



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



IL VINO TRASCINA L'AGRIFOOD ITALIANO OLTRE I 50 MILIARDI DI EURO

UCRAINA

La guerra mette a rischio le filiere agricole: in aumento gas e materie prime, mentre si temono nuovi dazi

SPUMANTE

Le bollicine italiane conquistano il mondo: + 30% nel 2021. Anche la Cina si converte

UE

"No all'esclusione di carni e vino dalla politica di promozione": 19 Paesi firmano l'intesa

FOCUS

Il Cortona Doc scommette sul Syrah: dall'Anteprima di marzo all'ipotesi di una Docg dedicata

USA

L'export vitivinicolo italiano vola oltre quota 1,6 mld di euro. Il report del Gambero Rosso dalla California





Tutte le conseguenze della guerra in Ucraina per l'agroalimentare

Con la dichiarazione di Putin e i primi bombardamenti russi, è ufficialmente iniziata la guerra in Ucraina. Si attendono conseguenze devastanti per tutto il Globo, soprattutto perché il conflitto arriva dopo due anni di una pandemia che ha già messo alla prova la resistenza e le economie di tutti i Paesi. Molto preoccupato il mondo agricolo. I timori, come sottolinea Confagricoltura, sono rivolti, oltre che al rischio di una deriva militare, anche alle conseguenze che potrebbe avere uno scenario caratterizzato da sanzioni commerciali emesse da Bruxelles e le prevedibili ritorsioni da parte di Mosca. A tal proposito, infatti, la presidente della Commissione Ue Ursula von der Leyen ha già annunciato che si sta lavorando ad un ulteriore pacchetto di sanzioni da adottare rapidamente. Una sceneggiatura in parte già vista, come ricorda Confagricoltura: *“L’Italia, insieme agli altri Paesi comunitari, sta fronteggiando tutt’oggi la messa al bando dei prodotti ortofrutticoli e di carne suina decisa nel 2014 dalla Federazione russa proprio come reazione ai provvedimenti, che l’Ue prese dopo l’annessione della Crimea. La nuova crisi diplomatica potrebbe far allungare l’elenco dei settori di punta del made in Italy colpiti come quello vitivinicolo, secondo in Ue per export verso la Russia”*.

Rincarare le dosi di preoccupazioni Coldiretti: *“Le esportazioni agroalimentari made in Italy in Russia hanno già perso 1,5 miliardi negli ultimi 7 anni e mezzo a causa dell’embargo deciso da Putin nel 2014, e da allora sempre prorogato”*. Non solo. *“Al danno diretto delle mancate esportazioni in Russia si aggiunge la beffa della diffusione sul mercato russo di prodotti di imitazione che non hanno nulla a che fare con il Made in Italy, realizzati in Russia come parmesan, mozzarella, robiola”*.

Infine, **spaventano anche i risvolti che il conflitto potrebbe avere sul costo del gas** e quindi, sia sulle bollette energetiche delle aziende (già rincarate in questi primi mesi del 2022). Senza contare l’aumento dei prezzi di importazione dei fertilizzanti (già raddoppiati nell’arco dell’ultimo anno), di cui la Federazione Russa è tra i principali produttori a livello globale e i blocchi alle esportazioni di grano (di cui l’Italia è tra i primi acquirenti). Dal punto di vista prettamente vitivinicolo, l’export italiano verso l’Ucraina vale attualmente quasi 50 milioni di euro. Quello russo si avvicina ai 140 milioni. – **L.S.**

foto: oleg_mit/pixabay

EXPORT. Dagli Usa alla Cina è il momento degli spumanti italiani: + 30% nel 2021

Volano gli spumanti italiani all'estero. Sugli scudi, nell'analisi dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly sull'export extra-Ue nei 12 mesi del 2021, il mercato statunitense che ha visto lievitare di 1/3 la domanda a valore, con il Prosecco addirittura a +43%. Ma ancora più sorprendente è l'andamento delle bollicine made in Italy in Cina, notoriamente Paese rossista. Qua il Prosecco vola a +117%, con un export degli sparkling italiani in crescita del 33%. Bene anche Canada (+23%), Svizzera (+11%) e Giappone (+5%).

Ma come si spiega questa accelerata per una tipologia che aveva subito la maggiore battuta d'arresto durante la pandemia?

Per il direttore generale di Veronafiere, **Giovanni Mantovani**: "La categoria che più ha sofferto l'emergenza ora è diventata il vero simbolo della reazione post lockdown. Ma" continua "non è da sottovalutare nemmeno la performance di capisaldi della nostra produzione come i rossi Dop piemontesi e toscani, che hanno chiuso l'anno negli Usa rispettivamente a +32% e a +26%, o i rossi siciliani che crescono in Canada del 52%".

"Gli spumanti del Belpaese" svela il segretario generale di



Unione Italiana Vini **Paolo Castelletti** "si avviano a chiudere l'anno con un incremento del 30%. Su questa scia, trainata in particolare dal Prosecco, ci attendiamo una crescita anche di altre denominazioni di un fenomeno - quello delle bollicine - che presto supererà la soglia di un miliardo di bottiglie l'anno. Detto questo servirà fare attenzione al 2022, che si è aperto con insidie da non sottovalutare, a partire dal caro prezzi dato dall'escalation dei costi energetici fino all'attacco al vino sul fronte salutistico, basato su studi semplicistici che non possiamo condividere".

AGROALIMENTARE. Export made in Italy 2021 raggiunge quota 52 miliardi

Superato il traguardo dei cinquanta miliardi di euro. L'agroalimentare italiano, grazie a una crescita dell'11% in 12 mesi, ha raggiunto nel 2021 il valore di 52 miliardi di euro dopo i 46,8 mld del 2020. Lo certifica l'Ismea, in base ai dati Istat, sottolineando che la performance di cibi e bevande è dovuta al +11,6% dell'industria alimentare e al +8,8% della componente agricola.

Allo stesso tempo, nell'anno appena trascorso, le importazioni agroalimentari hanno segnato una crescita di quasi il 12% sul 2020, raggiungendo il valore di 48 miliardi di euro.



Agroalimentare - bilancia commerciale 2019/21

	2019	2020	2021	var.% 21/20
Export (mln euro)				
Agroalimentare	45.333	46.795	52.011	11,1
- Agricoltura	6.934	7.179	7.809	8,8
- Industria alim.	38.399	39.615	44.202	11,6
Import				
Agroalimentare	45.370	43.407	48.534	11,8
- Agricoltura	14.768	14.646	16.301	11,3
- Industria alim.	30.602	28.761	32.233	12,1
Saldo commerciale				
Agroalimentare	-37	3.387	3.477	2,6
- Agricoltura	-7.834	-7.467	-8.492	13,7
- Industria alim.	7.797	10.854	11.969	10,3

fonte: Ismea su dati Istat

Pertanto, la bilancia commerciale del settore si conferma in attivo (per 3,47 miliardi di euro) e in ulteriore miglioramento, rispetto ai 3,38 mld del 2020.

In testa alla classifica delle esportazioni agroalimentari nazionali, ricorda la Coldiretti, c'è il vino che nel 2021 sfonda per la prima volta il muro dei 7 miliardi di euro in valore, con un boom per gli spumanti italiani che fanno registrare un aumento del 23% in valore.

In un mercato incerto, buone notizie dall'export



In un contesto di massima incertezza per gli aumenti dei prezzi di produzione, inevitabilmente destinati ad erodere i margini delle aziende, la nota positiva arriva ancora dall'export. Nei primi 11 mesi 2021, l'export in volume ha già superato 20 mln di ettolitri (+7%) per un corrispettivo di 6,5 miliardi di euro che fa ben sperare nel traguardo record dei 7 miliardi a tutto il 2021. Intanto, **il mercato**

dei primi due mesi del 2022 dei vini da tavola sembra aver trovato equilibrio, dopo gli aumenti dei primi mesi di campagna in cui le trattative si sono svolte senza "corse" ma con buoni risultati. Con le contrattazioni già in essere, il mercato è un po' più statico e si continua con le consegne, anche estere, ma senza incidere troppo sui prezzi alla produzione. Un po' movimentato è il mercato spagnolo dei bianchi, con listini tornati sopra 3 euro/ettogrado dopo tre anni, mentre i rossi sono meno richiesti. E si comincia anche a fare i conti con la nuova stagione e ci si preoccupa dello stato di salute dei vigneti con uno sguardo al meteo sperando nella giusta quantità di pioggia.

Sul fronte dei vini Dop, i primi due mesi 2022 continuano a mandare segnali positivi, confermando in alcuni casi gli aumenti registrati nell'ultimo trimestre 2021, mentre in altri si evidenziano addirittura nuovi ritocchi dei listini a partire dal Prosecco Doc e Docg. Sempre vivace anche il mercato del Pinot grigio delle Venezie, da ottobre sui 115 euro/ettolitro. Vivacità che si registra per molti bianchi Dop un po' in tutta la Penisola, a partire dal Roero Arneis fino ad arrivare alla Doc Sicilia. I grandi rossi non stanno a guardare, anzi. Dal Barolo al Brunello, passando per l'Amarone, gli ultimi mesi hanno ritoccato i listini verso l'alto.

– **Tiziana Sarnari**, Analista Ismea

Prezzi medi alla produzione vini da tavola (euro/ettogrado)



fonte: Elaborazione su dati Ismea

AGROALIMENTARE. Un documento firmato da 19 Paesi Ue chiede la difesa della politica di promozione comune: "No all'esclusione di vino e carni rosse"

Sono 19 i Paesi che hanno sottoscritto una richiesta comune per salvaguardare la promozione dei prodotti agroalimentari europei. Il documento, proposto dalla Polonia e discusso a margine del Consiglio Agricolo riunitosi a Bruxelles, dice sostanzialmente che "La politica di promozione dei prodotti agroalimentari in Ue non può essere messa in discussione con modifiche come quelle prospettate che mirano ad escludere o a discriminare alcuni comparti". **Il riferimento è all'opzione di scartare dai fondi orizzontali alcuni prodotti, quali il vino e le carni rosse, dando così seguito al piano anticancro del Beca.** Tra i Paesi firmatari del documento c'è ovviamente anche l'Italia, così come la Spagna, il Portogallo, ma anche l'Austria e l'Irlanda. Mancano, invece, all'appello la Germania e la Francia. Quest'ultima da sempre alle prese con un rapporto controverso rispetto alla sua lunga cultura vitivinicola.



"Al di là delle singole posizioni" spiega a Tre Bicchieri il segretario generale del Ceev **Ignacio Sánchez Recarte** "il documento dimostra come la maggior parte dei Paesi europei sia contraria all'esclusione o alla penalizzazione di alcuni prodotti da una promozione comune". Una posizione importantissima per continuare ad affrontare tutte le difficili battaglie europee che attendano il comparto vitivinicolo nei prossimi mesi.

"Siamo ben lieti di apprendere che il ministero dell'Agricoltura italiano abbia sottoscritto il documento" è il commento del presidente di Alleanza Cooperative Agroalimentari **Giorgio Mercuri**, che evidenzia come però non si sia ancora espresso il commissario dell'Agricoltura Ue Janusz Wojciechowski "mantenendo un atteggiamento alquanto ambiguo. Dal momento che l'opzione di penalizzare alcuni settori come vino e carni rosse non è stata ancora scartata, non ci resta che augurarci che la Commissione abbandoni presto l'ambiguità". – **L.S.**

FOCUS

CORTONA. La scommessa sul Syrah: dall'Anteprima di marzo all'ipotesi Docg

a cura di Gianluca Atzeni

Nulla di alcune delle migliori interpretazioni della Syrah, la Doc Cortona pianifica il futuro forte di un 2021 che si è ripreso bene, con un rimbalzo positivo degli imbottigliamenti che in un semestre (205mila fascette, tra gennaio e giugno) hanno ripreso a viaggiare ai ritmi del 2019, dopo un complesso 2020, a -20 per cento.

IL RACCOLTO 2021. Il Consorzio vini Cortona, che riunisce 37 soci per un totale di 350 ettari vitati, esce dal 2021 con meno uve in cantina per gelo e siccità (9.640 quintali contro 12.600 del 2020) ma *“la qualità delle uve, la maturazione e l'equilibrio generale del frutto, grazie all'asuefazione delle nostre vigne a condizioni meteo estive spesso estreme”* spiega il presidente **Stefano Amerighi** *“hanno comunque raggiunto ottimi livelli, dando un'impronta interessante alla vendemmia con vini profumati, colorati ed eleganti”*. L'anno appena concluso ha significato anche un incremento dei soci, arrivati a quota 37, grazie a 6 nuove iscrizioni per l'ente aretino, che sale al 90% di rappresentatività.

I MERCATI. L'export della Doc Cortona vale il 40% del giro d'affari. Uno degli effetti della pandemia, come racconta Amerighi, è stata l'apertura di nuovi mercati anche in Asia. Ma nel 2020 l'estero aveva sofferto e non poco: *“Di fronte alla crisi, abbiamo concentrato le iniziative di promozione sull'Italia, da cui abbiamo cercato di ripartire, facendo leva sulla capacità di attrattiva del territorio e aprendo le cantine ai visitatori, i quali, nonostante*



tutto, hanno deciso di venire a trovarci anche nell'estate appena trascorsa. Per noi, uno stimolo e una leva per tornare ad affacciarsi ai mercati internazionali”. Le vendite 2021, tra Italia ed estero, si sono concentrate sulla tipologia Syrah, sia nelle versioni più importanti sia in quelle più snelle, oltre ai rosati. *“Ormai”* sottolinea Amerighi *“è diventato il vino distintivo del nostro terroir, quello per cui tanti appassionati rivolgono il pensiero a Cortona come capitale italiana di questo vitigno, facendo da traino alle altre produzioni: metodo classico, Cabernet, Sangiovese, Merlot”*.

L'IPOTESI DOCG. Syrah così importante, dunque, che il Consorzio (a

20 anni dalla Doc) sta riflettendo al suo interno se valorizzare il Cortona Syrah innalzandolo a Docg, con una revisione del disciplinare. Per ora nulla di sicuro. Ma c'è la volontà del Consorzio di diventare un punto di riferimento per la tipologia. In questi anni, infatti, si sono stretti i rapporti con l'Università di Tolosa e di Pisa e con la Fondazione Mach per costituire un gruppo di lavoro stabile *“che realizzerà pubblicazioni e studi”* conclude Amerighi *“con l'aspirazione di diventare l'avanguardia sulla ricerca di questo vitigno nel panorama italiano”*.

L'ANTEPRIMA. Sempre in questa direzione si sta lavorando con l'organizzazione del primo Simposio internazionale Cortona città della Syrah, nell'ambito di Chianina&Syrah, festival multidisciplinare per operatori e grande pubblico (11-13 marzo). L'attesa è anche per l'Anteprima delle Syrah d'Italia, riservata alla stampa specializzata, che *“si propone di segnare uno spartiacque non solo nella nostra attività di promozione”* sottolinea Amerighi *“ma anche e soprattutto nella storia della nostra giovane denominazione”*. Un numero zero destinato ad ampliarsi.

In cifre

- 37** soci
- 350** ettari
- 9.641** q.li uve raccolti
- 6.288** hl vino rivendicato Doc
- 205mila** bottiglie (I sem. 2021)
- 40%** export
- 20%** bio/biodinamico

fonte: Consorzio vini Cortona (dati 2021)

QUATTRO GENERAZIONI

LEPITRE

DAL 1927



SALICE
SALENTINO
DOC 2019

TRE BICCHIERI
GUIDA VINI D'ITALIA 2022
GAMBERO ROSSO

DAL 1927, PASSIONE, ESPERIENZA, ABILITÀ
E AMORE PER UN TERROIR D'ELEZIONE

MOTTURA Vini del Salento S.r.l.
Piazza Melica, 4 - 73058 Tuglie, Lecce - Italia
Phone/Fax +39 0833 596601


MOTTURA
VINI DEL SALENTO

info@motturavini.it
www.motturavini.it
www.lepitre.it

USA. Dopo la Napa Valley è la Toscana la regione vitivinicola più conosciuta oltreoceano. La survey Wine Intelligence per il Brunello di Montalcino

La Toscana (con una quota del 58%) è seconda solo alla Napa Valley (68%) nella classifica delle regioni enologiche più conosciute in Usa. È quanto è emerso dalla survey Wine Intelligence, commissionata dal Consorzio del Brunello di Montalcino che, proprio oltreoceano esporta il 30% della propria produzione e che a New York ha appena concluso l'evento Benvenuto Brunello. A seguire, nella lista delle regioni più note, ci sono tre francesi: Champagne (51%), Bordeaux (50%) e Borgogna (47%). **Mentre in sesta posizione è ancora la volta di un'italiana: la Sicilia**, indicata dal 41% dei consumatori.

Tra le denominazioni, il Brunello di Montalcino vanta una notorietà al 7% con un altissimo livello di fidelizzazione sul fronte dei cluster dei consumatori Usa individuati dall'istituto di ricerca legati agli appassionati di vino, millennial urbani dell'upper class (reddito oltre i 100mila dollari), dove il grado di conoscenza è praticamente raddoppiato (13%). Il dato sale notevolmente nella conversione all'acquisto: gli americani

che conoscono il Brunello, nel 30% dei casi lo acquistano, ed è uno dei valori più alti in assoluto, secondo - tra gli italiani - al solo Prosecco (31%). E, anche in questo caso, di gran lunga davanti ai principali competitor francesi superpremium, con quote attorno al 20%.

In generale, secondo il rapporto, **il vino italiano dopo quello californiano è il più conosciuto a pari merito con quello francese** (69%), seguiti a distanza dalla Spagna (58%) e dall'Australia (43%). All'atto dell'acquisto, l'Italia stacca però i francesi in virtù di una maggior numerosità nei consumi da parte della Generazione Z (21-24 anni) e dei Millennials (25-39 anni) in particolare di Miami, New York City e San Francisco. E proprio i Millennials si rivelano la fascia di età più dedita ai consumi di Brunello, con i 'Generation Treeters' (millennials urbani benestanti) in fortissima ascesa e con una capacità di spesa che supera i 75 dollari a bottiglia, da consumarsi soprattutto fuori casa o da portare come regalo alle cene da amici.

COLLI FIORENTINI. Intesa tra Consorzio e 16 Comuni per la promozione

Firmata in Regione Toscana un'intesa per la promozione dei vini del Consorzio Chianti Colli Fiorentini. Il protocollo interessa i 16 Comuni e l'ente consortile, ispiratore dell'iniziativa. Si punta ad attivare assieme forme di collaborazione per valorizzare le eccellenze del territorio, dalla cultura al turismo, dall'enogastronomia al paesaggio.

In particolare, il patrimonio enologico e agroalimentare, quello storico monumentale e paesaggistico saranno oggetto di nuove modalità di fruizione e al centro di nuovi progetti. I Comuni lavoreranno a promuovere al meglio il marchio del Chianti Colli Fiorentini sul territorio, con eventi come l'Expo 2022 del Chianti Colli Fiorentini. **Prevista l'installazione di un'apposita e specifica cartellonistica sul territorio e sarà riattivato e implementato il progetto del Parco cicloturistico.**

"L'intesa ha un significato storico" ha evidenziato il governatore della Regione Toscana, Eugenio Giani "se si pensa che a 90 anni dalla sua costituzione il Consorzio crea un legame fra tutti i Comuni che rappresentano una parte di identità forte della Toscana". L'assessora all'Agroalimentare, Stefania Saccardi, ha assicurato l'appoggio della Regione.



i Comuni firmatari

Firenze, Bagno a Ripoli, Barberino Tavarnelle, Certaldo, Fiesole, Figline ed Incisa Val d'Arno, Impruneta, Lastra a Signa, Montelupo Fiorentino, Montespertoli, Pelago, Pontassieve, Reggello, Rignano sull'Arno, San Casciano Val di Pesa, Scandicci.

La Doc Valdarno di Sopra conferma Sanjust alla presidenza

Luca Sanjust (Petrolo) è stato confermato alla presidenza del Consorzio di tutela Valdarno di Sopra Doc. L'assemblea ha anche rinnovato il consiglio di amministrazione. Eletti consiglieri Carlo Bartolini Baldelli, Ettore Ciancico, Clio Cicogni, Salvatore Ferragamo, Giandomenico Gigante, Lucia Madiari, Maria Grazia Mammuccini, Alberto Moretti, Moritz Rogosky, assieme al riconfermato Luca Sanjust. **Il cda ha poi nominato direttore Ettore Ciancico** e la nomina è stata ratificata dall'assemblea.

"Sono molto contento della scelta dell'assemblea di immettere nel nuovo consiglio delle produttrici" ha sottolineato Sanjust "che rappresentano nuova linfa e produttrici che possono dare un importante contributo al raggiungimento nel nostro obiettivo primario: continuare a crescere e consolidarci, per essere una denominazione biologica e sostenibile".

DEAL. Prosit spa acquisisce da Caviro la Cantina di Montalcino

Cantine Leonardo da Vinci (società del gruppo Caviro) ha ceduto il 100% di Cantina di Montalcino a Prosit spa, nel portafoglio di Made in Italy Fund, il fondo di private equity promosso e gestito da Quadrivio & Pambianco. Cantina di Montalcino, unica cooperativa della zona, con 50 soci conferitori, era in vendita da circa due anni. L'importo dell'operazione non è stato reso noto.

Nel 2021, Cantina di Montalcino ha chiuso il bilancio con un fatturato di 3,7 milioni di euro e un Ebidta di circa 1 milione di euro. Prosit e Made in Italy Fund offriranno il supporto necessario per la successiva fase di sviluppo e consolidamento estero. **La proprietà, oggi in mano a Cantine Leonardo da Vinci, cederà il 100% delle quote** (compresi marchi, immobili e impianti produttivi) e rinvestirà a sua volta in Prosit, affiancandola nella sua strategia di sviluppo: mettere assieme ed esportare un portafoglio di etichette italiane complementari. Per Prosit, fondata da Sergio Dagnino (ex manager di Caviro), si tratta del quinto investimento nel vino dopo altre tre cantine (Torrevento, Nestore Bosco e Collalbrigo) e dopo l'ingresso nel capitale di Votto Vines, realtà americana che importa, commercializza e distribuisce vino.

Secondo Walter Ricciotti, managing partner di Made in Italy Fund e presidente di Prosit, l'acquisizione rappresenta "un ulteriore passo avanti nella costruzione di un polo di cantine italiane da promuovere ed esportare nel mondo". "I 50 viticoltori di Montalcino che da anni conferiscono le loro uve" ha affermato Sergio Dagnino, ceo di Prosit "sono la miglior garanzia dal punto di vista qualitativo e della continuità produttiva per consentirci di allargarne la distribuzione sui mercati mondiali". Secondo Lorenzo Melani, presidente di Cantine Leonardo da Vinci, l'accordo con Prosit "arricchisce le collaborazioni instaurate dalla nostra cooperativa. Potremo coniugare al meglio la nostra esperienza produttiva con la capacità commerciale e l'esperienza di Prosit". – **G.A.**

Cantina di Montalcino

Fondata nel 1970, è l'unica cantina cooperativa nella zona del Brunello. Conta 50 soci, 160 ettari di vigneto localizzati tra i 120 e i 650 metri di altitudine. Producono uve di qualità per un totale di circa 76mila bottiglie tra Rosso di Montalcino Doc, Brunello di Montalcino Docg e Brunello di Montalcino Docg Riserva. Nel 2000, sono iniziati i lavori di ristrutturazione e la vecchia struttura, composta da vasche di cemento portanti, è stata demolita e completamente ricostruita. La cantina è nel circuito di Toscana Wine Architecture che raccoglie le 14 aziende vinicole d'autore e di design della regione.



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2022



Etna Rosso Contrada Santo Spirito '17 PIETRADOLCE

A Solicchiata, a pochi chilometri dal comune di Castiglione di Sicilia, sul versante Nord dell'Etna troviamo Pietradolce. L'azienda di proprietà della famiglia Faro, si estende su 20 ettari suddivisi tra le Contrade Rampante, Zottorinoto e Santo Spirito. Con Marco Sabellico assaggiamo l'Etna Rosso Contrada Santo Spirito '17. Dal colore rubino con riflessi granata, al naso è affascinante e complesso, ricco di piccoli frutti rossi di ribes, mirtillo e ciliegia, con note balsamiche di erbe della macchia mediterranea. In bocca è elegante, strutturato, pieno, armonico, verticale, profondo, con tannini fini e levigati, note speziate, sfumature balsamiche e con un finale lungo che chiude su toni fruttati. Ottimo da abbinare a carni rosse, cacciagione, pollame e formaggi stagionati.

Visita il sito: www.pietradolce.it/

Per guardare la puntata:

www.instagram.com/tv/CaU2RMXhE8e/

TECNOLOGIA. Enovitis in Campo si terrà per la prima volta in Friuli-Venezia Giulia

Il 23 e 24 giugno torna Enovitis in campo, evento espositivo dimostrativo organizzato da Unione Italiana Vini e dedicato alla presentazione di prodotti, tecnologie, macchinari e servizi per la moderna coltivazione del vigneto. La 16esima edizione della manifestazione si terrà per la prima volta in Friuli-Venezia Giulia, un importante centro di attrazione non solo per gli operatori vitivinicoli del Nord Est italiano, ma anche per quelli di Croazia, Slovenia, Austria e Ungheria. **A ospitare l'evento sarà la Tenuta Ca' Bolani di Cervignano del Friuli (Udine)**, In occasione della scorsa edizione, tenutasi nel luglio 2021 a Mombaruzzo (Asti), l'evento ha radunato più di 6.000 visitatori; per quest'anno sono attesi circa 150 espositori.



Diverse le novità di questa edizione di Enovitis in campo: per la prima volta un'area specifica verrà riservata ai robot e all'automazione. Lo spazio si articolerà in un'area espositiva e in filari dimostrativi dedicati a macchine, attrezzature, componentistica e prodotti accessori che introducono automatismi nelle pratiche vitivinicole. Prosegue, inoltre, la collaborazione con FederBio Servizi, che prevede la creazione di un vigneto biologico dimostrativo.

FIERE. Vinitaly scommette sul ritorno degli operatori stranieri



Dall'Europa agli Stati Uniti, da Singapore al Giappone, dall'Eurasia fino agli emergenti mercati africani, **accelera il piano strategico di Veronafiere per l'edizione numero 54 di Vinitaly che, con più di 4mila aziende espositrici, ritorna dal 10 al 13 aprile prossimo**, tralasciando il tutto esaurito.

Nella campagna già avviata, sono 60 i Paesi coinvolti dal programma di promozione, comunicazione e incoming targato dalla Spa fieristica e da Ice Agenzia che condividono, oltre a un investimento complessivo da 3 milioni euro, anche la selezione di una business list di 500 top buyer da tutto il mondo, a cui si aggiungeranno migliaia di operatori nazionali e internazionali. *“Stiamo riscontrando un alto tasso di fiducia e di aspettativa sia da parte degli operatori internazionali che dalle aziende espositrici. Ad ora”* commenta il direttore generale di Veronafiere, Giovanni Mantovani *“abbiamo già l'adesione di delegazioni che coprono le aree di Canada, Usa con particolare riguardo a Midwest, West Coast e Texas, oltre che Singapore, Malaysia e, per l'Europa, di Regno Unito, paesi Scandinavi, Danimarca, Paesi Bassi, Germania, Svizzera e da alcuni dei Paesi più interessanti dell'Est Europa, ad iniziare dalla Polonia. Inoltre, stiamo lavorando con il ministero degli Affari esteri per creare un corridoio specifico col Giappone che favorisca la presenza degli operatori del Sol Levante”*.

CONCORSI. Torna l'Alambicco d'oro Anag. Adesioni fino al 5 aprile



Trentanovesima edizione per il concorso nazionale Alambicco d'oro Anag, appuntamento promosso dall'Associazione nazionale assaggiatori grappa e acquaviti che **premia grappe, acquaviti d'uva e brandy prodotti in tutta Italia da distillerie e aziende vitivinicole che producono “grappe di fattoria”,** ossia ottenute con le loro vinacce da distillerie esterne.

Il concorso del 2022, patrocinato, da Camera di commercio Alessandria e Asti e da AssoDistil, prevede 10 categorie di prodotti in gara: dai brandy alle grappe e acquaviti d'uva di più tipologie. A valutarli, in forma anonima, sarà una giuria selezionata di assaggiatori Anag, chiamati ad assegnare medaglie best gold, gold e silver e due premi speciali: *“Il miglior punteggio complessivo”* (distilleria con più medaglie) e *“Il vestito della grappa”* (bottiglia più bella), assegnato da una giuria composta da giornalisti, architetti, designer ed esperti enogastronomici. La finale è in programma sabato 23 aprile a Bellaria Igea Marina, in provincia di Rimini. Le adesioni possono essere inviate fino al 5 aprile, mentre i campioni di prodotto fino al 10 aprile.

Info sul sito anag.it

CLOSURE 1. I tappi green spingono i ricavi di Labrenta: 20 milioni di euro

Le esportazioni guidano la crescita di Labrenta, gruppo vicentino specializzato in chiusure per il settore wine&spirit. I ricavi del 2021 hanno raggiunto quota 20 milioni di euro, raddoppiando i risultati di un anno fa, rispetto a previsioni intorno al +50%. Le migliori performance sono state registrate in Messico, Regno Unito, Europa centrale e negli Stati Uniti (+128%). Per la società fondata nel 1971 a Breganze, il 2021 è stato un anno in cui sono state assunte 50 nuove figure professionali tra Italia, Brasile e Messico. In queste ultime due sedi, la crescita è a tre cifre rispetto al 2020. **Il mercato ha chiesto prodotti a basso impatto ambientale.** *“Nonostante la perdita di fatturato che ha contraddistinto il primo periodo di pandemia” ha dichiarato l’ad Gianni Tagliapietra “abbiamo scommesso in sostenibilità, ricerca&sviluppo e impianti all’avanguardia. Abbiamo investito nella partnership con Mixcycling, start-up innovativa con expertise nella realizzazione di materiali rispettosi dell’ambiente e in progetti come il nuovo reparto legno-torneria della sede di Breganze, inaugurato nel 2020”.*



Il piano industriale 2022-24 prevede la ristrutturazione dei reparti produttivi e la managerializzazione del gruppo: Stefano Romoli sarà il nuovo direttore vendite. Previsto anche il deposito di tre brevetti entro il primo quadrimestre e l’assunzione di 30 profili specializzati.

CLOSURE 2. Vinventions punta sul tappo micro-naturale

Vinventions accelera sui tappi micro-naturali e lancia in Italia SÜBR F5, che si aggiunge a F7 e M5 nella gamma delle prime chiusura micro-agglomerate senza alterazioni organolettiche. Dalla metà del 2021, questi tappi sono stampati nello stabilimento di Rivesaltes in Francia e, negli ultimi mesi, Vinventions ha notevolmente aumentato la propria capacità produttiva, passando dalla fase pilota a quella industriale. *“La produzione è triplicata, perfezionando i prodotti, e il lancio del SÜBR F5 ci consente di ampliare la gamma proposta ai nostri clienti”,* afferma Sandra Davidts, SUBR Product Manager di Vinventions. Le chiusure micro-naturali si stanno, infatti, gradualmente affermando come una nuova categoria di chiusure sul mercato, registrando un aumento del volume del 50% nel 2021.

Il vantaggio è sia nel sistema che, garantendo un ingresso di ossigeno costante e limitato mantiene la freschezza e garantisce un affinamento controllato, sia nell’estetica, dal momento che ricorda il tappo naturale e consente l’aggiunta del logo della cantina sui fianchi e sulle teste del tappo.



#stappacongamberorosso VINI D’ITALIA 2022



Vermentino di Gallurama Sup. Maia '20 SIDDURA

In Sardegna più precisamente a Gallura troviamo Siddura. L’azienda fondata e di proprietà dal 2008 della famiglia Gottesdiener, si estende oggi su 40 ettari di vigneto che danno vita a una collezione di nove vini. Con Marco Sabellico assaggiamo il Vermentino di Gallurama Sup. Maia '20. Dal colore paglierino brillante dai riflessi verdolini, al naso è intenso e ricco di frutta di albicocca, prugna gialla e nespola, con delicate note di mandorle e di erbe della macchia mediterranea. Al palato è strutturato, polposo, minerale, con una vena acida che dona freschezza all’assaggio, con un finale lungo che chiude su note di mandorle. Ottimo in abbinamento a piatti a base di pesce, arrostiti, zuppe di pesce, ma anche a degli spaghetti con la bottarga.

Visita il sito: www.siddura.com

Per guardare la puntata:

www.instagram.com/tv/CaPscFOtW4e/

EVENTO. Il 26 febbraio la prima di "Vin Santo Lovers"

Sarà la Fortezza di Montepulciano, sede del Consorzio del Vino Nobile, la sede della prima edizione di "Vin Santo Lovers", evento programmato il 26 febbraio e dedicato unicamente al Vin Santo, aperto ad appassionati, esperti e imprenditori del mondo vitivinicolo. Organizzato da Federico Minghi, esperto in eventi e marketing, insieme al professor Andrea Mazzoni e con la partnership del Consorzio presieduto da Andrea Rossi, Vin Santo lovers ha in programma una tavola rotonda di taglio scientifico (dalle 10.30 alle 12.00) dedicata a questo prodotto e un banco d'assaggio dove **si potranno degustare i migliori Vin Santo, bottiglie pregiatissime, introvabili, addirittura del 1969.**



"Ci auguriamo possa diventare un appuntamento fisso" ha detto Rossi. Sul Vin Santo di Montepulciano le aziende investono molte risorse, ma finora il prodotto non ha avuto il dovuto risalto, come ha ricordato lo stesso Minghi, ideatore dell'iniziativa: "Dobbiamo sdoganarlo dall'immaginario collettivo dalla zuppetta a fine pasto con i cantuccini".

Per partecipare è necessario esibire il green pass rafforzato secondo le norme vigenti e prenotare la presenza scrivendo a marketing@consorziovinonobile.it

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Giuseppe Carrus, Cesare Pillon, Marco Sabellico, Tiziana Sarnari

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

FINO AL 27 FEBBRAIO

❖ TRENTODOC

SULLE DOLOMITI

Val di Fassa
Madonna di Campiglio
e Pinzolo
Val di Fiemme

25 FEBBRAIO

❖ STAPPA

CON GAMBERO ROSSO

Mottura Vini
Salice Salentino Rosso
Le Pitre '19
sui canali social
del Gambero Rosso
ore 18

26 FEBBRAIO

❖ IL BAROLO

A PALAZZO BAROLO

Torino
via delle Orfane, 7
fino al 27 febbraio
stradadelbarolo.it

27 FEBBRAIO

❖ TASTE

ALTO PIEMONTE NAPOLI

Napoli
Eurostars Hotel Excelsior
via Partenope, 48
fino al 28 febbraio
tastealtopiemonte.it

28 FEBBRAIO

❖ MILLESIME BIO

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

28 FEBBRAIO

❖ STAPPA

CON GAMBERO ROSSO

Cantina Kaltern
Pinot Bianco Quintessenz '19
sui canali social
del Gambero Rosso
ore 18

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

2 MARZO

❖ STAPPA

CON GAMBERO ROSSO

F.lli Giacosa
Barolo Scarrone V.
MAndorlo Riv. '12
sui canali social
del Gambero Rosso
ore 18

11 MARZO

❖ CHIANINA E SYRAH

ANTEPRIMA

DELLE SYRAH D'ITALIA

Cortona (Arezzo)
fino al 13 marzo
cortonavini.it

12 MARZO

❖ WINE & SIENA

Siena
Palazzo Comunale
Grand hotel Continental
Palazzo Squarcialupi
fino al 14 marzo
wineandsiena.it

13 MARZO

❖ VIGNAIOLI

DI MONTAGNA

Milano
Base Milano
via Tortona
fino al 14 marzo
vignaiolidimontagna.it

13 MARZO

❖ VINI SELVAGGI

Roma
Spazio Novecento (Eur)
piazza Marconi, 26/b
fino al 14 marzo
viniselvaggi.com

18 MARZO

❖ MILANO IN VINO

Milano
piazza Città di Lombardia
fino al 20 marzo
facebook.com/events/417384956755148?ref=newsfeed

Weine vom See
Vini del lago
Wines from the lake



KALTERN
Kellerei . Cantina



2022



trebicchieri
GAMBERO ROSSO



Le grandi cantine del Veneto



LOC. QUINTO | VIA COLONIA ORFANI DI GUERRA, 5B | 37142 VERONA (VR)
WWW.CANTINAVALPANTENA.IT | 045 550032

Nata dall'unione di due storiche cantine del territorio veronese (Cantina Valpantena e Cantina di Custozza), la nuova cooperativa Cantine di Verona raggruppa circa seicento soci e può contare su un'estensione di oltre 1800 ettari di vigneto coltivati con una dotazione di cofermenti di 300 mila quintali d'uva. La nuova realtà punta a consolidarsi sui più importanti mercati internazionali con la propria qualità e capacità competitiva.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Amarone della Valpolicella Brolo Dei Giusti '11

Il vino si veste di un rosso fitto e brillante, che lascia intuire le grandi potenzialità di invecchiamento. Raffinati sentori di cacao e spezie dolci avvolgono l'olfatto, lasciando poi spazio a ricordi di piccoli frutti rossi e scuri macerati. Ampio, potente e caldo. Perfetto per la selvaggina, i brasati o piatti di carne della tradizione.

Valpolicella Sup. Brolo Dei Giusti '15

Profumi di frutti rossi e spezie leggere aprono un ricco bouquet bilanciato da sentori delicati di violetta e mandorla amara. È un vino elegante, in cui la morbidezza del frutto rosso risalta anche al gusto pur mantenendo un'elevata struttura e potenzialità di consumo a distanza di anni. Ideale con la pasta al ragù.



Amarone Torre del Falasco Torre del Falasco '16

Possiede note eleganti di prugna matura, con sentori di cioccolato. Notevole armonia al palato, con tannini setosi, ben equilibrato, maturo. Si accompagna perfettamente ad arrosti, cacciagione e formaggi stagionati.

Le grandi cantine del Veneto



VIA COSTABELLA, 9 | 37011 BARDOLINO (VR) | WWW.ZENI.IT | 045 7210022

Cantina F.lli Zeni, realtà familiare di vitivinicoltori nata nel 1870, ubicata nel cuore della zona Classica del Bardolino, sulle sponde del Lago di Garda, è ora gestita dalla quinta generazione. L'azienda produce eleganti selezioni di vini Classici Veronesi, con focus sulle aree di Bardolino, Valpolicella e Lugana, venduti in Italia e in più di 30 Paesi nel mondo. La cantina ospita il Museo del Vino, con annessi Enoteca e Punto Vendita, e una Bottaiola affrescata, ideale per degustazioni guidate, ospitante altresì go, l'unica Galleria Olfattiva dedicata ai profumi del vino in Italia.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Chiaretto Doc Cl. InAnfora FeF Collection '19

Colore rosato scarico brillante vivo con una tonalità tendente alla cipria. Avvolgente, inizia con una spiccata nota di pietra lavica per esaltarsi con sensazioni di polpa di frutta bianca, in particolare pesca, e fiori di sambuco. Asciutto con una netta sensazione minerale che si prolunga lasciando una piacevole sensazione di freschezza. Da assaporare come aperitivo o con pesce di acqua dolce, formaggi freschi e sempre in buona compagnia.

Lugana Doc Vigne Alte '20

Dal colore giallo paglierino con riflessi verdognoli, si apre con un bouquet intenso e ricco con sentori di pesca ed agrumi. Fresco, pieno e delicato. Vino da gustare giovane, si può abbinare con primi piatti di pasta con sughi elaborati, con carni bianche, con formaggi molli tipo robiola.



Amarone della Valpolicella Docg Cl. Nino Zeni '13

Rosso rubino intenso con bagliori granato. Al naso è intenso ed avvolgente, con sentori di frutta secca, spezie, cioccolato, cannella e mandorla tostata. Austero, di grande struttura, molto persistente, resta morbido e con una delicata acidità. Vino di grandissima longevità, si consiglia di aprire la bottiglia almeno un'ora prima e di provarlo con brasati o piatti importanti della tradizione veronese.



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE: L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI

GAMBERO ROSSO®

1971 2021
CUSTOZA

Roma
incontra il

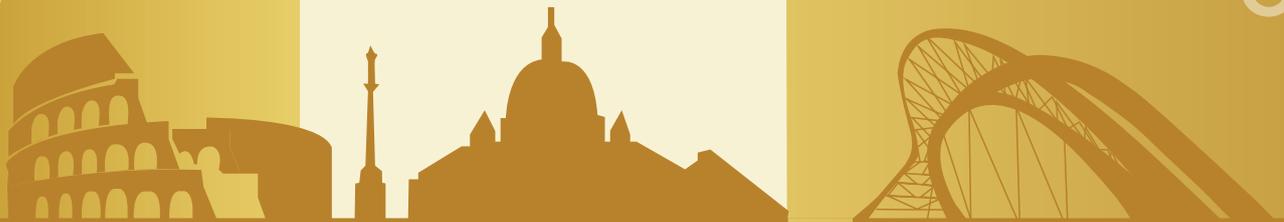


1971 2021

CUSTOZA

21 MARZO 2022
Chorus Café | ROMA

20.00 - 23.00
WINE TASTING
dedicato alle diverse
espressioni del Custoza



www.veneto.eu

Iniziativa finanziata dal Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2014-2020
Organismo responsabile dell'informazione: CONSORZIO TUTELA VINO CUSTOZA DOC
Autorità di gestione: Regione del Veneto, Direzione AdG FEASR Foreste



PARITÀ DI GENERE

Maria Flora Monini – responsabile della comunicazione, dell'immagine e delle relazioni esterne di Monini Spa

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

Pur essendo nata in una famiglia di idee già più aperte, la cultura imperante non era certo favorevole all'ingresso delle donne nel mondo lavorativo se non in posizioni gregarie. Per cui era sentito come del tutto naturale che, dopo mio padre, lo scettro del comando passasse a mio fratello Zefferino. Sentivo però che dovevo dimostrarmi all'altezza di compiti utili per la vita dell'azienda. Ero attratta dalla comunicazione e colsi al volo l'opportunità di collaborare nei mesi estivi all'ufficio stampa del Festival di Spoleto: un'esperienza formativa da cui ho ricavato sicurezza, autostima, capacità di problem solving che ho potuto poi riportare in azienda. Intanto, mio padre mi incoraggiava a viaggiare da sola, seguendo fiere, cercando di acquisire importatori e clienti. E così nel 1981 ho ufficialmente iniziato il mio percorso in azienda e poiché, secondo mio padre saper vendere è la base di ogni lavoro, mi ha messo alla prova incaricandomi delle vendite estere.

2 Come è arrivata all'attuale incarico?

Ma il primo amore rimaneva la comunicazione e così, negli anni in cui entrò in società la Findim, si riorganizzò l'azienda e a me, figlia del Carosello, curiosa, estroversa e creativa, è stato affidato l'ufficio comunicazione, immagine e relazioni esterne che dirigo tuttora.

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

Devo citare ancora una volta mio padre che assumeva più volentieri donne soprattutto per i lavori d'ufficio perché, diceva, "sono più brave". Ancora oggi le donne nei nostri uffici sono la maggioranza e spesso ricoprono anche posizioni di responsabilità come l'ufficio Acquisti, l'ufficio Amministrazione-Finanza e l'ufficio Sistema Qualità. Una direttiva che il nostro HR applica è quella di favorire l'assunzione di giovani donne del nostro territorio perché dimostrano un orgoglio di appartenenza alle nostre tradizioni più forte di quello che percepiamo negli uomini.

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

L'eterno problema è fare in modo che le donne possano conciliare lavoro e famiglia: dovrebbe essere garantita



per legge questa possibilità, a cominciare da una completa ristrutturazione del sistema degli asili nido. Una grande mano potremmo darla anche noi imprenditori con l'organizzazione di asili nido aziendali, ma questo richiederebbe l'istituzione di incentivi.

5 Quali modalità e quali formule suggerisce per sensibilizzare e rendere consapevole il mondo maschile di questo gap?

Istituirei il mese, forse anche due, del mondo alla rovescia: affidando agli uomini per quel periodo tutte, ma proprio tutte le incombenze che normalmente si sobbarca una donna, moglie, madre, sorella, colf, badante che sia. Compreso l'onere di truccarsi, avere cura di sé, e immaginare il disagio di indossare abiti scomodi o tacchi 12 mentre fa tutto questo! Lo so è barracadero e utopistico, ma l'alternativa è un percorso ancora lungo, da combattere su tutti i piani, dell'informazione, della scuola, dei convegni, delle manifestazioni e, purtroppo, dei #metoo.

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

Rimasi molto colpita durante una riunione di lavoro agli inizi degli anni '90 da questa frase pronunciata, in modo collerico, da un imprenditore rivolto a una signora facente parte del board famigliare: "Le donne nelle altre aziende famigliari stanno a casa!". Rivelatrice di un disagio dell'uomo ad accettare un confronto alla pari con una donna, ma comunque inaccettabile e maleducata. Ecco, mi ripromisi allora e lo riconfermo oggi che farò tutto il possibile per bandire dal lessico del mondo del lavoro frasi come questa.

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/

LA CANTINA SI RACCONTA/Montelvini

UNA STORIA DI FAMIGLIA

Un'esperienza lunga 141 anni e cinque generazioni che trova nel legame con il territorio la sua massima espressione. Siamo a Venegazzù, piccola frazione del Montello (Treviso), nel cuore della Docg Asolo Montello. È qui che la famiglia Serena - con il presidente Armando e i figli Alberto e Sarah, a cui spetta la gestione della cantina - sono diventanti veri e propri custodi dei vigneti dei colli asolani, dove sorge la denominazione più rara ed esclusiva del Prosecco.

Capacità, dedizione, entusiasmo e passione, uniti alla centenaria esperienza dell'azienda, nella produzione di vini di qualità, hanno permesso a Montelvini di confermare come una delle realtà vitivinicole più dinamiche nel panorama italiano, capace di evolversi, pur restando fortemente legata alla storia vinicola e culturale del territorio, e contribuendo così a scrivere il futuro di un'area votata alla viticoltura.

IL VIGNETO RITROVATO DI ASOLO

Logo e simbolo della cantina è da sempre una civetta. Il motivo è da ricercarsi proprio nell'area in cui sorge la cantina, chiamata Zuitere, ovvero "terra delle civette". Un animale simbolo di saggezza, di conoscenza, di sensibilità e che in Montelvini rappresenta la sapienza nel cogliere i migliori frutti di un territorio e la saggezza nel condurlo, rispettando la natura e i suoi ritmi.

Tra i progetti che maggiormente testimoniano il rapporto con il territorio c'è il "vigneto Ritrovato", ovvero il recupero di un'antica vigna all'interno del centro storico di Asolo, iniziato nel 2017. E adesso, a distanza di cinque anni, finalmente, è tutto pronto per la prima vendemmia.



In cifre

2 Tenute: Montelvini e S.Osvaldo

35 ettari di proprietà

e circa **250** ettari dai conferitori

più di 8 mln di bottiglie prodotte

30% export

ARRIVA LA CERTIFICAZIONE EQUALITAS

Il 2021 è stato un anno importante per la cantina trevigiana, che ha ottenuto la certificazione Equalitas. "Il percorso di sostenibilità" spiega il ceo Alberto Serena "è diventato necessario per affrontare i cambiamenti imposti dalla transizione ecologica. I tre pilastri della certificazione Equalitas - ambientale, sociale ed economica - declinati nella realtà di Montelvini corrispondono a una sensibilità che è effettivamente nel nostro Dna da sempre: il nostro più grande desiderio è che i nostri vini siano un bene per tutto il territorio".

FM333, IL PROSECCO DEL FUTURO



L'eccellenza del territorio e del suo frutto, uniti ad una nuova tecnica spumantistica danno vita ad un Asolo Prosecco Superiore Docg di assoluta originalità. Selezionate a mano, le uve - provenienti da un unico vigneto chiamato Fontana Masorin situato sulla collina del Montello a 333 m s.l.m - una volta raggiunta la perfetta maturazione, subiscono una pressatura soffice dalla quale si utilizza il solo mosto fiore, che viene mantenuto a freddo per circa dieci giorni in modo da riuscire ad estrarre dalla polpa dell'acino un quantitativo superiore di precursori aromatici. Successivamente, viene attivata un'unica fermentazione da mosto direttamente in autoclave: per questo motivo FM333 viene considerato uno "spumante da mosto". Questo metodo innovativo esalta le caratteristiche distintive dell'uva glera; freschezza e sapidità creano la struttura portante di questo spumante che armoniosamente si fregia di una spuma vivace ma al contempo soffice e cremosa. Al naso si percepiscono tocchi aromatici che riportano alla mela Golden, e alla pera Williams. Al palato lo spumante si presenta minerale, vivace per poi allargarsi in una esplosione gustativa di lunghissima persistenza. FM333 si presta all'accompagnamento di crudità di pesce, frutti di mare al vapore e pietanze mediterranee.

FRANCIA. In Borgogna al via progetto per ridurre l'impronta carbonica



foto djedi/Pixabay

Ridurre l'impronta carbonica della filiera vitivinicola partendo dalle lavorazioni in vigna fino ad arrivare alla consegna del vino, passando per vinificazione, confezionamento e logistica. In Borgogna, nasce "Objectif climat", progetto sperimentale che coinvolge Consorzio interprofessionale dei vini di Borgogna (Bivb) e società Adelphe, che in Francia si occupa di riduzione dell'impatto ambientale degli imballaggi. L'iniziativa rientra nel quadro della strategia nazionale che punta alla neutralità carbonica entro il 2050. Il suo successo dipenderà soprattutto dal coinvolgimento di un gran numero di imprese e dalla mobilitazione dell'intero territorio. Entro giugno 2022, i responsabili del progetto vogliono mettere in campo un metodo che identifichi le azioni necessarie per raggiungere la neutralità carbonica in vigneto. **Entro settembre, poi, il metodo dovrà essere validato ed esteso alle aziende.** Le ri-

cerche e le iniziative di tipo ambientale finora adottate dalle associazioni dei produttori francesi hanno dimostrato che la fase del packaging del vino costituisce ad oggi il 30-40 per cento delle emissioni di carbonio. Con questa partnership con Adelphe, il Consorzio vini di Borgogna intende allargare l'ambito di intervento a tutte le fasi.

Le regioni vitivinicole francesi, grazie all'impegno ambientale soprattutto degli ultimi 15 anni, sono riuscite a migliorare l'aspetto della sostenibilità legato al conto carbonico. Tuttavia, si è notato anche che le imprese non hanno capacità tecniche e finanziarie per raggiungere gli obiettivi strategici entro il 2050. Di qui, il valore di questo progetto pilota su cui il Consorzio di Borgogna scommette in modo particolare. L'ente vuole mettere in piedi azioni concrete in ciascuna azienda e, assieme ad Adelphe, realizzerà un processo per catturare la Co2 e favorire la biodiversità nelle aree a forte predominanza vitivinicola.

L'idea è, inoltre, esportare il modello in altri distretti.

Sono tre gli step del progetto Objectif climat: in primo luogo, si parte dai dati del bilancio carbonico della filiera di Borgogna, stilato tramite un ente accreditato, a cui si aggiungono ulteriori elementi dagli altri enti coinvolti nella filiera vino; in secondo luogo, si definisce la strategia per la riduzione del carbonio lungo tutta la catena del valore, identificando le emissioni residue da neutralizzare; infine, si agisce per compensare le emissioni di gas serra non eliminabili. In questo terzo step, il Bivb e la società Adelphe vogliono favorire l'attuazione di progetti di cattura del carbonio nel sottosuolo, ad esempio mediante le coperture vegetali o la posa di siepi nelle vigne: tutti progetti che dovrebbero ottenere la certificazione "Low carbon" da parte del Ministero della Transizione ecologica, in coerenza col metodo in fase di elaborazione per la viticoltura francese da parte dell'Istituto francese della vite e del vino. – **G.A.**

Vini Alto Adige: quando il vino racconta un territorio



L'Alto Adige è un territorio piccolo dove convivono insieme elementi diversi che in questa terra riescono ad accordarsi in un'unica armonia. Baciati dal sole mediterraneo, cresciuti nel territorio alpino, vinificati da vignaioli esperti, apprezzati dagli appassionati di tutto il mondo. Tutto questo sono i vini dell'Alto Adige.



Südtirol Wein 
Vini **Alto Adige**

www.vinialtoadige.com

SIDDÙRA

Sardegna in purezza



[SIDDURA.COM/SHOP](https://siddura.com/shop)

VERMENTINO DI GALLURA DOCG SUPERIORE

IL MIO EXPORT

Tenuta Casadei – Stefano Casadei

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

Per le nostre Tenute i mercati esteri incidono sulle vendite al 70%. Nello specifico il 25% dei nostri prodotti va negli Stati Uniti, il 30% in Europa in particolare in Svizzera, in Germania ed in Scandinavia. In Italia, invece, collochiamo il 30% dei nostri vini.

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

Dopo una flessione fisiologica nel 2020 - sicuramente per noi l'anno peggiore con un calo del 40% - dal 2021 abbiamo dato inizio ad un trend di crescita che ci ha visto tornare ai valori di vendita del 2019. La crescita di cui le parlo è stata maggiore da giugno in poi, dove gli scostamenti positivi rispetto agli esercizi precedenti sono stati mediamente del 15%.

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

La ripartenza è possibile se entriamo nell'ottica di non affrontare i mercati da soli. È indispensabile la sinergia tra aziende, fare rete, unirsi in associazioni e Consorzi. Così come sono indispensabili i contributi Ocm vino finalizzati a sostenere gli ingenti investimenti necessari per promuovere, coltivare e consolidare le relazioni sui Paesi esteri. Le nostre strategie prevedono innanzitutto una maggiore selezione dei mercati, in modo da affrontarne un numero minore per evitare dispersioni. I nostri investimenti e le nostre energie le concentreremo, quindi, su aree specifiche.

4 Come va con la burocrazia?

❖ Tenuta Casadei
Suvereto (LI) - loc. San Rocco - tenutacasadei.it



Purtroppo, burocrazia è sinonimo di freno. Imbrigliare le imprese significa accollarle di una zavorra che comprime la loro crescita già in tempi normali. Di conseguenza la necessità di rendere più fluido il lavoro diventa fondamentale nella fase pandemica che stiamo affrontando. Ci auguriamo che si vada verso la direzione di snellire sempre di più la burocrazia attuale.

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

Da tempo sappiamo che per essere apprezzati dai consumatori non è più sufficiente produrre un buon vino. Dobbiamo essere capaci di saper raccontare il mondo che esiste dietro ad una bottiglia e dobbiamo essere capaci di far trovare al consumatore quel racconto dentro al bicchiere. Per farlo dobbiamo affiancare agli strumenti "tradizionali", che fino a ieri pensavamo fossero sufficienti, quelli digitali. In realtà la digitalizzazione è un percorso complesso, che richiede anche un cambio di mentalità. Per questo motivo abbiamo inserito nella nostra organizzazione figure di alto profilo con competenze digitali capaci di pianificare strategie di marketing in modo efficace e innovativo.

NEL PROSSIMO NUMERO
SANTA SOFIA

BIENNIO DA RECORD PER L'AGRIFOOD ITALIANO. IL VINO FA DA TRAINO

▲ a cura di Gianluca Atzeni



foto Scott Warman/unsplash

Il sesto forum di Nomisma e Crif traccia un sorprendente bilancio di due anni di pandemia, con l'Italia del food&beverage cresciuta più di competitor come Francia e Germania. Focus sui consumatori di Australia e Uk. Innocua la Brexit, ma ora si guarda ai sicuri effetti della guerra Russia-Ucraina



Più cibo italiano sulle tavole di tutto il mondo. L'effetto della pandemia, nei due anni tra 2020 e 2021, ha consentito all'agroalimentare made in Italy di incrementare la propria presenza meglio di quanto abbiano fatto molti avversari commerciali. Eppure, si era partiti davvero coi peggiori auspici, se si ripensa all'incredibile blocco delle merci italiane alle frontiere quando l'Italia, dopo l'esplosione della prima ondata di Covid a febbraio 2020, era considerata una sorta di untrice d'Europa. Invece, il mondo ha scelto il made in Italy di qualità: dalla pasta all'olio extravergine d'oliva, dai formaggi al vino, vero alfiere e protagonista di una performance che lo ha portato ben oltre i 7 miliardi di euro. La sesta edizione del forum Agrifood monitor di Nomisma e Crif parla di performance sorprendente per l'agroalimentare, in modo particolare nel 2021, che *“sarà ricordato come un anno straordinario per l'export italiano”*, ha dichiarato **Denis Pantini**, responsabile agroalimentare di Nomisma *“grazie a una crescita che ha coinvolto tutti i prodotti, portando a incrementi nella quota di mercato dell'Italia in molti mercati mondiali”*.

Export agroalimentare italiano nel mondo (mln euro 2021)*

Ue 27	26.362
Europa extra Ue	6.964
Nord America	6.100
Asia orientale	2.614
Medio Oriente	1.282
Africa	953
Oceania	683
Centro-Sud America	670
Asia centrale	182

fonte: Nomisma, dati gennaio-novembre 2021

SUPERATA LA BARRIERA DEI 50 MLD

L'export agroalimentare nel 2021 è a livelli record, sopra i 50 miliardi di euro (nel 2015 era poco sopra i 30 mld), grazie a una crescita a valore del 15% rispetto al 2019 e dell'11% sul 2020. I prodotti che hanno fatto da traino sono stati vino, salumi e formaggi. **Il vino si conferma il bene italiano più esportato, con una quota del 14% e un incremento a valore del 12,7% sul 2020 e del 10,3% sul 2019.** L'Italia, nell'agrifood, ha fatto meglio di altri importanti Paesi europei, come Francia e Germania, rimasti sotto il 10% (con crescite rispettive di +8% e +4%). Nonno posto, invece, per valore dell'export agroalimentare mondiale, in una classifica che vede ai primi 5 posti gli Usa (148,6 mld), i Paesi Bassi (103,1%), il Brasile (83 mld), la Germania (75,4 mld) e la Francia (68,3 mld). *“Tra 2019 e 2021 hanno fatto meglio di noi il Canada, il Brasile, gli Usa, cresciuti di oltre il 20%”*, ha ricordato Pantini (vedi grafico nella pagina seguente). >>

Export agroalimentare (var. 2021/19 - valori)

Canada	+23,5%
Brasile	+22,1%
Usa	+19,1%
Spagna	+14,9%
Italia	+14,8%
Paesi Bassi	+9,3%
Francia	+8,3%
Germania	+3,5%
Cina	-0,3%

fonte: stime Nomisma

» Nel dettaglio, il Belpaese ha visto aumentare nel corso del 2021 e rispetto al 2019 il suo peso a valore all'interno dei più importanti Paesi importatori. È passata da 15,4% a 16% in Svizzera, da 7,8% a 8,7% in Germania, da 8,3% a 8,7% in Francia, da 5,6% a 6,3% in Uk, da 4,4% a 4,7% in Australia, dal 3,1% al 3,5% in Russia. Stabili gli Usa (3,5%) mentre si perde qualcosa nel Paese del Dragone (da 2% a 1,9%), soprattutto perché i cinesi, che hanno incrementato l'import in periodo pandemico di oltre il 45%, hanno acquistato in prevalenza commodity agricole, che non rappresentano il core business italiano, fatto invece di prodotti trasformati.

L'INCOGNITA DELLA GUERRA RUSSIA-UCRAINA

“La performance generale dell'Italia è stata ottima, ma viviamo ora un paradosso”, ha dichiarato nel suo intervento il presidente del Comitato scientifico di Nomisma ed europarlamentare, **Paolo De Castro** “perché se, da una parte, abbiamo incrementato le esportazioni, dall'altra parte, le imprese vedono ridursi i margini economici, per effetto dell'aumento dei costi, prevalentemente energetici, che per alcuni comparti come la pasta, particolarmente energivori, sono cresciuti di circa cinque volte”. Alla luce di un deciso miglioramento dei rapporti commerciali con gli Usa di Joe Biden, con la sospensione dei dazi doganali legati alla vicenda Boeing-Airbus, lo sguardo dell'europarlamentare è puntato ora sulla crisi politica Russia-Ucraina: “Eventuali sanzioni nell'agroalimentare in Russia genereranno difficoltà sia dirette, come i blocchi sull'export, sia indirette, nel senso che quei Paesi che perderanno un'importante via di sbocco come la Russia riverseranno nei confini Ue i propri prodotti”.

BREXIT QUASI INNOCUA PER L'EXPORT ITALIANO

Meno impattante, a conti fatti, è stata invece la Brexit che, certamente, ha rappresentato un aggravio di burocrazia e lungaggini per le imprese che hanno venduto oltre Manica, ma i numeri dicono che in un contesto

in cui l'import agroalimentare Uk ha segnato un -1,8% a valore negli 11 mesi 2021 sul 2020 (tranne per vini e bevande e per oli e grassi, rispettivamente a +7,6% e a +10,5%), l'Italia è tra i fornitori che sono cresciuti (+2,4%) assieme a Belgio e Polonia. Verso il Regno Unito – uno dei mercati focus di questo sesto forum Agrifood assieme all'Australia – l'Italia ha esportato beni agroalimentari per 3,4 miliardi di euro complessivi, per il 20% costituiti dal vino, seguito da pasta (9,5%) e ortofrutta fresca (7,2%). “I vini sono riusciti a crescere di circa il 3,4%, ma il dato è sottostimato perché molto vino che arriva in Uk passa prima dal Belgio” ha evidenziato Pantini, ricordando il recente sondaggio di Nomisma (campione di 2mila consumatori) secondo cui “l'impatto della Brexit sul Made in Italy ha migliorato il percepito dei consumatori britannici nei confronti dei nostri prodotti”. Altro risultato un po' a sorpresa, considerati gli scenari che si prospettavano un anno fa.

LA REPUTAZIONE IN UK E AUSTRALIA

L'appeal di cui gode il food&beverage italiano, scrive Nomisma, è ottimo sia per il consumatore australiano sia, soprattutto, per quello inglese. Tra gli alimenti provenienti dall'estero sono i più apprezzati in particolare per il gusto e per l'ottima qualità (lo indica nella survey di Nomisma il 35% in Uk e il 23% in Australia). Una percezione figlia anche di produzioni molto note: in Uk c'è il Prosecco seguito dal Parmigiano Reggiano e dal Prosciutto di Parma. In Australia, il primato è del Parmigiano Reggiano seguito da Prosecco e Chianti Classico.

LA LEVA DEL DIGITAL E DELLA SOSTENIBILITÀ

Dal forum è arrivato un invito alle imprese italiane del food and beverage a sfruttare a pieno le due leve del canale digitale e della sostenibilità. Lo ha evidenziato **Emanuele Di Faustino**, senior project manager di Nomisma, guardando sempre ai mercati Uk e Australia: “In entrambi i mercati, gli heavy user di prodotti italiani hanno un profilo ben definito: sono millennials, ben istruiti e con reddito alto, residenti nelle grandi città (Londra e Sydney) e, soprattutto, attenti alla sostenibilità e digital engaged”. Infatti, l'e-commerce per l'agroalimentare è molto diffuso: il 34% usa spesso internet per acquistare alimenti e bevande, quota che sale al 45% tra gli inglesi. Non solo: il web è fonte di informazioni sui prodotti da consumare (caratteristiche, storia del produttore, luoghi di produzione) e a usarlo è il 40% dei consumatori di entrambi i mercati. In Uk, in particolare, il 13% della popolazione è un reale fruitore di prodotti made in Italy, con vino e olio ai primi posti e Prosecco e Prosciutto di Parma tra i prodotti più acquistati. »



BERSANO DAL 1907
una realtà di terre, uomini e tradizione



BERSANO

BERSANO - NIZZA MONFERRATO - www.bersano.it

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



» **I TREND FUTURI PER IL VINO**

I vini sostenibili, secondo l'indagine Nomisma sui consumatori di Uk e Australia, guidano la classifica dei trend futuri del vino, indicati da due utenti su 10, con una quota di chi indica i vini sostenibili che aumenta nel consumatore britannico. Altro tema sensibile, è legato ai vitigni autoctoni e ai prodotti di fascia premium (sopra i 20 pound in Uk); spazio anche ai vini con basso tenore alcolico e semplici da mixare. Per quanto riguarda il packaging, l'eco-sostenibilità arriva al 38%. In Australia si apprezza il formato da 375 millilitri mentre in Uk il consumatore denota particolare interesse per il bag in box.

“Per sei consumatori su 10” ha sottolineato Di Faustino “negli ultimi due o tre anni è diventato più importante che il food&beverage abbia degli attributi legati alla sostenibilità (32%), seguito dall’indicazione dell’origine (22%) e dal prezzo (15%)”.

LE SFIDE E LE INCOGNITE SUL 2022

L'outlook sul 2022 di Nomisma mette assieme una serie di variabili. La fiammata inflazionistica che ha toccato le commodity alimentari, rilevata dall'indice dei prezzi della Fao che, a gennaio 2022, ha raggiunto un massimo del 136: “Superiore a quello del 2008” ha fatto notare Pantini “e di poco inferiore al massimo storico toccato nel 2011. I prezzi mondiali delle commodity agricole sono cresciuti di oltre il 30%”.

C'è poi il capitolo trasporti, energia e logistica: “Permangono problemi di blocco alla circolazione dei beni e di un'offerta che non è riuscita a stare dietro alla domanda agroalimentare. Sulla strada dell'eventuale bis del 2022 rispetto alle performance del 2021, c'è la crescita del petrolio di oltre 110% tra gennaio 2022 e ottobre 2020, il gas del 320%, l'energia del 100% e il costo di affitto dei container aumentato del 230 per cento”. Non sarà una passeggiata. ❖

Sostenibilità: da semplice moda a vero fattore di business

Niccolò Zuffetti, marketing manager di Cribis (società del gruppo Crif), ha messo in guardia le aziende sul nuovo paradigma della sostenibilità che da semplice moda si sta trasformando in un elemento d'impatto concreto sul business aziendale. “Se ne parla da almeno tre anni ma in questi mesi inizia a vedersi un'accelerazione in questo cambio di paradigma. Ci sono grandi multinazionali in Europa che hanno annunciato la volontà di rifornirsi solo da imprese con almeno il 70% dei prodotti da rinnovabili. Questo trend costringerà soprattutto le Pmi a entrare nel mondo della sostenibilità per non perdere fatturato”.

È il tema dell'impatto ambientale della supply chain che, in settori come il food and beverage, supera il 90%. Un fattore da cui dipende una reale sostenibilità di impresa, che impegnerà le aziende nel valutare gli attributi di sostenibilità dei propri fornitori oppure le indurrà a fare selezione in base al loro indice di rispetto dell'ambiente. Per incrementare la consapevolezza e la trasparenza nei processi delle filiere produttive, Cribis ha creato la piattaforma “Synesgy”, un provider mondiale di informazioni cosiddette “Esg”, per valutare in ottica sostenibile la propria supply chain.

Trend futuri vino

A prescindere dalle sue abitudini di consumo, quali sono, secondo lei, i vini che creeranno nuovi trend di consumo?

CARATTERISTICHE

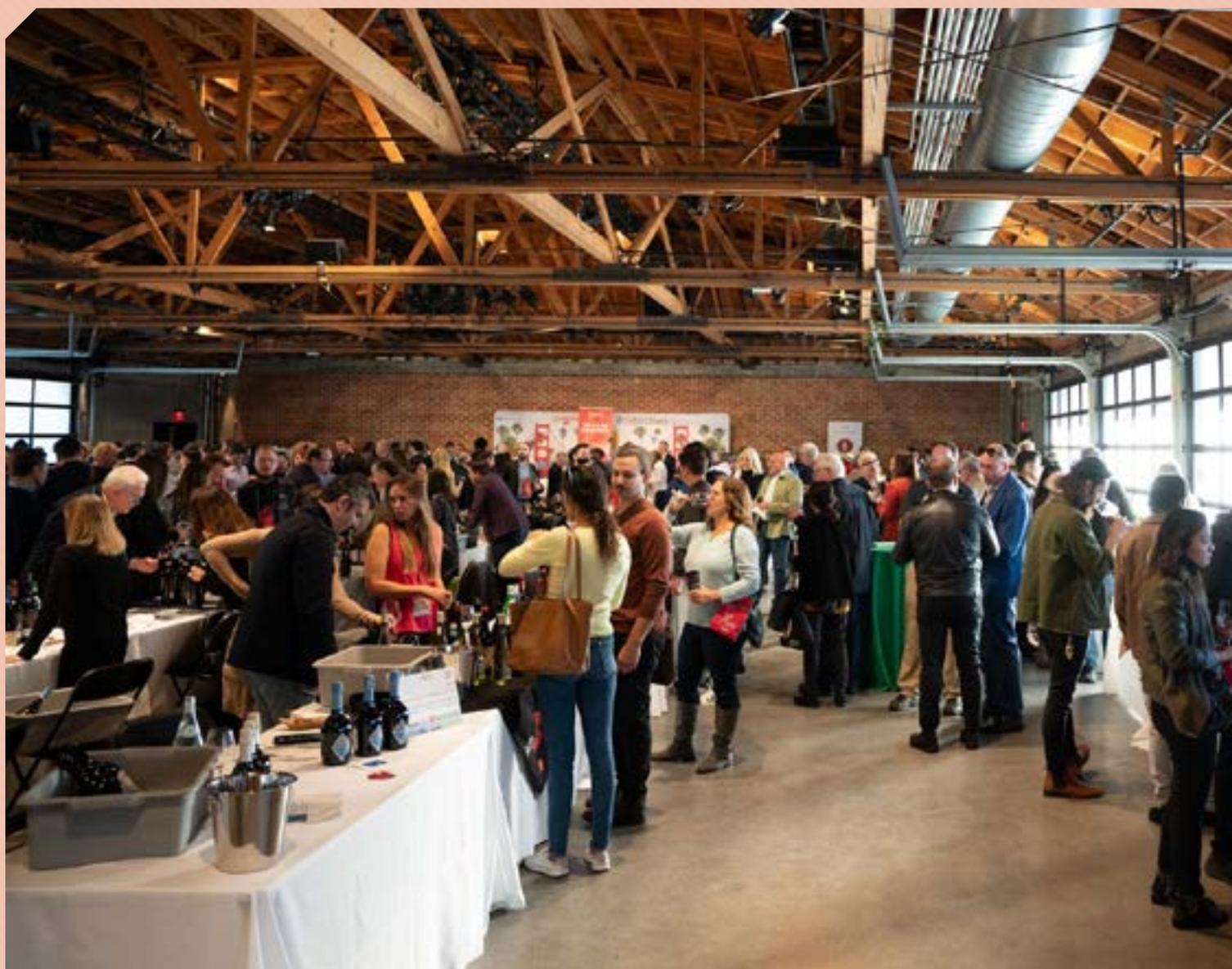
Sostenibili	19%
Da vitigni autoctoni	18%
Di fascia premium	14%
Low alcohol	11%
Biologici	10%
Semplici da mixare	10%
Dealcolati	9%
Ready to drink	7%
Altro	4%

PACKAGING

Packaging eco-sostenibile	38%
Bottiglie personalizzate	17%
Bottiglie da 375 ml	12%
Bag in box	11%
Bottiglie di plastica	10%
Vini in lattina	9%
Altro	2%

fonte: Nomisma

IL GAMBERO ROSSO TORNA IN CALIFORNIA. LA PAROLA D'ORDINE? BUSINESS AS USUAL!



Il Tre Bicchieri World Tour fa tappa a Los Angeles e San Francisco, facendo segnare il tutto esaurito. Spazio alle masterclass con i Consorzi e alla collaborazione con Unione Italiana Vini in un mercato che per l'Italia vale oltre 1,6 miliardi di euro. Sugli scudi gli spumanti a +34%



28 febbraio 2020: il Gambero Rosso atterrava in California per la prima tappa americana del tour Tre Bicchieri. Tre le date previste: San Francisco, Los Angeles e una bella novità. Per la prima volta anche un evento in Napa Valley. Tutto andò alla grande, ma intanto le notizie che arrivavano dall'Europa non erano delle migliori. Ciò che sarebbe successo qualche giorno dopo lo conosciamo.

A due anni esatti da allora il Gambero Rosso torna in California, dopo un primo "assaggio" di successo con l'evento di San Diego nell'ultimo scorcio del 2021. Ed è tornato a Los Angeles (16 febbraio – City Market Social House) e San Francisco (18 febbraio – Festival Pavillion @ Fort Mason), due città fondamentali per la commercializzazione dei vini Made in Italy. La chiara sensazione è che tutto sia alle spalle, che il settore sia ripartito nel migliore dei modi. Abbiamo trovato una accoglienza spettacolare: sorrisi, positività, ottimismo, dinamicità e voglia di far crescere il settore nel mercato più importante del mondo per il vino italiano.

EXPORT IN USA A +20%. TRAINANO LE BOLLICINE

Perché diciamolo: nonostante due anni di pandemia, nonostante i lockdown, nonostante lo stop ai collegamenti tra le due sponde dell'Oceano e nonostante il rischio (scongiurato con l'elezione di Biden) di dazi sui prodotti Ue, gli Usa sono ancora il primo mercato di destinazione per i vini italiani. Il 2021, secondo i dati Istat nel periodo gennaio-novembre, ha fatto registrare alla voce vini e spumanti un importantissimo 1,59 miliardi di euro, con un incremento rispetto allo stesso periodo del 2020 del 19,5%. Per quanto riguarda i volumi, la crescita è di oltre il 17%, dai 318,2 milioni di litri del 2020 ai 373,6 mln/l registrati tra gennaio e novembre 2021.

In grande spolvero soprattutto le bollicine che, negli 11 mesi, hanno sfiorato i 110 milioni di litri esportati verso gli Stati Uniti, il 35% in più rispetto agli 81,4 milioni di litri del 2020. Nei valori, si è passati dai 322 milioni di euro del 2020 ai 431,2 milioni di euro del 2021, con un incremento di oltre 34 punti percentuali. Il Prosecco è stato il vero trascinatore della categoria delle bollicine (i vini a Dop Prosecco sono passati dai 241 milioni ai 349 milioni di euro, +44%), seguito da tutte le altre denominazioni. Insomma, il mercato statunitense non ha voltato le spalle all'Italia.

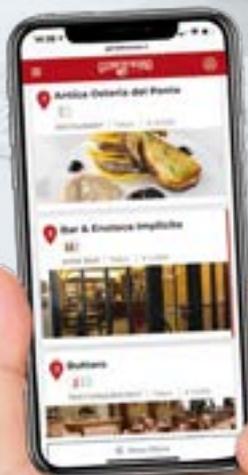
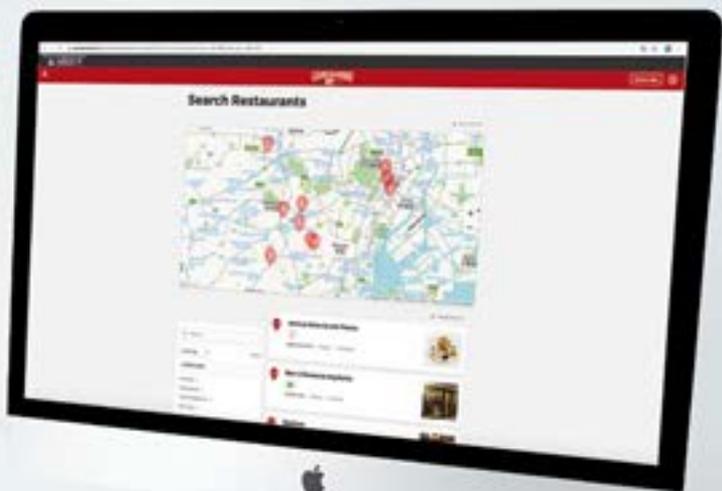
L'ENTUSIASMO DEI PRODUTTORI

L'ottimismo è percepibile anche tra i produttori, oltre 150, come tra gli importatori, i ristoratori e giornalisti arrivati per seguire gli eventi. "We love Italian wines" ci dicono in diversi "we couldn't miss this event". Per la gioia dei tanti viticoltori italiani pronti a stringere accordi, visitare ristoranti che servono il loro vino, andare alla scoperta di nuovi clienti.

Angela Piotti Velenosi, titolare dell'omonima azienda marchigiana è felicissima: "Da questi eventi vedi che il mondo è ripartito alla grande, c'è tanta euforia tra gli operatori e c'è la voglia di colmare col lavoro questi ultimi due anni". Le fa eco **Roberto Gariup**, enologo e direttore della cantina La Contralta, a Palau in Sardegna: "È la prima volta per noi e non poteva andare meglio. Tantissimi >>

TOP ITALIAN RESTAURANTS

www.gamberorossointernational.com/restaurants/



» *interessati, tutti del settore. Col giusto lavoro fatto, di rientro in Italia i risultati arriveranno di sicuro. Grazie, siete una vera e propria macchina da guerra*". Ne è convinto anche **Massimo Furlan**, export manager della Vigneti Le Monde: "Dal successo di eventi come questo di San Francisco ti rendi conto di cosa succederà nei prossimi mesi: il mercato è ripartito alla grande e bisogna lavorare per coglierne tutte le opportunità".

ITALY IN A NUTSHELL

Grande affluenza per le degustazioni aperte al pubblico. A Los Angeles le presenze sono state addirittura superiori a due anni fa, pre-pandemia. Sono andate "sold out" anche le masterclass: due quelle organizzate a Los Angeles, ben quattro a San Francisco. Una è stata comune ad entrambe le città: "Italy in a nutshell" era il titolo, a rappresentare "in nuce" il modo del vino italiano. Apertura con le bollicine, sia metodo classico sia italiano (con Oltrepò Pavese e Valdobbiadene sugli scudi), poi i bianchi fermi friulani, orvietani e infine i rossi della Valpolicella e della Puglia, senza dimenticare un affascinoso vitigno autoctono piemontese, il Ruchè di Castagnole Monferrato.

LE MASTERCLASS CON I CONSORZI

Le altre masterclass sono state organizzate col prezioso supporto dei Consorzi: a Los Angeles l'**Oltrepò Pavese** è stato protagonista attraverso un percorso che partiva dai Metodo Classico e arrivava ai vini fermi: Pinot Nero, ma anche Buttafuoco e Bonarda. Ad introdurre la degustazione Carlo Veronese, il direttore del Consorzio vini dell'Oltrepò.

A San Francisco (sempre sotto la conduzione dei curatori della Guida Marco Sabellico e Giuseppe Carrus) si è parlato di Gioia del Colle e del suo **Primitivo** (presenti numerosi produttori), un vino che affascina il pubblico americano che in esso riconosce una diversa e fascinosa espressione del vitigno "americano" per eccellenza, lo zinfandel.

È stata poi la volta della **Falanghina del Sannio**, in un percorso, introdotto da Libero Rillo, presidente del Consorzio Vini del Sannio, che ha portato all'assaggio di diversi bianchi giovani, ma anche di due Falanghina che hanno testimoniato la capacità di evoluzione negli anni di questo grande bianco: un 2016 e un 2014!. Non da ultimo l'approfondimento sul **Custoza**, attraverso un bel seminario organizzato con la collaborazione di Unione Italiana Vini, per la campagna "Taste The Difference": la Doc emergente della provincia di Verona esemplifica tutta la biodiversità italiana messa in risalto dai particolari suoli e dalle diverse uve autoctone. Ha introdotto i lavori Roberta Bricolo, presidente del Consorzio Vini di Custoza, mentre Sabellico e Carrus hanno guidato la degustazione delle 12 etichette presenti che spaziavano dall'ultima vendemmia, la 2021, alla 2017. Ancora una testimonianza - sorprendente per gli appassionati americani - della longevità dei migliori bianchi italiani.

Prossime tappe - attesissime a giudicare dal numero delle prenotazioni - Chicago il 23 febbraio, New York il 25 e infine Boston il 28. Vi racconteremo! ❖

f GamberoRossoInternational Instagram GamberoRossoInternational

SPONSOR





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

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
MUNICH - Germany	trebicchieri 2022
14 DUSSELDORF - Germany	trebicchieri 2022
23 SYDNEY - Australia	Top Italian Wines Roadshow 14
25 MELBOURNE - Australia	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

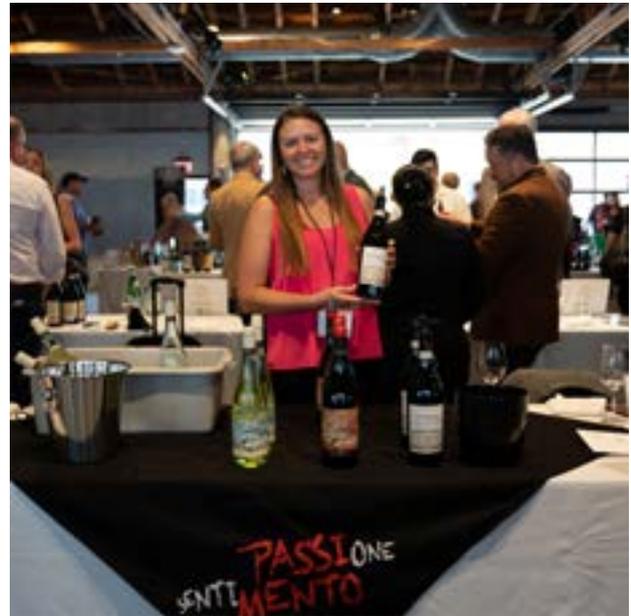
DATES TO SHOW UP

AUCKLAND - New Zealand	Top Italian Wines Roadshow 14
HONG KONG - China	trebicchieri 2023
BEIJING - China	trebicchieri 2023
SHANGHAI - China	trebicchieri 2023

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

www.gamberorossointernational.com

PHOTOGALLERY



San Francisco



INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice	Var% settimanale	Var% inizio anno
S&P 500 Food & Beverage & Tabacco	1,05	2,96
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	-0,57	-7,05
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	0,64	-1,06

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-1,73	-7,34	-11,66	637
Campari	Italia	-1,76	-19,88	8,06	11.964
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-5,50	-10,43	24,60	43
La Doria	Italia	-0,12	-0,12	14,17	509
Marr	Italia	-4,37	-7,41	-3,53	1.164
Newlat Food	Italia	1,95	1,95	19,37	297
Orsero	Italia	-3,55	14,77	109,23	240
Valsoia	Italia	-2,66	-6,91	-3,03	137
Anheuser Bush I	Belgio	-1,50	2,35	2,33	94.537
Danone	Francia	-0,94	-0,02	-4,95	37.533
Pernod-Ricard	Francia	-0,18	-8,44	20,32	50.712
Remy Cointreau	Francia	-3,25	-19,25	5,24	8.833
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-2,95	-8,23	-5,07	2.482
Dsm	Olanda	-2,62	-20,33	11,80	27.572
Heineken	Olanda	-2,06	-5,58	8,97	53.764
Jde Peet S	Olanda	-0,36	-2,95	-20,13	13.188
Ebro Foods	Spagna	-0,12	-1,30	-4,69	2.563
Viscofan	Spagna	0,00	-3,51	-3,09	2.552
Barry Callebaut N	Svizzera	-1,70	-6,05	6,17	10.964
Emmi N	Svizzera	0,99	-5,20	11,60	5.235
Lindt N	Svizzera	-1,15	-15,88	22,45	13.370
Nestle N	Svizzera	0,85	-6,98	20,95	320.881
Associated British Foods	Gran Bretagna	1,97	-3,46	-20,06	18.339
Britvic Plc	Gran Bretagna	-5,48	-7,28	4,02	2.729
Cranswick Plc	Gran Bretagna	-3,02	-2,70	3,72	2.283
Diageo	Gran Bretagna	-0,39	-9,17	24,68	101.537
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	0,87	15,24	2,89	4.267
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-0,12	13,49	34,93	38.021
Beyond Meat	Stati Uniti	-18,48	-22,44	-66,50	1.315
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-9,40	-24,22	-62,84	3.443
Brown-Forman B	Stati Uniti	-0,83	-9,55	-11,79	17.997
Bunge Ltd	Stati Uniti	-2,45	6,18	26,78	12.281
Campbell Soup	Stati Uniti	1,27	2,83	-3,12	11.889
Coca-Cola Co	Stati Uniti	2,25	5,18	23,01	237.183
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	1,19	4,95	3,94	15.158
Constellation Brands	Stati Uniti	-1,19	-13,56	-2,49	31.433
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-4,01	-7,85	-4,86	9.109
Flowers Foods	Stati Uniti	1,00	3,42	28,67	5.294
Freshpet Inc	Stati Uniti	-13,39	-8,85	-41,85	3.322
General Mills	Stati Uniti	0,51	-0,06	19,89	35.813
Hershey Company	Stati Uniti	-0,42	4,42	36,28	25.940
Hormel Foods	Stati Uniti	0,70	-2,48	0,68	22.770
Ingredion Inc	Stati Uniti	0,93	-8,09	0,76	5.210
Kellogg Co	Stati Uniti	2,37	2,64	11,58	19.886
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	1,69	4,64	21,75	48.219
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	-0,16	5,21	-17,42	8.536
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	2,55	-1,57	-7,63	3.957
Mccormick & Co	Stati Uniti	-3,15	0,37	15,50	21.318
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-1,88	4,83	7,69	8.593
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	0,91	0,24	22,37	81.752
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-1,37	-14,98	-8,43	38.092
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-5,37	-6,62	-13,88	3.483
Nomad Foods	Stati Uniti	-3,27	-0,87	-0,83	3.820
Pepsico Inc	Stati Uniti	1,44	-3,09	27,55	205.228
Performance Food Gr	Stati Uniti	0,21	16,04	-3,32	7.268
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-14,71	-14,68	5,85	5.174
Post Holdings	Stati Uniti	-0,92	-3,90	10,81	5.908
Seaboard Corp	Stati Uniti	-0,89	-6,56	16,73	3.763
Smucker, J.M.	Stati Uniti	1,87	2,08	21,33	13.245
Sysco Corp	Stati Uniti	-0,13	7,24	7,09	38.076
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-2,68	-15,51	-16,69	2.898
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	16,49	12,53	8,51	43.589
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-1,62	6,06	35,23	23.835
Us Foods Holding	Stati Uniti	-2,70	8,64	0,72	7.440

FINE WINE AUCTIONS

Il Sassicaia nelle principali aste

Sotto osservazione, questa settimana, sono le quotazioni ottenute alle aste del 2021 (e del 2022, quando è possibile) dai Sassicaia di questo secolo, dal 2001 in poi. Indispensabile ovviamente, per valutare l'evoluzione del loro apprezzamento da parte del mercato, è il confronto con le quotazioni che avevano spuntato alle aste del 2020, confronto che è risultato possibile per 16 millesimi su 17, e già questa assidua presenza alle aste la dice lunga sul favore di cui continua a godere da una trentina d'anni questo portabandiera del vino italiano sulle strade dell'export. Il bilancio è infatti più che soddisfacente: solo tre quotazioni sono diminuite mentre 13 sono aumentate, ragion per cui, complessivamente, hanno fatto un balzo del 44%, passando dai 4.286 euro del 2020 ai 6.183 di oggi. È un risultato in sintonia con quello ottenuto dai Sassicaia del 1900 presi in esame nella precedente puntata, che però, va ricordato, sono rincarati anche di più, del 55%. La differenza è spiegabile, ma solo in parte, tenendo conto che quelle sono bottiglie più antiche, quindi più rare e più costose: colpisce però il fatto che le loro quotazioni oscillino da 170 euro a 3 mila, in contrasto con l'uniformità di prezzo dei Sassicaia del 2000, che non scendono sotto i 140 e non salgono oltre i 450 euro. Vuol dire che in un ventennio non c'è stata ancora una vendemmia talmente eccelsa da far volare il prezzo, come ha fatto quella del 1985 nel secolo scorso. Ma l'assenza di sorprese, che non entusiasma il collezionista, può essere rassicurante per l'investitore.

– Cesare Pillon

Sassicaia - Tenuta San Guido

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
2001	6 b	€ 2.328	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 388,00	€ 336,92	+15%
2002	1 b	£ 300	Dreweatts, Live	29/04/21	€ 355,19	€ 246,10	+44%
2003	9 b	Hk\$ 32.500	Sotheby's, Hong Kong	22/01/22	€ 408,71	€ 224,67	+82%
2004	6 b	\$ 2.200	Hart Davis Hart, online	24/09/21	€ 312,92	€ 402,05	-22%
2005	12 b	£ 4.750	Sotheby's, Londra	02/07/21	€ 461,07	€ 168,03	+174%
2006	8 b	\$ 2.988	Zachys, New York	10/12/21	€ 330,10	€ 313,28	+5%
2007	12 b	\$ 4.980	Zachys, NY online	05/04/21	€ 347,11	€ 231,68	+50%
2008	4 b	\$ 2.366	Zachys, NY online	05/04/21	€ 494,72	€ 269,60	+84%
2009	6 b	Hk\$ 27.500	Sotheby's, Hong Kong	22/01/22	€ 518,74	€ 185,83	+179%
2010	6 b	£ 1.875	Sotheby's, Londra	02/07/21	€ 364,00	€ 181,90	+100%
2011	1 b	€ 306	Pandolfini, Firenze	22/10/21	€ 306,00	€ 173,42	+76%
2012	12 b	€ 3.675	Pandolfini, Firenze	20/04/21	€ 306,25	€ 313,28	-2%
2013	12 b	€ 3.920	Pandolfini, Firenze	20/04/21	€ 326,67	€ 290,81	+12%
2015	6 b	€ 3.430	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 571,67	€ 358,03	+60%
2016	6 b	\$ 3.000	Hart Davis Hart, online	24/09/21	€ 426,70	€ 450,00	-5%
2017	6 b	€ 1.592	Pandolfini, Firenze	20/04/21	€ 265,33	€ 140,00	+90%

