



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



## GDO, LISTINI IN AUMENTO. QUALI STRATEGIE CONTRO L'INFLAZIONE?

### DOP ECONOMY

Il sistema supera l'anno della pandemia a 16,6 mld di euro. I dati del Rapporto Ismea-Qualivita

### FOCUS

L'Amarone conquista il mercato italiano.

- ❖ E il Valpolicella? Marchesini spiega le politiche del Consorzio

### ESTERI

Vinexpo vince la scommessa: premiata la scelta di febbraio. Il report da Parigi del Gambero Rosso

### CANCER PLAN

Via gli alert in etichetta, ma resta il taglio alla promozione. Ecco i punti oscuri del testo approvato

### RUBRICHE

L'andamento del Barolo nelle aste 2021. Ogni settimana l'analisi delle wine auction di Milano Finanza





### Agricoltori in piazza contro i rincari

Sono arrivati da Nord e da Sud nelle principali piazze italiane con trattori e animali e una richiesta al Governo: trovare una soluzione per superare le conseguenze dei rincari. Così gli agricoltori e gli allevatori, guidati da Coldiretti, hanno espresso le loro preoccupazioni per l'aumento delle bollette e di altre materie, quali concimi, mangimi, vetro e così via. **Tra le soluzioni indicate in una lettera che Coldiretti ha inviato al premier Draghi, c'è lo sblocco di 2,7 miliardi per filiere ed energie rinnovabili, presenti all'interno del Pnnr:** *"Quanto le chiediamo è semplice" si legge nella missiva "sbloccare in tempi brevissimi un flusso di risorse capace di accelerare il piano di transizione ecologica e alleviare il peso del debito, senza uccidere la capacità di investimento delle aziende".*

Secondo un'indagine Coldiretti/Ixé, con l'esplosione dei costi energetici quasi un agricoltore italiano su tre (30%) è oggi costretto a ridurre la produzione di cibo, mettendo a rischio le forniture alimentari. In particolare, con l'avvio delle operazioni colturali, gli agricoltori sono costretti ad affrontare rincari dei prezzi fino al 50% per il gasolio necessario per le attività che comprendono l'estirpatura, la rullatura, la semina e la concimazione. Inoltre, secondo l'indagine, l'impennata del costo del gas, utilizzato nel processo di produzione dei fertilizzanti, ha fatto schizzare verso l'alto i prezzi dei concimi, con l'urea passata da 350 euro a 850 euro a tonnellata (+143%). Il risultato è che quest'anno produrre cereali, come ad esempio il grano, costa agli agricoltori italiani 400 euro ad ettaro in più, mentre per i produttori di olio extravergine d'oliva e di vino i costi medi di produzione sono aumentati del 12%.

foto: Coldiretti



## DOP ECONOMY. Valore alla produzione di 16,6 mld di euro, con il vino stabile. I dati del Rapporto Ismea-Qualivita. Patuanelli: "Ora tutelare l'unicità italiana in Ue"

a cura di Loredana Sottile

La Dop Economy tiene duro, superando l'annus horribilis - il 2020 - quando è riuscita a registrare 16,6 miliardi di euro alla produzione, pari al 19% del fatturato totale dell'agroalimentare italiano, ed è riuscita a contenere le perdite al -2%. È quanto è emerso dal XIX Rapporto Ismea-Qualivita sul settore italiano dei prodotti Dop e Igp, che ha anche evidenziato come l'export continui a tenere, nonostante tutto: 9,5 miliardi di euro (-0,1%), pari al 20% delle esportazioni nazionali di settore, con l'Ue che compensa le battute d'arresto dell'extra Ue.

**IL POST PANDEMIA.** "La coesione delle filiere, la garanzia di sicurezza per i consumatori e la capacità di dialogo con le istituzioni hanno rappresentato punti di forza per la tenuta del settore" ha evidenziato **Cesare Mazzetti**, presidente della Fondazione Qualivita.

"Tra le azioni di risposta alla pandemia che hanno sortito gli effetti sperati" mette in evidenza il direttore generale Qualivita **Mauro Rosati** "ci sono stati il pegno rotativo esteso a tutti i prodotti Dop e Igp; il fondo per la distribuzione di derrate alimentari alle persone indigenti e il fondo per la ristorazione da 600 milioni di euro". Il futuro? Si giocherà su alcuni fattori chiave: "La riscoperta delle filiera corta" spiega Rosati "e il passaggio dalla fase di sviluppo a quella di progresso, dove dovrà esserci una maggiore attenzione ai consumatori e alla sostenibilità". "Non v'è dubbio" sottolinea il direttore generale Ismea **Maria Chiara Zaganelli** "che la partita del post pandemia si giocherà anche per le Igp sulla capacità di rendere resilienti filiere e aziende, con strategie produttive, distributive e commerciali

integrate sul territorio e di incorporare una diffusa cultura della sostenibilità di prodotti e territori".

**IL VINO.** Il comparto vitivinicolo nel 2020 ha registrato un valore alla produzione pressoché stabile: 3,2 miliardi di euro per le Igp e 9,3 miliardi per le Dop. In frenata l'export a 5,6 miliardi di euro (-1,3%): risentono degli effetti della pandemia soprattutto i mercati extra Ue (-4,3%), mentre cresce l'export in Ue (+4,1%) con incrementi a doppia cifra per i Paesi scandinavi e del Nord Europa. Da segnalare la forte crescita delle vendite in Gdo che hanno segnato un ammirevole +8,5%.



Dello stesso avviso il ministro delle Politiche Agricole

**Stefano Patuanelli**

che, intervenendo alla presentazione del Rapporto, ha messo in evidenza l'originalità italiana all'interno del sistema comunitario: "Ci aspetta un anno impegnativo a livello europeo" ha detto

"È necessario salvaguardare e tutelare l'intero sistema produttivo dai rischi che possono generare l'omologazione alimentare". Sono principalmente tre le problematiche da affrontare nei prossimi mesi: la riforma del regolamento Dop-Igp, con la proposta di trasferire l'intero capitolo della qualità alimentare all'ufficio per la proprietà intellettuale; le politiche proibizionistiche (vedi articolo su [Cancer Plan a pag. 28](#)); l'etichettatura con l'utilizzo del Nutriscore per il food e per il vino. Su quest'ultimo punto Patuanelli ha spiegato come il consumatore oggi voglia sapere cosa (mangi e beva), ma anche il dove e il come. "Ben vengano, quindi, più informazioni" ha detto "ma non camuffate da un mero condizionamento del consumatore attraverso sistemi come il Nutriscore. Da parte del Mipaaf" ha concluso "c'è impegno assoluto sulla difesa della qualità".

**LE REGIONI.** A livello di impatto economico sul territorio, se la crescita principale riguarda il Sud e le isole (+7,5%), è ancora il Nord Italia a trainare. Nella top 5 delle regioni figurano, infatti, Veneto (3,7 miliardi di euro), Emilia-Romagna (3,3 miliardi), Lombardia (2,1 miliardi), Piemonte (1,4 miliardi) e Toscana (1,15 miliardi). Parlano "nordico" anche le prime tre province della classifica: Treviso, Parma e Verona, che presentano valori superiori al miliardo di euro. Ma bisogna tener conto che tutte le regioni e le province hanno ormai una ricaduta economica dovuta alle filiere dei prodotti Dop e Igp. Ed è questa varietà il punto di forza del sistema italiano.

**LE PROSSIME SFIDE.** "La differenziazione, insieme a innovazione e organizzazione, è la leva del successo dell'agroali-



**BERSANO DAL 1907**  
una realtà di terre, uomini e tradizione



BERSANO

BERSANO - NIZZA MONFERRATO - [www.bersano.it](http://www.bersano.it)

### Wine Economy: i numeri del vino



**526**

PRODOTTI  
DOP IGP  
vitivinicoli  
registrati in Italia

**24,3** mln

ettolitri  
PRODUZIONE  
IMBOTTIGLIATA  
crescita del +1,7%  
su base annua

**9,3** mld €

VALORE ALLA  
PRODUZIONE  
dell'imbottigliato  
-0,6% su base annua

**5,6** mld €

VALORE  
ALL'EXPORT  
calo del -1,3%  
su base annua

**+8,5%**

VENDITE  
CANALE GDO  
crescita su  
base annua

**113.335**

OPERATORI  
FILIERE IGP  
viticoltori, vinificatori  
e imbottiglieri

**121**

CONSORZI  
DI TUTELA  
riconosciuti  
dal Mipaaf

Dati economici riferiti ai prodotti DOP IGP STG registrati al 31.12.2020 - fonte: Ismea-Qualivita



## CANTINA ITALIA. Giacenze vino a gennaio in crescita dell'1%. Il report Icqrf

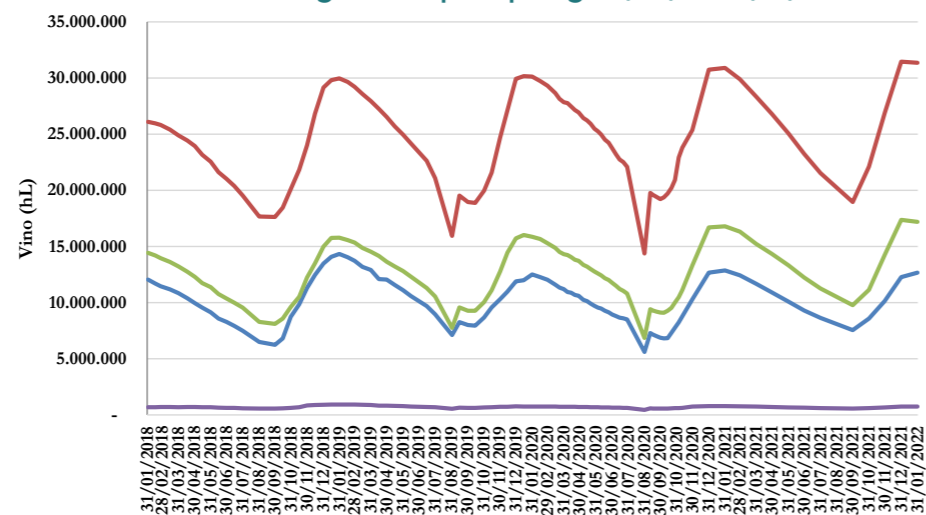
Al 31 gennaio 2022 le giacenze di vino nelle cantine italiane sono pressoché invariate rispetto al mese di dicembre, con 61,9 milioni di ettolitri di vino, come riferisce l'ultimo report di Cantina Italia, poco più di centomila ettolitri in più (+0,2%). **I dati dell'Icqrf dicono che rispetto al 31 gennaio del 2021 le giacenze sono cresciute dell'1%, con un incremento di 602mila etto-**

**litri.** Negli stabilimenti enologici italiani, sono presenti anche 7,9 milioni di ettolitri di mosti (+13,8% rispetto a un anno fa) e quasi 632mila ettolitri di vini nuovi ancora in fermentazione (Vnaif), in calo dell'11%. Rispetto al 31 dicembre 2021, prosegue il calo delle giacenze dei mosti (-18,1%) e dei Vnaif (-74,4%).

Tornando al vino, il 55,2% è detenuto nelle regioni del Nord, prevalentemente nel Veneto. Il 50,6% del vino in giacenza è a Dop, il 27,7% a Igp, mentre i vini varietali costituiscono appena l'1,2% del totale. Il 20,4% è rappresentato da

altri vini. Considerando le Dop e Igp, su un totale di 48,5 milioni di ettolitri in stock, i maggiori quantitativi appartengono alla Dop Prosecco (4,7 mln/hl), seguita da Igt Puglia (2,84 mln/hl), Igt Terre Siciliane (1,45 mln/hl), Doc Sicilia (1,42 mln/hl), Doc Montepulciano d'Abruzzo (1,65 mln/hl).

### Andamento del vino in giacenza per tipologia: 1/02/18 - 31/01/22



I dati al 31 agosto di ogni anno sono influenzati dalla parziale chiusura delle registrazioni relative alle campagne vitivinicole dell'anno precedente  
fonte: Icqrf

## PREZZI. "Sfuso in aumento e balzo spumanti"

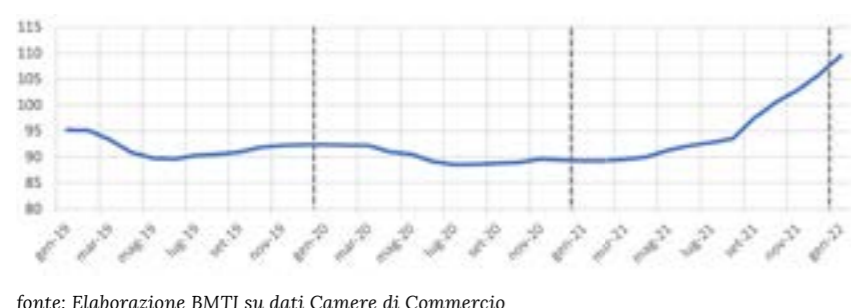
### I dati di Bmti e Unioncamere

Prosegue anche a nelle prima parte del 2022 la corsa al rialzo dei listini all'ingrosso dei vini italiani. L'indice dei prezzi dello sfuso elaborato da Borsa merci telematica italiana (Bmti) e Unioncamere registra **un incremento annuo del 18,7% nelle prime settimane di febbraio, con un +1,1% rispetto al mese di dicembre 2021.**

Un rialzo che, oltre all'incremento dei costi delle materie prime (in particolare il vetro per produrre le bottiglie, la carta e l'energia elettrica), è da attribuire alla scarsa quantità di uve raccolte durante la scorsa vendemmia e alla riapertura della ristorazione dei mesi scorsi, dopo le chiusure del 2020 a causa della pandemia. Tra le tipologie, l'indice Bmti segnala il rialzo dei prezzi dei vini spumanti-frizzanti, che è superiore alla crescita media del settore (+22,7%), grazie all'incremento del 26,7% dei vini ottenuti con metodo Charmat.

### Prezzo all'ingrosso dei vini spumanti-frizzanti

Indice Unioncamere - BMTI base dic-15=100



fonte: Elaborazione BMTI su dati Camere di Commercio

## Mipaaf: "Ok a 900 mln per Contratti filiera e distretto"

Via libera da parte del Cipess, il Dipartimento per la programmazione e il coordinamento della politica economica, all'assegnazione di 900 milioni di euro a copertura di parte del contributo per il finanziamento agevolato dei Contratti di filiera e di distretto, a valere sul 30% delle risorse residue del Fondo rotativo per il sostegno alle imprese e gli investimenti in ricerca (Fri). Un atto importante, quello del Governo, per lo scorrimento della graduatoria dei progetti già presenti nell'ambito del IV Bando 2015-2020 "Contratti di filiera e di distretto" nel settore agroalimentare. "La delibera" sottolinea il Ministero per le politiche agricole in una nota "permette di raggiungere gli obiettivi prefissati dal Fondo complementare e dal Pnrr".

## L'ESPERTO RISPONDE

### Quali requisiti per esportare vino in Ecuador?



Lesigua produzione vitivinicola locale e la recente adesione all'accordo commerciale già esistente tra Colombia e Perù con l'Ue hanno rappresentato per l'Ecuador le condizioni ideali per lo sviluppo di un mercato del vino basato principalmente sull'importazione. **L'accordo ha, infatti, eliminato i dazi e gli ostacoli tecnici agli scambi, determinando la liberalizzazione del mercato e la protezione delle indicazioni geografiche dell'Ue.** Relativamente all'anno appena trascorso, i principali Paesi fornitori di vino del mercato ecuadoriano sono stati il Cile con 8,3 milioni di USD (47,9%), l'Argentina con 3,7 milioni di USD (21,4%), la Spagna con 2,2 milioni di USD (12,7%) e l'Italia con 1,4 milioni di USD, che ha inciso nella misura dell'8,1%.

Via libera, dunque, all'export di vino europeo in Ecuador, ma attenzione alle indicazioni da riportare in etichetta per la circolazione all'interno di questo mercato.

È richiesta, infatti, la presenza chiara, evidente (in netto contrasto rispetto allo sfondo dell'etichetta) e facilmente comprensibile di due avvertenze salutistiche: 1. in merito al rischio determinato da un'assunzione eccessiva di alcol; 2. in merito al divieto di vendita di bevande alcoliche ai minorenni.

Più precisamente, il seguente testo deve obbligatoriamente apparire sull'etichetta del vino commercializzato in Ecuador: "Advertencia. El consumo excesivo de alcohol limita su capacidad de conducir y operar maquinarias, puede causar daños en su salud y perjudica a su familia". "Ministerio de Salud Pública del Ecuador". "Venta prohibida a menores de 18 años".

Diversa, invece, la dicitura nel caso di tenore alcolico inferiore o pari al 5%: "Advertencia: "El consumo excesivo de alcohol puede perjudicar su salud. Ministerio de Salud Pública del Ecuador".

È, inoltre, obbligatorio indicare in etichetta il "Número del Registro Sanitario" (rilasciato dall'Autorità competente) e l'avvertimento in merito all'eventuale presenza di allergeni in etichetta. Nel caso in cui i solfiti siano presenti nel prodotto finito in misura pari o superiore a 10mg/kg, vige, infine, un obbligo di inserimento in etichetta di "Contienen sulfitos".

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

– a cura del Servizio Giuridico dell'Unione Italiana Vini

Per ulteriori informazioni scrivere a [serviziogiuridico@uiv.it](mailto:serviziogiuridico@uiv.it)

## AGRICOLTURA. Nasce l'associazione Coldiretti Bio. La presidente Gardoni: "Garantire tracciabilità"

Novità in casa Coldiretti, che dà vita alla nuova associazione Coldiretti Bio, **una task force composta da aziende ed esperti**, che sarà guidata dalla presidente Maria Letizia Gardoni (classe 1988, imprenditrice nel settore ortofrutta a Osimo), attuale presidente della sezione marchigiana del sindacato degli agricoltori. "La sua nascita" ha detto "sancisce un'attenzione che Coldiretti ha sempre dimostrato nei confronti di un'agricoltura in linea con gli indirizzi europei di sostenibilità e complementare all'agricoltura tradizionale del nostro Paese".

A livello nazionale, il biologico vale 7,5 miliardi di euro tra consumi interni ed export. Con 70mila produttori, l'Italia è leader europeo per numero di imprese. "Nell'ultimo decennio" ricorda la Coldiretti "le vendite bio totali sono più che raddoppiate (+122%) secondo dati Biobank". L'Unione europea punta a far sì che il 25% delle superfici sia biologico entro il 2030. La legge italiana sul biologico è in fase di approvazione al Senato dopo circa 12 anni dalla presentazione del disegno di legge in Parlamento, che comprende, tra le altre disposizioni, la creazione di un marchio del biologico italiano. "Un passo importante per dare la possibilità di distinguere sullo scaffale i veri prodotti biologici Made in Italy" sottolinea Coldiretti "dinanzi all'invasione di prodotti biologici da Paesi extra Ue, che spesso non rispettano gli stessi standard di sicurezza".

## SOSTENIBILITÀ. La certificazione Equalitas nella short list del monopolio svedese

Nuovi riconoscimenti internazionali per Equalitas. Dal primo marzo il monopolio svedese Systembolaget introdurrà la nuova etichetta "Sustainable choice" per la vendita al dettaglio di bevande alcoliche in tutti i suoi punti vendita e sul suo sito internet e, tra gli standard accettati c'è proprio l'italiano Equalitas. Il "Sustainable Choice" sarà, infatti, assegnato unicamente a prodotti che rispondono a determinati requisiti relativi alla sostenibilità ambientale e sociale, dall'imballaggio sino alla tracciabilità della catena di fornitura.

"È un risultato importantissimo" commenta Riccardo Ricci Curbastro, presidente Equalitas "Il nostro protocollo si conferma all'avanguardia al punto da rappresentare un endorsement sui mercati internazionali. Un motivo di orgoglio anche per tutti quei produttori e quei Consorzi che hanno avuto la lungimiranza di seguirci in questo percorso virtuoso".



## ASSICURAZIONI. Mercato in crescita nel 2021. Per le imprese agricole in arrivo 700 milioni di risorse Pac per gestire il rischio

Il mercato delle assicurazioni agricole agevolate in Italia ha raggiunto nel 2021 gli 8,8 miliardi di euro (+5,1% sul 2020). Un nuovo tetto massimo per un trend di crescita pluriennale, al netto dell'assestamento del 2020, che aveva sostanzialmente confermato il valore 2019. I dati preconsuntivi di Ismea sono stati resi noti durante il XIV Convegno nazionale sulla gestione del rischio in agricoltura, organizzato venerdì 11 febbraio dal Centro per lo sviluppo agricolo dell'Umbria e da Asnacodi (Associazione nazionale condifesa Italia). Secondo il preconsuntivo di campagna, i contratti assicurativi agricoli si concentrano sulle colture vegetali, al contrario di strutture aziendali e produzioni zootecniche che, nell'ultimo anno, sono state l'elemento più dinamico (+11,3% del valore assicurato). Guardando ai territori, rileva Ismea, **emerge una forte spinta del Mezzogiorno, che sta riducendo il forte divario col Nord Italia**, dove si concentra quasi l'80% del valore assicurato. Nel 2021, sono 64.782 le aziende che hanno sottoscritto un contratto assicurativo agevolato, relativamente alle colture vegetali (-0,4% sul 2020). Crescono, invece, sia le superfici assicurate (+2,2% sul 2020), per oltre 1,2 milioni di ettari, sia il numero di polizze (+1%).

Il mercato assicurativo agricolo, ha fatto notare Stefano Patuanelli, ministro per le Politiche agricole, è sempre più condizionato dall'aumento di intensità e frequenza degli eventi atmosferici avversi. Il Fondo mutualistico nazionale, istituito con la Legge di bilancio (e attivato col prelievo del 3% sugli aiuti diretti della Pac), mette a disposizione 350 milioni di euro l'anno: "Vogliamo creare una rete di sicurezza per i circa 700mila agricoltori che



foto: Jill Wellington/Pixabay

*percepiscono pagamenti diretti della Pac e coprire quei settori dell'agroalimentare che in molti territori sono sotto-assicurati e non assicurati".* Risorse che, tenendo conto dei 340 mln di euro destinati annualmente alle assicurazioni agevolate e ai fondi di mutualizzazione esistenti, consentiranno di avere "a disposizione a partire dal 2023 misure per quasi 700 milioni di euro l'anno".

"I fondi di mutualizzazione" ha ricordato **Filippo Gallinella**, presidente della Commissione agricoltura alla Camera "dovranno coprire i rischi non assicurati dalle compagnie per l'assenza di informazioni sufficienti a quantificare il rischio e integrare le coperture quando siano solo parzialmente assunte dalle compagnie. L'introduzione dello standard value sulla misura assicurativa, invece, ha permesso di ridurre i tempi di istruttoria, facendo sì che il Mipaaf possa liquidare quasi il 90% degli importi richiesti, riducendo le anticipazioni finanziarie dei Condifesa e dei singoli agricoltori".

**Sarà proprio Ismea a gestire il Fondo mutualistico nazionale:** "Una novità assoluta in Italia e in Eu-

ropa. Gli agricoltori" ha dichiarato il presidente Ismea, **Angelo Frascarelli** "potranno essere risarciti rispetto ai danni da eventi estremi come gelo, alluvioni e siccità". L'Ismea è già al lavoro per avviare una sperimentazione, nel corso del 2022, che metta a punto strumenti, dati e procedure.

In un contesto in cui istituzioni, politica e imprese assicurative stanno dialogando maggiormente, consapevoli che la gestione del rischio agricolo deve essere a 360 gradi e, soprattutto, sostenibile per tutti, a iniziare dagli agricoltori, il sindacato Asnacodi sta investendo sui vantaggi della tecnologia: "Abbiamo messo in campo un'importante trasformazione digitale, un investimento straordinario non più procrastinabile né per il mondo agricolo in generale né per le istituzioni", ha sottolineato il presidente **Albano Agabiti**. E anche il Mipaaf, come ha annunciato il deputato Gallinella, è già al lavoro con Agea sulla "possibilità di istruire digitalmente le circa 160mila domande annuali, agevolando ulteriormente gli agricoltori".

GAMBERO ROSSO

presentano

# asiagodop

## Tour

### esperienze di gusto

Tre appuntamenti per scoprire le creative e gustose declinazioni del formaggio Asiago nelle cucine d'autore



## LE CENE

**DIVINITY TERRACE**  
The Pantheon  
Iconic Rome Hotel  
Roma  
15 marzo

**SENSO ALFIO GHEZZI**  
MART  
Rovereto

**ANTICA OSTERIA**  
NONNA ROSA  
Vico Equense

Scopri i menu e gli abbinamenti sulla sezione speciale dedicata al tour  
[www.gamberorosso.it/asiago-dop-tour/](http://www.gamberorosso.it/asiago-dop-tour/)



## FOCUS

# VALPOLICELLA. L'Amarone alla conquista del mercato interno

a cura di **Loredana Sottile**

Il forte rimbalzo per Amarone e Ripasso, che crescono soprattutto nel mercato interno. È quanto è emerso dall'outlook 2021 del Consorzio vini della Valpolicella che raccoglie così i frutti di una decisa risposta alla pandemia, basata su riduzione delle rese, costruzione del valore ed eventi promozionali anche a distanza.

**NUMERI.** Se il vigneto è cresciuto di appena il 2%, arrivando a 8.573 ettari, molto più sostenuto è l'incremento della produzione (+8,6% sul 2020) e, ancora di più, quello delle vendite (+16%). Secondo l'indagine di Nomisma Wine Monitor, il rimbalzo ha interessato in particolare la domanda italiana, con uno scatto rispetto al 2020 del 31% a valore e un export in crescita dell'8% anche grazie ad un incremento nel prezzo medio. Per il responsabile di Nomisma Wine Monitor, **Denis Pantini**:

*"Il forte rimbalzo delle vendite sul mercato nazionale sposta leggermente in basso il grado di propensione all'export dei vini della denominazione che si assesta sul 61% del fatturato totale contro il 69% del 2020".*

**L'AMARONE.** La miglior performance la fa segnare l'Amarone, protagonista di un autentico boom di vendite (+24%), sia nelle esportazioni (+16%) sia, e soprattutto in Italia (+39%). Per il re della Valpolicella si ridisegna, così, il rapporto estero-Italia, le cui quote sono rispettivamente 60%-40%. Tra i top mercati, troviamo

Canada, Stati Uniti e Svizzera, seguiti a ruota da Regno Unito e Germania.

**IL RIPASSO.** Bene anche l'andamento del Valpolicella Ripasso, che chiude l'anno a +15%, complice anche qui l'exploit sul mercato interno (+34%; dato che si alza al +43% per le piccole imprese) a fronte di una variazione più timida dell'export (+5%). Domina la domanda il Canada con il 22% del totale, seguita da Svezia, Uk e Germania.

**IL VALPOLICELLA.** Meno luminoso il quadro per il Valpolicella, che chiude a +1,2% a valore (+3% a volume). Anche qui l'Italia registra un segno positivo (+9%, con le piccole aziende a +29%), mentre l'export frena a -4%. Il Canada domina la domanda con oltre 1/3 degli ordini. A tal proposito, nei giorni scorsi, era arrivata una richiesta al Consorzio di rivedere le politiche dei prezzi e delle rese (vedi box) per evitare che il Valpolicella Classico esca dal mercato. *"Sono convinto*

*che le scelte produttive vadano mantenute"* ha detto in merito il presidente del Consorzio tutela **Christian Marchesini** *"Il Valpolicella resta il vino dell'approccio e tocca ai produttori saper mantenere il giusto equilibrio rispetto agli altri vini del territorio"*.

**LE PROSPETTIVE.** Ma cosa si aspettano le aziende per i prossimi anni? *"In primis un trend positivo per le vendite online"* rivela Denis Pantini *"A sorpresa, prevale invece un certo pessimismo rispetto alla ripresa del fuori casa. Al contrario, gli intervistati hanno espresso la volontà di continuare a investire nella Gdo"*. Per quanto riguarda i mercati in cui investire, sono stati indicati: Usa, Cina e Sud Est asiatico.

*"Visti gli ottimi risultati del 2021, sarà difficile ripetersi nel 2022"* ha commentato il presidente Marchesini *"ma continueremo a lavorare, rivolgendoci ai mercati indicati dai produttori. Tuttavia, la nostra attività avrà l'obiettivo, non solo di creare numeri, ma soprattutto valore"*.

### Vendite 2021 su 2020



### L'allarme sul Valpolicella Classico

"La denominazione nel 2021 ha avuto un exploit di vendite e questo ha determinato un calo netto delle scorte, a favore di Ripasso e Amarone. Il risultato è che il Valpolicella Classico è stato quasi integralmente destinato al Ripasso e presto la stessa sorte la subirà il Valpolicella Doc. Affinché questo non succeda, sarebbe opportuno chiudere l'efficace azione di riequilibrio produttivo della filiera, per ritornare nella vendemmia 2022 alle rese precedenti, in modo da contenere i prezzi e soprattutto non perdere il Valpolicella classico. Perché una volta che questo prodotto esce dal mercato, sarà difficile farlo rientrare"

– **Daniele Accordini**, dg ed enologo di Cantina Valpolicella Negrar

# BrisVal

## Bresaole di carni pregiate

SENZA CONSERVANTI!

#1 BRESAOLA DI LIMOUSINE

#2 BRESAOLA DI ANGUS

#3 BRESAOLA DI WAGYU A5

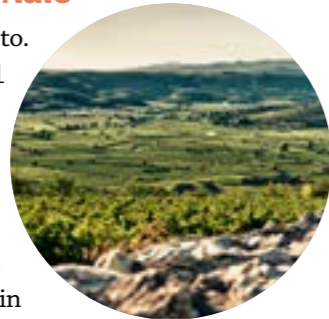
#4 BRESAOLA DI ANGUS IBERICO  
SELEZIONE MIGUEL VERGARA

#5 BRESAOLA DI FASSONA  
PIEMONTESE



## VENETO. Superfici vitate a +1,5% e prezzi delle uve in rialzo del 27,6%. Il report regionale

Prosegue la crescita del comparto vitivinicolo veneto. Nel 2021, è cresciuta la superficie vitata (94.151 ha, +1,5%), di cui quasi il 78% a Doc/Docg e un 18% circa a Igt. La raccolta è stata di 14 milioni di quintali di uva (-0,5%), pari a 11,7 milioni di ettolitri di vino (livello stabile sul 2020). Mentre sono in netto rialzo i listini delle uve, in media 0,74 euro/kg, con un +27,6% rispetto a un anno fa. È, in sintesi, il bilancio dell'Osservatorio economico agroalimentare della Regione Veneto.



Nel dettaglio, la superficie vitata in produzione è di 94.151 ettari, mentre quella potenziale di 99.831. Anche nel 2021 prosegue il calo della quota di uve nere vendemmiate nella regione, ora al 19,8% sul totale, mentre quelle bianche salgono all'80,2%. **Le uve raccolte della varietà glera, da cui si ottiene il Prosecco, sono 6,3 milioni di quintali;** quelle per il Pinot grigio delle Venetie si fermano a 1,4 milioni di quintali. La resa media a ettaro per le uve bianche Doc/Docg è stimata in 142,3 q/ha, mentre le nere sono arrivate a 97,3 q/ha. Le rese unitarie delle uve bianche per vini Igt si attestano a circa 153,2 q/ha, mentre le nere a circa 146,4 q/ha.

Guardando ai mercati, a fronte di una produzione e di rese stabili, il 2021 ha significato un netto rialzo dei prezzi delle uve.

I tecnici di Veneto Agricoltura, in base ai listini delle Borse merci delle Camere di commercio di Treviso, Verona e Padova, segnalano una quotazione media di 0,74 euro/kg e una variazione del +27,6% rispetto al 2020. A livello provinciale, Verona col prezzo medio di 0,72 euro/kg sale del 25,4%, mentre Padova arriva fino al +44,7% (0,60 euro/kg). Treviso, col valore medio di 0,90 euro/kg, cresce in un anno del 19,9%, e si colloca come la prima provincia per quotazioni delle uve in Veneto.

Nel complesso, il valore totale della produzione lorda agricola veneta nel 2021 è stimato in 6,4 miliardi di euro (+4,1% rispetto al 2020, a prezzi correnti). A incidere sul risultato è stato il generale miglioramento dei prezzi di mercato, cresciuti anche grazie alle dinamiche del commercio mondiale.

## TOSCANA. All'Ocm promozione vino ammessi 37 progetti per 40 mln di spesa

Pubblicata dalla Regione Toscana la graduatoria dei progetti ammissibili a contributo per la misura Ocm Promozione vino nell'extra-Ue per il 2021-2022. Sono 37 i progetti ritenuti ammissibili che muoveranno un totale di 40 milioni di euro di investimenti. **Una misura alla quale, dall'anno della prima attivazione in Toscana nel 2008, sono stati destinati oltre 100 milioni di euro.** La somma messa a disposizione per la campagna 2021-22 è pari a 9,4 milioni.



“L'aumento della competitività delle imprese vitivinicole resta uno dei nostri obiettivi primari” ha dichiarato in una nota ufficiale Stefania Saccardi (foto), assessora all'Agroalimentare “e la promozione verso paesi terzi è essenziale per acquisire nuove quote di mercato. Il mondo toscano del vino guarda oltre la pandemia e continua a concentrarsi anche per fare promozione nei mercati esteri”.

## PARTNERSHIP. Valtènesi e Provenza alleate con “Rosè connection”

Il Consorzio Valtènesi inizia il 2022 con una partnership internazionale, che coinvolge Italia e Francia. Lo scopo è avviare un'operazione promozionale congiunta sui vini rosati gardesani e francesi. L'alleato illustre è il Consorzio vini di Provenza, tra i più importanti distretti mondiali dei vini rosati, con oltre 160 milioni di bottiglie annue. L'iniziativa è stata annunciata in concomitanza con la messa in commercio della nuova annata del Valtènesi, lo scorso 14 febbraio. Sul mercato, la Dop Valtènesi ha chiuso il 2021 con imbottigliamenti oltre la soglia dei 2 milioni di bottiglie, con un aumento di circa il 17%. Le prospettive per il nuovo anno “sono altrettanto positive” fa sapere l'ente presieduto da Alessandro Luzzago “e puntano a confermare un trend di crescita che negli ultimi 8 anni è marciato a ritmi medi del +10%”.

Il gemellaggio promozionale intende avviare una campagna sul patrimonio dei rosati a Dop Valtènesi-Riviera del Garda e Provenza. Il target è la categoria dei millennials “per rafforzare il legame emozionale ed esperienziale dei consumatori di Germania, Belgio e Olanda, dove queste tipologie non sono ancora conosciute quanto meriterebbero”. Il Consorzio gardesano si attende un salto di qualità in termini di immagine, percezione e riconoscibilità internazionale. Si punterà a sensibilizzare il pubblico su significato e importanza della Dop, con informazioni e storie sui territori e i vignaioli.

In particolare, **la campagna si baserà sulla cooperazione con influencer tedeschi, belgi e olandesi e sulle relazioni pubbliche con gli ambasciatori** della campagna tramite l'organizzazione di tour in Italia e Francia, pubblicità digitale, un sito web con account Instagram locali. Per il presidente Luzzago, si tratta del coronamento di un cammino che la Valtènesi ha iniziato tempo fa con lo studio quinquennale sul profilo sensoriale dei rosati effettuato dal Centre du rosé di Vidauban.



## DEGUSTAZIONI. Terza edizione per Stappa con Gambero Rosso. Ecco quando e dove seguirlo

Dal 21 febbraio, torna a grande richiesta Stappa con Gambero Rosso, giunto alla sua terza edizione. Tre le messe in onda settimanali previste: lunedì, mercoledì e venerdì alle ore 17:00 sulle IG TV, Instagram e sulla Web Tv di Gambero Rosso.

L'appuntamento è come sempre con **Marco Sabellico**, curatore della guida Vini d'Italia che, con il suo inconfondibile stile, guiderà gli eno-appassionati d'Italia e del mondo alla scoperta delle migliori etichette italiane, raccontando le peculiarità del territorio da cui nascono e la storia delle cantine o dei consorzi che le producono. “Stappa con Gambero Rosso è più di un racconto” spiega Marco “è un modo per stare insieme e trasmettere le emozioni che vengono direttamente dal bicchiere. In questo modo, il Gambero diventa una sorta di dispenser di ottimi vini e buoni consigli. Per me, poi, è anche un modo per riasaggiare, a distanza di mesi dalla chiusura della guida Vini d'Italia 2022, le etichette che hanno ricevuto i migliori punteggi e condividerne l'evoluzione con gli appassionati che ci seguono”.

Ideato durante la pandemia del 2020, Stappa con Gambero Rosso è riuscito ad affermarsi, anche dopo, come un appuntamento irrinunciabile, dimostrando che è sempre un buon momento per stappare una buona bottiglia di vino e berla in compagnia. E per chi si perdesse la messa in onda nel palinsesto sopraindicato, niente paura: ogni giovedì sul settimanale Tre Bicchieri del Gambero Rosso saranno pubblicate le schede dei vini degustati e il link per recuperare le puntate della settimana, oltre al calendario dei prossimi appuntamenti.

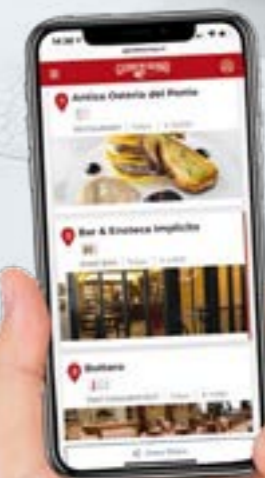
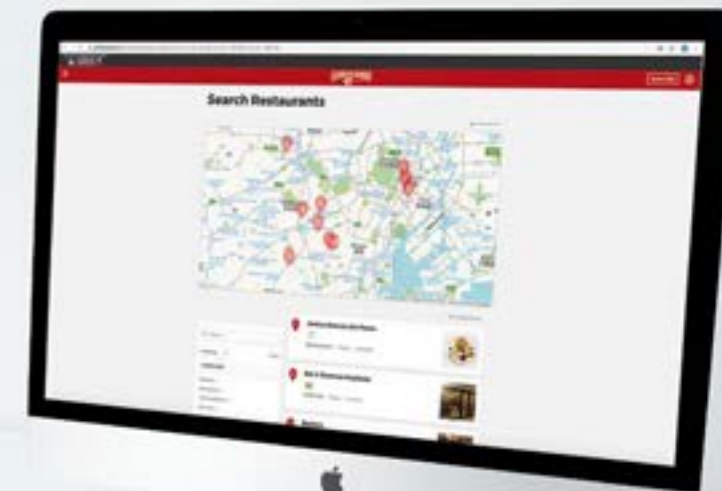


### I primi tre appuntamenti

- ❖ 21 febbraio  
**Vermentino di Gallura superiore Maia 2020 Siddùra**
- ❖ 23 febbraio  
**Etna Rosso Contrada Santo Spirito 2017 Pietradolce**
- ❖ 27 febbraio  
**Salice Salentino Rosso Le Pitre 2019 Mottura Vini**

# TOP ITALIAN RESTAURANTS

[www.gamberorossointernational.com/restaurants/](http://www.gamberorossointernational.com/restaurants/)



f GamberoRossoInternational Instagram GamberoRossoInternational

SPONSOR





## EVENTO. Terre di Toscana confermato a marzo con 120 cantine

Confermata per il mese di marzo la XIV edizione di Terre di Toscana, in programma dal 20 al 21 a Lido di Camaiore. Evento che si svolgerà in sicurezza, seguendo protocolli messi a punto dall'organizzazione per affrontare l'emergenza Covid. La manifestazione, che prevede la presenza di 120 cantine da tutta la Toscana, richiederà il green pass e la mascherina (chirurgica o ffp2 a seconda delle norme vigenti in quel momento) quando non si degusta. Per evitare assembramenti, è previsto un rigoroso conteggio delle presenze, assicurato dalla prevendita dei ticket, che avverrà on line.

Anche questa XIV edizione di Terre di Toscana (evento della testata giornalistica L'Acquabuona) vedrà ai banchi di assaggio una selezione cantine da ogni distretto regionale, da quelli celebri agli emergenti, accostando nomi di storico blasone a vignaioli di nicchia. Nelle due giornate di manifestazione, i vignaioli verseranno nei calici le annate attualmente in commercio. Lunedì, come di consueto, stapperanno anche qualche preziosa vecchia annata, per andare indietro negli anni e apprezzare l'evoluzione del vino.

Palcoscenico dell'evento sarà il quattro stelle lusso Una Esperienze Versilia Lido, dove si potranno assaporare le oltre 600 etichette a cui faranno da contorno le specialità gastronomiche presentate da artigiani del gusto tutti toscani.

[facebook.com/terreditoscanatasting/](https://facebook.com/terreditoscanatasting/)

### supervisione editoriale

Paolo Cuccia

### coordinamento contenuti

Loredana Sottile - [sottile@gamberorosso.it](mailto:sottile@gamberorosso.it)

### hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon,  
Lorenzo Ruggeri, Servizio Giuridico Uiv  
progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago  
foto

AdobeStock (cover)

### contatti

[settimanale@gamberorosso.it](mailto:settimanale@gamberorosso.it) - 06.55112201

### pubblicità

direttore commerciale  
Francesco Dammicco - 06.55112356  
[dammicco@gamberorosso.it](mailto:dammicco@gamberorosso.it)  
resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393  
[persi@gamberorosso.it](mailto:persi@gamberorosso.it)

## ENO MEMORANDUM

### FINO AL 27 FEBBRAIO

❖ **TRENTODOC SULLE DOLOMITI**  
Val di Fassa  
Madonna di Campiglio  
e Pinzolo  
Val di Fiemme

### 28 FEBBRAIO

❖ **MILLESIME BIO**  
edizione in presenza  
Montpellier - Pérols (Francia)  
Montpellier Exhibition centre  
Route de la Foire  
fino al 2 marzo  
[millesime-bio.com](http://millesime-bio.com)

### 1 MARZO

❖ **ANTEPRIMA COLLINE TERAMANE**  
evento per il trade  
Teramo  
fino al 3 marzo

### 2 MARZO

❖ **FIERAGRICOLA**  
Verona  
Veronafiere  
fino al 5 marzo  
[fieragricola.it](http://fieragricola.it)

### 11 MARZO

❖ **CHIANINA E SYRAH ANTEPRIMA DELLE SYRAH D'ITALIA**  
Cortona (Arezzo)  
fino al 13 marzo  
[cortonavini.it](http://cortonavini.it)

### 12 MARZO

❖ **WINE & SIENA**  
Siena  
Palazzo Comunale  
Grand hotel Continental  
Palazzo Squarcialupi  
fino al 14 marzo  
[wineandsiena.it](http://wineandsiena.it)

### 13 MARZO

❖ **VIGNAIOLI DI MONTAGNA**  
Milano  
Base Milano  
via Tortona  
fino al 14 marzo  
[vignaiolidimontagna.it](http://vignaiolidimontagna.it)

### 18 MARZO

❖ **MILANO IN VINO**  
Milano  
Piazza Città di Lombardia  
fino al 20 marzo  
[facebook.com/events/417384956755148?ref=newsfeed](https://facebook.com/events/417384956755148?ref=newsfeed)

### 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) Anteprima l'Altra Toscana  
[anteprimetoscane.it](http://anteprimetoscane.it)

### 20 MARZO

❖ **TERRE DI TOSCANA**  
Lido di Camaiore (Lucca)  
Hotel Una Esperienze  
Versilia Lido  
fino al 21 marzo  
[acquabuona.it/eventi-acquabuona/terre-di-toscana/](http://acquabuona.it/eventi-acquabuona/terre-di-toscana/)

### 26 MARZO

❖ **VINIFERA FORUM**  
Trento  
Fiera  
fino al 27 marzo  
[viniferforum.it](http://viniferforum.it)

### 27 MARZO

❖ **SANA SLOW WINE FAIR**  
Bologna  
Bologna Fiere  
fino al 29 marzo  
[bolognafiere.it](http://bolognafiere.it)

### 2 APRILE

❖ **CONTRADE DELL'ETNA**  
Castiglione di Sicilia  
Sicilia's Picciolo Golf  
fino al 4 aprile  
[facebook.com/LeContradedellEtna/](https://facebook.com/LeContradedellEtna/)



## PARITÀ DI GENERE

Elena Walch – cantina Elena Walch

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

Siamo abituati oggi, a non fare molta differenza di genere per cose poco importanti, ma quando si tratta di un lavoro impegnativo, ambito, ecco che subentra una logica di concorrenza, cresce l'invidia e si dà per scontato che sia l'uomo ad avere la precedenza. Ma si deve contrapporre tenacia e caparbia. Comunque, val la pena affrontare ed accettare questa sfida.

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

Lavorando all'interno della propria azienda, il farsi rispettare come donna è indubbiamente più facile, in quanto si parte già da una posizione avvantaggiata. Si deve però comunque dimostrare la propria efficienza, anzi la si deve mostrare maggiormente per guadagnare il dovuto rispetto, che mai è scontato.

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

In una azienda che segue tutta la filiera vinicola dalla produzione alla vendita, i ruoli sono già definiti a priori: lavori in cantina ed in vigna, lavori pesanti agli uomini, lavori di ufficio e marketing a donne. E direttore vendita per esempio? È difficile trovare una donna che sia disposta a viaggiare anche il fine settimana. La donna è moglie, madre e tutt'ora perno della famiglia. Fin quando il ruolo femminile rimane quello tradizionale, c'è poco spazio per ruoli di grande responsabilità. Ci sono, indubbiamente, ma sono eccezioni che richiedono il sostegno di tutta la famiglia, soprattutto da parte del marito.

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

Dalla donna viene richiesta una capacità di multitasking, perché essere donna, oggi ancora significa essere madri, mogli e nessuno di questi ruoli così radicati in noi, vuole essere tralasciato. È questione di educazione, già fin dai primi anni di vita, per cui l'aspetto educativo innanzitutto nella famiglia stessa,



ma poi anche negli asili nido, negli asili, nelle scuole è fondamentale. Inoltre, le strutture che accudiscono i figli devono essere più efficienti ed in numero maggiore.

### 5 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?

A parte le capacità intellettuali, per emergere ci vuole grande impegno e costanza. Il credere in sé stesse ed essere caparbie sono una ulteriore componente, così come anche la necessità di riorganizzare i ruoli all'interno della famiglia.

Tanti esempi di donne che ricoprono ruoli importanti in vari settori dimostrano che essere donna non esclude a priori ricoprire ruoli di primo piano.



## Le grandi cantine del Veneto



VIA XXIV MAGGIO, 1 | 31058 SUSEGANA (TV) | WWW.CANTINE-COLLALTO.IT | 0438 435811

L'azienda agricola Conte Collalto è una delle più antiche e importanti realtà vitivinicole della Provincia di Treviso, protagonista della storia della Marca Trevigiana fin dal lontano 958 quando re Berengario II affidò all'antenato della famiglia Collalto, Rambaldo I, la Corte di Lovadina con prati, pascoli, boschi e vigneti. L'azienda è gestita oggi da Isabella Collalto de Croÿ, la quale ha assunto nel 2007 la direzione della cantina e dei vigneti. Con il suo arrivo in azienda sono stati fatti passi importanti dal punto di vista della sostenibilità ambientale tanto da ottenere nel 2020 la certificazione SQNPI per la produzione integrata e sostenibile rappresentata da una piccola ape operosa su tutte le nostre bottiglie.

### I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



#### Prosecco Sup. Brut Isabella Rive di Collalto '19

"Le Rive": si chiamano così le pendenze più scoscese delle colline del Conegliano-Valdobbiadene. L'olfatto evidenzia profumi floreali, fruttati, freschi, con note che riconducono a sensazioni minerali. Al palato l'effervescenza è ricca, fine e cremosa. Ideale a tutto pasto in particolare con piatti di pesce.

#### Conegliano Valdobbiadene Prosecco Sup. Brut Nature Ottaviano Sui Lieviti '19

I tipici profumi floreali e fruttati della varietà, qui elegantemente definiti e intensi, sono affiancati da accattivanti sentori fragranti di pasticceria secca, ancor più evidenti rimettendo in sospensione i lieviti di rifermentazione. Al palato, è rinfrescante e avvolgente, di carattere. Si abbina a tutti i piatti di pesce, anche ai crostacei, risotti con verdure e funghi.



#### Piave Cabernet Torrai Ris. '15

Proveniente dai vigneti adiacenti al Castello di San Salvatore, il vino al naso si manifesta con gentili sentori di piccoli frutti di bosco, fusi con una nota vanigliata e balsamica. Al palato spiccano la componente tannica, la marcata freschezza, bilanciate da una polpa densa e calibrata. L'abbinamento per elezione rimanda a piatti importanti come brasati e carni in umido.



## Le grandi cantine del Veneto



VIA FORO BOARIO, 20 | 31049 VALDOBBIADENE (TV)  
WWW.VALDO.COM | INFO@VALDO.COM | 0423 9090

Valdo, fondata nel 1926, con il suo nome richiama immediatamente Valdobbiadene in provincia di Treviso, il suo territorio di appartenenza, adagiato sulle caratteristiche colline riconosciute Patrimonio dell'Umanità dall'Unesco nel 2019. La famiglia Bolla conduce la cantina da tre generazioni, ha il merito di aver fatto conoscere nel mondo, il Valdobbiadene Prosecco Superiore Dcog unendo alla cultura dell'eccellenza la passione per il territorio grazie al lavoro condotto fianco a fianco degli oltre 70 storici viticoltori che conferiscono le uve alla cantina. Al timone dell'azienda da diversi anni c'è Pierluigi Bolla, figlio di Sergio, fondatore e figura fondamentale per lo sviluppo e l'espansione della cantina nel secondo dopoguerra. Oggi Valdo vanta un export di oltre il 50% della sua produzione e rappresenta un'eccellenza italiana che ha fortemente contribuito al successo del Prosecco, espressione del made in Italy e dello stile italiano nel mondo.

### I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



#### Valdobbiadene Tenuta Pradase Brut M. Cl. '18

Al naso racconta il territorio e l'uvaggio con inconfondibili note di pera williams e di pesca bianca tabacchiera. Seguono tocchi di frutta secca, dalla pasta di mandorle al cocco. Al gusto vi conquista con la sua freschezza sapida resa accattivante da un aroma di foglie di menta. Uno spumante perfetto per l'aperitivo ma molto indicato anche durante il pasto.

#### Valdobbiadene Prosecco Sup. Brut Cuvèe del Fondatore '20

Ritroviamo profumi di frutta matura, banana, nocciola, vaniglia e un lieve sentore di mielato. Pieno, armonico, vellutato, dalla pronunciata personalità. Gli aromi fruttati si fondono con quelli speziati della barrique dove rimane in affinamento. Le occasioni celebrative, gli avvenimenti prestigiosi sono i più adatti all'importanza del prodotto, che può essere consumato sia come eccellente aperitivo che per accompagnare tutto il pasto.



#### Valdobbiadene Prosecco Sup. Extra Brut Rive di San Pietro di Barbozza '19

Possiede ricchi sentori floreali e lievitamente agrumati. Perlage fine. Gusto decisamente asciutto e austero, tipicamente sapido. Retrogusto minerale e finale lungo ad assicurare la persistenza. Ideale nell'abbinamento con antipasti delicati, ma anche a tutto pasto.





# VINEXPO. Inizia da Parigi l'anno delle fiere. Il report del Gambero Rosso

a cura di Lorenzo Ruggeri

Una perfetta chiusura ad anello. Le fiere internazionali del vino si erano fermate a Parigi, nel febbraio del 2020, ed esattamente due anni dopo riprendono forza e voce dalla città delle luci. La scelta degli organizzatori di andare avanti, nonostante tutto, è stata vincente. Wine Paris & Vinexpo Paris 2022 ha alimentato energie ed ottimismo, riallacciando una rete di rapporti e offrendo nuove occasioni di business. *“Quella di confermare la fiera a febbraio, e non rimandarla a primavera inoltrata, è stata una mossa coraggiosa, necessaria per rispondere alle esigenze del mercato. Amiamo il vino italiano, per noi è importante offrire opportunità a tutti. Per il futuro, è importante che tra le diverse fiere ci sia competizione, perché stimola la creatività e fa bene a tutti, espositori e buyer”.* Così ha commentato **Rodolphe Lameyse**, ceo di Vinexpodium.

Tra le masterclass in calendario c'è stato ampio spazio per i premi speciali della guida Vini d'Italia 2022, con una degustazione sold out guidata dal sottoscritto: un viaggio nel bicchiere dal cuore del Valdobbiadene, la collina del Cartizze, ai fazzoletti tra vigne, lenticchie e fichi d'india di Ustica grazie al dolce dell'anno; 12 vini per raccontare il succo di una pubblicazione sempre più internazionale nel suo profilo. Come di consueto, si è confermato estremamente qualificato il livello dei partecipanti, con una percentuale molto alta di media e buyer, soprattutto dal Nord Europa, come era lecito aspettarsi. Il 15 febbraio è stata anche la giornata dell'evento Tre Bicchieri, dedicato al vino tricolore. Ben 50 le cantine in degustazione, con 150 vini che hanno attirato un pubblico proveniente da 25 nazioni. Il flusso è stato lento e costan-

te, tra gli ospiti anche **Victoria Agromakova**, ceo di Wine & Spirit Ukraine, che ha voluto ricordare come, al di là dei venti di guerra, la scena enologica in Ucraina sia in nettissima ascesa, con consumi in aumento e una produzione interna sempre più a fuoco, annunciando contestualmente la prima partecipazione di una collettiva alla Prowein di Düsseldorf. L'enologo **Jean Francois Coquard** ha invece voluto ribaltare il concetto del French Paradox, ricordando come proprio i francesi, tra i primi consumatori di vino al mondo abbiano proposto di allargare il nutriscore anche sul vino, alimentando le paure di tutto il settore.

Nel nostro breve giro tra i padiglioni d'Oltralpe, abbiamo intercettato commenti mediamente positivi, in molti

hanno sottolineato come quest'edizione sia stata ancora più incoraggiante e proficua rispetto all'edizione 2020, la prima a Parigi. A fine fiera, **la sensazione tra gli operatori è che Wine Paris & Vinexpo Paris possa accrescere il suo ruolo nello scacchiere delle fiere internazionali nei prossimi anni, sfruttando appieno anche il posizionamento in prima posizione nel calendario, ribaltando quello che ai tempi di Bordeaux, con gli eventi nei mesi di maggio e giugno, era ormai diventato un evidente svantaggio.**

Nel frattempo, il tour mondiale del Gambero Rosso è già sbarcato negli Stati Uniti. Dopo Los Angeles, le cantine stanno virando verso San Francisco, poi sarà la volta di Chicago, New York, e quindi Boston.

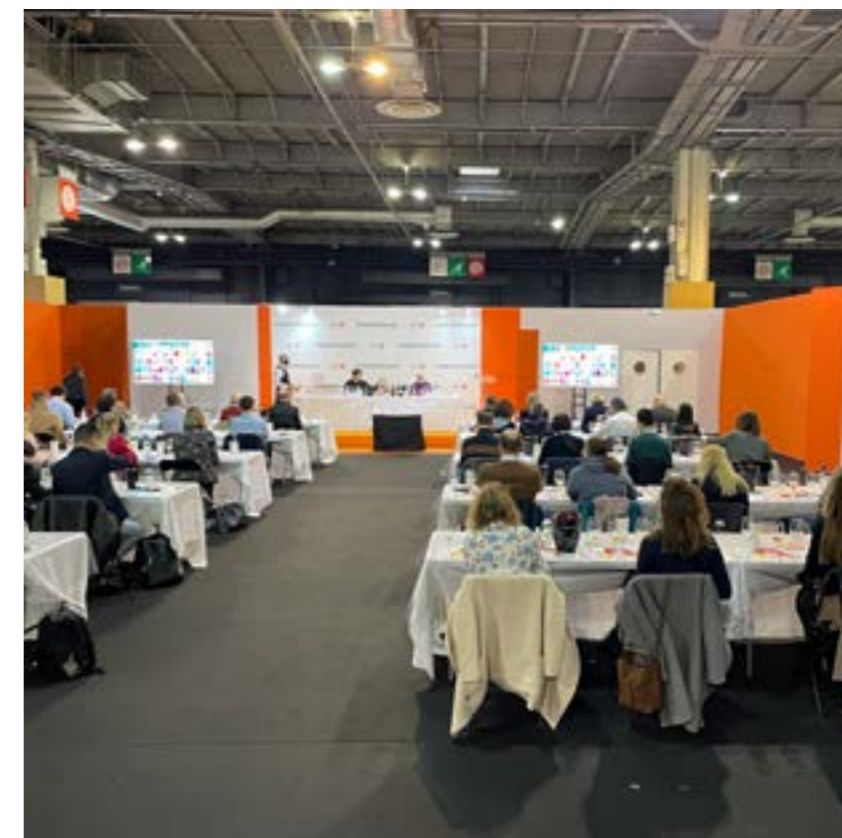


## I migliori ristoranti italiani a Parigi

La ristorazione italiana a Parigi è nettamente tra le più competitive e dinamiche a livello internazionale. Durante l'evento Tre Bicchieri, il presidente del Gambero Rosso Paolo Cuccia e l'ad Luigi Salerno hanno voluto rendere onore ai migliori indirizzi di sapore italiano in una città in grande fermento tra nuove aperture e investimenti. Premiati con i Tre Spicchi Genaro Nasti, con il suo nuovo **+400° Laboratorio** e Giuseppe Cutraro con **Peppe Pizzeria**. Sul fronte ristoranti, **Il Vicolo**, solido ristorante a gestione familiare nel quartiere latino, si è aggiudicato una forchetta; due forchette all'esordio per la **Langosteria**, frutto di una collaborazione tra l'insegna milanese e Cheval Blanc, i primi mesi sono andati al di là di ogni più rosea aspettativa. Due forchette valorizzano anche il lavoro di Massimo Mori con il suo **Mori Venice Bar**, stesso punteggio per **Il Carpaccio**, che ha puntato sul talento di Oliver Piras e Alessandra del Favero, sotto la supervisione della famiglia Cerea. Infine, due Forchette e il premio Villa Sandi Best Contemporary Wine List sono andate al **Caffè Stern**, insegna parigina della famiglia Alajmo guidata dallo chef Denis Mattiuzzi.

Per l'intera lista, vi invitiamo a navigare tra le pagine della guida Top Italian Restaurants, fruibile sul sito [gamberorossointernational.com/restaurants](http://gamberorossointernational.com/restaurants)

## PHOTOGALLERY







# 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

24 LONDON - U.K.	trebicchieri 2022
28 ZURICH - Switzerland	Vini d'Italia Experience
MUNICH - 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

02 OSLO - Norway	trebicchieri SUMMER EDITION
04 STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri SUMMER EDITION
06 COPENHAGEN - Denmark	trebicchieri SUMMER EDITION
14 DUSSELDORF - Germany	trebicchieri 2022
23 SYDNEY - Australia	Top Italian Wines Roadshow 14
25 MELBOURNE - Australia	Top Italian Wines Roadshow 14
30 AUCKLAND - New Zealand	Top Italian Wines Roadshow 14

## JUNE

01 SINGAPORE	Top Italian Wines Roadshow 14
03 HO CHI MINH - Vietnam	Top Italian Wines Roadshow 14
15 WASHINGTON DC - USA	Vini d'Italia Experience
17 SEATTLE - USA	Vini d'Italia Experience
20 VANCOUVER - Canada	trebicchieri SUMMER EDITION
23-24 TORONTO - Canada	trebicchieri SUMMER EDITION
27 MONTREAL - Canada	trebicchieri SUMMER EDITION

## OCTOBER

15-16 ROME - Italy	trebicchieri 2023 premiere
24 MOSCOW - Russia	trebicchieri 2023
26 ST. PETERSBURG - Russia	trebicchieri 2023

## NOVEMBER

02 TOKYO - Japan	trebicchieri 2023
07 SEOUL - Korea	Top Italian Wines Roadshow 14
13 USA / Caribbean	Wine & Sea
22 SAO PAULO - Brazil	Top Italian Wines Roadshow 14

## DATES TO SHOW UP

HONG KONG - China	trebicchieri 2023
BEIJING - China	trebicchieri 2023
SHANGHAI - China	trebicchieri 2023

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

[www.gamberorossointernational.com](http://www.gamberorossointernational.com)

GamberoRossoInternational  

## IL MIO EXPORT

Giovanni Bocchino – export manager Dosio Vigneti

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

In questo momento, Dosio Vigneti si assesta su una percentuale, compresi gli incoming, del 70% Italia e 30% export. I Paesi che rappresentano i nostri obiettivi immediati sono Usa, Svizzera, Nord Europa, Giappone, Cina e il resto del Far East.

**2 Dove si vende meglio e dove peggio e perché?**

In Europa ed in Giappone, il Piemonte gode di ottima immagine e questo aiuta soprattutto nella vendita dei vini più importanti. Dosio, in questi mercati, ha un legame di lunga data ed i vini sono riconosciuti da molti affezionati clienti. In Cina ancora sussistono alcune difficoltà. È un paese dove l'Italia sta maturando un'immagine positiva sotto molti aspetti come moda, arte, cultura, ma in campo enologico c'è ancora molto da costruire.

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

Abbiamo ripreso bene, malgrado i vari lockdown delle attività di ristorazione, che sono i nostri clienti principali. Da parte dei nostri importatori, si sente ottimismo e voglia di fare.

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

Il sistema vino, per quanto ci riguarda, non si è mai fermato. Deve però sfruttare, a nostro avviso, questo momento per rimediare alle tante carenze soprattutto a livello di comunicazione, che si sono dimostrate il vero problema negli anni passati. Il sistema vino, di fatto, in Italia continua ad essere troppo frammentato e rappresentato da tanti operatori medio piccoli, che si impegnano a comunicare e distribuire le diverse eccellenze individuali, ma senza un sistema che li supporti nelle varie parti del mondo, come invece accade per altri Paesi.

**5 Come va con la burocrazia?**

Diciamo non molto bene. Se ci confrontiamo con gli altri Paesi, maggiori esportatori di vino, l'Italia si rivela ancora il Paese tra i meno organizzati per quel che concerne la



burocrazia legata al nostro mondo. Le aziende più piccole stanno soffocando per i tanti adempimenti burocratici di cui, in alcuni casi, è difficile comprenderne l'obiettivo.

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

Fino a prima della pandemia, abbiamo sfruttato tutti gli strumenti usuali: fiere, visite in loco, visite per area geografica, affiancamento e sostegno delle attività commerciali degli importatori, ecc. Da marzo 2020, aver ridotto la presenza fisica sui mercati ha comportato maggiore attenzione al lavoro da remoto. Riunioni con i venditori e degustazioni con i clienti hanno visto la nostra presenza virtuale. Probabilmente alcuni di questi strumenti rimarranno anche in futuro, ma nulla potrà sostituire l'emozione di una chiacchierata con il produttore o la passeggiata in vigna di un amante del vino.

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

Molti anni fa, durante una degustazione in Giappone non ho servito il vino ad una ragazzina, che si aggirava sperduta nelle sale tra i banchetti delle varie cantine. Il motivo? Credevo fosse minorenne. Ed invece ho scoperto che aveva quasi 30 anni ed era una delle principali giornaliste enogastronomiche del Paese, nonché nota sommelier. Per fortuna siamo, poi, diventati amici!

❖ Dosio Vigneti - La Morra - Cuneo - [dosiovigneti.com](http://dosiovigneti.com)

NEL PROSSIMO NUMERO  
TENUTA CASADEI



# DISTRIBUZIONE MODERNA: VINO A QUOTA 3 MILIARDI. MA L'INCOGNITA 2022 È L'INFLAZIONE

▲ a cura di Gianluca Atzeni

Meno volumi e valori in aumento nel 2021, con ottime performance delle bollicine e del formato 0,75 litri. Si attende l'effetto inflazione sugli scaffali e resta alto il rischio trading down da parte del consumatore, che cambia marca o non compra. I possibili scenari da qui a fine anno nel webinar di Veronafiere

Dopo il boom di vendite del 2020, complice lo stop forzato dell'Horeca, la frenata nei quantitativi di vino venduti in Gdo nel corso del 2021 era prevedibile e attesa mentre, per quanto riguarda la spesa per il vino al supermercato, l'anno si è chiuso con valori positivi, secondo un trend in corso già da un po' di tempo che porta il canale moderno a livelli particolarmente alti. In un quadro generale in cui il vino segna per il 2021 un +2,1% a valore e un -2,2% a volume (a quota 699 milioni di litri), spiccano le performance delle bollicine (+20,5% a valore e +18,1% a volume, oltre 100 milioni di litri, trainati dal Prosecco ma anche dal metodo classico e dagli spumanti da uve autoctone) e dei formati in bottiglia da 0,75, che confermano una progressione al rialzo ed evidenziano come i consumatori stiano scegliendo consapevolmente prodotti di maggiore qualità (Dop e Igp) e valore (premiumisation) anche in una grande distribuzione che sta lavorando a migliorare il proprio assortimento.

## LE INCERTEZZE DEL 2022

Ma sarà un 2022 molto incerto. A pesare, infatti, sono la generale spinta inflattiva sui beni del largo consumo e l'imminente caro prezzi a scaffale, favorito dalla carenza di materia prima per la scarsa vendemmia 2021. Per ora, non si vedono aumenti sensibili. Gennaio, addirittura, è in lieve flessione, secondo i dati Iri. Bisognerà attendere che entrino in vigore i nuovi listini. Nel frattempo, **i veri timori delle grandi insegne sono legati a un "effetto fuga" da parte del consumatore** che, a fronte di un potere d'acquisto inferiore, eroso dal caro-bollette e dal caro-benzina, potrebbe essere spinto a cambiare insegna, marca e tipologie, virando su prodotti meno cari o, addirittura, rinunciando all'acquisto.

Il quadro emerso dal webinar 'Vino e bollicine nella distribuzione moderna', organizzato da Veronafiere in vista del Vinitaly di aprile, certifica, da un lato, l'effetto normalizzazione dei consumi che si era notato già leggendo i dati delle vendite gennaio-settembre 2021 e, dall'altro, mette in guardia sulle incognite che caratterizzano questo 2022, il cui andamento sul fronte vendite è più che mai difficile da prevedere, visto che la pandemia è ancora in corso. Un elemento è certo: c'è un'alta probabilità che il nuovo anno non riesca a ripetere la performance di un ottimo 2021.

## EFFETTO SORPRESA PER LE BOLLICINE A +32%

Ammonta a ben 3 miliardi di euro il giro d'affari 2021 delle due categorie di vini e di spumanti nella distribuzione moderna (incluso i discount e l'online). E se, rispetto al 2020, il vino registra un segno meno a volume, nel confronto con la chiusura del 2019 (pre-pandemia) l'incremento vale per entrambe. **In particolare, il vino segna +4% a volume e +11% a valore mentre gli spumanti fanno un grande salto rispettivamente del 28% e del 32%.** Si tratta di livelli record. È questa, secondo Iri, la vera sorpresa del 2021, certificata dall'andamento dell'indice di crescita del periodo >>





» 2018-2021, passato da 100 a 142 punti.

In sostanza, se per il vino era lecito attendersi un assestamento al ribasso, un atterraggio morbido, in questo 2021 (l'indice di crescita è 100 nel 2018 e 105 nel 2021, dopo il 107 del 2020), per le bollicine si è andati oltre le attese, con una progressione di oltre il 40% rispetto al 2018.

### I FORMATI: CRESCITA DELLE BOTTIGLIE

Il 2021 conferma l'ottimo andamento delle confezioni da 0,75 litri. Un percorso costante che vede l'indice relativo ai volumi passare dai 100 punti del 2018 ai 113 del 2021. "Un filo conduttore caratteristico degli ultimi anni che, trascurando gli eventi del 2020, riprende la strada abituale", è il commento di Iri. Non si può dire altrettanto degli altri formati che da un indice 100 del 2018, passano ai 99 del 2019, ai 105 del 2020 per tornare ai 99 punti del 2021. Sono proprio bottiglioni, dame, bag in box, etc. che hanno trascinato al ribasso il saldo annuale nei quantitativi.

### PREMIATI I VINI PREMIUM

I vini più gettonati nel 2021 sono stati quelli di fascia premium. Lo

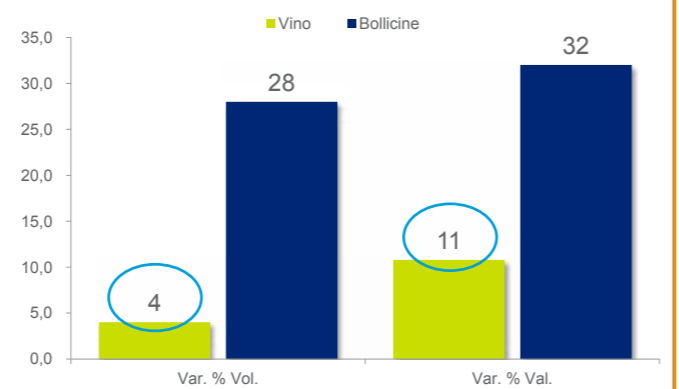
si nota nel forte incremento del metodo classico nella categoria delle bollicine (rappresentate per oltre metà dalla Dop Prosecco) e dei prodotti di prima fascia, come Amarone della Valpolicella e Barolo, tra i vini. Le analisi di Iri fanno notare "il continuo progresso verso le fasce medio-alte, con un consumatore sempre più attento a quello che sceglie". In netta ripresa anche i vini dolci, tornati in segno positivo dopo diversi anni di difficoltà.

### PREZZI ANCORA IN STALLO

Le analisi di Iri parlano di "progressivo raffreddamento" dei prezzi del vino negli ultimi mesi, a fronte di vendite in promozione stabili o in calo. Il mercato a gennaio 2022 è, di fatto, in una fase di stallo (sotto i 100 punti dell'indice price tracker di Iri) ma si viene da un quarto trimestre 2021 caratterizzato da una lieve tendenza ai rincari provocata, però, più da un effetto mix che non da una reale spinta inflattiva, come ha spiegato **Virgilio Romano** (business insight director di Iri).

Allo stesso tempo, i costi di altri beni di largo consumo (dall'olio d'oliva alle farine, passando per la pasta di semola) mostrano decisi segnali di "riscaldamento inflattivo", con crescita soprattutto tra dicembre 2021 e gennaio 2022 (indici anche oltre

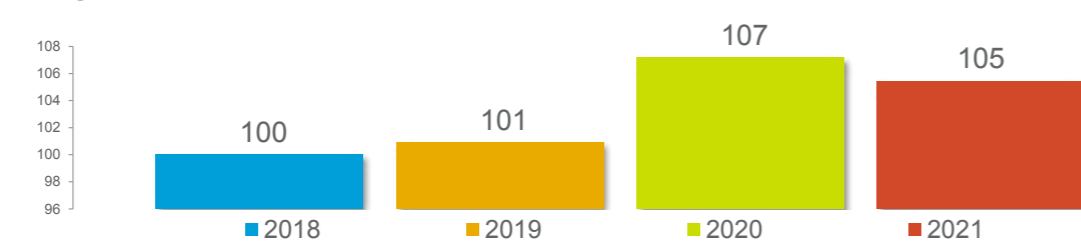
### Vendite di vino e bollicine in Dm (vol. '21 vs '19)



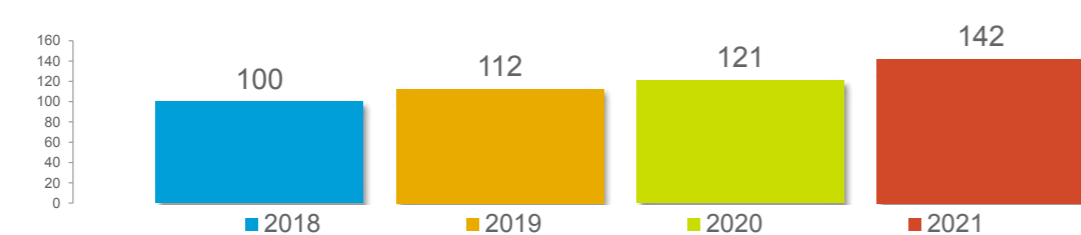
fonte: IRI Infoscan Census - Iper+Super+Libero Servizio+Discount +On Line

### Vino e bollicine - indice di crescita a volume (2021 con base 2018)

#### VINO



#### BOLLICINE



fonte: IRI Infoscan Census - Iper+Super+Libero Servizio+Discount +On Line

110 punti). L'inflazione nel vino non è arrivata ma è attesa con certezza in questo 2022, fa sapere Romano, anche se "ancora non la leggiamo a scaffale sulle nostre categorie". L'effetto rincari potrà essere controbilanciato dalle strategie di risparmio delle famiglie. E le grandi insegne della distribuzione moderna sanno bene che un incremento eccessivo del prodotto potrebbe indurle a modificare le scelte.

### PARTENZA A RILENTO DEL 2022

L'inizio del 2022 sul fronte vendite non è stato finora dei migliori, con un segno meno a volume nel solo mese di gennaio per vino (-7%) e spumanti (-1%) rispetto allo stesso periodo del 2021. "Il vino è cresciuto soprattutto del primo trimestre 2021 e ciò ha consentito al comparto una tenuta generale. In seguito, c'è stato un rallentamento, che ha coinvolto anche le bollicine. E l'ingresso nel 2022 è avvenuto con un'inerzia non favorevole, che tuttavia non deve spaventare. Certamente" chiarisce Romano "ci troveremo a convivere nei primi tre-quattro mesi del 2022 con risultati non positivi". I dati del primo trimestre saranno presentati da Iri a Vinitaly, ad aprile. Guardando, poi, ai possibili scenari per tutto il nuovo anno, risulta chiaro che le dimen-

"Nulla accade per caso, come l'amore per la carne"

Manuele Avagliano



Avagliano  
dal 1966

Macelleria





L'unico valore del tempo  
è dato da ciò che noi facciamo mentre passa.



[www.fratellispigaroli.it](http://www.fratellispigaroli.it)

Via Sbrisi, 3 - 43016 Loc. Polesine Parmense (PR)  
Tel. 0524.96106 - [info@acpallavicina.com](mailto:info@acpallavicina.com)



» sioni raggiunte dal mercato del vino in distribuzione moderna sotto la spinta – è il caso di dirlo – della pandemia rappresentano, da un lato, uno stimolo a fare meglio ma, dall'altro lato, sono anche un obiettivo per niente facile da superare. È possibile che il canale vada incontro a un'ulteriore normalizzazione al ribasso nelle dinamiche d'acquisto, un po' come già sta accadendo all'e-commerce (vedi box), che vede allentarsi lo slancio degli operatori e che sta subendo l'effetto del ritorno dei consumatori nei negozi. "L'insieme di queste variabili" osserva Romano "metterà a dura prova i risultati del 2022, anche se vini e spumanti ci hanno sorpreso altre volte".

#### PREOCCUPATE LE GRANDI INSEGNE DELLA DM

Dal lato delle grandi insegne distributive, c'è soddisfazione per un ottimo 2021 ma c'è anche la preoccupazione di tenersi stretti i propri clienti. L'allentamento delle norme sugli spostamenti, la ritrovata libertà di scelta sui luoghi di acquisto del vino si vanno a sommare agli incrementi di prezzo che sono attesi da qui a qualche mese. Come ha spiegato **Francesco Scarcelli**, responsabile beverage per Coop Italia, l'entrata in vigore dei nuovi listini provocherà una contrazione dei volumi: "A soffrire di più sarà la fascia bassa. In generale, dovremo essere bravi a capire quale sarà il giusto punto-prezzo di determinate Dop. Alcune usciranno probabilmente dalla fascia abitudinaria e bisognerà capire come il consumatore leggerà i nuovi posizionamenti. Forse in un anno come questo è meglio fare tagli di prezzo adeguati, per tutelare il potere d'acquisto quotidiano del consumatore".

**Simone Pambianco**, national category manager bevande alcoliche e analcoliche di Conad, parla di inflazione attesa da fine marzo: "Il fattore materia prima va ad aggravare lo scenario generale dei prezzi. Come Conad, cercheremo di difendere il potere d'acquisto del consumatore. Rispetto all'inflazione, il vino rientra nei beni voluttuari. La fascia più alta sarà più rigida mentre le criticità ci saranno nei vini comuni. Il rischio è che si fermi la crescita dei volumi, con una possibile recessione. Oggi, in grande distribuzione, abbiamo raggiunto un livello molto alto di acquisto. La sfida sarà preservare questi livelli". **Anche a costo di far saltare qualche contratto con l'industria del vino**, considerando che a preoccupare i grandi della distribuzione moderna c'è anche la forte domanda di vino italiano all'estero: "Stiamo affrontando il problema delle disponibilità di vino della vendemmia 2021 ed è chiaro che saranno salvaguardati quegli accordi in cui c'è continuità nel servizio e nei quantitativi", ha fatto notare **Gianmaria Polti**, responsabile beverage di Carrefour Italia, insegna che per il 2022 prospetta una flessione nei volumi ma che proseguirà nelle politiche promozionali (ma con prezzi rimodulati al rialzo) soprattutto considerando uno "scaffale rinnovato, in cui negli ultimi due anni sono stati inseriti vini italiani d'eccellenza che meritano di essere scoperti".

#### L'INDUSTRIA AFFRONTA I COSTI DI PRODUZIONE

Anche la filiera vino è alle prese col problema dei costi di pro-

#### L'online torna ai livelli pre-pandemia

L'e-commerce è il canale del futuro, come fa notare Virgilio Romano (Iri). Nel 2020 ha più che raddoppiato le vendite e nel 2021 è tornato ai livelli di crescita del pre-pandemia con incrementi tra 15% e 20%. La vera scommessa verte su cosa succederà in futuro. "Dipenderà dalla conferma o meno degli investimenti di quelle aziende che hanno rincorso il boom degli acquisti online. Del resto, per tenersi stretti i consumatori occorre migliorarsi e specializzarsi. Ed è necessaria sia la volontà delle insegne distributive sia delle cantine, che devono credere in questo canale emergente".

duzione e dei trasporti. Lo ha fatto notare **Mirko Baggio** (manager di Villa Sandi, in rappresentanza di Federvini), parlando di riposizionamento necessario per il vino in Gdo: "Gli aumenti sono così alti che molte aziende si trovano a non poterli assorbire, perché superiori al margine medio per bottiglia che abbiamo a fine anno. Le trattative tra produttori e distributori sono in ritardo. Forse dopo la Pasqua si vedrà l'effettiva influenza degli aumenti a scaffale. Ed è probabile che i prodotti di fascia più bassa ne risentano di più".

**Robert Ebner** (manager di Mionetto, per Unione italiana vini) si dice cautamente ottimista sul 2022: "Lavorare sulla brand awareness e investire in comunicazione sono azioni che aiutano a superare momenti come questo, caratterizzati dai rincari. Siamo in una fase di transizione, da cui occorre uscire per conservare i vantaggi accumulati in periodo pandemico". ❖

**"In Conad, la categoria vino e spumanti è cresciuta nel 2021 del 16% a valore dato dal +10% dei vini e dal +34% degli spumanti, su cui i produttori hanno apportato innovazione al comparto. Inoltre, continua la premiumizzazione della domanda".**

– **Simone Pambianco**, national category manager bevande alcoliche e analcoliche di Conad

**"Prevediamo un 2022 difficile a causa delle richieste di aumento che stanno arrivando su materie prime, energia e trasporti. Non leggiamo ancora questa inflazione sugli scaffali poiché non sono entrati in vigore i nuovi listini ma, quando questo avverrà, avremo certamente una contrazione dei volumi".**

– **Francesco Scarcelli**, responsabile beverage per Coop Italia

**"Dopo un anno di generale soddisfazione per i vini in Carrefour Italia abbiamo di fronte una grande sfida per il 2022: confermare e migliorare la soddisfazione espressa dai nostri clienti in un contesto complesso, non privo di difficoltà, legato a tensioni inflattive e accenni di frenata sui consumi domestici".**

– **Gianmaria Polti**, responsabile beverage di Carrefour Italia



# CANCER PLAN. IL BICCHIERE È MEZZO PIENO

▲ a cura di Loredana Sottile

Il voto in plenaria ha scongiurato il pericolo di vedere demonizzare il vino e ha mostrato un'Italia finalmente unita nel difendere il suo prodotto di punta. Via gli alert in etichetta, ma restano nel testo dei passaggi pericolosi, come il riferimento ai tagli alla promozione e all'aumento della tassazione. Uiv e Federvini: "Non abbassare la guardia"



▲lla fine, ha vinto il gioco di squadra. È questa la prima osservazione all'indomani del voto in plenaria sul Cancer plan, che avrebbe potuto affossare il vino e la sua promozione nel mondo, e che invece ha portato ad un esito importante: spostare il concetto di pericolosità dal semplice consumo di alcol all'abuso.

La seconda è che l'Italia – grazie a quel gioco di squadra di cui sopra – ha dimostrato di avere un suo peso specifico in un'Europa che sembrava voler imporre una politica di neo-proibizionismo e che – almeno su alcuni punti – è dovuta tornare sui suoi passi. Dal voto parlamentare, infatti, emerge il ruolo fondamentale del nostro Paese, sia nella proposta degli emendamenti (depositati dagli italiani Paolo De Castro, Herbert Dorfmann e dalla francese Irène Tolleret), sia nella votazione degli stessi da parte degli europarlamentari del Belpaese, che li hanno appoggiati quasi al completo.

"Grazie al supporto trasversale ai nostri emendamenti, da parte della stragrande maggioranza dei gruppi politici, oggi avremo un piano europeo contro il cancro non solo ambizioso, ma anche capace di tenere in considerazione le nostre tradizioni, culturali e culinarie, senza demonizzare alcun settore" è la dichiarazione congiunta di **Paolo De Castro, Herbert Dorfmann e Pina Picierno**, membri della commissione Agri del Parlamento europeo. "Esiste, infatti, una differenza netta tra l'abuso di alcol, da combattere dati i rischi che ne derivano in termini di salute pubblica, e il consumo moderato e responsabile di vino e bevande alcoliche, che può avere effetti positivi, in particolare per quanto riguarda le malattie cardiovascolari. Grazie al voto favorevole di quasi il 60% del Parlamento abbiamo ripulito il campo da ogni dubbio su questa differenza, chiedendo maggiore prevenzione contro il consumo nocivo di bevande alcoliche".

## ECCO COME CAMBIA IL CANCER PLAN

Esulta all'unisono tutta la filiera: "Accogliamo con soddisfazione il reinserimento del concetto di pericolosità dell'abuso di alcol e non dell'uso di alcol in sé: la misura in cui il vino e le altre bevande alcoliche possono costituire un fattore di rischio dipende in modo significativo non solo dalla modali- »

## La mappa del voto

La distinzione tra consumo e abuso di alcol e il riferimento al livello sicuro hanno ottenuto l'appoggio di **381** europarlamentari contro 276, e **386** voti contro 270. La sostituzione del riferimento alle avvertenze sanitarie in etichetta con l'invito a fornire informazioni su un consumo moderato e responsabile di alcol, è passato con **392** voti contro 251.



» *tà, dalla quantità e dalla qualità del prodotto consumato, ma anche dalla predisposizione genetica e dal modello dietetico in cui vengono consumate le bevande alcoliche*. Così in una nota congiunta le principali sigle di settore: Alleanza delle Cooperative Italiane - agroalimentare, Assoenologi, Confagricoltura, Cia- Agricoltori Italiani, Copagri, Federvini, Federdoc, Unione Italiana Vini. Le stesse sigle che, la scorsa settimana avevano lanciato il loro appello congiunto agli europarlamentari affinché votassero compatti gli emendamenti depositati. Appello accolto? Sì, ma solo in parte, dal momento che delle modifiche richieste al testo, ne sono passate solo alcune.

“*Gli emendamenti chiave ammessi al testo*” spiega Paolo Castelletti, segretario generale di **Unione Italiana Vini** “*riguardano l'introduzione del concetto di consumo dannoso (harmful consumption) in due passaggi importanti del report, nonché l'eliminazione degli health warnings che saranno sostituiti con il concetto di moderate and responsible drinking information*”. In poche parole: **non si condanna il consumo di alcol di per sé, ma solo quello dannoso e si stabilisce che non sarà necessario scomodare le etichette per dire che il vino fa male**. Niente alert sul modello sigarette, per intenderci.

Invece, relativamente alla frase che aveva tanto fatto discutere - *no safe level* (non esiste un livello di salvezza) - il nuovo testo recita *the safest level of consumption is none* (non esiste un livello di consumo totalmente sicuro). Praticamente una perifrasi che ha l'intenzione di attenuarne la portata. Ma basterà ad attenuarne anche gli effetti e il giudizio sul vino? Infine, il passaggio su limitazione/divieto di sponsorship nel nuovo articolo viene limitato ai soli eventi sportivi il cui pubblico è costituito in prevalenza da minori.

#### GLI EMENDAMENTI ACCOLTI NEL TESTO

- ❖ distinzione tra consumo moderato e abuso di alcol
- ❖ ampliamento del concetto di “no safe level” che diventa “non esiste un livello di consumo totalmente sicuro”
- ❖ abolizione degli alert salute in etichetta, sostituiti da informazioni sul consumo responsabile
- ❖ limitazione del divieto di sponsorizzazione ai soli eventi sportivi destinati ai minori

#### I PASSAGGI PERICOLOSI RIMASTI NEL TESTO

Tutto bene quel che finisce bene? Certamente. Ma, come mette in evidenza Unione Italiana Vini, rimangono nel testo delle indicazioni che potrebbero rappresentare

### Il paradosso degli studi su vino e salute

Secondo quanto ha messo in evidenza Unione Italiana Vini, il paradosso dato dai nuovi dogmi alimentari si scontra con i dati dell'Organizzazione mondiale della Sanità sull'aspettativa di vita: in Europa, secondo l'Oms, Svizzera, Spagna, Italia e Francia - tra i principali consumatori di vino - sono nella top 5 europea per longevità, con il Belpaese che negli ultimi 50 anni ha diminuito i consumi di vino del 70%, imboccando da tempo la strada della qualità e della moderazione.

un grave pericolo per la crescita commerciale del settore in chiave export. Il riferimento è all'aumento della tassazione e alla revisione della politica di promozione. Passaggi che, nonostante le proposte di modifica, sono rimasti nel Cancer Plan come da prima versione e che, quindi, potrebbero aprire a nuovi foschi scenari. Si ricorderà, a tal proposito, la destinazione dei fondi di promozione orizzontale che lo scorso dicembre - facendo riferimento proprio al piano anticancro non ancora approvato - penalizzano nei punteggi il vino, le carni rosse e gli insaccati.

Motivo per cui il vicepresidente di Unione italiana vini e presidente dell'Associazione europea **Wine in moderation** Sandro Sartor mette in guardia: “*Con gli emendamenti De Castro/Dorfmann si è riusciti a scongiurare il più possibile un attacco al mondo del vino che purtroppo non si esaurisce qui. Servirà tenere ancora alta la guardia per affermare il concetto di moderazione che è proprio del vino, a partire dai piani dell'Organizzazione mondiale della Sanità (Oms) - al voto a maggio - che prevedono anche avvisi in etichetta, fino al Nutriscore, che minaccia di essere proposto entro l'anno*”.

#### LE PROSSIME BATTAGLIE DEL VINO IN EUROPA

Come evidenzia **Federvini**, infatti, basta dare un'occhiata all'agenda dei prossimi mesi dalla Commissione europea che “*nella sua Comunicazione sul piano europeo di lotta al cancro prevede la presentazione di una revisione della legislazione sulla fiscalità dell'alcol. L'esecutivo comunitario intende, infatti, presentare una modifica, con il rischio di vedere estesa a tutta l'Unione quanto già introdotto in Paesi quali l'Irlanda e prima ancora in Scozia, in materia di prezzo minimo che, da gennaio, ha fatto schizzare i prezzi delle bevande alcoliche, vini inclusi. Ci sono, poi*” continua la presidente Micaela Pallini “*due proposte legislative previste, rispettivamente, entro la fine di quest'anno ed entro la fine del prossimo anno, sull'indicazione obbligatoria degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale. Infatti, »*

### Il punto di vista francese

“Un compromis” è il parere francese. “Un sollievo per aver evitato il peggio, ma misto al rimpianto di non aver ottenuto il meglio”, scrive la rivista *Vitisphere*. In particolare, c'è malcontento per l'emendamento n.33 che avrebbe rimosso il richiamo allo studio *Lancet* dell'Organizzazione mondiale della sanità che “*riconosce che non esiste un livello sicuro di consumo di alcol quando si tratta di prevenzione*”. “*Avremmo voluto che fosse stato adottato l'emendamento 33, non ci siamo riusciti*” è l'analisi di Jean-Marie Fabre, presidente di *Les Vignerons Indépendants*, per i quali, tuttavia “*il lavoro parlamentare ha permesso di trovare il giusto equilibrio per favorire consumi moderati e ragionati*”.

» *mentre con la relazione sul Cancer Plan, appena votata, il Parlamento europeo ha dato un chiaro segnale in questo senso, schierandosi a favore di messaggi sul consumo responsabile anziché health warnings, il piano di azione della Commissione europea contiene ancora questo pericoloso riferimento a messaggi allarmistici*”. Non bisogna, quindi, abbassare la guardia. E, a tal proposito, Federvini ribadisce la necessità di istituire celermente un tavolo permanente di confronto sulla situazione internazionale, che coinvolga i Ministeri delle Politiche agricole, degli Affari esteri e della Salute. Insomma, quella appena vinta è solo una battaglia: la guerra contro le politiche europee di proibizionismo sono ancora in corso. Ma adesso l'Italia può contare su un'arma in più: la consapevolezza che quando vuole, anche il nostro Paese può fare gioco di squadra e vincere. Sarà servita la lezione? ❖

### Nutriscore per il vino: cosa ne sarà?

Capitolo a parte merita il nutriscore e la proposta dello scienziato francese Serge Herberg di estenderlo anche al vino. Proposta che non rientrava nel Cancer Plan e che, quindi, continua ad aleggiare sul settore e sulle decisioni dei prossimi mesi. In soldoni, il padre dell'etichetta a semaforo proponeva di utilizzare per il vino lo stesso criterio del food, ricorrendo però alla lettera F (massima pericolosità) contrassegnata dal colore nero. Il voto in plenaria sul piano anticancro ha in parte indebolito la proposta (visto che non è passato il concetto di pericolo sic et simpliciter), ma non per questo la si può considerare superata e archiviata.



## Gestione dell'ossigeno e Permeabilità dei tappi: Nomacorc ti dà la scelta

Iscriviti gratuitamente

Venerdì 25 febbraio  
alle ore 14:00





## INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice	Var% settimanale	Var% inizio anno
S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	0,96	3,03
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	-1,97	-6,79
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	0,76	-0,51

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-0,86	-5,71	-11,70	649
Campari	Italia	-2,56	-18,44	6,45	12.179
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-2,68	-5,22	32,39	45
La Doria	Italia	0,00	0,00	13,36	510
Marr	Italia	2,75	-3,17	-1,61	1.217
Newlat Food	Italia	-2,92	0,00	13,68	292
Orsero	Italia	3,30	18,99	112,99	249
Valsoia	Italia	1,15	-4,36	-2,23	140
Anheuser Bush I	Belgio	1,30	3,91	2,30	95.979
Danone	Francia	-0,95	0,93	-0,25	37.891
Pernod-Ricard	Francia	1,94	-8,27	20,35	50.804
Remy Cointreau	Francia	-2,30	-16,54	12,61	9.130
Suedzucker Ma Ochs	Germania	0,89	-5,43	-1,80	2.558
Dsm	Olanda	1,12	-18,18	10,88	28.315
Heineken	Olanda	0,97	-3,60	10,10	54.893
Jde Peet S	Olanda	-0,21	-2,60	-18,33	13.235
Ebro Foods	Spagna	2,84	-1,18	-5,87	2.566
Viscofan	Spagna	2,71	-3,51	-6,79	2.552
Barry Callebaut N	Svizzera	0,86	-4,42	5,06	11.089
Emmi N	Svizzera	0,90	-6,13	9,78	5.154
Lindt N	Svizzera	0,10	-14,89	21,14	13.448
Nestle N	Svizzera	-0,03	-7,77	16,80	316.330
Associated British Foods	Gran Bretagna	-1,35	-5,33	-19,63	17.967
Britvic Plc	Gran Bretagna	-1,74	-1,90	9,06	2.884
Cranswick Plc	Gran Bretagna	-1,90	0,32	5,93	2.352
Diageo	Gran Bretagna	-1,75	-8,81	20,16	101.846
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	5,71	14,24	2,58	4.226
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	0,14	13,63	37,83	37.871
Beyond Meat	Stati Uniti	3,51	-4,85	-64,66	1.613
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-4,69	-16,37	-63,81	3.799
Brown-Forman B	Stati Uniti	-1,50	-8,80	-13,53	18.142
Bunge Ltd	Stati Uniti	0,65	8,85	30,28	12.586
Campbell Soup	Stati Uniti	1,17	1,54	-5,60	11.737
Coca-Cola Co	Stati Uniti	-1,76	2,87	20,16	231.905
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	0,48	3,72	2,52	14.976
Constellation Brands	Stati Uniti	-8,10	-12,52	-9,00	31.803
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	4,53	-4,00	-3,69	9.487
Flowers Foods	Stati Uniti	-1,19	2,40	24,30	5.241
Freshpet Inc	Stati Uniti	6,59	5,25	-41,88	3.834
General Mills	Stati Uniti	-2,09	-0,56	17,30	35.623
Hershey Company	Stati Uniti	-1,99	4,86	34,02	25.999
Hormel Foods	Stati Uniti	-0,65	-3,16	-2,01	22.607
Ingredion Inc	Stati Uniti	1,97	-8,94	1,04	5.161
Kellogg Co	Stati Uniti	4,68	0,26	12,57	19.421
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-2,37	2,90	19,39	47.407
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	3,21	5,38	-13,44	8.548
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	1,30	-4,02	-14,02	3.857
Mccormick & Co	Stati Uniti	-2,26	3,63	11,68	22.005
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	2,31	6,84	12,52	8.755
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	-3,20	-0,66	19,35	80.993
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-2,29	-13,81	-9,76	38.609
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-0,11	-1,32	-79,58	3.679
Nomad Foods	Stati Uniti	-2,33	2,48	-1,96	3.949
Pepsico Inc	Stati Uniti	-3,52	-4,46	23,97	202.262
Performance Food Gr	Stati Uniti	16,64	15,80	5,33	7.251
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-2,56	0,04	29,46	6.059
Post Holdings	Stati Uniti	2,86	-3,01	9,34	5.961
Seaboard Corp	Stati Uniti	-4,97	-5,72	17,21	3.796
Smucker, J.M.	Stati Uniti	-0,29	0,20	18,24	12.999
Sysco Corp	Stati Uniti	3,70	7,38	10,64	38.116
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-0,83	-13,19	-16,14	2.978
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	-0,74	-3,40	-2,01	37.417
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-4,81	7,80	43,32	24.221
Us Foods Holding	Stati Uniti	5,42	11,66	5,42	7.637

## FINE WINE AUCTIONS

## Le quotazioni dei Barolo nelle aste 2021

Questa puntata sui risultati ottenuti dai Barolo alle aste del 2021 è insolitamente gremita: le aziende coinvolte sono addirittura sei. Soltanto tre, però, sono presenti con un numero di aggiudicazioni che permette di trarre indicazioni valide sugli orientamenti del mercato. **Non v'è dubbio, per esempio, che il momento sia favorevole per i Barolo del compianto Bartolo Mascarello**, dal momento che i prezzi dei suoi tre millesimi sono complessivamente aumentati del 19% tra il 2020 e il 2021. A rendere così brillante la loro performance è stato però il raddoppio di quotazione dell'annata 2014, quando le è stata applicata la polemica etichetta "No barrique no Berlusconi" disegnata dal produttore. Quotazioni in crescita ancor più accentuata per i Barolo firmati Giacomo Conterno, che oggi costano il 22% in più che nel 2020. Debbono molto, probabilmente, al loro nome, Cascina Francia, successivamente abbreviato in Francia: è quello del vigneto da cui, nelle grandi annate, si ricava il mitico Monfortino. Negativo invece il bilancio dei Monprivato, complessivamente in ribasso del 24%: i prezzi di questo Barolo, ricavato da un cru posseduto in esclusiva dalla Giuseppe Mascarello, scontano evidentemente la rapida crescita degli anni precedenti. Analoghe luci e ombre si colgono anche nei risultati conseguiti dai tre produttori presenti in tabella con un numero esiguo di aggiudicazioni: è curioso il fatto che le due aziende premiate dall'aumento delle quotazioni siano in lutto per la recente scomparsa dei titolari, Teobaldo Cappellano e Giuseppe Rinaldi.

- Cesare Pillon

## Barolo - Cappellano

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
1955	1 b	€ 150	Bolaffi, Internet live	16/03/21	€ 150,00	€ 125,00	+20%

## Barolo - Bartolo Mascarello

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
2003	1 b	\$ 224	Zachys, NY online	18/10/21	€ 193,10	€ 250,00	-23%
2014	8 b	£ 1.992	Zachys, Londra	18/06/21	€ 290,87	€ 141,67	+105%
2015	1 b	£ 174	Zachys, Londra online	04/10/21	€ 203,20	€ 187,50	+8%

## Barolo Cascina Francia - Giacomo Conterno

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
1998	1 b	\$ 249	Zachys, NY online	12/07/21	€ 209,60	€ 166,67	+26%
2000	4 b	\$ 1.121	Zachys, NY online	02/11/21	€ 311,55	€ 190,00	+64%
2003	1 b	\$ 224	Zachys, NY online	26/07/21	€ 190,27	€ 163,33	+16%
2006	12 b	\$ 3.735	Zachys, New York	12/03/21	€ 260,34	€ 191,67	+36%
2007	1 b	\$ 274	Zachys, NY online	29/11/21	€ 242,18	€ 191,67	+26%

## Barolo Francia - Giacomo Conterno

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
2008	1 b	€ 250	Bolaffi, Torino	24/11/21	€ 250,00	€ 183,67	+36%
2010	6 b	\$ 2.366	Zachys, New York	12/03/21	€ 329,83	€ 212,50	+55%

## Barolo Monprivato - Giuseppe Mascarello

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
2001	12 b	\$ 3.735	Zachys, New York	27/10/21	€ 268,24	€ 448,60	-40%
2004	6 b	\$ 1.619	Zachys, NY online	02/11/21	€ 233,07	€ 190,65	+22%
2006	12 b	Hk\$ 16.185	Zachys, Hong Kong	26/06/21	€ 145,50	€ 210,00	-31%

## Barolo Brunate - Giuseppe Rinaldi

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
2012	4 b	£ 685	Zachys, Londra online	04/10/21	€ 199,99	€ 195,00	+3%

## Barolo Brunate Le Coste - Giuseppe Rinaldi

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
2000	1 b	\$ 349	Zachys, NY online	12/07/21	€ 293,77	€ 250,00	+18%

## Barolo Cannubi Boschis - Luciano Sandrone

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
1997	2 b	\$ 448	Zachys, NY online	14/06/21	€ 184,97	€ 188,02	-2%