si evince il collegamento storico tra l'area geografica intorno a Trieste e il vino Prosecco.

La quarta ondata di contagi da Covid è reale. E con essa aumenta il rischio, anche in Italia, di nuove restrizioni agli spostamenti e chiusure in Horeca.

Le bollicine (Prosecco in primis ma spumanti in generale) hanno confermato la loro vocazione di vini del Natale per antonomasia, confermando le aspettative sulle loro performance su tutti i canali (off trade ed e-commerce inclusi).

Il timore rispetto a questo periodo c'è, ma, dopo quasi due anni di "esperienza", sono certo che anche se ci fossero restrizioni, le sapremofronteggiare anche nel canale on-trade con misure che non penalizzino troppo i consumi. L'obiettivo generale e condiviso da tutti, operatori privati e istituzioni, è senza dubbio questo, e, come produttori, continueremo a essere al fianco dei nostri clienti per supportarli.

La Zonin1821, in Italia e nel mondo, possiede circa 2mila ettari vitati sui 4mila totali. Quali sono gli effetti del climate change sulle vostre produzioni, sul fronte enologico e agronomico.

Le conseguenze del cambiamento climatico si evidenziano in gelate tardive, in primavera inoltrata, che bloccano lo sviluppo del frutto (in Maremma ad inizio aprile si sono registrati -8 °C) o, al contrario, in picchi di caldo e conseguente stress idrico per la pianta (per esempio a Butera, dove si trova la nostra Tenuta siciliana, si sono raggiunti 44,8 °C nei primi giorni di agosto).

O, ancora, in fenomeni violenti (grandine o nubifragi) che giocoforza impattano sulla vite, e sulla sanità delle uve e che invariabilmente si manifestano in primavera a macchia di leopardo oramai, sia nelle regioni del nord che del centro Italia, come già da anni avviene in Virginia.

Come state lavorando per attenuarli o prevederli?

Stiamo fronteggiando il problema facendo sintesi della collaborazione di ben 9 agronomi ed altrettanti enologi presenti nelle nostre tenute, che definiscono di concerto le misure più opportune, avvalendosi delle differenti esperienze e delle tendenze sperimentate anche oltre confine. Si va, dunque, dal dosaggio mirato della quantità d'acqua in vigna, possibile grazie all'utilizzo di Vintel, un dispositivo previsionale che per primi abbiamo utilizzato in Italia, fino agli interventi sul gelo sperimentato nei vigneti americani: ventole antigelo e uso di falò mirati sui vigneti più importanti, come d'uso anche in Borgogna e nella Champagne.

La sostenibilità è tema molto sentito da consumatori e imprese e dalle tenute del vostro Gruppo che, ad esempio, per il 44% sfruttano energie rinnovabili e utilizzano pratiche per il rispetto dei suoli. Quali gli obiettivi, le iniziative e gli investimenti previsti?

Declinata in tutti i suoi aspetti (ambientale, economico e sociale), la sostenibilità è alla base dell'operato aziendale. In particolare, nelle Tenute di Zonin1821, l'attenzione alla viticoltura sostenibile riguarda diversi aspetti, perché seguiamo una filosofia di preservazione del suolo e dell'ecosistema che ci accoglie a livello locale, con due fiori all'occhiello: Castello di Albola e Rocca di Montemassi, le prime ad aver ottenuto le certificazioni Equalitas e biologiche (Valoritalia). Nella maggior parte delle Tenute, utilizziamo sovesci per preservare la biodiversità della microfauna del suolo e garantiamola biodiversità, arricchendo la nostra presenza tramite seminativi.

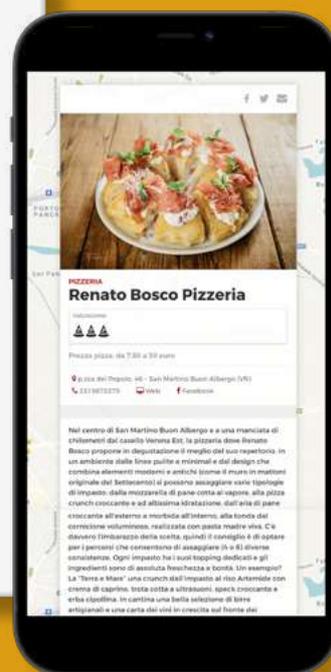
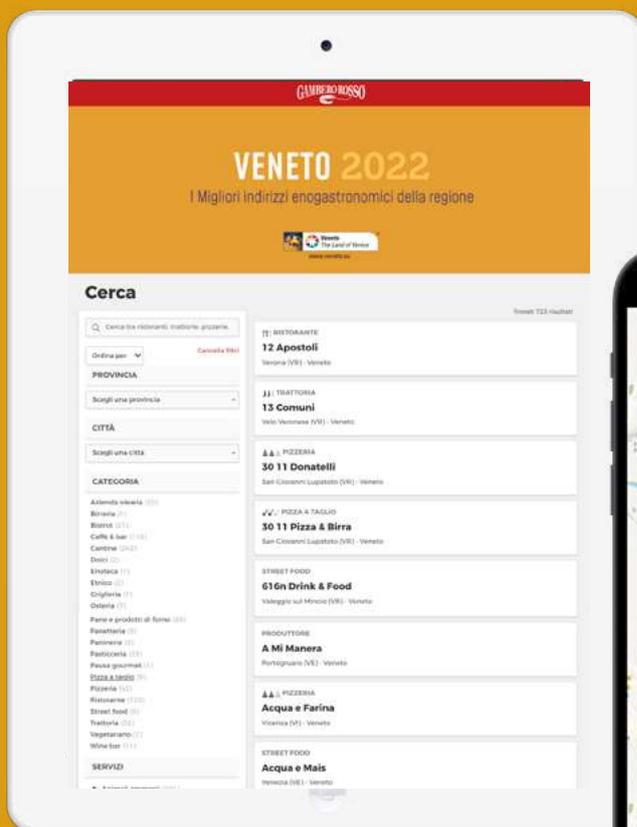
A partire dalla sede centrale di Gambellara, abbiamo introdotto l'utilizzo di pannelli fotovoltaici, che contribuiscono, in percentuali diverse, al risparmio di energia elettrica. In tutte le Tenute, stiamo limitando al massimo gli erbicidi, preservando la vita nel suolo, tanto che ad oggi il 60% dei vigneti è coltivato senza erbicidi. L'azienda e ogni sua società hanno adottato un codice etico dedicato. ❖

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



Veneto
The Land of Venice

www.veneto.eu