



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



IL METODO CLASSICO SI RIPRENDE LA SCENA. IL 2021 È L'ANNO BOOM

VERONA

A Vinitaly and The City l'installazione di Pasqua Vini: un tributo alla città scaligera

PAC

L'Europa rimanda indietro il Piano strategico italiano: ❖ i passaggi da modificare

VINITALY

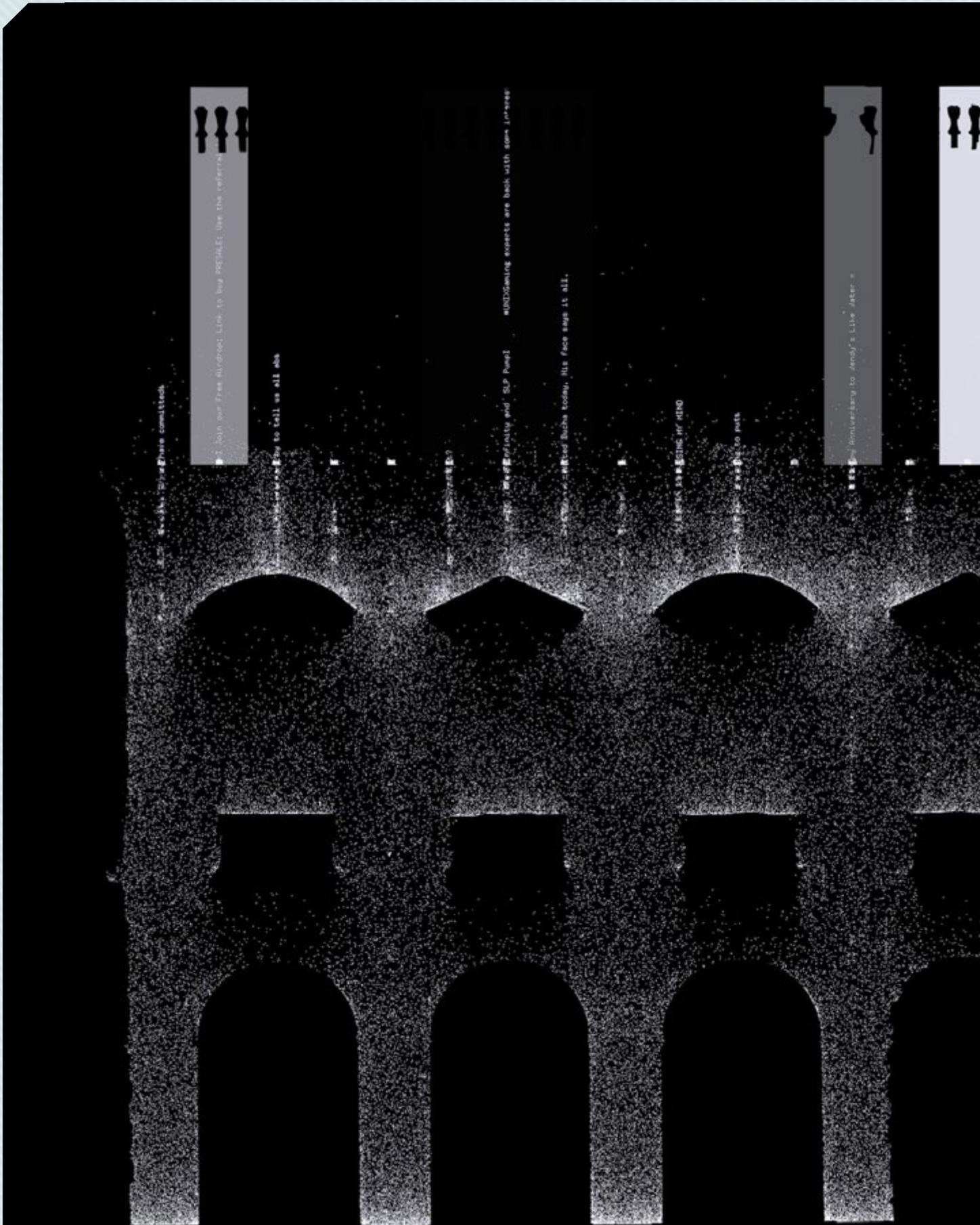
Dal tasting Tre Bicchieri alla Community Olio: ❖ gli appuntamenti del Gambero Rosso

SICILIA

A fine estate esordio per Etna Days-I vini del vulcano. L'annuncio del Consorzio ❖

IG

Ecco perché l'Italia boccia la Riforma. Il relatore De Castro: "Al lavoro per arrivare al testo entro l'anno" ❖



...Phase committed

Join our Free Shipping List to buy REPSOL! Use the reference



...to tell us all ab

...and 'SLP Pump'

...are both with some interest

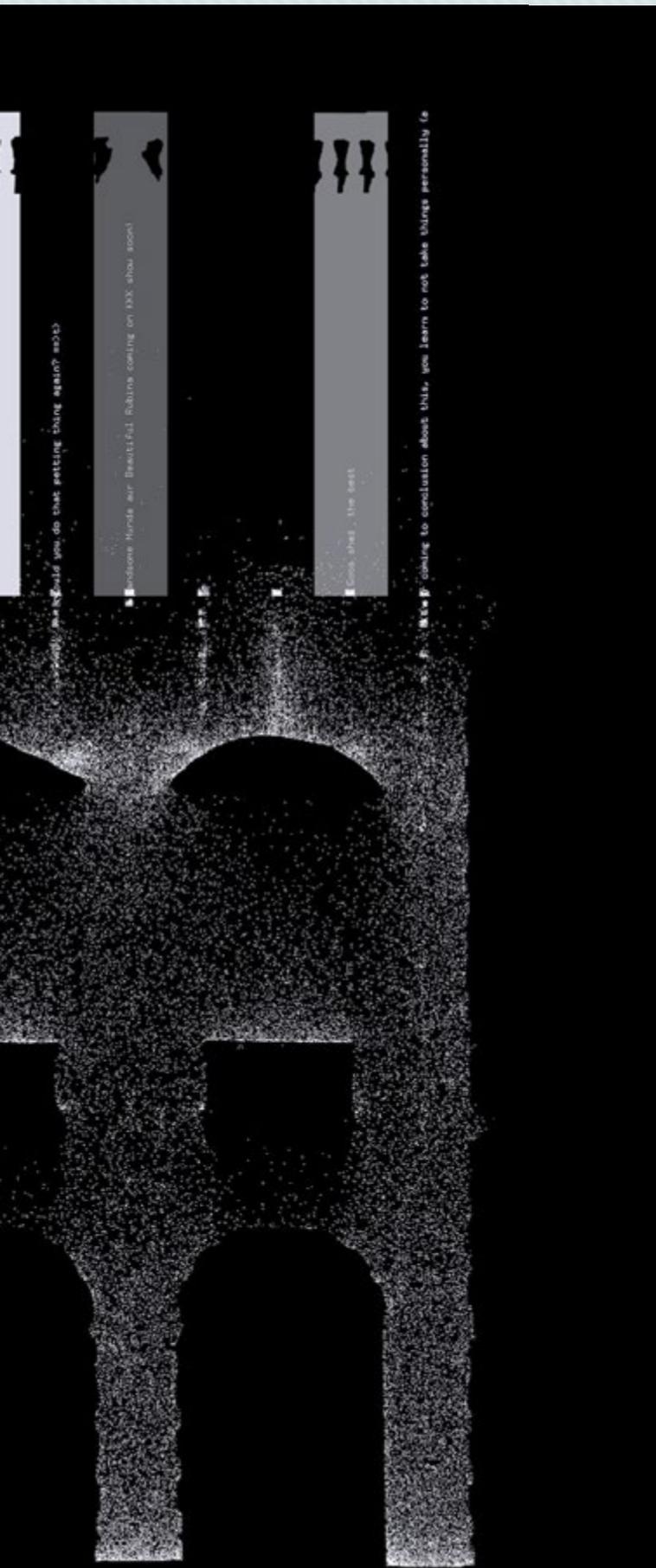
...today, his face says it all.

...of MEMO

...to pets

...to Andy's life later





Il tributo di Pasqua Vini alla città di Verona

Si chiama AMYGDALA .n, ed è l'installazione site-specific con cui la cantina Pasqua vuole omaggiare la città di Verona in occasione di Vinitaly. L'opera, con la direzione creativa dello studio fuse* e la cura di Reasoned Art, sarà collocata dal 10 all'11 aprile (dalle 21 alle 24) a Palazzo Maffei, ma per dimensioni e caratteristiche, **sarà liberamente visibile da tutto il pubblico in Piazza delle Erbe.**

Nel linguaggio scientifico, l'amigdala identifica l'area del cervello che permette all'uomo di percepire ed elaborare le proprie emozioni. Non a caso è il nome scelto da fuse* per l'installazione: un organismo che interpreta e rappresenta gli eventi che osserva, reagendo in modi diversi agli stimoli. AMYGDALA .n ascolta questi pensieri condivisi, ne rielabora i sentimenti e li manifesta attraverso la luce e il suono. Lo studio fuse* riesce così a trasformare il flusso di dati in un'opera, che è insieme linguaggio estetico, strumento analitico e dispositivo di misurazione visuale della temperatura emotiva del mondo, istante per istante.

Le cantine Pasqua sono ormai avvezze alla contaminazione con il mondo dell'arte. Ad ottobre, nel primo giorno di Vinitaly Special Edition hanno presentato l'installazione Falling Dreams, commissionata al collettivo artistico romano NONE. Inoltre, negli ultimi cinque anni hanno promosso diversi progetti di mecenatismo con il nome "Talent never tasted better". *"Siamo felici di contribuire a questo momento di rilancio per la città e per il nostro settore con un'opera dal grande valore artistico e simbolico"* spiega l'ad della Cantina Riccardo Pasqua *"La nascita di AMYGDALA .n traduce nel linguaggio universale dell'arte tutti i valori che caratterizzano il nostro impegno quotidiano e i nostri vini: la creatività, l'innovazione, la sperimentazione, che creano relazioni e necessitano della condivisione per esprimersi al meglio"*.

foto: Pasqualini

PAC. L'Europa "rimanda" indietro il Piano strategico nazionale: ecco i punti da rivedere nel testo italiano. E il Mipaaf riconvoca il Tavolo di partenariato

La Commissione europea ha trasmesso al Mipaaf il 31 marzo scorso le osservazioni (circa 240) al Piano strategico nazionale della Politica agricola comune 2023-2027, notificato dall'Italia il 31 dicembre 2021, che dà il via alla fase finale della redazione dei piani strategici che devono essere approvati entro fine anno. Le osservazioni della Commissione, fa sapere il Mipaaf, sono direttamente o indirettamente riconducibili alla carenza di informazioni sull'allocatione finanziaria degli strumenti del secondo Pilastro della Pac. Per questo motivo, il ministro per le Politiche Agricole, Stefano Patuanelli, ritiene necessario giungere "al più presto a un accordo sul riparto dei fondi dedicati allo sviluppo rurale". Il Tavolo di partenariato della Pac sarà riconvocato per riprendere la discussione. L'incontro è programmato per il prossimo 19 aprile.

All'Italia si chiede, tra i vari punti, di distribuire più equamente e in modo più mirato i pagamenti diretti, di fornire maggiori informazioni sulla destinazione dei fondi per gli strumenti

del secondo pilastro, di essere più ambiziosa nell'attuazione della convergenza interna e redistributiva, rispetto alle necessità delle zone rurali più svantaggiate. **L'Ue ritiene, secondo quanto emerso dalle osservazioni, che in materia di obiettivi ambientali e climatici l'Italia debba essere più precisa**, attraverso la quantificazione degli obiettivi per gli indicatori di risultato. Bruxelles, insomma, chiede netta discontinuità con la programmazione Pac del passato. Tra le altre cose, invita il Governo italiano a fare meglio in materia di digitalizzazione in agricoltura (banda larga nelle aree a rischio spopolamento), così come a prevenire il lavoro irregolare nei campi. Il ministro Patuanelli, a tal proposito, ha annunciato (intervenendo a un convegno di Fai-Cisl) che dal primo gennaio 2023 la condizionalità sociale sarà presente nel Psn: "È un impegno che mi sono preso e che non ho nessuna intenzione di disattendere". Da migliorare, esplicitandole, secondo l'Europa, anche le modalità di promozione e incremento della domanda dei prodotti biologici sul mer-

cato. In relazione ai nuovi scenari economico-internazionali, l'Ue ha poi chiesto di migliorare l'efficienza energetica, introducendo innovazioni in agricoltura, come l'uso dei concimi organici al posto di quelli sintetici. Bene, per Bruxelles, la scelta italiana in materia di riduzione e gestione del rischio in agricoltura.

Ma il Belpaese non è, comunque, l'unico nell'Ue ad aver incassato le osservazioni di Bruxelles, che ha inviato le proprie lettere ad altri 19 Stati, tra cui la Francia (che riceve 9,4 miliardi di euro annui di sovvenzioni europee), il cui Psn è stato considerato "debole" rispetto agli obiettivi ambientali e della transizione ecologica. Tra i punti contestati, ad esempio, la mancata definizione dei sistemi di rotazione delle colture, l'impianto generale degli eco-schemi, il piano per la riduzione dei fertilizzanti, assieme alla norma che prevede maggiori aiuti alle imprese sostenibili (con marchio protocollo Hve) rispetto a quelle certificate a biologico. Insomma, per tutti i Paesi europei c'è tempo per rivedere i compiti in attesa degli esami di fine anno. – G.A.

COMMERCIO. Fivi e Cevi chiedono semplificazione delle vendite di vino all'interno dell'Ue: "Serve uno sportello unico Oss"

Più semplificazioni per la vendita online di vino all'interno dell'Europa. I Vignaioli Indipendenti hanno scritto al Ministro dell'Economia e delle Finanze Daniele Franco per evidenziare le difficoltà attuali nelle vendite a distanza, chiedendo di promuovere l'istanza di semplificazione davanti al Commissario della DG Taxu Paolo Gentiloni. **Attualmente, infatti, la pratica One-Shop Stop (Oss) è consentita solo per certe categorie di prodotto, penalizzando il commercio dei beni soggetti ad accisa, come ad esempio il vino.** La richiesta è, quindi, quella di costituire un tavolo di lavoro per la creazione di uno sportello unico Oss in tutti gli Stati membri per l'assolvimento delle accise. "Una semplificazione doverosa e inderogabile" dichiara Lorenzo Cesconi, neopresidente Fivi "in un momento in cui le relazioni e le vendite a distanza sono diventate la norma. Questi due anni di pandemia hanno modificato le nostre abitudini in

tutti gli ambiti ed è necessario anche un adeguamento a livello normativo. È impensabile che, a causa delle differenze nelle procedure di vendita tra i diversi Stati membri, l'onere amministrativo e i costi a carico degli operatori siano elevatissimi e dissuadano i produttori a concludere le vendite". Ad essere maggiormente penalizzate sono quelle realtà che si impegnano in prima persona nel commercio dei propri loro prodotti, proprio come i vignaioli.

Quella della libera circolazione del vino nel mercato comune è una battaglia di vecchia data portata avanti da Fivi assieme a Cevi- Confédération Européenne des Vignerons Indépendants, che sottolineano come l'istituzione dello sportello unico, oltre ai vantaggi di una burocrazia più snella, porterebbe ad una riduzione al minimo delle frodi fiscali e maggiore trasparenza nella concorrenza tra i negozi online e quelli fisici.





MONTELVINI

Alleati in Vigna



Scopri di più!

FM 333:
TRE VOLTE PERFETTO.



SAVE THE DATE. Dal tasting Tre Bicchieri alla Community Olio: il Gambero Rosso protagonista a Verona. L'11 aprile il grande summit sull'extravergine

C'è un filo comune che lega Veronafiere e Gambero Rosso. Un filo lungo 35 anni: Vinitaly era da poco maggiorenne quando la guida Vini d'Italia faceva il suo debutto, contribuendo alla crescita di un settore oggi simbolo del Made in Italy. Da allora il vino ne ha fatto di strada e ormai il tasting Tre Bicchieri del Gambero Rosso è diventato un appuntamento cult nel giorno di inaugurazione della Fiera. Anche stavolta, quindi, **l'appuntamento è per domenica 10 (dalle 11 alle 16.30) con i migliori vini della guida 2022 (sala Argento, Palaexpo).**

Altro appuntamento targato Gambero Rosso è la presentazione della guida Oli d'Italia (lunedì 11 ore 15, Sala Salieri, Palaexpo) che quest'anno si arricchisce di nuovi contenuti. La 12esima edizione (in italiano e in inglese), va sul palcoscenico di Sol - Vinitaly all'interno di un grande meeting in cui, personaggi della produzione, delle istituzioni e dell'associazionismo faranno il punto sul comparto e sulle sue prospettive. Interverranno Paolo Cuccia (presidente di Gambero Rosso), Giovanni Mantovani (direttore generale di VeronaFiere), Agricoltura e Commercio Estero della Re-

La guida Oli d'Italia 2022

Oli d'Italia è uno strumento pensato per gli appassionati, ma sempre più rivolto anche agli operatori del settore (ristoratori, buyer, negozianti, horeca) grazie al suo impianto snello, alla facilità di lettura degli indici, all'immediatezza delle informazioni, alla doppia lingua che la colloca tra gli strumenti centrali anche per il business internazionale sempre più interessato all'olio extravergine di oliva made in Italy. Questa edizione contiene il racconto di 482 aziende olearie e di 861 extravergine frutto della campagna olearia 2021-2022, degustati e valutati dalla commissione di assaggio del Gambero Rosso.

gione Veneto), Christian Sbardella (responsabile marketing e comunicazione del Consorzio per la tutela dell'olio Toscano Igp), Fabio Del Bravo (responsabile Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale Ismea), Massimiliano Cattozzi (responsabile Agribusiness Intesa Sanpaolo), Diego Bosoni (Cantina Lunae Bosoni). Contestualmente verranno anche consegnati i 26 Premi Speciali che disegnano la mappa dell'eccellenza in un mondo che sempre più riprende a essere pilastro dell'agroalimentare e della cucina italiani.

Durante l'evento, verrà presentata anche la nuova Community Olio del Gambero Rosso: una grande rete cui partecipano i migliori produttori italiani certificati da Gambero Rosso, i ristoratori e gli operatori dell'enogastronomia interessati all'extravergine, gli appassionati. Una rete che mette in comunicazione tutti i protagonisti con l'obiettivo di fare informazione e di far interagire i diversi player. Infine, **verrà presentato anche l'Extravergine Tour del Gambero: per la prima volta i migliori produttori di extravergine possono partecipare a un tour lungo la Penisola**, da Torino a Palermo passando per tutte le città del Gusto italiane, coinvolgendo in degustazioni e appuntamenti dedicati sia ristoranti che enoteche e gastronomie in cui poter conoscere da vicino le etichette (e gli extravergine) in tour.

I NOSTRI APPUNTAMENTI:



trebicchieri 2022

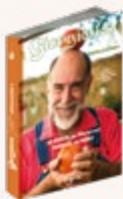
domenica 10 aprile | h: 11:00 - 16:30
Sala Argento, Palaexpo, ingresso A2,
Piano -1



PRESENTAZIONE

OLI D'ITALIA 2022

lunedì 11 aprile | h: 15:00
Sala Salieri, Palaexpo, Piano -1



PRESENTAZIONE

Giorgione ORTO e CUCINA 4

con Giorgio Barchiesi
lunedì 11 aprile | h: 18:30
Cortile Mercato Vecchio, Verona



Saremo presenti al 

PADIGLIONE 9 TOSCANA STAND C16 - VERONAFIERE

VINITALY 1. Asta per la pace con Brunello, Bolgheri e Chianti Classico

Tre fuoriclasse del vino toscano insieme per un'asta di solidarietà a favore dei rifugiati ucraini. Si chiama #viniperlapace, l'iniziativa lanciata dal Consorzio del Brunello di Montalcino Docg, in collaborazione con Consorzio del Chianti Classico Docg e Consorzio tutela vini Bolgheri e Bolgheri Sassicaia Doc. Teatro dell'asta sarà il prossimo Vinitaly, dove il mondo enologico toscano proverà a dare una corale risposta alle sofferenze delle popolazioni dell'Ucraina. L'asta benefica servirà a raccogliere fondi per le famiglie in fuga.

Circa 30 importanti lotti di grandi bottiglie ed annate, offerte dai produttori soci dei Consorzi saranno vendute lunedì 11 aprile, con inizio alle 16,00 all'Auditorium Verdi del PalaExpo di Veronafiere. Il ricavato andrà alla Caritas Diocesana di Siena-Colle di Val D'Elsa-Montalcino, per essere destinato a una serie di strutture di accoglienza per i profughi (da Leopoli, Char-kiv e Kiev). L'asta è in collaborazione con Sotheby's Italia. Sarà possibile partecipare sia di persona sia inviando le offerte con la piattaforma Bidinside (www.viniperlapace.bidinside.com), partner tecnico dell'iniziativa

VINITALY 2. Federvini e Uiv insieme per analizzare vini e consumi. Ecco i due appuntamenti nello stand del Mipaaf

Il vino e l'Europa. Due fronti che a Vinitaly vedranno la collaborazione delle due principali sigle italiane di settore - Federvini e Unione Italiana Vini - per due interessanti approfondimenti. Il primo, programmato per l'11 aprile alle 14.30 con il titolo **La cultura del Vino: un modello mediterraneo**, affronterà il rapporto tra vino e salute, analizzato da esperti scientifici e rappresentanti delle istituzioni a partire dal modello di consumo del nostro Paese e dall'importanza di difendere e promuovere la sua immagine e storia millenaria. Realizzato in collaborazione con Wine in Moderation, si colloca in un momento storico in cui la dieta mediterranea e la cultura del bere bene rischiano di essere messe a rischio da politiche di omologazione e demonizzazione del vino.

Il secondo (12 aprile alle 11.30) riguarderà la **presentazione della piattaforma europea digitale U-label** dedicata ai consumatori, per fornire loro, in maniera trasparente le indicazioni nutrizionali e la lista degli ingredienti dei vini. Tra gli ospiti istituzionali Paolo De Castro, europarlamentare, Stefano Patuanelli Ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Gian Marco Centinaio Sottosegretario di Stato alle Politiche Agricole.

Entrambe le tavole rotonde si terranno nel padiglione del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali.



VINVENTIONS

WEBINAR
SERIES

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

Iscriviti gratuitamente

Venerdì 25 febbraio
alle ore 14:00



FOCUS

CASTEL DEL MONTE. La Dop pugliese punta a un distretto 100% sostenibile

a cura di Gianluca Atzeni



Un 2021 in ripresa per le Dop del Consorzio Castel del Monte ed esame pandemia passato, con imbottigliamenti a quasi 3 milioni di pezzi (2,95 mln contro 2,84 del 2020) e vicini ai livelli del 2019. Non male per una Dop che ha nell'Horeca il suo canale d'elezione e nei rossi autoctoni e nei rosati le sue fondamenta. Il distretto collinare delle Murge è stato capace di assorbire l'urto della crisi e guarda avanti.

LA PRODUZIONE. La pandemia ha costretto l'ente presieduto da **Francesco Liantonio** a rivedere i piani per i festeggiamenti dei 50 anni della Doc, che cadevano nel 2021 e sono stati rinviati al 2022. "È tutto da decidere, considerando le conseguenze della guerra in Ucraina" spiega "che ci auguriamo si risolva presto con un accordo di pace". Intanto, i dati del Consorzio (che tutela ben 3 Docg su 4 dell'intera Puglia) registrano una crescita del Bombino Nero Docg (dal 5,4% del 2018 al

10,5% del 2021): "Questo rosato, unico in Italia ad avere in etichetta l'indicazione del vitigno, è sempre più apprezzato. Il suo colore rosa tenue e la sua freschezza si adattano bene ai gusti moderni".

Il potenziale della Dop supera i 5 milioni di bottiglie. Traguardo che il Consorzio intende raggiungere in pochi anni. E a cui anche la spumantistica, seppure con numeri ancora esigui, sta contribuendo con una crescita annua delle quote. Gli spazi ci sono, considerando che oggi gli imbottigliamenti a Dop coprono poco più del 50% del potenziale: "Vorremmo raggiungere il 100% in 5-6 anni" annuncia Liantonio "anche col segmento bollicine che, coi rosati, è in un momento di forte attenzione".

LA SOSTENIBILITÀ. L'approccio del Consorzio è a 360 gradi. "Intendiamo candidarci come territorio unico, in un contesto di sostenibilità che comprenda gli aspetti ambientali, economici ed etici. La gran parte delle imprese è in regime biologico, con percen-

Il consorzio in cifre

400 ettari
21 imbottiglieratori
800 viticoltori
2,95 milioni bottiglie
35% export
>50% quota bio

tuali sopra il 50%" spiega Liantonio "da decenni lavoriamo sul fotovoltaico come fonte alternativa e rispettiamo i diritti dei lavoratori, con forte impegno nella dimensione sociale territoriale". L'idea è far diventare questi vini di collina l'espressione di "un distretto al 100% sostenibile". In tal senso, si sta valutando lo standard unico nazionale di sostenibilità del Mipaaf. "Ma, in futuro" aggiunge Liantonio "guardiamo anche a Equalitas come punto d'arrivo per tutti gli associati".

LA GOVERNANCE. Piccole modifiche ai disciplinari sono discussione, tra cui il via libera al tappo stelvin per la Doc Castel del Monte (non per le Docg). Sarà tra i punti all'ordine del giorno del nuovo cda, che si elegge tra aprile e maggio. **Liantonio, in carica dal 1998, auspica un'alternanza e chiede "la stessa coesione che c'è stata finora"**. Un'unione di forze che si sta sperimentando anche a livello regionale, in vista della nascita di un consorzio di secondo livello che (come in Toscana con Avito o in Piemonte con Piemonte Land), rappresenti gli interessi della categoria e studi azioni di promozione coordinate. L'auspicio è di chiudere entro il 2022.

54th EDITION

FERRICOM

vinality

INT'L WINE & SPIRITS EXHIBITION



PASSION IN BUSINESS

10 - 13
APRIL 2022
--> VERONA <--

WWW.VINITALY.COM
TRADE ONLY

TOGETHER WITH



5StarWines
THE BOOK
5starwines.it



INTERNATIONAL
PACKAGING
COMPETITION
vinality.it

VERONAFIERE.IT

Organized by
veronafiere
Trade shows & events since 1898

DOC GARDA. Rinnovato il cda del Consorzio con 4 nuovi ingressi: confermato Fiorini

Paolo Fiorini è stato confermato alla presidenza del Consorzio della Doc Garda per i prossimi tre anni. L'ente sceglie la continuità e premia la linea dirigenziale portata avanti dal presidente uscente. Voto unanime nel corso dell'ultimo cda, di venerdì primo aprile, che ha quindi rinnovato la fiducia a Fiorini, **subentrato due anni fa alla presidenza dopo la prematura scomparsa di Luciano Piona**.



Da segnalare l'ingresso di quattro nuovi membri nel Consiglio di amministrazione. Alla vicepresidenza sono stati eletti il veronese Giovanni Verzini e la bresciana

Giovanna Prandini. *"Proseguiremo le nostre attività"* ha ribadito Fiorini *"lungo la via tracciata da Piona. In particolare, puntiamo ad accrescere la riconoscibilità dei vini varietali del Garda accanto ad un costante impegno nella promozione delle nostre bollicine"*.

Tra gli obiettivi, una comunicazione di qualità con azioni promozionali di livello: *"Vogliamo raccontare il Lago di Garda non più solo come meta turistica ma anche come genius loci enologico. Dobbiamo veicolare questo messaggio forte"* rileva Fiorini *"prima di tutto all'intero del bacino del Benaco"*.

A Vinitaly, saranno presentati i due

La Doc Garda in cifre

1996 anno di riconoscimento
31.100 ettari vitati:
27.889
 in provincia di Verona
3.211
 tra Mantova e Brescia
10 denominazioni
21 milioni di bottiglie

principali eventi voluti dal Consorzio: *Garda Wine Stories* (il 10 giugno a Lazise) e *Garda Doc per la Cultura*, declinato nel doppio appuntamento di *Garda Doc per GardaLo* e *Garda Doc per il Festival della Letteratura di Mantova*.

ALTO ADIGE. La 2021 è una "annata straordinaria". Il bilancio del Consorzio: spiccano pinot nero e chardonnay



Annata considerata all'unanimità straordinaria la 2021 per i produttori del Consorzio vini Alto Adige, che ha tracciato il bilancio di una vendemmia più tardiva e caratterizzata dal bel tempo in particolare a fine estate, che ha prodotto vini bianchi molto fruttati, eleganti ed aromatici e ottimi vini rossi. Come racconta **Eduard Bernhart**, direttore del Consorzio *"le uve sono maturate alla perfezione, e grazie alle sensibili escursioni termiche fra il*

giorno e la notte, hanno sviluppato forti note aromatiche. Inoltre, il bel tempo di fine estate ha permesso ai viticoltori altoatesini di raccogliere uve molto sane e di qualità eccellente. Il risultato è un'annata straordinaria per i vini bianchi, e da buona a ottima per i rossi".

Per i viticoltori non è stato facile fronteggiare le piogge ab-



bondanti di luglio e le grandinate che in Bassa Atesina, fino alla Valle Isarco e alla Val Pusteria, hanno provocato danni fino all'80% delle rese abituali. **Nel complesso, i dati sulle rese sono paragonabili al 2020**. Decisamente maggiore, però, è stato, tra i vini rossi, il calo delle rese registrato per la Schiava.

Sul fronte della qualità dei prodotti, le aziende prevedono che il 2021 possa rivelarsi un'annata di qualità superiore alla media per i bianchi dell'Alto Adige. chardonnay, sauvignon blanc e pinot bianco spiccano per morbidezza, mentre il gewürztraminer sembra che quest'anno convinca di più quando le uve impiegate provengono da vigneti a resa più bassa. Sul fronte dei rossi, il giudizio è ottimo per i pinot neri della Bassa Atesina, tra il buono e l'ottimo per i merlot e i cabernet, mentre il lagrein si attesta fra il medio e il buono.

FLAVIO

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



Bevi Rotari Responsabilmente

www.rotari.it



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

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



ROTARI
TRENTODOC



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



**Costa d'Amalfi Furore Bianco
Fiorduva '19
MARISA CUOMO**

In Costiera Amalfitana troviamo l'azienda Marisa Cuomo di Andrea Ferraioli e Marisa Cuomo. L'azienda vinicola nasce nel 1980 ed oggi si estende lungo 10 ettari di territorio con una produzione di 200.000 bottiglie l'anno. Con Marco Sabellico assaggiamo il Costa d'Amalfi Furore Bianco Fiorduva '19. Dal colore paglierino carico con riflessi verdolini, al naso è ampio e ricco di frutta bianca matura di albicocca, note di erbe della macchia mediterranea, iodate, di zenzero candito e sfumature di zafferano. Al palato è pieno, avvolgente, ricco, strutturato, sorretto da una fresca vena acida, che dona equilibrio ed armonia all'assaggio, chiude con un finale lungo e persistente. Ottimo in abbinamento a piatti di pesce, pesce arrostito, formaggi freschi e a pasta filata, carni bianche e bottarga.

Visita il sito www.marisacuomo.com

Per guardare la puntata
www.instagram.com/tv/Cb0AmZsNV_f/

PIEMONTE. Grandi Langhe chiude con 2.200 partecipanti

Oltre 2.200 partecipanti per Grandi Langhe 2022, in scena nei locali Ogr di Torino. Nella due giorni (4-5 aprile) sono state 226 le cantine che han-

no presentato a operatori specializzati e appassionati (per la prima volta) le nuove annate di Barolo, Barbaresco, Roero e delle altre 8 Dop di Langhe e Roero. **La città di Torino ha omaggiato con una speciale proiezione sulla Mole Antonelliana l'iniziativa promossa da**

Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani e da Consorzio Roero (vedi foto).

Per Matteo Ascheri (Barolo e Babaresco) l'evento ha messo in luce "non solo l'eccellenza delle nostre produzioni, ma anche la grande sensibilità dei viticoltori che, nonostante questi mesi difficili, si sono impegnati per l'ambiente e per le persone. I risultati finora raggiunti sono solo l'inizio: col ciclo di incontri *Changes* abbiamo aperto un confronto per individuare strade percorribili collettivamente e fondate su valori condivisi, per un futuro nel rispetto dell'ambiente e dell'etica". I produttori guardano ora al 28 e 29 aprile e a "Barolo & Barbaresco World Opening", che porterà a Los Angeles 200 aziende del Consorzio e le nuove annate di Barolo (2018) e Barbaresco (2019). Secondo Francesco Monchiero (Consorzio Roero), i cambiamenti di questi anni "hanno contribuito a far porre un'attenzione ancora maggiore sul territorio come risorsa unica da tutelare e valorizzare. Ed è proprio in quest'ottica che stiamo lavorando per l'edizione 2022 dei Roero Days, alla Reggia di Venaria il 22 e 23 maggio".



ETNA DOC. Il Consorzio supera i livelli pre-pandemia e annuncia: "Il 2022 sarà l'anno degli Etna Days"

Un terzo dei produttori della Doc Etna, 44 imprese, sarà a Vinitaly per incontrare i visitatori italiani e stranieri, ma la denominazione siciliana ha rivolto la sua attenzione già al mese di settembre quando sarà il territorio vulcanico ad accogliere gli operatori. Il Consorzio di tutela, presieduto da Francesco Cambria, ha infatti annunciato che il 2022 sarà l'anno di "Etna Days-I vini del vulcano", **evento istituzionale programmato per la fine dell'estate**, che a Verona sarà presentato ufficialmente.

"Stiamo preparando in questo periodo il programma definitivo del nostro primo evento istituzionale che si terrà proprio a ridosso della vendemmia" spiega Cambria "e sarà un'occasione davvero indimenticabile per mostrare le tante sfaccettature della nostra viticoltura grazie a degustazioni, masterclass e visite dai produttori".

DEAL. Branca entra in Etilika e investe sull'e-commerce

Investimento nel digital e nell'e-commerce per Branca International, holding a capitale italiano della famiglia Branca (200 mln di ricavi nel settore delle bevande alcoliche) che ha acquisito una partecipazione di minoranza in Etilika, la giovane piattaforma di vendite online di vini, spumanti e superalcolici, che nel 2021 ha registrato ricavi per circa 4 milioni di euro. L'operazione consentirà a Branca di rafforzarsi nel digital e nell'HoReCa, dove Etilika opera con un canale dedicato, mentre per Etilika si apre l'opportunità di crescere sui mercati internazionali, dove il Gruppo Branca vanta una presenza consolidata. Nel board di Etilika entra Claudia Ciacci, ceo di Branca International.

"L'investimento in Etilika ha un carattere industriale e strategico in termini di digitalizzazione, innovazione e canali di distribuzione" ha dichiarato **Niccolò Branca**, presidente di Branca International. Per **Michele Trotta**, ad di Etilika, ci sarà l'opportunità di *"accelerare in modo rilevante il nostro piano di espansione all'estero. L'operazione si presta senza dubbio a sinergie di carattere strategico nel medio/lungo termine che andranno a rafforzare il nostro posizionamento"*.

BILANCI. Mionetto spa supera i 100 mln di euro nel 2021



Il 2021 di Mionetto spa si è chiuso con una crescita dei volumi a +22% e un fatturato di 104 milioni di euro, superiore sia agli 85 milioni del 2020 sia ai 92 milioni del 2019. La storica cantina di Valdobbiadene conferma il suo ruolo di leader nel mercato del Prosecco.

L'export rappresenta circa l'80% delle vendite, grazie alla forza commerciale e distributiva del Gruppo Henkell-Freixenet di cui Mionetto fa parte dal 2008, e che conta 30 consociate distribuite in oltre 70 paesi del mondo. I principali mercati sono Stati Uniti, Germania e Gran Bretagna mentre, tra gli emergenti, l'azienda segnala le ottime performance per Francia, Belgio, Polonia, Repubblica Ceca e Lituania.



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



A.A. Pinot Grigio Giatl Ris. 18 PETER ZEMMER

In provincia di Bolzano, più precisamente a Cortina Sulla Strada del Vino sorge l'azienda Peter Zemmer. L'azienda nata nel 1928 fondata da Peter Zemmer, oggi l'azienda è condotta dal nipote Peter e si estende su circa 60 ettari di vigneto. Con Marco Sabellico assaggiamo l'A.A. Pinot Grigio Giatl Ris. 18. Dal colore paglierino intenso e brillante dai leggeri riflessi verdolini, al naso è avvolgente, ricco, complesso con note di frutta bianca di mela matura e pera, note vanigliate e fumè. In bocca è pieno, polposo, sapido, avvolgente, strutturato, con una fresca vena acida, chiude con un finale lungo e avvolgente su toni fruttati e speziati. Ottimo con piatti di pesce, carni bianche, primi piatti con sughi a base di erbe, piatti piccanti, ma anche formaggi di media stagionatura.

Visita il sito www.peterzemmer.com/it/

Per guardare la puntata
www.instagram.com/tv/Cb7u6C2KV_f/

SOSTENIBILITÀ. Presto un Prosecco da uve resistenti alle malattie

Ottenere varietà di Glera resistente che potranno ridurre le perdite produttive con un abbattimento quasi totale di trattamenti in vigna. **I risultati del progetto Gleres di Confagricoltura saranno presentati al Vinitaly** ma l'interesse è molto alto perché l'iniziativa consentirà tra pochi anni di stappare le prime bottiglie di Prosecco sostenibile, ottenuto con il contributo di vitigni resistenti a peronospora e oidio.

Frutto di una convenzione siglata nel 2017 da Confagricoltura Treviso e Crea-Ve, il progetto Gleres, coinvolge 16 cantine. L'obiettivo è selezionare una decina di varietà figlie di glera con caratteristiche di resistenza, qualità e forte somiglianza all'uva madre. Le cantine sono tutte nell'area di Valdobbiadene: Le Rive, Ruggeri & C, Foss Marai, Fratelli Bortolin, Le Contesse, Biancavigna, Ma-sottina, Borgoluce, Luca Ricci, Adriano Adami, Le Colture, Fratelli Mercante, Abbazia di Busco, Tenuta San Giorgio, Marcello del Majno, Graziano Merotto.

A Trieste progetto per affinare Prosecco in fondo al mare



Creare una cantina subacquea che ospiterà 14 casse in acciaio nelle quali far affinare il vino, secondo una tecnica che è stata riscoperta negli ultimi anni. È l'idea dell'azienda Parovel, di San Dorligo della Valle, che ha chiesto una concessione demaniale marittima di sei mesi al Porto di Trieste, in Punto Franco Nuovo. Il progetto prevede l'occupazione di una piccola area di 67 metri quadrati nelle acque antistanti il lato interno della diga Luigi Rizzo.

Il via libera delle autorità preposte è in attesa dei tempi tecnici. Appena ottenuto, **per sei mesi, le casse di vino potranno essere inabissate a 22 metri di profondità.** "Abbiamo scelto una piccola produzione di uva glera, da cui abbiamo ottenuto il Prosecco Trieste Doc in 5mila bottiglie" ha dichiarato Elena Parovel, che guida l'azienda. "Il progetto" secondo Zeno D'Agostino, presidente dell'Ap Trieste "è in linea con la nostra idea di porto, dove il potenziale e l'attività produttiva non deve svilupparsi solo sulla superficie delle banchine, ma anche sott'acqua, sul fondo del mare".

Varvaglione lancia il primo wine game per celebrare il suo 12eMezzo



Un video game come esperienza immersiva nel mondo della viticoltura. È l'ultima delle trovate della cantina tarantina Vervaglione1921, che da sempre propone un approccio nuovo e giocoso ai suoi vini. Come è stato per l'etichetta gratta e vinci di Natale o per l'etichetta in realtà aumentata della scorsa estate.

In questo caso, il "wine game" celebrerà i dieci anni di 12eMezzo (edizione Masseria), il vino dedicato ai più giovani. A fare da guida è Ercolino, il cane della famiglia Varvaglione che accompagnerà i giocatori attraverso i vigneti, scansando tutto ciò che mette in pericolo la vite e l'uva, passando per le fasi di imbottigliamento fino alla degustazione.

Per iniziare a giocare, basterà utilizzare questo [link](http://varvaglione.net/?page_id=23749) (varvaglione.net/?page_id=23749). Il gioco prevede diverse fasi che alla fine condurranno il winelover fino allo stand al Vinitaly (Stand: Pad11 Isola C3/C4) dove, nel consueto e atteso angolo social, sarà possibile continuare a giocare e aggiudicarsi gadget da ritirare direttamente in Fiera.

UMBRIA. Antognolla Resort affida a Cotarella il nuovo impianto di Merlot



L'Antognolla resort and residences, nel cuore dell'Umbria, ha affidato all'enologo Riccardo Cotarella le sue piccole viti di Merlot.

Il vigneto, destinato produrre vino rosso di alta qualità, misura circa 1,75 ettari ed è situato nella zona Pavia. Poco più di 7.000 viti a bacca rossa, su terreno prevalentemente argilloso, con sabbia e limo, e sistema di allevamento a Guyot. Prime bottiglie pronte nel 2026/2027.

PILLOLE DI NEUROMARKETING

Onde sonore ed effetti in vigna



La percezione di un vino può essere modificata dalla musica di sottofondo. Una musica a bassa frequenza, poiché più "amara", tende a fare percepire meno dolce il vino rispetto a una musica ad alta frequenza (più "dolce"). Ne ho parlato più volte nel libro "Neuroscienze a Tavola". Ma che succede a un vino esposto alla musica, "armonizzato" per 15 minuti? Con le vibrazioni musicali può cambiare sapore? In effetti, è quello a cui ho personalmente assistito durante l'esperimento in un'enoteca di Sanremo, descritto nel Tre Bicchieri del 10 marzo scorso: 3 persone su 4 avevano riconosciuto quale vino era stato a contatto per 15 minuti con una musica diffusa a 400 Hz. Il contatto con le onde sonore produce un cambiamento nella struttura del vino. Il tema fa riferimento alla "Cimatica" dal greco kymatika (κυματικά) ovvero lo "studio dei fenomeni ondulatori". Già verso la metà del secolo scorso due enogastronomi viennesi, Thomas Koeberl e Markus Bachmann, brevettarono col nome di "Sonor Wines" la scoperta secondo la quale gli effetti della musica classica, e di Mozart in particolare, sul vino sono sorprendenti. **La Sinfonia n. 41, per esempio, avrebbe un beneficio eccezionale durante la fermentazione, in quanto sembra che il sapore del vino cambi, diventi più buono e raffinato.** Ciò che cambia, in realtà, è il valore di glicerina, che aumenta, mentre cala quello dello zucchero. Il vino diventa più morbido, più maturo, il sapore più tondo, ricco e denso, così come sperimentammo noi con la musica del maestro Vessicchio. I ricercatori affermarono che si sarebbe trattato dell'effetto delle onde sonore sul lievito, che migliora il processo di fermentazione. Sembra che la musica sia anche in grado di favorire una maturazione precoce, anticipando di diverse settimane le prime gelate. Quindi, non solo la musica inciderebbe sulla produzione del latte delle mucche aumentandone la produzione, ma avrebbe un effetto sulla vigna. Le foglie diventerebbero più grandi, spesse e verdi, grazie alle vibrazioni che accelerano la fotosintesi, il metabolismo e lo scambio di ioni. Non mi stupirei, in futuro, di trovare una lista di adeguati abbinamenti tra colonna sonora e vitigno, così come lo si trova nel libro di Clark Smith "Postmodern wine making", relativo, però, all'effetto sul nostro cervello.

– **Vincenzo Russo**, Coordinatore Centro di Ricerca Neuromarketing Behavior and Brain Lab Iulm

FAMIGLIA CASTAGNEDI



VI RACCONTIAMO LA NOSTRA STORIA

4 Fratelli, 2 Territori, Una Comune Visione

Siamo **Famiglia Castagnedi**, quattro fratelli innamorati del loro territorio tra la Valpolicella e il Soave, a cui abbiamo dedicato l'anima dei nostri brand: **Tenuta Sant'Antonio**, **TÉLOS** e **SCAIA**.

Per noi il vino è il racconto di un sogno, l'essenza di un terroir che si fa prodotto, una missione senza compromessi qualitativi per il rispetto dell'ambiente e delle persone.

La sostenibilità e l'innovazione sono per noi un modo di vivere, che ci spinge ad andare oltre le convenzioni verso pratiche meno impattanti e vini sempre più naturali. Da questo spirito nasce **TÉLOS**, la linea di vini in conversione biologica, senza solfiti aggiunti e certificata anche Vegan: il nostro manifesto per il futuro capace di regalare benessere.

Nel nostro percorso risplendono i Single Vineyard, espressione dell'eccellenza, dell'unicità e dell'anima del territorio:

dal *Vigna Monte Ceriani Soave DOC 2019* al *La Bandina Valpolicella Superiore DOC 2018*, fino all'*Amarone della Valpolicella DOCG Campo dei Gigli 2016*. Pietre miliari che combinano bevibilità moderna con i caratteri identitari di un terroir iconico.

Lavoriamo ogni giorno per regalarvi ciò che sappiamo fare meglio: produrre vino mettendo in bottiglia l'essenza e la storia di **FAMIGLIA CASTAGNEDI**.



FAMIGLIA CASTAGNEDI



SCAIA TÉLOS

EVENTO. Radici del Sud torna dal 10 al 13 giugno



Sannicandro di Bari e il suo castello normanno-svevo torneranno a ospitare la consolidata kermesse dedicata ai vini del Sud Italia. Dal 10 al

13 giugno prossimo, infatti, Radici del Sud vedrà protagoniste oltre 130 cantine coi loro vini e gli oli extravergine di oliva. Le aziende sono oltre 130 e provengono da Puglia, Abruzzo, Molise, Basilicata, Campania, Calabria, Sicilia e Sardegna.

L'apertura al pubblico degli appassionati è per il 13 giugno. Mentre operatori e stampa specializzata avranno la possibilità anche di esplorare la regione grazie a dei press tour dedicati. Il team degli organizzatori, guidato dal patron Nicola Campanile, ha dato alle aziende la possibilità di aderire all'evento fino al 30 aprile.

Radici del Sud è anche concorso enologico, grazie da una giuria di esperti di vino chiamati a degustare e valutare le etichette presenti. Previste anche delle degustazioni guidate a numero chiuso dedicate, la prima, ai vini di Sardegna e di Puglia (Cannonau e Primitivo) e, la seconda, a Campania e Calabria. L'evento è organizzato con il patrocinio della Regione Puglia e in collaborazione con Assoenologi, Ais, Slow-Wine, Aepi e Vinarius.

Info: www.radicidelsud.it

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Vincenzo Russo, Marco Sabellico

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Ennevi/Vinitaly (cover)

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

8 APRILE

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Ballabio
OP Pinot Nero Dosaggio
Zero Farfalla Cave Privée '13
sui canali social del
Gambero Rosso

8 APRILE

❖ VINIVERI 2022

Cerea (Verona)
Area Exp
via Libertà, 75
fino al 10 aprile
viniveri.net

9 APRILE

❖ NATURAL BORN WINES

Isola della Scala (Verona)
Villa Boschi
fino all'11 aprile
naturalbornwines.it

9 APRILE

❖ SUMMA

Magrè (Bolzano)
presso Tenuta Alois Lageder
fino al 10 aprile
summa-aleu

10 APRILE

❖ VINITALY

Verona
Veronafiere
fino al 13 aprile
vinitaly.com

11 APRILE

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Farina
Amarone della Valpolicella
Mezzadro alla
Fontana Ris. '11
sui canali social del
Gambero Rosso

13 APRILE

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Suavia Azienda Agricola
Massifitti '18
sui canali social del
Gambero Rosso

25 APRILE

❖ VINI E CAMMINI

Torino di Sangro (Chieti)
visita Cantine Mucci
www.abruzzoesperienziale.it

27 APRILE

❖ SICILIA EN PRIMEUR

fino al 1 maggio
assovinisicilia.it/sicilia-en-primeur/

30 APRILE

❖ CORVINA MANIFESTO - ANTEPRIMA DEL CHIARETTO DI BARDOLINO

Bardolino (Verona)
fino al 1 maggio
bardolino.com

8 MAGGIO

❖ EVOLUZIONE NATURALE

Grottaglie (Taranto)
Antico convento dei
Cappuccini
fino al 9 maggio
www.evoluzionenaturale.org/

14 MAGGIO

❖ VINETIA TASTING

Treviso
fino al 15 maggio
www.vinetia.it

14 MAGGIO

❖ BEST WINE STARS

Milano
Palazzo del Ghiaccio
fino al 15 maggio
www.bestwinestars.com

15 MAGGIO

❖ PROWEIN 2022

Dusseldorf (Germania)
Fiera
fino al 17 maggio

20 MAGGIO

❖ ROME WINE EXPO

Roma
Centro Congressi Barcelò
Aran Mantegna
fino al 23 maggio
www.romewinexpo.com

PROSECCO DOC. UNA TERRA UNICA COME UN SOGNO.

Bevi responsabilmente



Un mondo unico di tradizioni, bellezza e stile racchiuso in ogni calice di Prosecco DOC.
Ecco perché il Prosecco DOC è un vino speciale che puoi trovare solo in bottiglia.

L'Italian Genio ti aspetta a Vinitaly dal 10 al 13 aprile.

Il Prosecco DOC Pavilion (Area H) sarà animato da show cooking, degustazioni ed eventi speciali:
Scopri il palinsesto completo nella sezione "Eventi" del sito www.prosecco.wine
Vieni a vivere il sogno di Prosecco DOC



PROSECCO DOC
ITALIAN GENIO



Le grandi cantine dell'Emilia Romagna

CLETO CHIARLI
Tenute Agricole

VIA BELVEDERE, 8 | 41014 CASTELVETRO DI MODENA (MO) | WWW.CHIARLI.IT | 059 3163311

Nel 2001, la famiglia Chiarli decide di unificare la conduzione delle sette tenute agricole di proprietà e di realizzare una Cantina consacrata alla produzione di vini di alta gamma così da creare una perfetta sinergia con la Cantina Storica "Chiarli 1860" impegnata nei mercati di grandi volumi. Nasce così, a Castelvetro, nel cuore della campagna modenese, la "Cleto Chiarli Tenute Agricole", un luogo per ricercare, valorizzare, promuovere la migliore cultura vinicola emiliana, continuando a investire nella visione iniziale del fondatore, basata sull'identità del territorio e la peculiarità dei vitigni. La nuova entità gestisce più di 350 ettari di cui tre tenute, in particolare, – Tenuta Cialdini, Tenuta Belvedere e Tenuta Sozzigalli.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Lambrusco di Sorbara Premium Mention Honorable '20

Gusto secco, sapido, armonico, gradevolmente acidulo, spuma fine ed evanescente, colore chiaro e vivace con riflessi rosa. Profumo caratteristico, intenso, gradevole. Da servire con paste asciutte, tortellini, carni bollite ed i più tipici piatti della cucina modenese.

Lambrusco del Fondatore Fermentato in bottiglia Spago '20

Dal piacevole bouquet, spuma fine ed evanescente, colore chiaro e vivace, si abbina con tortellini, carni bollite ed i più tipici piatti della cucina emiliana.



Lambrusco Grasparossa di Castelvetro Vign. Cialdini '20

Colore intenso, sapore asciutto e vinoso, spuma fine ed evanescente e spiccata corposità. Da provare con i salumi.



DOVE IL TEMPO RALLENTA



AZIENDA AGRICOLA
SAN SALVATORE 1988

Azienda agricola e laboratorio a cielo aperto per una produzione consapevole ed ecosostenibile. Per noi fare Agricoltura è come danzare con la Natura su una musica sempre nuova: ci si stupisce ad ogni variazione, ci si emoziona all'entrata di nuovi strumenti e si cerca di seguire il ritmo, con rispetto e senza interferire. È lei poi a fare il resto. Cilento è dove diamo vita a vini che conservano nel tempo la memoria dei terroirs da cui nascono.

www.sansalvatore1988.it

Azienda Agricola San Salvatore via Dioniso, Giungano 84050 Salerno

Sansalvatore1988  Sansalvatore1988wines 





FEASR



REGIONE DEL VENETO



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

CONEGLIANO VALDOBBIADENE
PROSECCO SUPERIORE DOCGTRATTO DA UNA
**STORIA VERA
UNICA
AL MONDO**

Consorzio di Tutela

PROSECCO SUPERIORE
DAL 1876

Le storie vere affascinano perché coinvolgono, ispirano e appassionano. Proprio come il nostro **Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG**, capace di raccontare un dettaglio di sé a ogni sorso. Degustandolo, puoi sentire la sua origine: un territorio inimitabile, **Patrimonio Mondiale dell'Umanità UNESCO**. Puoi percepire l'eroica quotidianità di una comunità inarrestabile, capace di sfidare le pendenze estreme delle colline che coltiva da secoli. Puoi gustare il risultato della dedizione di ben 3300 famiglie di viticoltori, unite a tutela della **qualità controllata e garantita** e della biodiversità. Quel territorio, quella comunità, quelle famiglie, siamo noi. **Siamo il Conegliano Valdobbiadene, e nelle nostre viti c'è la nostra vita.**

Scopri tutte le etichette dei nostri produttori su Prosecco.itItaly www.veneto.eu

INIZIATIVA FINANZIATA DAL PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE PER IL VENETO 2014-2020.

ORGANISMO RESPONSABILE DELL'INFORMAZIONE: CONSORZIO TUTELA DEL VINO CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO.

REGIONE DEL VENETO - DIREZIONE ADG FEASR BONIFICA E IRRIGAZIONE



PARITÀ DI GENERE

Elena Fucci – enologa e titolare Azienda Agricola Elena Fucci

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

Il lavoro dell'enologo, per storicità e tradizione è un lavoro prettamente maschile, o almeno lo è stato per un periodo molto lungo. Oggi mi sento di dire che è un lavoro "maschile" forse più per scelta delle donne stesse che per reale richiesta del mercato od opportunità. Oggi non ci sono limitazioni o preclusioni alle donne che vogliono studiare agraria ed enologia, però il numero ancora non è così consistente come invece sembrerebbe, magari partecipando alle principali manifestazioni enologiche italiane. Personalmente non ho mai subito discriminazioni o limitazioni nella mia carriera sia universitaria che professionale/lavorativa. Forse, volendo proprio scavare un po' più in profondità è proprio nella mia regione d'appartenenza, dove ho constatato un percorso più in salita nell'affermarmi come imprenditrice donna ancor prima che professionista enologa. Dispiace ancora oggi un po' questo atteggiamento che invece non ricevo a livello nazionale e internazionale.

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

Nonostante un periodo molto difficile come quello che abbiamo vissuto negli ultimi due anni, a causa della pandemia Covid, abbiamo ampliato il nostro organico con l'assunzione a tempo indeterminato di una nuova quota rosa: la signora Lucia. Una quota rosa proprio perché in questi ultimi due anni, le donne sono quelle che lavorativamente parlando si sono sacrificate di più, dovendo restare a casa per sostenere la famiglia e soprattutto per seguire i figli a causa delle scuole chiuse e l'obbligo della dad. Abbiamo facilitato il suo inserimento nella nostra organizzazione con un orario flessibile rispetto a quello dei colleghi maschi, per permetterle di continuare a seguire la sua famiglia e le esigenze dei figli.

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

Sinceramente credo che trovare strumenti normativi che regolino l'accesso al mondo del lavoro alle donne sia davvero difficile, diverso il discorso invece quello che riguarda l'equiparazione dei salari e degli stipendi, che ad oggi dovrebbe essere regola imprescindibile.



Piuttosto l'amministrazione centrale ma anche quelle periferiche dovrebbero mettere in atto strumenti che permettano alle donne di prendere in considerazione l'accesso al mondo del lavoro senza dover rinunciare alla condizione naturale di essere genitore e di avere una famiglia.

4 Ci racconti un aneddoto di una delle sue esperienze sul tema.

Ricordo durante il mio percorso universitario, la classe era composta da circa 22 studenti, di cui solo 2 ragazze. Ed è un ricordo positivo, quasi agiato, poiché i nostri colleghi maschi ci trattavano sempre con cortesia e attenzione; ci lasciavano ad esempio i posti migliori per parcheggiare le biciclette, più vicino all'ingresso dell'aula specie quando pioveva per non bagnarci. Oppure facevano a gara a chi doveva portarci un caffè tra un corso e l'altro... Ecco perché anche a livello universitario non credo di avere mai avuto problemi di disparità, né con i professori né con i colleghi, che quindi spero abbiano continuato a comportarsi sempre con lo stesso spirito una volta entrati nel mondo del lavoro.

WORLDTOUR. Il Gambero torna a Londra. Vini italiani in Uk a quota 340 mln di euro



Londra Calling: il 24 marzo a Londra è atterrato il Tre bicchieri World Tour. In una bellissima giornata di sole un pubblico di appassionati e di operatori, ristoratori e sommelier, oltre a giornalisti specializzati e blogger, s'è riversata nel pomeriggio alla Hackney Town Hall, una bella e spaziosa location nella parte settentrionale della città, per incontrare trenta produttori premiati e assaggiare oltre un centinaio di etichette di pregiati vini italiani.

Londra è uscita dalla pandemia, per lo meno a livello di disposizioni sanitarie e di percezione da parte del cittadino. La città sembra vivere una stagione di fermento creativo, di nuove aperture e di rinnovato entusiasmo che solo l'ombra del conflitto russo-ucraino sembra in grado di impensierire. Ma l'ottimismo regna sovrano su questo mercato, che continua a sorridere anche ai vini europei. Secondo i dati Istat, le esportazioni italiane in tutto il





Spazio anche all'extravergine

Ha avuto il consueto successo la masterclass organizzata a latere dell'evento, affollatissima, Italy in a Nutshell, condotta da Marco Sabellico, che ha anche aperto i lavori di un seminario speciale, **Quality Olive Products**. Si tratta di un'iniziativa italo-greca che ha per protagonisti il Consorzio Italia Olivicola e i consorzi greci Agron e Axion Agro, realizzata con il contributo dell'Unione Europea. Sotto l'attenta guida di Pasquale Costantino, esperto panel leader, e con numerosi contributi video in diretta dall'Italia e dalla Grecia, ai consumatori britannici è stato raccontato il sistema di controllo di qualità e di tracciabilità dei prodotti olivicoli nei due Paesi. A seguire un minicorso di degustazione dell'olio extravergine, in cui sono stati presentati eccellenti oli italiani e greci.



2021 sono cresciute dell'1,4% rispetto al 2020, a quota 273 milioni di litri, riavvicinandosi ai 280 milioni del 2019. **Al calo dei vini fermi in bottiglia (-3,2%) si è contrapposto un incremento degli spumanti (+5,9%).** Considerando i valori, il giro d'affari risale del 5,1% a 742 milioni di euro, contro i 706 mln del 2020 e i 763 mln del 2019. Importante, in questo caso, il contributo sia dei vini fermi in bottiglia

(+3,4%) sia degli spumanti (+7,3%), che hanno superato quota 340 milioni di euro.

La conferma di questo interesse per il Made in Italy è stato evidente anche nel corso dell'evento. Dai bianchi dell'Alto Adige ai Primitivo di Manduria, passando per l'Amarone, il Chianti Classico e i Roma Doc, i vini italiani continuano a piacere moltissimo al consumatore britannico. *"È un ottimo momento*

per il nostro export" ci dice **Edoardo Di Rosa**, direttore di Dionysus Culture Food, che seleziona importa e distribuisce in Inghilterra specialità enogastronomiche italiane. *"Ci sono molte nuove aperture"* continua *"e nonostante le problematiche dovute alla Brexit la domanda di Made in Italy in questo settore rimane alta. I Tre bicchieri sono un'ottima occasione per conoscere prodotti nuovi ed ampliare il nostro portfolio"*. ❖



CALENDAR 2022/2023

2022

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 COPENHAGEN - Denmark	trebicchieri SUMMER EDITION
04 STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri SUMMER EDITION
06 OSLO - Norway	trebicchieri SUMMER EDITION
12 MUNICH - Germany	trebicchieri 2022
14 DUSSELDORF - Germany	trebicchieri 2022
20-27 MEDITERRANEAN WINE SEA CLASSIC CRUISE	
23 SYDNEY - Australia	Top Italian Wines Roadshow 14
25 MELBOURNE - Australia	Top Italian Wines Roadshow 14
29 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
21 MONTREAL - Canada	trebicchieri SUMMER EDITION
23 TORONTO - Canada	trebicchieri SUMMER EDITION

OCTOBER

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

NOVEMBER

13-20 USA/CARIBBEAN	WINE SEA WORLD CRUISE
22 SAO PAULO - Brazil	Top Italian Wines Roadshow

2023

FEBRUARY

23 LONDON - U.K.	trebicchieri 2023
------------------	-------------------

MARCH

01 LOS ANGELES - USA	trebicchieri 2023
03 SAN FRANCISCO - USA	trebicchieri 2023
08 CHICAGO - USA	trebicchieri 2023
10 NEW YORK - USA	trebicchieri 2023

DATES TO SHOW UP

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

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

www.gamberorossointernational.com

IL MIO EXPORT

PAKRAVAN PAPI - Leopoldo Papi

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

Esportiamo circa l'85% dei nostri vini. I mercati principali sono gli Stati Uniti, dove da alcuni anni è consolidata una nostra distribuzione, il Canada e i Paesi nordeuropei (Svizzera, Germania, Uk, Paesi scandinavi). Con il Giappone lavoriamo molto bene da anni, anche se su piccoli volumi. Più recente, ma promettente, l'avvio di canali di vendita in Cina e in altri Paesi asiatici, come la Thailandia e la Corea del Sud.

2 Dove si vende meglio e dove peggio e perché?

Potenzialmente qualsiasi mercato è di interesse: si vende meglio dove si è lavorato e investito per costruire dei buoni canali di vendita. Il che richiede un'attenta strategia di sviluppo del business e chiari obiettivi di posizionamento. Pakravan Papi è un'azienda medio piccola emergente, che per investimenti fatti, forte vocazione vinicola del proprio territorio di Riparbella, stile dei propri vini, punta ad affermarsi nella fascia dei vini di più alta qualità. I mercati più difficili sono quelli dove è sempre più forte nel pubblico la tendenza a scegliere in base a "qualificazioni standard", più che sulla conoscenza e valutazione del merito dei prodotti: si compra vino biodinamico, naturale e così via, "in quanto tale", escludendo a priori chi non si qualifica così. Sono tendenze senz'altro legittime e premiate dal mercato, ma noi cerchiamo un'altra strada, forse più difficile: vogliamo affermare i nostri vini per la loro qualità e carattere, un po' come avveniva e avviene per i grandi vini francesi.

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

Senza altro vi è stato uno sviluppo del consumo privato, "a casa", nei volumi e nelle modalità di fruizione in cui più di prima contano anche aspetti relativi all'estetica delle bottiglie, al packaging, alla cosiddetta "esperienza" legata al consumo del vino. Prima vendevamo prevalentemente su canali horeca, che ancora oggi rappresentano i nostri clienti prevalenti, ma vediamo crescere questo mondo privato, che si



muove soprattutto online, fatto di "wine clubs", amatori, influencers, degustazioni condotte sui social media.

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

Io e la mia compagna Francesca Filippone curiamo personalmente lo sviluppo commerciale di Pakravan Papi, in Italia e all'estero.

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

Far assaggiare qualche anno fa il nostro Sangiovese a un giovane inserviente di Harlem, addetto alle pulizie in una fiera a New York, che non aveva mai bevuto vino in vita sua. "It tastes really good" ci ha detto dopo aver riflettuto sul gusto, con un'aria quasi di sorpresa di chi scopre qualcosa di nuovo. È stato un bel riconoscimento per il nostro lavoro.

LA CORSA DEL METODO CLASSICO IN GDO

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Crescita in doppia cifra delle bollicine italiane nel primo canale di vendita. Non solo un rimbalzo sul 2020 ma qualcosa di più profondo: scaffali meglio assortiti dopo la pandemia, consumatori attenti alla qualità e disposti a spendere. Un'analisi nelle voci degli esperti di Iri, delle insegne distributive e delle grandi Dop made in Italy



Non è solo il Prosecco a brillare nel firmamento dei vini made in Italy. In un 2021 da record, che ha riconfermato l'apprezzamento italiano e straniero per le bollicine, le buone notizie per le imprese non sono arrivate solo da quel fenomeno del Nord-Est che tutto il mondo ci invidia da anni, ma anche dal Metodo classico italiano, protagonista di una straordinaria corsa nel canale della Grande distribuzione organizzata (Gdo), dove si consolida un nuovo approccio del consumatore verso prodotti d'alta qualità, che giova soprattutto a quelle tipologie solitamente più presenti nel canale della ristorazione.

CRESCITA IN DOPPIA CIFRA

Numeri alla mano, i 12 mesi del 2021 in Gdo hanno registrato per la categoria "bollicine" un incremento di vendite del 18% a volume (83 milioni di litri) e del 20% a valore (635,7 milioni di euro). La tipologia Prosecco, sempre tra le protagoniste, ancora una volta è andata molto bene, con un +21% sia a volume (41,2 mln/l) sia a valore (283 mln/euro), ma a fare meglio – come emerge dall'analisi dei dati di Iri – è stato il segmento del Metodo classico italiano, con +25% a volume (8,2 mln/litri) e +28% a valore (135 mln/euro). I pesi specifici rispetto al Prosecco sono ovviamente diversi, ma si tratta di una performance da tenere d'occhio per il futuro. **A questo risultato hanno contribuito le grandi Dop del made in Italy, dalla Franciacorta al Trentodoc, dall'Oltrepò Pavese all'Alta Langa, fino a quei territori che stanno trovando nella spumantizzazione dei vitigni autoctoni una valida occasione di sviluppo.** »

Berlucchi: "Si è affermato un nuovo stile di consumo"

Con la storica Cuvée Imperiale, declinata in cinque differenti tipologie, il marchio Berlucchi (Cantina dell'anno 2022 per Gambero Rosso) è tra i maggiori protagonisti della Docg Franciacorta in Gdo.

Cristina Ziliani, alla guida dell'azienda, analizza il fenomeno della crescita del Metodo classico: "C'è stata una modifica nelle preferenze di consumo, cresce sempre di più la cultura eno-gastronomica, cresce la curiosità nei confronti dei vini e, quindi, la domanda di vini di qualità superiore. Nel caso delle bollicine, ci si allontana dalle bolle più facili e immediate e ci si avvicina ai Metodo classico, privilegiando i lunghi affinamenti e i dosaggi equilibrati e sempre più ridotti, per apprezzare meglio le sfumature del territorio". Inoltre, il fatto di passare più tempo a casa ha fatto "riscoprire il desiderio di degustare Franciacorta anche dentro le mura domestiche, magari abbinandolo a piatti realizzati in casa suggeriti da grandi chef, dove la complessità del Metodo classico" conclude Ziliani "può dare il suo meglio".

»Ci si potrebbe chiedere se siamo di fronte a un classico effetto rimbalzo, dopo un 2020 in cui i vari lockdown anti-Covid avevano frenato la voglia di socializzare e la possibilità di festeggiare insieme. È vero solo in parte. Perché, rispetto al periodo pre-crisi (il 2019), il Metodo classico italiano è stato capace di realizzare un +30% in quantità e un +36,6% in valore.

L'ANALISI IRI: "BENE GLI SPUMANTI TERRITORIALI"

Un litro su 10 di vino spumante venduto in Gdo è ottenuto col Metodo classico. L'analisi dei prezzi medi del 2021 dice chiaramente che siamo di fronte a un prodotto della categoria super premium, con 16,45 euro/litro (+2,9% sul 2020), decisamente superiore alla media sia di tutte le bollicine nel complesso (7,65) sia del Prosecco (6,86), e con una percentuale di volumi in promozione stabile intorno al 50%. **Virgilio Romano**, business insight director di Iri, evidenzia come circa due terzi della crescita a volume del Metodo classico siano riferibili all'andamento delle vendite nei primi 4 mesi del 2021 rispetto al 2020 "mentre per un terzo è dovuta agli altri otto mesi. Certamente" spiega "non possiamo affermare che per il Metodo classico italiano ci sia un effetto traino diretto da parte del Prosecco che, tuttavia, ha avuto in questi anni il merito di destagionalizzare i consumi di bollicine. Siamo, infatti, di fronte a un trend di fondo, che si lega al fatto che i consumatori sono più acculturati sul vino e sono disposti a spendere un po' di più per trovare gratificazione".

Se è vero che Trentodoc e Franciacorta guidano i volumi della categoria in Gdo (vedi tabella), **Romano evidenzia la crescita della regionalizzazione della spumantistica**: "Dalla Falanghina al Pecorino, dal Vermentino alla Passerina, le cantine stanno cercando di proporre spumanti locali di qualità mentre, dal lato delle insegne distributive, i buyer devono giustamente dare vivacità agli scaffali. Ed ecco che" osserva "ci troviamo di fronte a molti spumanti di territorio e da uve autoctone". Guardando a questo 2022, si dovrà ancora attendere per verificare se il trend sul Metodo classico italiano prose-

guirà: "Gli aumenti dei listini in Gdo sono attesi a scaffale a breve. Vedremo, quindi, nel primo semestre" conclude l'analista di Iri "come reagiranno i consumatori".

DOP E CONSORZI: ECCO CHI CRESCE DI PIÙ

Tra le protagoniste di questo 2021 c'è, senza dubbi, la Docg **Franciacorta**, che si è presa una rivincita sui mercati, toccando quota 20 milioni di bottiglie vendute, tra Italia ed estero. Oltre 5 milioni di queste (+25%) passano per la Gdo, per un giro d'affari di 71 milioni di euro (+28%), con un prezzo medio/litro di 17,66 euro. Il presidente del Consorzio, Silvano Brescianini, è consapevole del fatto che il risultato 2021 sia stato condizionato da un rimbalzo per l'uscita dal periodo più duro della pandemia da Covid-19 e che "è possibile un'inversione di tendenza in questo 2022". Tuttavia, lega anche la performance del Metodo classico al buon lavoro delle cantine: "Sono molte quelle che hanno investito in comunicazione e immagine. Oggi, infatti, in Gdo si trovano dei Franciacorta abbondantemente sopra i 20 euro. E non è poco. Ritengo sia merito di una strategia delle imprese che hanno investito nella qualità del prodotto e nel suo posizionamento (il brand Berlucchi è tra i leader della Docg lombarda; ndr). Un riflesso, in altre parole, dell'aumento della notorietà dei nostri spumanti che hanno, comunque, nell'Horeca il principale orizzonte di crescita e investimento". Non solo: "Siamo di fronte, da un lato, a un consumatore evoluto e, dall'altro" conclude Brescianini "a una distribuzione che ha intercettato questo trend, inserendo grandi vini nei suoi scaffali".

E sempre in Lombardia, ma in **Oltrepò Pavese** (distretto da 75 mln di bottiglie, culla italiana del Pinot nero), i risultati sono altrettanto positivi. Seppure con volumi ancora contenuti, il Metodo classico ha registrato nel 2021 un +48% in quantità e un +62% in valore. Il direttore del Consorzio, Carlo Veronese, ricorda che gli spumanti Docg hanno superato per la prima volta quota 500mila bottiglie (+23%), grazie all'aumento delle rivendicazioni a Dop delle cantine: "Stiamo attraversando un momento in cui la spumantistica diventa sempre più importante e tante aziende »

Vendite 2021 in Gdo

	volume (litri)	valore (euro)	var % vol	var % val	prezzo medio litro	var % prezzo medio lt	% vol promo
- TOTALE BOLLICINE	88.097.520	635.787.136	18	20	7,65	2,1	53
Prosecco	41.251.528	283.004.320	21	21	6,86	-0,3	57
Metodo classico italiano	8.211.175	135.082.576	25	28	16,45	2,9	50
Franciacorta	4.018.656	70.987.392	25	28	17,66	3,0	44
Trentodoc	3.860.467	59.301.320	25	28	15,36	2,4	58
Oltrepò Pavese	24.597	253.459	48	62	10,30	9,6	36
Alta Langa	20.703	387.138	-15	9	18,70	28,3	37
altri Metodo classico Italia	328.143	4.594.074	32	41	14,00	6,8	32

fonte: Iri - totale Italia (iper, super, libero servizio piccolo)



CANTOLIO

Un gusto intenso proveniente da calde estati e fresche brezze marine dove, tra sabbia e rocce calcaree, antiche radici respirano aria mediterranea.



» stanno investendo in prodotti migliori. È, inoltre, cresciuta l'attenzione alla qualità da parte del consumatore: dovendo bere meno, si beve meglio e ciò si riflette anche nel consumo di bollicine". La crescita del Metodo classico in Gdo è spiegabile, secondo Veronese, con l'effetto Covid sui mercati: "La Gdo ha aperto le porte a tante imprese ed è riuscita ad assortire meglio gli scaffali e, inoltre, il consumatore si è dimostrato più pronto a scoprire nuove denominazioni". A preoccupare, ora, è la situazione generale e l'incertezza legata a pandemia e guerra: "Ci aspettiamo un incremento dei listini e sarà importante capire come reagirà il consumatore. Non è un fatto negativo

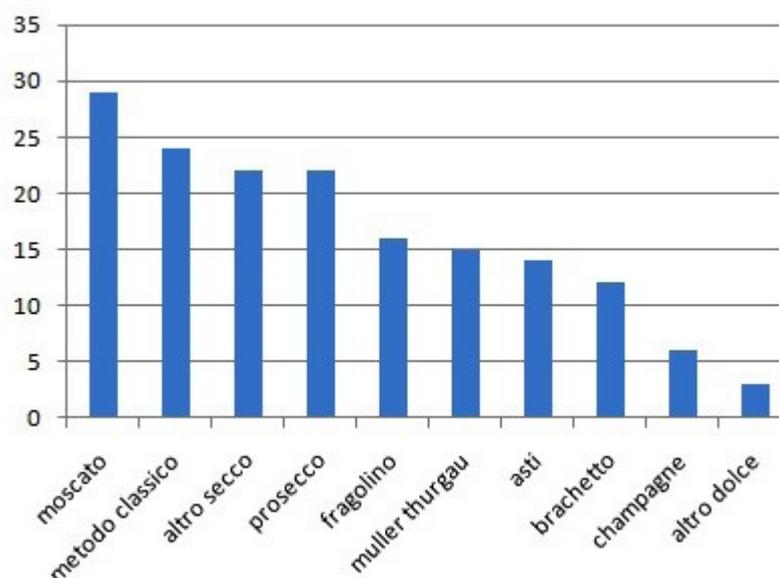
in assoluto che il vino aumenti, perché per alcuni distretti si lavora ancora sotto costo. Un Oltrepò Pavese, considerata la qualità e i costi di produzione" conclude "deve essere venduto a un prezzo ben superiore a 10-12 euro".

Il **Trentodoc** è un altro grande "influencer" rispetto alle vendite in Gdo. Per le bollicine trentine di montagna (che contano in squadra, tra gli altri, il celebre brand Ferrari) il 2021 si è chiuso con oltre 3,8 milioni di litri venduti (+25%) per una spesa vicina ai 60 milioni di euro (+28%), a un prezzo medio al litro pari a 15,36 euro, in aumento rispetto al 2020 di 2,4 punti percentuali, e con una percentuale in promozione sui volumi del 58%, la più alta della categoria.

In **Alto Adige**, la Gdo è un canale poco praticato dai brand aderenti all'Associazione produttori spumante metodo classico, che hanno toccato il record di 400mila bottiglie a Doc nel 2021. Pur in presenza di una bollicina da Horeca, il presidente Josef Reiterer non chiude completamente le porte all'ipotesi di mettere un piede negli scaffali dei supermercati: "Indubbiamente, sarebbe un aiuto ma solo a patto che le insegne distributive differenzino nettamente i prodotti a scaffale. Immagino, infatti, un corner apposito creato per i vini di nicchia, ricercati e di alta qualità come i nostri spumanti".

La Docg **Alta Langa** vale in Gdo appena 20mila litri di vino, ma spunta prezzi più alti (18,70 euro/litro con +28,3%). Il Metodo classico piemontese (prodotto in circa 1,5 milioni di bottiglie annue) ha venduto meno tra

Bollicine in Gdo nel 2021 – chi cresce di più in volume (var. %)



fonte: Iri - totale Italia (iper, super, libero servizio piccolo)

gli scaffali ma ha incrementato i valori del 9% (387mila euro) con un'incidenza delle promozioni molto bassa (37%). La Gdo, del resto, non è la destinazione naturale di questa eccellenza italiana: "Siamo di fronte a uno spumante gastronomico" sottolinea Giulio Bava, presidente del Consorzio "e ci muoviamo soprattutto in Horeca. Però, accogliamo con favore questo incremento delle preferenze dei consumatori verso i vini di alta qualità, ben incarnati dalla nostra Docg. È un fatto positivo che il 2021 si sia distinto per un aumento dei consumi di buon vino". Nel caso del Metodo classico, il presidente Bava ritiene che, da una parte, il successo sia legato a un effetto traino del Prosecco su tutte le bollicine e, dall'altra parte, a una generale ricerca della qualità. "Quella stessa che il Consorzio è impegnato a migliorare, grazie alle sue 80 cuvée che vorremmo valorizzare sempre meglio nel canale che più ci rappresenta: quello della ristorazione. Bene, quindi, la Gdo così come l'online come sbocchi alternativi" conclude "ma il nostro orizzonte resta sempre l'Horeca".

Nel distretto del **Lambrusco**, il metodo classico è una nicchia. Su 46 milioni di bottiglie di Lambrusco Doc, il suo peso oscilla tra 1% e 2%. "Il Sorbara" spiega Giacomo Savorini, direttore del Consorzio tutela Lambrusco "è tra quelli che meglio si prestano a questa tipologia, per freschezza e acidità. E sempre più aziende guardano a questa tipologia produttiva come a un'opportunità per mostrare le potenzialità del Lambrusco nelle sue molteplici sfaccettature". La spumantizzazione con metodo classico sta contri-

Metodo classico italiano. Vendite Gdo 2021 per area geografica (volumi/litri)

TOTALE	Nord ovest	Nord est	Centro/Sardegna	Sud
8.211.175	3.358.335	1.768.922	1.830.652	1.253.266

fonte: Iri

buendo “a promuovere ed elevare l'immagine del Lambrusco presso gli addetti ai lavori e i grandi appassionati di vino e bollicine. Produrre vini Metodo classico richiede un importante sforzo produttivo alle aziende, oltre a doti e capacità da affinare nel corso del tempo. Ecco perché riteniamo che questa strada vada percorsa, di pari passo a una continuativa opera di formazione nei confronti di operatori e wine lover”. L'impegno delle cantine dovrà trovare un riflesso nella qualità dei vini e nel loro valore: “Se riusciremo a ottenere questo obiettivo, la presenza dei Lambrusco Metodo classico non solo nell'Horeca ma anche in Gdo non potrà che rappresentare un'ulteriore grande opportunità”.

IL PUNTO DI COOP ITALIA: “IN CORSO UN FENOMENO DI PREMIUMIZZAZIONE”

Il radar della Gdo è sempre attento a questi fenomeni, per intercettarli e accompagnarli. **Francesco Scarcelli**, responsabile beverage per **Coop Italia**, conferma il buon momento (+28%) del Metodo classico italiano nel 2021 rispetto a un 2020 condizionato negativamente dai lockdown, soprattutto nella categoria bollicine: “Sta proseguendo la premiumizzazione del consumatore finale che, avendo trovato in questi due anni determinati prodotti in Gdo, è disponibile a spostarsi anche verso l'alto di gamma, verso vini che acquistava al ristorante. Poi, c'è un altro aspetto: la scelta delle tipologie si è orientata sulle bollicine, nel senso che si beve molto più spumante che in passato, rispetto al vino fermo. Inoltre, il fenomeno Prosecco, cresciuto a due cifre sia nel 2021 sia nel 2020, ha contribuito a spostare il consumo dal momento delle festività alla quotidianità: pasto, aperitivo, cena e dopo cena”. Un trend che, come già sottolineato, ha indotto i territori a spumantizzare i vitigni autoctoni. “Inoltre, per molte imprese la grande distribuzione ha rappresentato un polmone e una valvola di sfogo. E i consumatori hanno scoperto certi prodotti proprio negli scaffali dei supermercati”, prosegue Scarcelli.

Per Coop Italia, così come per altri brand della distribuzione, ora la sfida è non perdere questo tipo di rapporto coi clienti: “Intendiamo continuare a far sì che quelle etichette di vino rimangano nella nostra gamma. Per questo” sottolinea il manager di Coop Italia “siamo stati chiari coi produttori di vino: non vogliamo un rapporto di pochi mesi, che si esaurisca col venir meno dell'emergenza pandemica, ma intendiamo iniziare un percorso insieme”. Anche nel segno del Metodo classico. E in un 2022 caratterizzato dal caro bollette e dalle spinte inflazionistiche, la Gdo, che dal mese di aprile dovrebbe registrare un aumento dei prezzi dei vini, rappresenterà comunque, rispetto all'Horeca, un canale capace di mixare quantità e qualità in modo vantaggioso: “Se è vero che i consumi si sono spostati dal fuori casa verso le mura domestiche e se un prodotto a scaffale è ritenuto di qualità e al giusto prezzo” conclude Scarcelli “penso che il consumatore ci darà ancora fiducia”. ❖



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



A.A. Sauvignon Lafóa '20
CANTINA COLTERENZIO

In Alto Adige, più precisamente a Cornaiano sorge la Cantina Colterenzio. L'azienda conta su 300 soci conferitori e si estende su 300 ettari di vigneto, dove vengono coltivate 14 diverse qualità di uva. Con Marco Sabellico assaggiamo l'A.A. Sauvignon Lafóa '20. Dal colore paglierino brillante dai riflessi verdi, al naso è ricco di erbe aromatiche di salvia e menta, note di frutta tropicale e di frutti di sambuco. Al palato è fresco, pieno, strutturato, note di erbe aromatiche, delicati sentori vegetali, sorretto da una fresca vena acida, chiude su note di menta e agrumi. Ottimo in abbinamento a piatti di pesce, crostacei, primi piatti con sughi a base di erbe come un risotto all'ortica, ma anche con dei formaggi di capra.

Scopri la referenza:

www.colterenzio.it/it/i-vini/lafoa/

Per guardare la puntata

www.instagram.com/tv/CcA4gu0NF5I/

RIFORMA IG. A RISCHIO IL RUOLO DEI CONSORZI?

▲ a cura di Loredana Sottile



Ecco che cosa dice il testo della Commissione Ue che non piace all'Italia. A preoccupare la delega all'Euipo. Il ministro Patuanelli: "Non si può trasformare il Made in Italy in un prodotto commerciale". Ma il relatore De Castro rassicura: "Subito al lavoro per salvaguardare il sistema. Mai più casi Prosek"



Procedura rapida di registrazione; maggiore protezione online; più valore alla sostenibilità; più poteri alle associazioni di produttori. Sono questi i quattro pilastri su cui poggia la riforma delle Indicazioni geografiche (Dop e Igp), adottata lo scorso 31 marzo dalla Commissione Europea, che riguarda vini, bevande spiritose e prodotti agricoli. *"L'obiettivo delle nuove misure"* spiega la Commissione Europea *"è mantenere la qualità e gli standard alimentari elevati dell'Ue e garantire che il nostro patrimonio culturale, gastronomico e locale sia preservato e certificato come autentico nell'Ue e nel mondo"*.

A guidare la riforma l'italiano Paolo De Castro, (membro della commissione Agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento Ue), nominato relatore della proposta. *"Salvaguardare e rafforzare quella che rappresenta una delle storie di maggior successo dell'Unione"* ha detto *"saranno questi gli obiettivi imprescindibili del mio lavoro sulla riforma del sistema delle Indicazioni geografiche. Un patrimonio economico e politico, oltre che culturale e sociale, per il quale siamo pronti a metterci al lavoro fin da subito, in collaborazione con tutti i consorzi di tutela e produttori europei, con l'imperativo"* conclude *"di salvaguardare un sistema senza eguali nel mondo, e rafforzarlo ulteriormente affinché casi come quello del Prosek croato non possano più ripetersi"*. La prossima tappa è l'esame del testo (89 articoli) tra maggio e giugno per poi arrivare in Aula entro la fine dell'anno.

"Le Indicazioni geografiche" ha ribadito il commissario per l'Agricoltura **Janusz Wojciechowski**, nel presentare la riforma, *"rappresentano la ricchezza e la diversità del nostro patrimonio enogastronomico europeo. Proponendo oggi un rafforzamento e un'ulteriore armonizzazione del nostro quadro giuridico, vogliamo promuovere la produzione di prodotti di qualità tradizionali. Ciò andrà a beneficio delle economie rurali in tutta l'Unione, contribuirà a preservare le tradizioni locali e le risorse naturali, e proteggerà ulteriormente la notorietà globale dei prodotti agroalimentari dell'Ue"*.

Se le finalità sono più o meno condivisibili, a destare dei dubbi - soprattutto tra le associazioni italiane di settore - sono invece le modalità. Ma vediamo le principali novità nel testo. »

Il passaggio incriminato

"Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 84 che integra il presente regolamento con norme sull'affidamento all'EUipo dell'esercizio di registrazione delle Ige europee"


BRIC
CASTELVEJ®
dal 1956 Produttori nel Roero



Roero Riserva Panera Alta 2017

Una famiglia, il suo vino e l'entusiasmo di produrlo.



Quella della cantina vinicola Bric Castelvej è una storia di famiglia, una storia semplice fatta di valori e persone che credono in ciò che fanno, mettono l'anima e la passione in ogni bottiglia di vino prodotta.



» ECCO COSA PREVEDE LA RIFORMA

In primis, la Commissione prevede una **procedura di registrazione abbreviata** e semplificata: le diverse norme tecniche e procedurali sulle Ig saranno unificate, dando luogo a un'unica procedura di registrazione delle Indicazioni geografiche per i richiedenti dell'Ue e dei Paesi terzi.

In secondo luogo, è prevista una maggiore **protezione online**: il nuovo quadro aumenterà la protezione delle Ig su internet, in particolare per quanto riguarda le vendite tramite piattaforme online e la tutela contro la loro registrazione e il loro utilizzo in malafede nel sistema dei nomi di dominio.

Su fronte della **sostenibilità**, viene stabilito che i produttori potranno valorizzare le loro azioni in materia di sostenibilità sociale, ambientale o economica nel disciplinare di produzione, stabilendo i relativi requisiti.

Infine, il testo parla di **più poteri alle associazioni di produttori**: gli Stati membri dovranno riconoscere le associazioni di produttori di Ig che ne fanno richiesta. Le associazioni riconosciute avranno la facoltà di gestire, rafforzare e sviluppare le proprie Indicazioni geografiche, in particolare grazie all'accesso alle autorità anti-contraffazione e doganali di tutti gli Stati membri.

Infine, uno dei passaggi più controversi del testo riguarda la competenza in fatto di registrazione. Se a livello nazionale resta materia degli Stati membri, in campo europeo **la Commissione – pur rimanendo responsabile della registrazione, della modifica e della cancellazione di tutte le registrazioni – fa riferimento all'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale (Euipo)**, “come fornitore di assistenza tecnica nel processo di esame per contribuire ad accelerare le procedure”. Anche perché, dichiara la stessa Commissione “ne-

L'iter di consultazione e le priorità

La proposta presentata dalla Commissione Ue è il risultato di un ampio processo di consultazione che ha portato ad ottobre 2020 alla pubblicazione di una prima valutazione d'impatto iniziale, seguita da una consultazione pubblica aperta dal 15 gennaio al 9 aprile 2021.

Da questi confronti sono stati individuati alcuni limiti del sistema delle Ig, come una **scarsa conoscenza e comprensione delle Indicazioni geografiche da parte dei consumatori in alcuni Stati membri e una scarsa applicazione delle norme**. È stato inoltre evidenziato che la sostenibilità ambientale e il benessere degli animali potrebbero essere integrati ulteriormente.

Il valore delle Ig in Europa

Attualmente risultano registrati 3.458 nomi: **1.624 vini, 1.576 prodotti alimentari e agroalimentari e 258 bevande spiritose**. Dal più recente studio sulle Indicazioni geografiche, pubblicato nel 2020, è emerso che il valore delle vendite di un prodotto con un nome protetto è in media il doppio di quello di prodotti simili privi di certificazione. Lo studio ha stimato che il valore delle vendite annuali dei prodotti protetti da indicazione geografica è pari a 74,76 miliardi di euro all'anno, di cui oltre un quinto è dovuto alle esportazioni al di fuori dell'Unione europea.

gli ultimi quattro anni l'Euipo ha contribuito a valutare circa 1300 domande di Indicazioni geografiche e ha creato Giview, una nuova banca dati di ricerca per tutti i nomi protetti, collegata al registro delle Ig dell'Unione”.

LE PERPLESSITÀ SU EUIPO E SUL FUTURO RUOLO DEI CONSORZI

Il primo in Italia a commentare negativamente la nuova riforma è stato il ministro delle Politiche Agricole **Stefano Patuanelli** che non le ha mandate a dire, soprattutto relativamente al coinvolgimento di Euipo: “*I prodotti Dop e Igp non sono marchi commerciali ma eccellenze del territorio da tutelare. Ho più volte ribadito che non permetteremo mai il via libera a un sistema che punta ad eliminare il fondamentale rapporto con i territori per assumere quello di marchio commerciale. Nessuno può trasformare il nostro Made in Italy in un comune prodotto commerciale*”.

Il timore per il rafforzamento di Euipo va di pari passo alla paura che a perdere il loro ruolo di tutela e promozione siano i Consorzi. Come ha sottolineato lo stesso relatore **Paolo De Castro** “*Condividiamo pienamente l'obiettivo della Commissione di rafforzare la protezione e ampliare la diffusione di questi prodotti di altissima qualità, invidiati in tutto il mondo, ma siamo preoccupati da proposte che possano portare a un indebolimento del ruolo dei consorzi, o a una delega della responsabilità di analisi e valutazione dei disciplinari di produzione all'Ufficio europeo dei brevetti, che non possiede quelle compe-*



»

Osservazioni di Paolo De Castro, relatore della proposta

Non posso che condividere pienamente l'obiettivo della Commissione di rafforzare la protezione e ampliare la diffusione di questi prodotti di altissima qualità, invidiati in tutto il mondo. Ma siamo molto preoccupati da proposte che possano portare a:

- ❖ un indebolimento del ruolo dei consorzi, veri protagonisti nello sviluppo di queste eccellenze, e della protezione delle denominazioni composte;
- ❖ un allentamento sul divieto di evocazione, contrariamente a quanto chiarito dalla Corte di Giustizia Ue;
- ❖ una delega eccessiva della responsabilità di analisi e valutazione dei disciplinari di produzione all'Ufficio europeo dei brevetti, che non dispone di quelle competenze agricole e intrinseche allo sviluppo rurale, che invece può mettere a disposizione la Dg Agri

» *tenze prettamente agricole che invece può mettere a disposizione la direzione generale Agricoltura della Commissione".*

Per **Confagricoltura** "va meglio precisato il ruolo che si intende affidare a Euipo nella fase di esame delle candidature e l'attività che potranno svolgere, in ambito nazionale, i gruppi di produttori autorizzati ai fini della tutela e dello sviluppo delle Indicazioni Geografiche".

Stesse perplessità sono espresse da **Alleanza Cooperative**: "Pur condividendo gli obiettivi di fondo dichiarati dalla Commissione Europea nella sua proposta di modifica, esprimiamo tuttavia alcune perplessità sugli strumenti individuati, a partire dal maggiore coinvolgimento previsto in capo all'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale nella gestione dei dossier. Se non adeguatamente regolamentato e circoscritto" sottolinea il presidente Giorgio Mercuri "si potrebbe rischiare una deriva verso un mero sistema di tutela proprietà intellettuale dei marchi piuttosto che della valorizzazione del legame dei prodotti a denominazione con i territori". Inoltre, continua Mercuri la riforma dovrebbe "ambire a rafforzare il ruolo degli organismi di tutela senza tradirne la loro primaria funzione,

Il ruolo centrale dell'Italia nelle decisioni Ue

Senza entrare nel merito della proposta della Commissione, va sottolineato il ruolo che l'Italia si è ritagliata nelle discussioni dei principali dossier europei. Decisivo è stato, infatti, l'intervento italiano in merito al Cancer Plan dello scorso febbraio quando, ricordiamo, si è evitato il peggio grazie agli emendamenti presentati dagli europarlamentari italiani Paolo De Castro e Herbert Dorfmann (vedi articolo [Cancer Plan. Ecco perchè quella del vino è una vittoria a metà](#)). Così come decisivo sarà adesso il lavoro dello stesso De Castro, nominato relatore della Riforma.

Un ruolo che senz'altro il nostro Paese si è guadagnato sul campo, grazie ad una Dop economy che oggi sfiora i 10 miliardi di euro l'anno.

che è la promozione e valorizzazione dei territori dell'Unione europea".

Anche spostandoci fuori dai confini italiani, le perplessità rimangono identiche.

Per **Origin**, la rete dei Consorzi europea "La Commissione, pur rimanendo responsabile del processo decisionale in materia di registrazioni, modifiche e cancellazioni delle Ig, propone di svolgere la gestione del sistema in collaborazione con l'Euipo, senza spiegare i poteri e le responsabilità ad esso attribuiti. Ciò potrebbe comportare ulteriori ritardi nel processo e la perdita di centralità della stessa Ce".

FEDERDOC: "UNA RIFORMA POCO CHIARA"

Commento molto duro da parte di **Federdoc**: "La proposta non semplifica. Al contrario moltiplica gli interlocutori istituzionali per i produttori di Ig. In questo modo" spiega il presidente **Riccardo Ricci Curbastro** "la Commissione Europea vuole semplicemente una delega in bianco per decidere il futuro della politica delle Ig, senza il contributo dei due co-legislatori, il che non è democraticamente accettabile. Infatti, la delega ad Euipo del riconoscimento delle Indicazioni Geografiche comporterebbe la gestione secondo criteri privatistici di quello che in realtà è un patrimonio collettivo, con inevitabili ricadute negative per il nostro settore, che vedrebbe minata la tutela delle nostre eccellenze per soddisfare la semplificazione degli uffici della Commissione. Il caso Prosek" conclude "ha dimostrato che c'è necessità di una maggiore tutela per le Ig e tale tutela non può essere efficacemente gestita da un soggetto non istituzionale, quale l'Euipo".

Per Federdoc, inoltre, tutta la riforma appare poco consistente: "Le attuali regole delle Ig sono soddisfacenti" incalza Ricci Curbastro "in quanto permettono già ai produttori di vino Ig di garantire la sostenibilità, di proteggere le Ig, i domini internet e le merci in transito. Nella proposta della Commissione non c'è chiarezza su come proteggerle ulteriormente, anzi alcune delle disposizioni incluse nella proposta sembrano minare quanto concordato dai co-legislatori nella riforma della Pac". ❖

FARfALLA

Cave Privée



*Farfalla è l'essenza stessa
della cantina Ballabio.*

*Un progetto che portiamo
avanti ogni giorno
nato dalla passione e dalla
continua ricerca verso
l'eccellenza.*



Ballabio

www.ballabiowinery.it

Tel. 0383.805878

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice	Var% settimanale	Var% inizio anno
S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	1,17	2,45
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	2,13	-4,07
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	0,69	-0,91

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-0,28	-4,62	-11,36	656
Campari	Italia	3,74	-14,74	14,67	12.731
Centrale del Latte d'Italia	Italia	9,71	-1,74	5,94	47
La Doria	Italia	0,12	0,12	-8,04	510
Marr	Italia	-1,73	-21,80	-20,62	983
Newlat Food	Italia	-1,31	-9,47	-6,52	264
Orsero	Italia	-1,83	13,08	59,52	236
Valsoia	Italia	0,00	-16,36	-17,86	123
Anheuser Bush I	Belgio	0,41	5,08	3,91	97.056
Danone	Francia	-2,47	-7,38	-13,16	34.769
Pernod-Ricard	Francia	4,74	-4,40	25,28	52.951
Remy Cointreau	Francia	4,59	-9,53	22,07	9.896
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-2,34	-11,77	-18,48	2.386
Dsm	Olanda	0,37	-17,25	13,35	28.638
Heineken	Olanda	-2,49	-12,10	-1,65	50.054
Jde Peet S	Olanda	0,59	-2,51	-15,32	13.282
Ebro Foods	Spagna	-0,86	-4,74	-9,05	2.474
Viscofan	Spagna	1,48	-3,87	-7,29	2.543
Barry Callebaut N	Svizzera	3,40	1,44	5,34	12.167
Emmi N	Svizzera	2,77	-3,35	7,55	5.486
Lindt N	Svizzera	-0,86	-5,73	32,35	15.398
Nestle N	Svizzera	2,23	-3,24	17,12	343.042
Associated British Foods	Gran Bretagna	-6,22	-18,18	-33,46	15.579
Britvic Plc	Gran Bretagna	-1,39	-11,30	-2,22	2.616
Cranswick Plc	Gran Bretagna	-2,08	-3,35	-1,00	2.279
Diageo	Gran Bretagna	2,49	-1,40	32,34	109.954
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	4,24	13,79	-1,70	4.223
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	3,48	34,49	58,03	46.612
Beyond Meat	Stati Uniti	-7,73	-27,26	-63,98	1.275
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-0,98	-22,27	-67,58	3.659
Brown-Forman B	Stati Uniti	0,18	-7,15	-4,12	19.106
Bunge Ltd	Stati Uniti	3,53	19,85	41,74	14.470
Campbell Soup	Stati Uniti	0,34	3,27	-10,40	12.344
Coca-Cola Co	Stati Uniti	0,50	5,51	18,29	246.884
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	2,10	-0,15	-9,04	14.912
Constellation Brands	Stati Uniti	-0,61	-8,22	0,03	34.509
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-0,15	15,57	9,77	11.795
Flowers Foods	Stati Uniti	-0,15	-5,39	8,16	5.011
Freshpet Inc	Stati Uniti	5,94	12,93	-34,94	4.261
General Mills	Stati Uniti	2,22	2,64	12,40	37.969
Hershey Company	Stati Uniti	1,71	12,89	37,06	28.996
Hormel Foods	Stati Uniti	3,06	7,09	9,35	25.970
Ingredion Inc	Stati Uniti	0,80	-7,53	-0,90	5.434
Kellogg Co	Stati Uniti	3,04	2,13	3,38	20.401
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-3,50	0,24	5,57	47.771
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	1,11	-4,88	-25,20	7.981
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	0,28	-7,53	-14,02	3.844
Mccormick & Co	Stati Uniti	6,08	6,40	15,39	23.448
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-4,96	10,87	-2,58	9.397
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	-0,08	-4,98	7,12	80.132
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-0,82	-14,72	-12,35	39.524
National Beverage Corp.	Stati Uniti	1,81	0,49	-6,33	3.875
Nomad Foods	Stati Uniti	5,42	-8,00	-16,12	3.671
Pepsico Inc	Stati Uniti	0,78	-2,42	18,40	213.656
Performance Food Gr	Stati Uniti	-5,47	8,83	-13,37	7.047
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	3,30	-10,07	4,71	5.639
Post Holdings	Stati Uniti	4,02	-56,92	-54,93	4.015
Seaboard Corp	Stati Uniti	5,13	8,00	13,88	4.497
Smucker, J.M.	Stati Uniti	1,73	1,44	8,40	13.622
Sysco Corp	Stati Uniti	-0,72	5,03	4,06	38.558
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-1,53	-19,88	-23,59	2.842
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	0,56	10,28	-1,79	44.209
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	1,54	3,48	20,87	24.046
Us Foods Holding	Stati Uniti	-4,96	4,59	-4,56	7.406



Un'eredità
riportata
alla luce

MEZZADRO·ALLA·FONTANA
AMARONE
RISERVA 2011



FARINA®



ALOIS

“ Avevo questo piacere della natura,
l’ho preso da mio padre che divideva
la giornata tra il setificio e la vigna ”

MICHELE ALOIS



Alle pendici dei Monti Caiatini, in uno splendido altopiano che si estende su una superficie di 9 ettari, Michele Alois ha realizzato il suo sogno: il vigneto, la cantina ed una casa rurale borbonica dei primi dell'Ottocento.

Alto, di corporatura vasta ed asciutta, la faccia come plasmata nella terra, amante dell'aria pura e dei profumi della campagna, nelle sue ore di meditazione nella tenuta di famiglia a Pontelatone, tra i ricordi antichi ed una scommessa nata per gioco, ha innestato le prime preziose marze dell'antico vigneto autoctono di Casavecchia.

Una scommessa che coincide con l'orgoglio della propria terra. Dopo 30 anni da quei primi innesti e dopo 20 anni di sperimentazioni ecco finalmente le prime bottiglie dei cru aziendali, coltivati in alta collina ai piedi del monte Friento a 350mt di altezza.

*Tre le etichette prodotte per la nuova linea Alois Cru:
Morrone - Pallagrello Bianco
Murella - Pallagrello Nero
Tribulanum Riserva - Casavecchia di Pontelatone*