



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



“IL FUTURO DEL VINO È NEL TERRITORIO”. COSÌ IL PRESIDENTE UIV FRESCOBALDI

BIOTECH

La Commissione Ue apre consultazione pubblica su Ogm e Tea. Raccolta di pareri fino al 22 luglio

DOC SICILIA

Bottiglie sopra i 96 milioni.
❖ Biodiversità e autoctoni per rispondere alla crisi climatica

FIERE

Torna il Simei con un'edizione dedicata alla sostenibilità. E per la prima volta ci sarà anche la birra
❖

GUIDE

Il Gambero Rosso dedica una nuova pubblicazione ai vini rari. Tra le novità, il punteggio in centesimi
❖

GRAPPA

Il distillato di bandiera cerca il rilancio tramite il Consorzio: ecco la squadra. In attesa del decreto mancante
❖



A Milano la mostra che racconta le vigne di Valdobbiadene

“A disegnar le vigne. Le Colture un racconto per immagini”, è il titolo della mostra fotografica allestita dal 4 al 29 maggio alla galleria Still Fotografica di Milano: una testimonianza per immagini nata dalla volontà dell'azienda vinicola Le Colture di rendere omaggio al territorio di Valdobbiadene attraverso una serie di iconici scatti nati **dalla libera interpretazione del fotografo marchigiano Lorenzo Cicconi Massi**.

“A disegnar le vigne è prima di tutto un progetto editoriale, pubblicato da Marsilio nello scorso 2021, e che oggi si fa mostra per condividere con tutti la rappresentazione di una Valdobbiadene autentica, di quei contadini che hanno creduto e ancora credono nella loro terra” racconta Veronica Ruggeri, co-titolare dell'azienda vitivinicola di Santo Stefano di Valdobbiadene.

In questa raccolta, composta da circa 50 immagini, l'autore racconta attraverso uno storytelling sartoriale e a tratti quasi fiabesco, un anno di ritmi, pensieri ed emozioni che nascono e si evolvono nelle vigne di Valdobbiadene, luogo magico incastonato tra le colline dichiarate dall'Unesco Patrimonio dell'Umanità. I suoi scatti, come le sue parole, mostrano tutto il suo sguardo di meraviglia: “Quando arrivi in questa terra” dice “ti immergi in un posto sorprendente. Guardi ammirato il dedalo di stradine che si insinuano nelle vigne e le colline così rotonde e poi improvvisamente aguzze. Sembra di essere entrato in un disegno bellissimo, fatto da un bambino”.

foto: Lorenzo Cicconi Massi

RISTORAZIONE. Migliora clima fiducia nel 2022, ma resta sotto i livelli 2019

Nonostante l'esplosione del conflitto in Ucraina, le tensioni sui prezzi delle materie prime e le attese ripercussioni sui flussi del turismo internazionale, gli imprenditori del settore della ristorazione sono ottimisti per i risultati attesi nel secondo trimestre del 2022. Lo segnala l'Ufficio studi di Fipe-Confcommercio nella consueta indagine congiunturale.

Nel dettaglio, l'indicatore del clima di fiducia è salito a 92,5 punti, guadagnandone otto rispetto al quarto trimestre del 2021 e avvicinandosi ai livelli del primo trimestre 2019 (+97,6). Fiducia che aumenta malgrado i risultati economici siano ancora di segno negativo: tra chi valuta il primo trimestre 2022 in maniera positiva e chi no, la forbice si ferma a -27,6%, ovvero 15 punti sotto il livello dello stesso periodo del 2019. **A migliorare è l'indicatore sull'andamento dell'occupazione**, con gli imprenditori della ristorazione confidano maggiormente di trovare manodopera qualificata rispetto alla fine del 2021.

L'impennata dei costi di approvvigionamento dovuta al caro materie prime, infine, potrebbe riversarsi sui consumatori finali, scrive la Fipe. Rispetto al 2021, aumenta del 15% il numero degli imprenditori pronto a rialzare i listini.



Le nuove regole che aprono ad una stagione di ritorno alla quasi normalità

Addio al Green Pass per consumare al bar o al ristorante, all'esterno o all'interno e niente più mascherine obbligatorie (se non per mezzi di trasporto, spettacoli, eventi al chiuso e strutture sanitarie). Sono alcune delle nuove regole anti-Covid presenti nell'ordinanza firmata lo scorso 28 aprile dal Ministro della Salute Roberto Speranza, che sanciscono un ulteriore allentamento delle regole e aprono ad una nuova stagione di ritorno alla quasi normalità. **Altra importante novità è che dal primo maggio è decaduto anche l'obbligo di compilare il Plf - Passenger Locator Form - per chi arriva dall'estero**, sebbene fino al 31 maggio sia ancora necessario il tampone rapido con esito negativo per chi non ha il Green Pass. Per ristoratori e operatori del turismo una boccata d'ossigeno che lascia guardare con maggiore fiducia al futuro prossimo.

PREZZI. Ocse: "Inflazione record a marzo 2022". Mai così alta dal 1988

Inflazione a livelli record a marzo 2022 nell'area Ocse. Il dato diffuso dall'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico dice che a marzo 2022 l'indice è balzato all'8,8% annuo, spinto dai beni energetici che continuano a salire. **I prezzi al consumo di marzo rappresentano il più forte aumento dal lontano ottobre 1988**. A febbraio scorso, l'incremento è stato del 7,8% mentre a marzo 2021 fu di appena il 2,4%. Circa un quinto dei Paesi Ocse registra un'inflazione a due cifre, col tasso più alto in Turchia (61,1% su marzo 2021).

Considerando solo i prezzi dell'energia l'indice è salito del 33,7% su base annua a marzo, dal 26,6% di febbraio. È il tasso più alto da maggio 1980. Escludendo beni alimentari ed energia, l'inflazione annua è a +5,9% a marzo, dopo il +5,6% a febbraio. Nella sola area dei mercati del G20, infine, si è attestata a marzo 2022 al 7,9% annuo rispetto al 6,8% di febbraio.

AGRICOLTURA. Operativo fondo per investimenti innovativi delle Pmi

Dal 23 maggio diventerà operativo il Fondo per gli investimenti innovativi relativo alle attività di trasformazione e commercializzazione dei prodotti per le micro, piccole e medie imprese agricole. **Il sostegno è a fondo perduto fino a 20mila euro e per un massimo del 40% dell'investimento**. L'agevolazione è prevista dalla Legge di Bilancio 2020, con dotazione di 5 milioni di euro. *"L'auspicio è che a cogliere queste opportunità siano soprattutto le micro e piccole imprese agricole che sinora difficilmente riescono ad accedere ai finanziamenti già esistenti"* afferma Giuseppe L'Abbate, esponente M5S in Commissione Agricoltura.

Gli investimenti ammissibili riguardano i beni materiali e immateriali strumentali per cui è previsto un contributo sino al 30%, una percentuale che sale al 40% nel caso di spese riferite all'acquisto di beni strumentali funzionali alla trasformazione tecnologica e digitale delle imprese, secondo il modello 'Industria 4.0'. Il Ministero per lo sviluppo economico ha fissato al 23 giugno il termine per presentare domanda.

ALIMENTARE. Draghi a Strasburgo: "Più autonomia strategica". De Castro: "Rivedere norme su taglio pesticidi"

C'è un forte rischio di crisi alimentari a livello globale per la guerra in Ucraina e, pertanto, occorre una maggiore autonomia strategica alimentare dell'Ue. Il monito del premier italiano Mario Draghi è risuonato all'Europarlamento di Strasburgo il 3 maggio scorso. Draghi ha evidenziato la necessità che le istituzioni si adeguino alle trasformazioni in atto.

Per quanto riguarda l'agricoltura, tuttavia, **la recente bozza di Bruxelles sul taglio del 50% dei pesticidi entro il 2030 non sembra viaggiare nella stessa direzione, come ha osservato Paolo De Castro**, definendola punitiva verso il settore primario. *"I consumatori ha dichiarato l'eurodeputato "vedrebbero aumentare i prezzi e la produttività europea diminuirebbe a favore di importazioni da Paesi terzi"*. Target da rivedere, quindi, che siano correlati ai tempi attuali, in modo da guidare le imprese verso una transizione ecologica di portata globale.

BIOTECH. La Commissione Ue apre consultazione pubblica su Ogm e Tea

La Commissione Ue, come annunciato nei mesi scorsi, ha aperto lo scorso 29 aprile la [consultazione pubblica sulle nuove tecniche genomiche](#). Fino al 22 luglio prossimo, cittadini e portatori di interessi avranno modo di inviare il proprio parere sul funzionamento dell'attuale legislazione sugli Ogm, in vista della stesura di nuove regole in materia di applicazione della mutagenesi mirata e della cisgenesi nelle piante, compresi i mangimi e gli alimenti da esse ottenuti. **Bruxelles intende giungere a un nuovo quadro che superi l'attuale legislazione in materia di organismi geneticamente modificati**. L'iniziativa europea punta a fornire un'adeguata sorveglianza regolamentare per i prodotti vegetali interessati, per garantire un elevato livello di protezione della salute umana e animale (ma anche dell'ambiente) e permettere l'innovazione e il contributo delle piante ottenute mediante nuove tecniche genomiche sicure, rispetto agli obiettivi del Green Deal europeo e della strategia Farm to fork.

La ricerca agraria, come sottolineato da Coldiretti, ha oggi a disposizione nuove tecnologie di miglioramento genetico che permettono di riprodurre in maniera precisa e mirata i risultati dei meccanismi alla base dell'evoluzione biologica naturale, raggruppate sotto la denominazione Tea (Tecnologie di evoluzione assistita), che non implicano l'inserimento di Dna estraneo alla pianta. *"Bisogna arrivare a una regolamentazione dei prodotti agricoli ottenuti da tali metodologie"* conclude il sindacato degli agricoltori *"che oggi non trovano un'adeguata collocazione a livello normativo comunitario"*.



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2022



**Franciacorta Crio Rosè
Francesco Battista Ris. '12
I BARISÈI**

Nel cuore della Franciacorta più precisamente ad Erbusco sorge l'azienda I Barisèi. L'azienda della famiglia Bariselli si estende oggi su 40 ettari di vigneti. Con Marco Sabellico assaggiamo il Franciacorta Crio Rosè Francesco Battista Ris. '12 affinato 90 mesi sui lieviti. Dal colore rosa corallo intenso con un perlage fine, al naso è ricco, speziato, con note di frutti di bosco, fragolina selvatica, ribes nero, fresche note agrumate, note balsamiche e di radice di genziana. Al palato è fresco con un'effervescenza cremosa, sapido, verticale, polposo, pieno, con un finale sul frutto su note di ciliegia matura ed erbe officinali. Ottimo come aperitivo o a tavola in abbinamento con un salmone o tonno grigliato, manzo all'olio, ma anche con formaggi di media stagionatura.

Visita il sito: www.ibarisei.it/

Per guardare la puntata
www.instagram.com/tv/CdI-w84KbFa/

FOCUS

SICILIA EN PRIMEUR. Biodiversità e autoctoni, per affrontare la crisi climatica

a cura di Gianluca Atzeni

7^a edizione 2022 di Sicilia en primeur si chiude a Erice già con lo sguardo al 2023 e alla riconferma della formula anche per il prossimo anno, come annuncia il presidente di Assovini, **Laurent de la Gatinais**. L'evento riservato a stampa e operatori specializzati ha finalmente ritrovato il contatto diretto coi produttori.

IL MERCATO. Ciò che la pandemia ha tolto in questi due anni, i vini siciliani se lo sono comunque ripreso sui mercati, a giudicare dai **96,2 milioni di bottiglie certificate a Doc Sicilia** (+6% sul 2020 e +26% sul 2019), e dalla progressione di uno dei suoi vini di punta, il Grillo, che nella vendemmia 2021 ha prodotto oltre 21 mln di bottiglie (+20% sul 2020). E i primi tre mesi 2022, malgrado le difficoltà di approvvigionamento di materie prime acuite dall'insularità, come spiega **Antonio Rallo**, presidente del Consorzio Doc Sicilia, stanno seguendo il trend del 2021: "Questo riguarda sia le imprese di fascia medio alta sia le piccole, che avevano sofferto di più nel periodo più duro della pandemia". Contenuta l'esposizione verso i mercati russo e ucraino, intorno al 2,5% del totale, per un valore stimato in 25 milioni di euro. Ciò che più sta incoraggiando i produttori isolani è il crescente apprezzamento dei consumatori, la cui percezione del brand è migliorata in Italia e all'estero. "Oggi, si beve meglio del pre-Covid e c'è un'attenzione a 360 gradi che coinvolge tutti i nostri vini, unita a una costante ricerca di bottiglie particolari e di alta gamma nei circuiti delle enoteche", afferma



Rallo. "E in questa edizione" aggiunge de la Gatinais "abbiamo registrato particolare apprezzamento sulla crescita qualitativa dei bianchi, soprattutto il Catarratto, a cui è stata dedicata un'apposita masterclass".

LA BIODIVERSITÀ. La scelta di tenere l'evento a Erice, e di inserire un congresso scientifico, ha suggerito l'unione tra scienza e coscienza: "Il nostro compito" sottolinea il presidente di Assovini "è dare buone informazioni per fare buone scelte. E la scienza ci dice che biodiversità e ricchezza genetica stanno conferendo alla nostra viticoltura una grande capacità di adattamento". Lo ha evidenziato **Marco Moriondo**, ricercatore pres-

In cifre

- 24.683 ettari**
- 96,2 milioni bottiglie**
- 55% export**
- 8mila viticoltori**
- 530 imbottigliatori**

fonte: Consorzio vini Doc Sicilia

so l'Istituto di Bioeconomia del Cnr di Firenze: "La Sicilia vitivinicola è meno esposta ai cambiamenti climatici grazie ai suoi suoli, terroir, biodiversità e microclimi". Un patrimonio di conoscenze, quindi, da usare in futuro. Governare le variabili ambientali in vigna rispettando la natura è tra i valori su cui la Sicilia può contare. Su questo, la Fondazione Sostain sta lavorando a diffondere il suo programma: "Promuovere lo sviluppo etico e sostenibile è tra i nostri obiettivi", dichiara il presidente **Alberto Tasca**. Oggi, quasi 20 milioni di bottiglie arrivano da produzioni certificate Sostain e sono oltre 4.400 gli ettari vitati, con un potenziale di 24mila, considerando il lavoro di avvicinamento di alcune grandi cantine sociali. "La Sicilia conta oggi 42mila ettari su 98mila senza concimi o diserbanti", ricorda Rallo. "Poter affermare a breve che è sostenibile quasi metà del vigneto siciliano" conclude de la Gatinais "sarebbe davvero un grande traguardo per tutti".

CANTOLIO

Un gusto morbido che racconta di terre rosse, preziosi grappoli e antiche radici.



Foto: Di Mario Frames | Grafica: Svanire.com

IRPINIA. Teresa Bruno conquista la presidenza del Consorzio: "Nel mio mandato collegialità e valorizzazione del ruolo degli agricoltori"

Teresa Bruno (contitolare di Petilia e amministratore di Enovit, *nella foto*) è la nuova presidente del Consorzio dei vini di Irpinia, eletta per una ventina di voti in una sfida caratterizzata dal confronto tra due gruppi, appoggiati ognuno da altrettanti brand come Feudi di San Gregorio (a sostegno della Bruno) e Mastroberardino (a fianco del presidente uscente Stefano Di Marzo). I tentativi di ricomposizione in un'unica lista, nelle fasi precedenti l'assemblea elettiva del 27 aprile, non sono andati a buon fine. Ora, però, le acque agitate sembrano essersi calmate. Per il nuovo cda (che ha scelto i suoi vertici il 30 aprile) si tratterà di lavorare, d'ora in avanti, nel segno dell'unità, come spiega a Tre Bicchieri la stessa presidente Bruno (**seconda donna ai vertici consortili dopo Milena Pepe**): "Lavoreremo per l'intero territorio e in rappresentanza di tutti, nel rispetto della volontà espressa dai soci in assemblea. E lo faremo portando un contributo di nuove idee e nuove energie. Collegialità e condivisione i due valori su cui intendo basare tutte le azioni che intraprenderemo, dobbiamo far tornare gli operatori del settore a credere nel Consorzio ed a sentirsi protagonisti".



Il nuovo Cda

Assieme alla presidente Bruno, i componenti del Cda sono Sabino Basso, Fabio De Beaumont, Claudio De Luca, Oreste De Sanctis, Arturo Erbaggio (vice), Antonio Melone, Raffaele Panarella, Ilaria Petitto (vice), Bruno Picariello, Ida Pugliese, Errico Romano, Maura Sarno.

Per il prossimo triennio, il nuovo Consorzio intende muovere i primi passi con precisi obiettivi e priorità: "Vogliamo partire dalla tutela degli agricoltori, i quali non rappresentano di certo l'ultimo tassello di una filiera in cui il peso dei brand e gli aspetti commerciali sono stati messi molto più in evidenza. Gli agricoltori sono coloro che devono tutelare e ridisegnare le nostre colline, contribuendo a far sì che il territorio si apra alla dimensione enoturisti-

ca". E il pensiero della neopresidente Bruno va anche a forme di collaborazione con enti terzi fino alle amministrazioni comunali, che dovranno essere coinvolte in un progetto di ampio respiro, per valorizzare il distretto irpino (oltre 2mila ettari vitati a Dop su circa 6mila) tenendo assieme paesaggio vitivinicolo, cultura, accoglienza e promozione delle eccellenze, a partire da Fiano, Greco e Taurasi Docg. – **G.A.**

PIEMONTE. Da Regione altri 7 milioni per promozione vini e cibi in Europa

Nuove risorse dalla Regione Piemonte per la promozione di vino e produttori agroalimentari nel territorio dell'Ue. Con una dotazione di circa 7 milioni di euro aggiuntivi (che portano a 34 i fondi totali), l'Assessorato regionale all'Agricoltura e cibo ha attivato [il bando sulla misura 3.2.1 del Psr 2021-2022](#)

Tra le attività finanziate, ci sono la partecipazione a manifestazioni fieristiche di carattere internazionale, nazionale, regionale o locale ritenute interessanti; degustazioni guidate, educational tour, incontri B2B, realizzazione di convegni e workshop, azioni promozionali rivolte al circuito Horeca o presso punti vendita, ma anche la predisposizione di materiale promo-pubblicitario, informativo, divulgativo e di iniziative promo-pubblicitarie con i mezzi di informazione ed azioni di educazione alimentare. **Domande di preiscrizione da presentare entro il 20 maggio.**



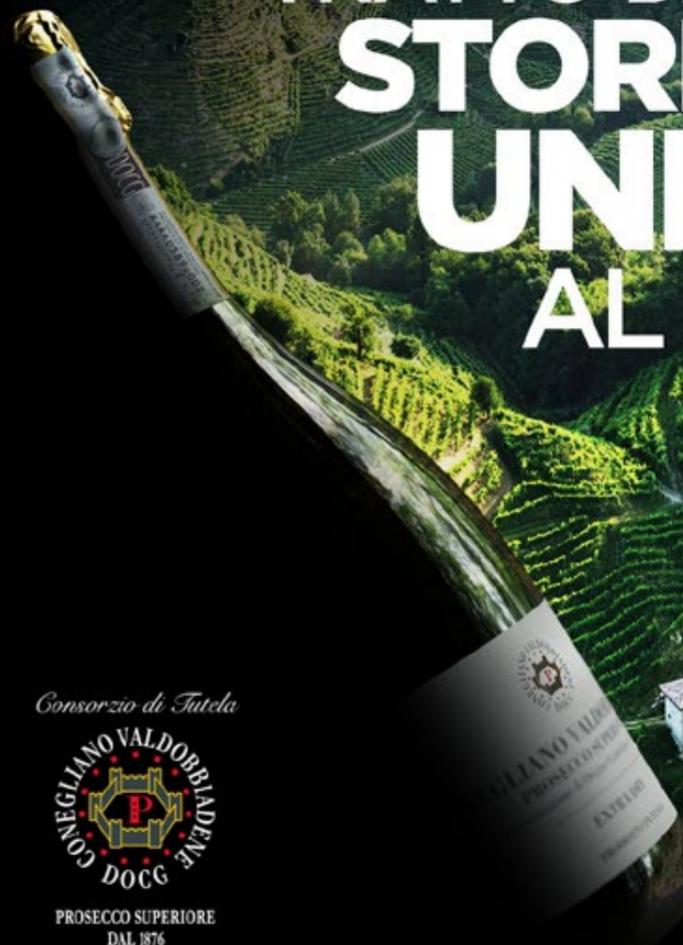
Nelle iniziative, rientrano la valorizzazione del paesaggio rurale, come quelli Unesco, oppure iniziative a corollario della Global conference on wine tourism, forum mondiale sul turismo enologico previsto a settembre; oltre ad iniziative che coinvolgeranno le Enotecche regionali e le strade del vino e del cibo riconosciute.



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

CONEGLIANO VALDOBBIADENE
PROSECCO SUPERIORE DOCG

TRATTO DA UNA
STORIA VERA
UNICA
AL MONDO



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.it](#)



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

FRANCIACORTA. Crescono volumi e valori nel primo trimestre. Eletto il nuovo Consiglio. Brescianini: "Orgogliosi dei 20 milioni di bottiglie"

Primo trimestre 2022 positivo per la Docg Franciacorta che cresce in volume del 45,1% rispetto al primo trimestre 2021, fortemente condizionato dall'emergenza Covid-19.

Gennaio ha registrato tassi di crescita vicini al 37% e i due mesi successivi hanno confermato la tendenza con variazioni positive del 57,8% e 41%. Secondo i dati diffusi dal Consorzio durante l'assemblea dei soci di martedì 3 maggio, **il trend è ancora più positivo nei fatturati, che presentano tassi di crescita simili e lievemente superiori**, a dimostrazione del fatto che il prezzo medio di vendita è in costante aumento. Nel confronto col 2019, le vendite del primo trimestre 2022 sono superiori in tutti e tre i mesi. Nel dettaglio, il mercato interno vale l'82,8% del venduto in volume volumi e registra un +42% sul primo trimestre 2021, mentre l'export ha una quota del 17,2% e segna un incremento del 62,2%, dovuto anche alla progressiva ripresa degli scambi commerciali con i Paesi esteri.

L'assemblea ha eletto il nuovo consiglio di amministrazione, che sarà chiamato a eleggere presidente e amministra-

tore delegato nei prossimi giorni. Il presidente Silvano Brescianini (che potrebbe ottenere un nuovo incarico) ha sottolineato in assemblea l'importante traguardo rag-

giunto dalla Docg nel 2021: *"Per la prima volta, abbiamo superato la soglia dei 20 milioni di bottiglie vendute. Credo dovremo farci i complimenti ed essere orgogliosi"*.

L'assemblea ha, inoltre, approvato all'unanimità la modifica dell'art.6 del disciplinare in cui si prevede per il Franciacorta Satèn il cambio della pressione massima consentita da 5 atmosfere a una sovrappressione massima di 5 atmosfere a 15 °C.



Il nuovo cda

Lucia Barzanò, Loris Biatta, Luigi Biolatti, Joska Biondelli, Cesare Bosio, Michele Bozza, Silvano Brescianini, Stefano Camillucci, Mario Falcetti, Laura Gatti, Francesca Moretti, Paolo Pizziol, Emanuele Rabotti, Gualberto Ricci Curbastro, Giuseppe Vezzoli, Maurizio Vezzoli, Maurizio Zanella, Arturo Ziliani.

VENETO. Isidoro Rebuli riconfermato presidente della Strada del Prosecco



Quarto mandato consecutivo per Isidoro Rebuli (foto) alla presidenza della Strada del Prosecco e vini dei colli Conegliano Valdobbiadene. Il cda lo ha nominato all'unanimità a **rappresen-**

tare gli oltre 200 soci dell'ente del territorio trevigiano riconosciuto patrimonio Unesco e inserito nel Registro nazionale del paesaggio rurale storico del Mipaaf. Valorizzare l'identità storica e culturale del territorio ed elevare la qualità dei prodotti e dei servizi turistici restano i compiti del nuovo mandato, come ha spiegato Rebuli, ristoratore e albergatore di Valdobbiadene.

Denso il calendario di impegni: dalla seconda edizione del festival Conegliano Valdobbiadene Experience (17-26 giugno) all'organizzazione della 17esima Centomiglia sulla Strada del Conegliano Valdobbiadene, tour per auto d'epoca il 7-8 ottobre 2022. Ed è appena uscita la nuova edizione della guida turistica cartacea "Conegliano Valdobbiadene Guide".

ACETO BALSAMICO IGP. Grosoli resta alla guida. Nel 2021 raggiunti i 100 milioni di litri certificati



L'assemblea del Consorzio Aceto balsamico di Modena Igp ha confermato alla presidenza Mariangela Grosoli (foto) per il triennio 2022-2025. Riconfermati anche cda (vicepresidenti Cesare Mazzetti e Giacomo Ponti) e collegio sindacale.

Il distretto emiliano, stabilmente nella top 5 delle Ig agroalimentari italiane, che lo scorso anno ha raggiunto la cifra record di 100 milioni di litri certificati (+11% a volume sul 2020), **lavorerà soprattutto per combattere i sempre più frequenti fenomeni di contraffazione:** *"Rispetto a qualche anno fa, l'e-commerce ha preso decisamente piede e oggi la nostra attenzione"* ha dichiarato Grosoli *"non è più rivolta soltanto ai prodotti a scaffale ma anche a quell'immensa vetrina che è il web"*. In materia di riforma delle Ig europee, il Consorzio ha evidenziato la confusione della nuova norma in materia di gruppi di produttori, la riduzione della tutela reale di Dop e Igp mediante l'ampliamento dei termini generici e una riduzione della portata del concetto di evocazione. Tutti elementi, come ha spiegato il direttore Federico Desimoni, che necessitano di un adeguamento e una revisione della prima proposta della Commissione Ue. Si lavora, a livello europeo, anche a risolvere la problematica dell'aceto balsamico sloveno.

Al mondo dell'Aceto balsamico di Modena appartengono 101 cantine, 48 concentratori, 80 acetaie e 174 confezionatori. Gli addetti al settore sono oltre 1.000. Il 92% della produzione viene esportata. Il fatturato alla produzione supera i 370 milioni di euro. – **G.A.**



Our land,
Our roots.

DUCA SANFELICE

LIBRANDI

FIERE. Dal 15 al 18 novembre tornerà a Milano il Simei, con un'edizione dedicata alla sostenibilità. E per la prima volta ci sarà anche la birra

Sarà la sostenibilità il tema della 29esima edizione del Simei, il Salone internazionale macchine per enologia e imbottigliamento di Unione italiana vini, in programma a Fiera Milano (Rho) dal 15 al 18 novembre 2022. Dopo lo stop forzato nel 2021, la manifestazione a cadenza biennale torna in presenza con una quattro giorni per operatori professionali italiani ed esteri all'insegna dell'innovazione tecnologica e con 15 categorie merceologiche presenti nei 4 padiglioni di Fiera Milano.

Tra gli appuntamenti specificamente dedicati ai modelli di business green, anche due eventi organizzati da Sustainable Wine Roundtable (SWR), l'asso-

ciazione globale e indipendente che raduna tutti gli attori del settore vino che vogliono definire e diffondere pratiche e standard sostenibili. La sostenibilità sarà anche il fil rouge dell'Innovation Challenge, concorso che premia le novità tecnologiche del settore e che da quest'anno ha introdotto anche il riconoscimento Green Innovation Award Simei 2022, che andrà ad affiancare gli altri due Premi (il Technology Innovation Award Simei 2022 e il New Technology Simei 2022). In particolare, **le tecnologie che concorrono per il titolo di Green Innovation Award 2022 dovranno presentare un miglioramento nell'ambito della mitigazione climatica, dell'eco-**

nomia circolare o dei consumi idrici ed energetici, secondo quanto previsto dal regolamento Ue 2020/852 del 18 giugno 2020.

Tra le Associazioni di categoria coinvolte a Simei, ci saranno Assoenologi e le Donne del vino nel mondo, protagonisti rispettivamente di una lecture su "Innovazione nella prevenzione dei difetti di luce nei vini bianchi e rosati" e del forum mondiale del vino al femminile su "Coltiviamo il futuro e la pace". Inoltre, al 29esimo Salone dedicato alla tecnologia del vino e del beverage, per la prima volta farà il suo ingresso anche la birra, con diversi convegni e con I.G.A. Beer Challenge, il concorso internazionale riservato alle Italian Grape Ale.

VADEMECUM. Babbel e Winelivery lanciano una campagna per la giusta pronuncia dei vini

Qual è la pronuncia corretta di Viognier? E dove cade l'accento di Riesling? Ma anche quali cibi evitare prima di una degustazione? E quale orario prediligere per una verticale? Per schivare errori e figuracce, Babbel, azienda per l'apprendimento delle lingue straniere, e Winelivery, servizio per la consegna a domicilio di vini, birre e drink hanno creato una guida che fornisce preziosi consigli su come pronunciare correttamente i nomi dei vini più difficili, completa di alcuni accorgimenti pratici da seguire durante la degustazione.

Sul lato degustazione, invece, Winelivery ha creato un vademecum con i principali accorgimenti da seguire: mai bere caffè o mangiare cibi piccanti o speziati prima di una degustazione; evitare profumi troppo forti nell'ambiente e sul corpo; degustare possibilmente prima di pranzo; scegliere il calice giusto; degustare in un ambiente rilassante.

E tu come li pronuncii?
Ecco i nomi e le pronunce dei vini europei con i nomi più difficili

Grüner Veltliner Pronuncia > [Gruener feltliner]	Chablis Pronuncia > [Sciabli]
Gewürztraminer Pronuncia > [Gevurz traminer]	Sémillon Pronuncia > [Semiglion]
Riesling Pronuncia > [Risling]	Viognier Pronuncia > [Viogné]
Txakoli Pronuncia > [Ciacoli]	Sauternes Pronuncia > [Sotern]
Rias Baixas Pronuncia > [Rias Baiscias]	Beaujolais nouveau Pronuncia > [Bojolè nuvò]
Rioja Pronuncia > [Rioha]	Muscadet Pronuncia > [Muscadè]
Tempranillo Pronuncia > [Tempraniglio]	

+Babbel Winelivery

AWARD. Il Premio Casato Prime Donne diventa incubatore di talenti

Torna il Premio Casato Prime Donne, organizzato e promosso dall'omonima cantina di Donatella Cinelli Colombini, che giunge alla sua 22esima edizione dopo la pausa di due anni a causa della pandemia. Oltre al tradizionale riconoscimento dedicato ai giornalisti e alla "Prima Donna" che guarda al futuro, questa edizione si propone come incubatore di giovani talenti toscani (under 30) dell'arte orafa e della pasticceria. A loro la possibilità di fare esperienze formative, ricevendo in cambio nuovi stimoli e opportunità professionali. Per entrambi le sezioni è richiesta la creazione un'opera (un gioiello inedito per i primi e una torta dedicata alle donne per i secondi), inviandone la foto all'indirizzo info@cinellicolombini.it entro il 30 maggio 2022, insieme a qualche nota biografica.

C'è tempo fino al 30 maggio. La premiazione, invece, so terrà il prossimo 17 settembre al Teatro degli Astrusi di Montalcino.

Per maggiori informazioni premiocasatoprime donne.it



NEUROMARKETING

L'effetto del suono del tappo in esperti e non esperti



Le aspettative hanno un potente effetto sulla percezione degli stimoli. Gli studi di neurogastrofisica hanno dimostrato che "Il gusto di una molecola o di una miscela di più molecole si costruisce nel cervello di un assaggiatore". Tra queste vi è l'aspettativa determinata da colori, luci, forme e anche dal sound. Questo è stato studiato in rapporto sia ai comportamenti (una musica ritmata che fa accelerare il passo in un punto vendita), sia a certe percezioni (una musica tipicamente "dolce" rende più gradevole la percezione gustativa). Ma vale anche per il tipico sound dell'apertura di una bottiglia con tappo di sughero? Certamente. Uno tra i più noti esperti di percezione, Charles Spence (Università di Oxford), fece giudicare la qualità percepita di due vini dopo aver sentito il suono provocato dall'apertura con tappo di sughero o a vite. Benché la percezione dell'intensità del vino non fosse stata modificata dal sound, i soggetti dichiararono di percepire il vino con tappo di sughero di migliore qualità e capace di creare una buona atmosfera e di migliorare l'umore.

Anche il Centro di Ricerca di Neuromarketing dell'Università IULM ha svolto due studi simili, con APCOR, "Associazione Portoghese che riunisce i produttori di sughero". Il primo con soli consumatori non esperti e il secondo (appena concluso) anche con un gruppo di esperti. La reazione emotiva, rispetto alla ricerca di Spence, è stata studiata con tecniche di neuromarketing per bypassare la razionalizzazione dell'esperienza. Per isolare l'effetto del suono del tappo, abbiamo fatto assaggiare il vino a due gruppi di non esperti. Il primo assaggiava il vino dalla sua specifica bottiglia (sughero o a vite) e il secondo assaggiava un vino misciato, proveniente dalle due bottiglie e, quindi, assolutamente identico. Anche in questo caso l'effetto dell'aspettativa determinata dal suono del tappo ha profondamente modificato la percezione del gusto e la qualità ipotizzata del vino, benché fosse lo stesso. Questo effetto è stato rilevato anche sugli esperti, in maniera minore ma altrettanto significativa. Sapere che il vino proviene da una bottiglia con tappo di sughero ha modificato in meglio l'esperienza sensoriale.

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



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



- 1) Capriano del Colle Rosso Ris. '19
 - 2) Capriano del Colle Rosso Ris. '19
 - 3) Capriano del Colle Rosso Ris. '16
- CONSORZIO VINI MONTENETTO

In provincia di Brescia sorge la denominazione del Capriano del Colle nata nel 1980. Con Marco Sabellico assaggiamo tre diverse annate di Capriano del Colle Rosso. Partiamo dalla prima Ris. '19 un blend di Marzemino, Merlot e Sangiovese, dal colore rubino intenso e brillante, al naso è fresco ricco di frutti di bosco, note di rosa e viola, in bocca è polposo, persistente, con tannini elegante e morbidi e una fresca vena acida. Ottimo in abbinamento a carni rosse, pasta al forno e pollame. Proseguiamo con il secondo Ris. '19 un blend di Marzemino, Merlot, Sangiovese e Cabernet Sauvignon, dal colore rubino cupo dai riflessi violacei, al naso emergono note floreali, fruttate e di sottobosco, in bocca è polposo, pieno, strutturato, sapido e fruttato. Ottimo con arrosti e cacciagione. Concludiamo con un Ris. '16 al naso emergono note balsamiche, tostate di caffè e vaniglia. In bocca è profondo, fruttato, fresco con note balsamiche. Ottimo con carni alla brace.

Visita il sito: consorzio montenetto.it/

Per guardare la puntata www.instagram.com/tv/CdD1OdzNNt5/

PROGETTI. Il Gambero Rosso dedica una guida digitale ai vini rari.

Tra le novità, il punteggio in centesimi

Arriva Vini Rari, il nuovo progetto editoriale del Gambero Rosso interamente dedicato al mondo del vino 'artigianale' per valorizzare etichette di grande valore tirate in quantità limitata. **Sarà una pubblicazione digitale, in italiano e in inglese, pensata per valorizzare vigne e appezzamenti storici, vitigni e parcelle del tutto sconosciute**, tratteggiando un mosaico puntellato da vini dallo straordinario carattere in bottiglia.

Ogni settimana, verranno proposti due vini rari per un percorso che accenderà i riflettori sui grandi artigiani del vino italiano raccontando selezioni che conservano, proprio grazie alla loro dimensione, un'aderenza territoriale del tutto speciale, meritevole di una narrazione specifica. Il progetto editoriale sarà curato dai giornalisti **Giuseppe Carrus e Lorenzo Ruggeri**. "La rarità" hanno spiegato Lorenzo e Giuseppe "può essere connessa al numero di bottiglie, dunque, ma anche alla peculiarità del messaggio al loro interno. I vini rari sono affascinanti perché sono bottiglie che rischiano, che staccano stilisticamente, spesso frutto della volontà di spostare l'asticella, di alzare il limite, sperimentando e innovando, da un lato, ma anche di riprendere pratiche del passato. Siamo convinti" hanno concluso i due "che in un periodo di grande confusione, ma anche di vivace dibattito all'interno del mondo del vino, i vini artigianali debbano avere uno spazio a sé. Perché conservano un'aderenza speciale con il territorio e con chi lo interpreta. Perché sono spesso punti di partenza o di approdo, perché chi ama il vino come noi cerca nel bicchiere il diverso, l'imprevedibilità, la sorpresa".

Nei testi si partirà proprio dal 'sapore' delle vigne, per riporta-



re l'attenzione prima di tutto sull'anima del luogo, per poi passare al profilo del produttore e della filosofia aziendale, quindi la descrizione del carattere del vino nel bicchiere. La narrazione di ogni scheda sarà strutturata su tre livelli: vigna, persona e vino. Ogni vino sarà accompagnato da una carta d'identità completa di tutte le informazioni: origine delle vigne, numero di bottiglie prodotte, vitigni, vinificazioni, struttura, aspettative di vita, abbinamento, prezzo medio e data di assaggio. **Nell'arco di un anno saranno presentati 100 Vini Rari, infine raccolti su un supporto cartaceo curato, arricchito da aneddoti, approfondimenti e interviste.** Al via anche un cambio sulle valutazioni: sarà infatti utilizzata la scala in centesimi adoperata e ben diffusa su scala internazionale. Di tutti i vini sarà proposta l'ultima annata in commercio. I primi due saranno svelati l'11 maggio sul sito italiano e internazionale del Gambero Rosso e, a seguire, sul Tre Bicchieri in nuova rubrica settimanale.

OLIO. Al via l'extravergine Tour del Gambero Rosso: eventi e degustazioni in tutta Italia



Sei tappe, sei settimane, sei città, decine di insegne coinvolte e grande tasting finale: è partito lo scorso 2 maggio l'Extravergine Tour del Gambero Rosso che tocca durante tutto il mese Torino, Milano, Roma, Napoli, Lecce e Palermo, con la possibilità di assaggiare 26 oli selezionati nei locali coinvolti e di provarli, poi, tutti insieme alla fine di ogni Settimana dell'Extravergine nel grande tasting finale previsto in ogni città e dedicato a operatori e ad appassionati, sotto la guida degli esperti del Gambero Rosso.

"Si tratta di un'esperienza importante che coinvolge almeno una decina di esercizi commerciali, negozi e ristoranti-pizzerie per ogni tappa in modo da far gustare gli extravergine sia ai ristoratori e agli chef, sia agli appassionati-commensali durante l'esperienza del pranzo o della cena" spiega il curatore di Oli d'Italia, **Stefano Polacchi**. **Lo sforzo di Gambero Rosso per accompagnare le aziende olearie sui mercati nazionali ed esteri, si concretizza inoltre in contenuti dedicati all'extravergine sul sito, a partire dalla sezione web Oli d'Italia.** "A brevissimo giro" annuncia **Indra Galbo**, vicecuratore della guida e protagonista dei video-degustazione legati a Extravergine Tour "saranno disponibili on line anche dei piccoli filmati in cui le aziende partecipanti vengono sinteticamente raccontate e in cui sono descritte analiticamente le etichette proposte e che hanno avuto i migliori punteggi nella guida".

Per scoprire le tappe e i protagonisti del tour gamberorosso.it/extravergine-tour



Montenetto
CONSORZIO

“Vini e passione”
nel cuore di Brescia

EVENTI. Maggio è il mese del nuovo format "Umbria in Anteprima"



L'Umbria vitivinicola unisce le forze e si presenta alla stampa in un appuntamento unitario. Nasce, infatti, Umbria in Anteprima, evento articolato in quattro tappe collegate, grazie alla

collaborazione tra i quattro Consorzi di Montefalco, Orvieto, Colli del Trasimeno e Torgiano. L'obiettivo è posizionare il brand legato all'Umbria del vino in maniera ancora più incisiva in particolare sui mercati internazionali, offrendo l'immagine di un territorio fortemente identitario, ma in grado di esprimere una produzione vitivinicola variegata e d'appello.

Si inizia con l'Anteprima del Sagrantino 2018, in programma dal 24 al 26 maggio, che comprenderà anche le nuove annate delle denominazioni del territorio di Montefalco e Spoleto. Si prosegue, il 27 e il 28 maggio, con Orvieto, che ha organizzato una due giorni di degustazioni e visite guidate alla città, a cominciare dal Duomo, gioiello del centro storico. Domenica 29 e lunedì 30 maggio a Castiglione del Lago si terrà l'Anteprima Trasimeno 2022, alla sua prima edizione, che avrà come protagonisti il Trasimeno Gamay, il Grechetto e i vini rosati del territorio. Infine, toccherà a Torgiano, con la sua anteprima il martedì 31 maggio e la presentazione delle nuove annate di tutti i vini Doc e Docg prodotti nel territorio e la visita alle aziende socie del Consorzio.

supervisione editoriale

Paolo Cuccia
 coordinamento contenuti
 Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it
 hanno collaborato
 Gianluca Atzeni, Cesare Pillon,
 Vincenzo Russo, Marco Sabellico
 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 ALL'8 MAGGIO

❖ **VINUM ALBA**
 Alba (Cuneo)
 vinumalba.com

FINO ALL'8 MAGGIO

❖ **A TUTTO TEROLDEGO**
 Trentino
 lungo la Strada dei vini e dei sapori
 tastetrentino.it/
 atuttoteroldego

FINO AL 18 GIUGNO

❖ **IL SABATO DEL PRODUTTORE**
 Scanzorosciate (Bergamo)
 Consorzio Moscato di Scanzo
 via Martinengo Colleoni, 38
 dalle 14 alle 18
 consorzioscatodiscanzo.it

5 MAGGIO

❖ **EXTRAVERGINE TOUR**
 Milano
 gamberorosso.it/
 extravergine-tour/
 fino al 12 maggio

6 MAGGIO

❖ **STAPPA CON GAMBERO ROSSO**
 Tenuta di Valgiano
 Colline Lucchesi Tenuta di Valgiano '16
 sui canali social del Gambero Rosso

6 MAGGIO

❖ **FESTA DEL RUCHE'**
 Castagnole Monferrato (Asti)
 tenuta la Mercantile
 fino all'8 maggio
 ilruche.it/festa-2022/

7 MAGGIO

❖ **THE WINE DISTRICT**
 Roma
 Micro Arti Visive
 viale Mazzini 1
 dalle 16:30 alle 21:00
 thewinedistrict.it

7 MAGGIO

❖ **NIZZA È BARBERA**
 Nizza Monferrato (Asti)
 fino all'8 maggio
 nizzaebarbera.wine

7 MAGGIO

❖ **BUON COMPLEANNO FISAR**
 Torino
 Museo nazionale
 Risorgimento italiano
 fino all'8 maggio
 combiniamo.com/info

8 MAGGIO

❖ **EVOLUZIONE NATURALE**
 Crottaglie (Taranto)
 Antico convento dei Cappuccini
 fino al 9 maggio
 evoluzionenaturale.org

9 MAGGIO

❖ **STAPPA CON GAMBERO ROSSO**
 Alessio Komjanc
 Pinot Bianco '20
 sui canali social del Gambero Rosso

9 MAGGIO

❖ **ROSSO MORELLINO**
 Scansano (Grosseto)
 consorzio morellino.it

9 MAGGIO

❖ **LA GRANDE BELLEZZA**
 Firenze
 B-roof Grand Hotel Baglioni
 dalle 17 alle 22
 winescritic.com

11 MAGGIO

❖ **STAPPA CON GAMBERO ROSSO**
 Tenuta Sant'Antonio
 La Bandina '18
 sui canali social del Gambero Rosso

13 MAGGIO

❖ **DI FREISA IN FREISA**
 Chieri (Torino)
 fino al 15 maggio
 freisadichieri.com

14 MAGGIO

❖ **VINETIA TASTING**
 Treviso
 fino al 15 maggio
 vinetia.it

GRANDI CANTINE ITALIANE. Toscana/2

Le grandi cantine della Toscana



VIA DI MARTIENA, 35 | 53045 MONTEPULCIANO (SI) | WWW.CANTINEDEI.COM | 0578 716878

L'azienda Dei è situata a Montepulciano, nel cuore delle colline toscane, dove le uve di Sangiovese raggiungono la loro espressione più Nobile. La proprietaria è Maria Caterina Dei: il suo obiettivo principale è coltivare il Sangiovese unendo i principi della tradizione e della moderna tecnologia attraverso un progetto di sostenibilità, per produrre un Vino Nobile di alta qualità che sia rappresentativo delle caratteristiche tipiche di questa varietà autoctona. Gli etruschi furono i primi a produrre i grandi vini rossi della nostra regione e nel Rinascimento il Vino Nobile di Montepulciano era definito il "vino nobile per i nobili". Inoltre, questo vino ha il primato di essere la prima DOCG italiana, nel 1981.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Vino Nobile di Montepulciano '17

Profumo intenso, maturo e allo stesso tempo croccante, con aromi di ciliegia matura, prugna e viola. Rappresenta il connubio perfetto tra struttura e bevibilità: il suo corpo pieno e i suoi tannini vellutati sono bilanciati dalla sua bella acidità. Molto convincente con formaggi ricchi molto stagionati.

Vino Nobile di Montepulciano Bossona Ris. '15

Gli aromi speziati arricchiscono il suo bouquet che diventa ancora più complesso con l'affinamento in bottiglia. I tannini sono setosi, la sensazione al palato è lineare ed aderente, la struttura compatta e corposa mentre il finale è lungo, ricco e sapido. Il Vino Nobile di Montepulciano Riserva Bossona potrebbe essere preferibile nell'abbinamento per cibi strutturati e speziati, come il peposo all'imprunetina.



Vino Nobile di Montepulciano Madonna della Querce '16

Il vino si presenta con un rosso rubino intenso, profondo. Il naso è ampio ed affascinante, le note varietali la fanno da padrone con frutta rossa matura, confetture, il tutto accompagnato da note speziate in sottofondo. Gli abbinamenti ideali per il Vino Nobile di Montepulciano Madonna della Querce sono i piatti della tradizione Toscana, tutte le carni rosse alla griglia o al forno, selvaggina e formaggi stagionati.





**OGNI LUNEDÌ
ORE 21,30**

GAMBERO ROSSO

Solo su
sky | Canale
133 e 415

CONDUCE NILUFAR ADDATI

LE BREVI



PARITÀ DI GENERE

ANNALISA ZORZETTIG – titolare azienda agricola Zorzettig

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

La principale difficoltà incontrata durante la mia carriera, soprattutto all'inizio, vista anche la giovane età che avevo quando sono entrata a far parte dell'azienda di famiglia, è stata quella di riuscire a farmi considerare seriamente e a portare avanti le mie idee, soprattutto in certi contesti a prevalenza maschile e talvolta piuttosto chiusi.

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

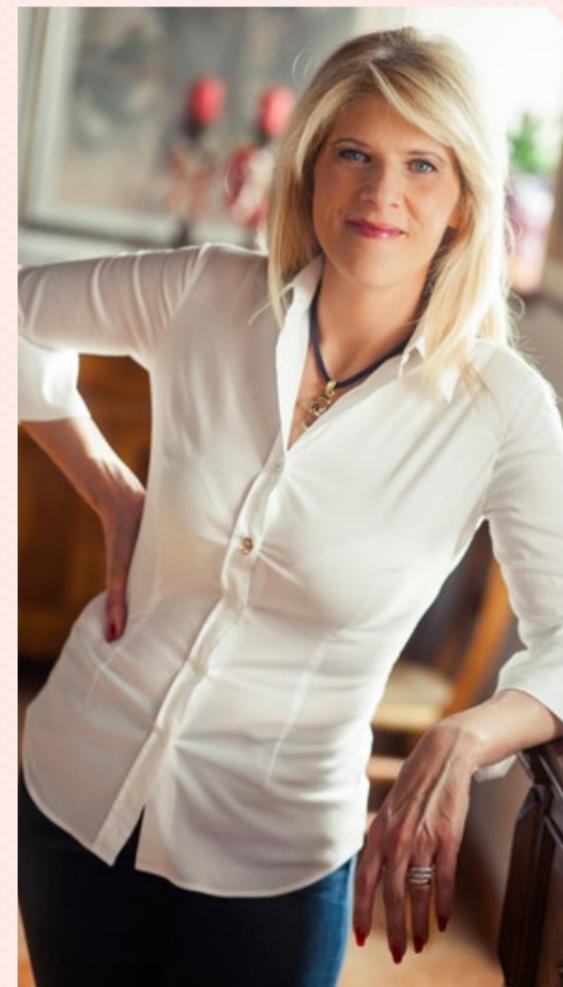
All'interno della mia azienda il genere non è una discriminante nei diversi ambiti lavorativi. Cerco di agevolare l'inserimento delle donne a tutti i livelli e di essere attenta a quelle che possono essere situazioni familiari particolari che richiedono un'attenzione e una flessibilità maggiore, in modo che le donne non debbano risultrarne penalizzate.

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

Proporrei semplicemente di guardare ad esempi virtuosi come quelli dei Paesi nordici e promuovere leggi sul loro esempio, soprattutto per quanto riguarda la diminuzione del divario salariale tra uomo e donna, l'aumento dell'assistenza all'infanzia e la concessione di forme di lavoro flessibile a sostegno delle madri.

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

Non è facile mettersi nei panni delle donne e comprendere il gap che le divide dagli uomini. Dal mio punto di vista è fondamentale responsabilizzare gli uomini soprattutto per quanto riguarda la crescita e l'educazione dei figli, che dovrebbe essere condivisa al 50% tra i due genitori. In questo senso, vorrei che il congedo di paternità fosse non solo obbligatorio, ma addirittura equivalente tra madre e padre del



bambino. Questo permetterebbe agli uomini di acquisire maggiore consapevolezza e rispetto per le problematiche che le donne si trovano ad affrontare quotidianamente, spesso in totale solitudine.

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

Per quanto mi riguarda, ricordo che all'epoca in cui sono entrata in azienda si dava quasi per scontato che il ruolo della donna fosse relegato ad attività amministrative e di contabilità. Ho dovuto lottare per ricavarci un ruolo diverso. Ricordo che il primo ad essere incredulo era mio padre stesso, ma devo dire che quando ha compreso appieno la mia volontà è diventato il mio primo sostenitore.

WORLDOTUR. Dagli Usa al Messico: il Gambero Rosso porta la biodiversità italiana nel mondo



HOUSTON. Dopo tre anni di assenza, lo scorso 21 aprile, il Gambero Rosso è tornato in Texas, a Houston, con il Top Italian Wine Roadshow.

L'evento s'è tenuto al Minute Maid Stadium, la più importante struttura sportiva della città, il bellissimo stadio del baseball casa degli Houston Astros. Più di trenta produttori italiani hanno così accolto un folto pubblico di appassionati che ha celebrato il vino italiano in quello che è stato definito il più importante evento enologico dalla fine della crisi pandemica. Sin dal mattino si sono succedute le masterclass tenute dal curatore della guida Vini d'Italia Marco Sabellico con la collaborazione di Mark Newman, esperto conoscitore del mercato statunitense e della scena vinicola italiana.

"Paradossalmente i due anni di restrizioni hanno fatto sì che la gente avesse più tempo per esplorare dalla rete il mondo del vino, e l'e-commerce ha avvicinato molti nuovi consumatori" ci racconta **Giorgio Cafilisch**, wine consultant e formatore alla Texas Wine School "Ora c'è un fiorire di nuove aperture di ristoranti, e la carta dei vini diventa uno strumento importante. Per il vino italiano si sono aperte nuove prospettive, che i produttori hanno capito di poter

sfruttare. Eventi come questi sono importantissimi per loro, per gli importatori che cercano nuove aziende. L'immagine del vino italiano è accattivante e moderna, e oltre a veri e propri fenomeni commerciali, come quello del Prosecco, si stanno aprendo spazi importanti nel mercato dei fine wines." Sulla stessa linea **Mary Ann Remollino Ellis** di Tuttilili Fine Wines: "I texani stanno arricchendo le loro cantine private di etichette italiane importanti. I classici piemontesi e toscani, e i grandi rossi italiani tirano la volata, ma progressivamente anche i bianchi di un certo lignaggio guadagnano terreno. Il winelover sta iniziando a capire e a sperimentare che un grande bianco italiano vive a lungo nel tempo, e che i Pinot Grigio e Bianco, ad esempio, se vengono da terroir di pregio possono dare emozioni importanti. Non solo vini quotidiani, insomma. Il consumatore qui da noi ha oggi più che mai voglia di esplorare strade nuove". Masterclass da tutto esaurito e la consegna degli award a cinque importanti ambasciatori della cultura italiana entrati nella guida Top Italian Restaurants in the World hanno chiuso una giornata importante per la scena enogastronomica texana, sempre più interessata alla complessa ed affascinante realtà vinicola italiana.

MEXICO CITY. Se Houston è stato un successo, l'evento di Città del Messico del 26 aprile è stata una vera festa. La location era adattissima: si trattava del Museo Casa de la Bola, una bellissima residenza in stile "virreinal" ovvero del Vicerame della Nuova Spagna, immersa in un rigoglioso giardino botanico di due ettari. Negli anni '40 fu trasformata con gusto eclettico da fattoria di campagna in un museo in che raccoglie l'importante collezione d'arte di Antonio Haghenbeck.

Anche qui l'evento è stato di spessore e ha richiamato centinaia di appassionati ed operatori anche dalle province vicine, con le Masterclass tenute anche stavolta da Marco Sabellico, coadiuvato da Pablo Mata, figura ben nota della sommellerie messicana. Invece, **la sera delle vigilia - il 25 aprile - l'ambasciatore italiano in Messico, Luigi De Chiara, ha voluto festeggiare la ricorrenza della Liberazione, invitando il Gambero Rosso e i produttori presenti ad una cena nella sua residenza.** "In Messico c'è una grande attenzione a tutto ciò che è italiano" ci ha detto "l'enogastronomia italiana, in particolare, esercita un

grande fascino sui consumatori messicani, ed è uno straordinario biglietto da visita per tutto il Made in Italy". All'evento, l'Ambasciatore ha voluto consegnare personalmente i riconoscimenti agli otto locali italiani premiati da Top Italian Restaurants in the World.

"L'Italia è sentita come Paese amico" ci ha confidato **Max St. Romain**, uno dei top blogger messicani, noto come @gastronautaDF "vicino culturalmente, che offre stile di vita e prodotti raffinati e affascinanti. Lo vedo da successo dei miei post quando parlano di cibi e vini italiani. È importante che veniate frequentemente per coltivare una delle scene enogastronomiche più spumeggianti di tutta l'America Latina...".

"Non c'è un altro Paese al mondo con la vostra diversità di vini e di stili, di vitigni e di territori" aggiunge **Ugo Hernández** di Iznogood Vinos Organicos "e, anche nel settore dei vini biologici e naturali, l'Italia sta dimostrando di aver moltissimo da offrire... In Messico questo è un trend ormai importante".

A fine giornata le 40 aziende presenti erano molto felici, e delle 120 etichette esposte all'evento non era avanzata praticamente nemmeno una bottiglia. ¡Que viva México! insomma...





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

GamberoRossoInternational

IL MIO EXPORT

ROBERTO RIBOLI – Cantina Riboli

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

Siamo una realtà giovane, attualmente vendiamo il 95% della nostra produzione annua in Italia, il restante 5% viene venduto ai turisti stranieri che vengono a visitare la nostra cantina, principalmente tedeschi e svedesi. Ci stiamo strutturando per aumentare il nostro bacino d'utenza all'estero. A questo proposito stiamo rifacendo il nostro sito internet, che prevedrà anche la lingua inglese, anche nello shop e ci stiamo rivolgendo anche ad alcune piattaforme online che consentono di esportare nei principali Paesi europei.

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

Le esportazioni durante il periodo di pandemia hanno subito un forte calo, sia dovuto ai ritardi delle spedizioni globali sia dovuto alla cancellazione di tutti gli eventi fieristici dedicati alla promozione del settore. In questi ultimi mesi, però, si è vista una rapida capacità di recupero, soprattutto da parte di alcuni mercati, in particolare quello asiatico, dove il vino italiano esportato è cresciuto di circa il 14% rispetto al precedente anno.

3 Come pensate che il sistema vino debba ripartire?

Per le piccole aziende come noi andare all'estero è molto complesso, a causa dei costi molto proibitivi. Un forte slancio però lo sta fornendo il bando "Ocm vino Paesi terzi", che assegna contributi a fondo perduto per le spese relative alla promozione del vino all'estero, come la partecipazione a fiere e molto altro. Noi nello specifico ci stiamo strutturando per poter usufruire del bando entro i prossimi 2-3 anni.

4 Come va con la burocrazia?

La burocrazia è sempre un forte limite, soprattutto per le piccole realtà. Infatti, per iniziare ad avvicinarci al mercato estero abbiamo iniziato col rivol-



gerci a piattaforme che gestiscono loro tutta la parte burocratica legata sia alle etichette che alle spedizioni.

5 Ci racconti un aneddoto legato alle sue esperienze all'estero.

Durante una fiera a Montreaux, stavamo presentando a dei clienti francesi la nostra Barbera d'Asti classica - Mappale 61 - e un cliente ci interruppe dicendo: "Fu un produttore di Barbera d'Asti a inserire in etichetta uno dei primi Cru italiani". Io rimasi molto sorpreso, perché queste sono informazioni che a malapena conosciamo noi italiani produttori di Barbera d'Asti. Questo a dimostrazione dell'interesse sempre più importante dello straniero nei confronti del vino italiano.

❖ Cantina Riboli - Sessame - Asti - cantinariboli.com

NEL PROSSIMO NUMERO
LE MONDE

IL PRESIDENTE UIV LAMBERTO FRESCOBALDI: “PIÙ TERRITORIO, MENO VINI SUPER”

▲ a cura di Loredana Sottile



Sostenibilità e cultura enogastronomica tra le priorità del nuovo numero uno di Unione Italiana Vini, che annuncia l'approvazione del Piano strategico sulla salute per contrastare gli attacchi al settore. Nuovi mercati e vini più identitari per affrontare un 2022 pieno di incognite: “Il gusto è in evoluzione e bisogna tenerne conto”



“*Il vino non è solo un prodotto, ma uno status culturale*”. Sono le prime parole di Lamberto Frescobaldi al settimanale Tre Bicchieri, appena dopo l'elezione dello scorso 4 maggio alla presidenza di Unione Italiana Vini. La sua esperienza e conoscenza del settore (è già stato vicepresidente Uiv durante il mandato Abbona) hanno messo d'accordo tutti i soci dell'associazione, che lo hanno scelto all'unanimità. Per lui non si annuncia un triennio facile. Tra i principali ostacoli da affrontare per il comparto vitivinicolo c'è il persistere della guerra in Ucraina, con tutte le sue conseguenze, e soprattutto il tema dei rincari, che sta già dimostrando i suoi effetti sui listini dei vini, arrivando anche al consumatore finale. Ne è consapevole Frescobaldi che promette di lavorare, come i suoi predecessori, per coinvolgere tutti - dalla piccola impresa verticale alla cooperazione, alle aziende industriali - con l'obiettivo di “*essere compagno di viaggio del comparto*”.

Iniziamo con una domanda di rito: quali saranno le linee guida del suo mandato?

La prima cosa che mi sta a cuore è elevare il vino ad un livello di status culturale. Non possiamo considerarlo semplicemente come un prodotto. Il vino è già parte del territorio, ha ripopolato alcuni borghi dimenticati, ha dato lavoro a tante persone, ha riportato il turismo in tutta Italia. Pochi decenni fa è stato importante il ruolo di quelle riviste, tra cui metto anche il Gambero Rosso, che hanno iniziato a raccontare non solo il prodotto ma anche il contesto sociale e di provenienza del vino. Per cui non ci sono dubbi: il vino oggi è soprattutto un fatto culturale. Ed è in questa direzione che lavorerò.

Proviamo a dare tre aggettivi che caratterizzeranno il futuro prossimo del vino...

Culturale ovviamente. Ma anche territoriale e sostenibile.

A proposito di sostenibilità, l'Italia è sulla strada giusta, grazie al nuovo standard nazionale appena approvato. Ma quale sarà il passo successivo?

Il mio timore è che questa parola sia in generale ancora troppo abusata e oggetto di greenwashing. Abbiamo capito che >>

Chi è Lamberto Frescobaldi

Classe 1963, il neoeletto, che succede al piemontese Ernesto Abbona, è anche presidente dell'azienda toscana Marchesi de' Frescobaldi, di cui rappresenta la trentesima generazione. Dopo aver conseguito, nel 1987, la specializzazione in viticoltura alla Davis University in California, è tornato a Firenze per occuparsi dell'attività di famiglia. Accademico dei Georgofili, ha anche sviluppato la collaborazione con l'Istituto di Pena dell'Isola della Gorgona (Livorno) per la produzione di vini all'interno del carcere. Per Unione Italiana Vini ha già ricoperto la carica di vicepresidente.

Lungarotti e Sartor vicepresidenti

Insieme a Lamberto Frescobaldi, sono stati eletti anche i due vicepresidenti che lo affiancheranno: Chiara Lungarotti (amministratore unico delle Cantine Lungarotti) e il riconfermato Sandro Sartor (Ad Ruffino Group e regione Emea di Constellation Brands). Gli altri consiglieri sono Francesca Argiolas; Maria Bellei; Michele Bernetti; Luigi Bersano; Alessandro Botter; Luca Brunelli; Corrado Casoli; Marina Cvetic Marina; Sebastiano De Corato; Quirico Decordi; Alessio Del Savio; Franco Silvia Franco; Giuseppe Fugatti; Francesco Giovannini; Anselmo Guerreri Gonzaga; Andrea Lonardi; Oscar Lorandi; Alessandro Picchi; Francesca Planeta; Antonio Rallo; Marco Angelo Rocca; Roberto Sarti; Daniele Simoni Schenk; Massimo Tuzzi; Enrico Zanoni; Domenico Zonin.

» si può fare di più e meglio del biologico, ma non devono esserci compromessi. La sostenibilità ha un senso solo se è misurabile e il mondo del vino vuole dare risposte, non vendere un ecologismo di facciata. Ora, con la norma unica nazionale, il settore ha un'occasione unica per dare una risposta seria e - sin dalla prossima vendemmia - certificare i propri vini anche con un marchio di riconoscimento. Come Unione Italiana Vini saremo in prima linea per supportare i nostri soci e far capire loro cosa fare nel concreto. Una volta raggiunta questa consapevolezza, il passo successivo sarà una comunicazione chiara ed efficace rivolta al consumatore.

Tra le altre sfide per il settore, c'è la partita aperta con l'Europa su vino e salute. In questi ultimi mesi la sensazione è che ci sia stato un attacco al comparto. Come lavorerete?

In parte è così, ma non è una novità. Anni fa è successa la stessa cosa con l'olio d'oliva o con la carne rossa. È un po' la conseguenza dell'abbondanza di cibo che caratterizza il nostro secolo. Per questo, l'obiettivo è riportare l'attenzione sulla dieta mediterranea, troppe volte messa in discussione negli ultimi tempi, ribadendo in concetto secondo cui a fare male sono gli eccessi e non i consumi. Nel corso dell'assemblea dei soci, Unione Italiana Vini ha votato il Piano strategico vino e salute (*vedi box nella pagina accanto*), che prevede una serie di azioni che puntano da una parte ad aggiornare le conoscenze scientifiche sul tema anche con l'ausilio di un pool di esperti e scienziati; dall'altra a comunicare in trasparenza gli esiti delle ricerche, ma anche a sensibilizzare ed educare al consumo responsabile. Trovo quanto mai necessario affermare il ruolo del vino nella società, nell'economia, nell'ambiente e nella cultura di oggi.

Rimanendo in tema Ue, nel 2023 si deciderà sulla revisione dell'etichettatura. Cosa ne pensa della proposta di utilizzare il Nutriscore anche per il vino?

Personalmente penso che sia una baggianata e che si stia cer-

cando di creare un sistema a immagine e somiglianza di qualche industria del food, che poco ha a che vedere con una dieta equilibrata. Ma siamo in un'Europa a 27, quindi dobbiamo gestire la riforma attraverso il confronto con gli altri Paesi.

Altro tema molto caldo da cui il vino non è esente è quello dei rincari, legato ai trasporti e alle materie secche (vetro, capsule, etichette). Su chi si rivergerà l'aumento dei prezzi da qui ai prossimi mesi?

Un po' su tutti. Il mercato sta tenendo, ma se non ci sono cali nelle vendite è perché le cantine stanno schiacciando i propri margini. Credo che questo aspetto - al di là della perdita di un mercato come quello russo - sia la cosa più preoccupante che ci trascineremo dietro per i prossimi anni. E adesso le prime conseguenze si vedono anche per i consumatori. In particolare, il problema si pone per la Gdo: dapprima le grandi catene si sono mostrate diffidenti, ma a mano a mano hanno dovuto accettare gli aumenti dei listini, anche perché su vini da 3-4 euro non c'è molto margine di manovra. L'aumento appare inevitabile.

Questo potrebbe portare ad una rivalutazione del vino sfuso da parte dei produttori?

La vedrei come un'ultima ratio e non credo si andrà in quella direzione. Piuttosto, l'obiettivo deve essere incrementare il valore. E, a tal proposito, come Unione Italiana Vini vorremmo riuscire a dare un'identità a una parte cospicua di quel 50% di vino italiano prodotto senza alcun cappello, i cosiddetti vini comuni, che non rientrano tra le denominazioni di origine e le indicazioni geografiche e che danno poca soddisfazione al produttore. Allargare la platea di prodotti a marchio non significa però far nascere nuove denominazioni - ce ne sono già tante - quanto piuttosto pensare a una loro riorganizzazione.

Spostiamoci all'estero. Con la Cina in fuorigioco a causa dei lockdown e la Russia a causa della guerra, quali potrebbero essere dei nuovi possibili mercati di sbocco?

Senz'altro dovremo ancora spingere in quei Paesi storicamente legati al vino italiano, come Germania, Svizzera e Austria in Europa, Stati Uniti e Canada fuori dall'Ue, senza perdere di vista il Giappone. E poi ci sono tutta una serie di mercati cosiddetti emergenti, soprattutto guardando al continente africano. Per quanto riguarda la Cina, è vero, siamo ancora molto indietro e di certo il Covid non ha aiutato. Ma lì bisognerebbe iniziare dal diffondere la cultura del Made in Italy, perché c'è un modo totalmente diverso di concepire il pasto: in una cultura dove prevale la circolarità delle pietanze (si parte dal tonno e si ritorna a quello a fine pasto), è difficile far capire il concetto di sequenzialità dei piatti, da cui deriva l'abbinamento con vini che vanno dai meno ai più strutturati.

In questo caso, però, potrebbero intervenire vini diversi rispetto ai tradizionali. Dalle bollicine ai vini low e no alcol, da abbinare a tutto pasto...

»

Ecco le iniziative del Piano strategico vino e salute Uiv

- 1 Presidiare l'area medico-scientifica e soprattutto quella nutrizionale al fine di creare un pool ad alta influenza scientifica sul tema
- 2 Promuovere convegni pluridisciplinari in cui rendere pubblici gli esiti delle ricerche
- 3 Identificare un panel di personalità influenti del mondo della cultura, dello spettacolo e della società in generale che sia pronta a spendere proprie parole a sostegno del ruolo del vino nella nostra cultura e società
- 4 Attuare, promuovere, incoraggiare iniziative di sensibilizzazione ed educazione ad un consumo responsabile del vino, in partnership con le istituzioni ed altre associazioni

» Senz'altro le bollicine hanno avuto un ruolo fondamentale in questi anni. Ad iniziare dal Prosecco che ha aperto le porte al vino italiano, avvicinando tanti nuovi consumatori. Magari lo stesso ruolo potrebbero averlo i vini a basso contenuto alcolico. D'altronde il mercato è in continua evoluzione e bisogna tenerne conto. È chiaro che ci sono denominazioni che non si prestano a questo trend, ma per altre potrebbe essere un'alternativa. Perché no?

Stesso discorso vale per i cosiddetti "vini naturali"? La sensazione è che il sistema legislativo sia indietro rispetto alla loro diffusione. Non sarebbe meglio definirli?

Condivido questo dubbio. Credo che anche su questo dobbiamo mettere in mano al legislatore delle norme semplici, chiare, che servano a salvaguardare il lavoro dei produttori e di tutta la filiera, per venire incontro anche alle esigenze del consumatore. Il rischio è che il termine "naturale" abbracci troppe cose, senza però rappresentare il territorio. Invece, è da quello che bisogna ripartire.

In una sua recente intervista al quotidiano La Repubblica parlava della fine dei vini super. Si riferiva proprio al cambio dei gusti in corso?

Sì. Torniamo al concetto da cui eravamo partiti all'inizio dell'intervista. Bere il vino è sempre più un fatto culturale e la mano troppo forte di una cantina rischia di schiacciare l'identità territoriale, che è ciò che il consumatore vuole in realtà riconoscere. È, quindi, passata, l'era dei prodotti estremamente concentrati, potenti e con tanto legno. Oggi la sfida è esaltare le unicità di ciascun luogo senza appiattire. Che si tratti di super, naturali o macerati, l'importante è che i vini siano cartina tornasole del luogo in cui nascono. ❖

Pinsa e olio Casa Coricelli

Le ricette di Jacopo Martellini



Per vedere le video-ricette [clicca qui](#)

GRAPPA IG: IL CONSORZIO C'È. MA IL RILANCIO È APPESO A UN DECRETO

▲ a cura di Gianluca Atzeni

Il nuovo ente nazionale confeziona adesioni, punta a superare gli ultimi ostacoli legislativi e a svolgere piena attività di tutela e promozione, in uno scenario di ripresa del mercato nel post pandemia, come certificato da Nomisma. Intanto, l'Assodistil chiede un codice di tracciamento doganale per le esportazioni

La Grappa italiana a Indicazione geografica tenta il rilancio sui mercati, mettendo assieme alcuni tasselli importanti per affrontare il futuro in maniera più strutturata e con le carte in regola per riprendersi gli spazi persi negli ultimi 25-30 anni (consumi quasi dimezzati).

Veronafiere col suo Vinitaly, lo scorso aprile, è stata la vetrina per la presentazione del Consorzio nazionale di tutela della Grappa Ig, ente ufficialmente nato a Roma il 2 marzo 2022, che completa il percorso avviato da Elvio Bonollo e raccoglie la preziosa eredità lasciata dall'Istituto nazionale grappa (Ing), fondato a Pavia nel 1996, con la collaborazione di Assodistil. **Una squadra di 16 brand di tutta Italia che, proprio in queste settimane, si sta allargando** registrando l'ingresso anche di nomi blasonati, che vedono nella forma consortile il migliore strumento di rappresentanza per tutelare e promuovere il distillato di bandiera. Tuttavia, per chiudere il cerchio, manca un tassello importante: il decreto del Mipaaf con cui si riconosce personalità giuridica ai Consorzi delle bevande spiritose. Il testo giace nei cassetti di Via XX Settembre a Roma ma "potrebbe vedere la luce molto presto", dichiara a Tre Bicchieri il presidente del Consorzio nazionale di tutela della Grappa Ig, **Sebastiano Caffo**.

SQUADRA DA AMPLIARE

Le sezioni che compongono il neonato Consorzio sono quattro e comprendono distillatori, conferitori, imbottiglieri ed elaboratori di grappa. Lo schema associativo è aperto a tutte le tipologie di impresa (comprese quelle aderenti alla sezione spirits di Federvini, composta prevalentemente da imbottiglieri). **L'occhio è rivolto anche ai vari enti territoriali che da anni lavorano alla valorizzazione delle grappe locali, come in Piemonte, Trentino, Veneto:** "Oggi l'Ig grappa nazionale è separata da quelle territoriali ma il Consorzio potrebbe ricomprenderle come sezioni specifiche. Il dialogo è stato avviato" spiega il presidente Caffo, che aggiunge: "Intendiamo creare un sistema che consenta alle grappe regionali di essere ben rappresentate dal Consorzio nazionale". »

Definizione

La denominazione grappa è esclusivamente riservata all'acquavite di vinaccia ottenuta da materie prime ricavate da uve prodotte e vinificate in Italia, distillata ed elaborata in impianti ubicati sul territorio nazionale. La distillazione delle vinacce avviene di tetramento mediante vapore acqueo, oppure dopo l'aggiunta di acqua nell'alambicco insieme alle vinacce. Gli impianti possono essere di tipo continuo o discontinuo, e sono composti da uno o più alambicchi, o da apparecchi per la disalcolazione, cui segue una separazione degli alcoli in colonna di distillazione, e un raffreddamento per ottenere la condensazione dei vapori alcolici.



foto Matthias Böckel/Pixabay

Extravergine Tour

I protagonisti della nuova guida

OLI D'ITALIA 2022

SETTIMANE DELL'EXTRAVERGINE

nei ristoranti/gastronomie/enoteche
con assaggi di una selezione di oli delle aziende aderenti

Scopri produttori e gli oli aderenti al Tour

EVENTI DI DEGUSTAZIONE FINALI

degli oli delle aziende aderenti al tour
nelle città di TORINO, MILANO, ROMA,
NAPOLI, LECCE, PALERMO

Partecipa all'evento

» Il suo battesimo ha suscitato l'interesse di nomi importanti da Maschio a Da Ponte fino a Castagner (vedi articolo di spalla). "Siamo contenti e a breve terremo un'assemblea per ratificare l'ingresso di nuovi soci. Il nostro obiettivo" prosegue Caffo "è rilanciare i consumi e la presenza del nostro distillato nelle case dei consumatori. Negli ultimi anni, il prodotto ha sofferto a vantaggio di numerosi prodotti esteri. Si parla tanto di gin, rum o whisky, ma dobbiamo ricordarci che l'acquavite di bandiera è la Grappa e che non va abbandonata in nome di una globalizzazione del bere".

IL DECRETO MANCANTE: IN ARRIVO ENTRO L'ESTATE?

Come per vino e agroalimentare Made in Italy, la piena operatività del Consorzio della Grappa Ig dipende da un riconoscimento istituzionale, ovvero da un decreto del Ministero delle Politiche agricole che deve essere emanato, si spera, entro l'estate. "Dal Ministero ci hanno garantito che l'iter è arrivato a un buon punto", riferisce Caffo, in costante contatto con l'Icqrif per risolvere anche la questione (correlata) dei controlli e della certificazione mediante un ente terzo. Attività che, probabilmente, sarà svolta dall'Agenzia delle Dogane, che già opera nelle distillerie per la verifica delle regolarità rispetto ai prodotti sottoposti ad accise.

"La creazione del Consorzio è un passo avanti. La bozza di testo esiste ed è stata già discussa ma siamo di fronte a un'inerzia della politica. Senza decreto non si può proseguire", ammonisce **Cesare Mazzetti**, presidente del Comitato nazionale acquaviti di Assodistil che, nonostante gli intoppi burocratici, guarda già al futuro e alle strategie di monitoraggio di mercato: "Come già avvenuto per altre Dop vitivinicole come Prosecco o Sicilia, sarebbe opportuno creare un apposito codice doganale di nomenclatura combinata per l'esatto tracciamento dell'export di Grappa Ig".

GIÙ LA GDO, SU L'HORECA

Ma vediamo la penetrazione della grappa nei diversi canali di vendita. Il periodo pandemico ha determinato una riduzione dei consumi di spirits soprattutto a causa delle limitazioni

Un po' di storia

Disciplinata per la prima volta a livello nazionale nel 1951, la Grappa è tutelata a livello internazionale col Regolamento Cee 1576/89. La norma ha autorizzato l'uso dell'espressione "Grappa" solo per quella prodotta in Italia. In seguito, attraverso il Regolamento Ue 110/2008, è stata creata la categoria "Bevande Spiritose a Ig", al cui interno si è inserita la Ig Grappa insieme a 9 denominazioni di Grappa a valenza territoriale (Grappa della Valle d'Aosta, del Piemonte, di Barolo, della Lombardia, del Veneto, del Trentino, dell'Alto Adige/SudTirolo, del Friuli-Venezia Giulia, della Sicilia). Un riconoscimento confermato dal Regolamento Ue 787/2019.

consorzio-grappa.it

Castagner: "Miglioreremo le regole"

Un simbolo dell'italian style che anche i produttori vitivinicoli hanno finalmente imparato a produrre e valorizzare. Roberto Castagner, proprietario dell'omonima azienda di Vazzola (Treviso), definisce così la Grappa Ig e saluta con favore la nascita del Consorzio. "Oggi è un prodotto più forte grazie alla tutela europea e il Consorzio è la condizione per disporre di risorse per la sua promozione all'estero", dice a Tre Bicchieri, ricordando che i soci dovranno lavorare a "codificare meglio il processo produttivo con regole più stringenti e uniformi", considerando che gli istituti regionali potranno entrare nel Consorzio e ci sarà bisogno di regole accettate da tutti.

Secondo Castagner, i margini di miglioramento per questa Ig sono molto ampi. Si sta lavorando a controlli più sofisticati, si parla di grappa biologica, di investe su una qualità che valorizzi l'elemento fruttato e floreale: "Dovrà essere un prodotto facilmente digeribile, capace di entrare nelle abitudini alimentari. Dovrà essere anche più leggera, meno alcolica. Ci sarà da raccontare il suo valore emozionale. Insomma, chi degusta Grappa, come per il vino, deve sentire l'Italia".

al canale Horeca. Nel complesso, il relativo segmento ha registrato in Italia un -20% in volume sul 2019, secondo dati Nomisma per Assodistil; mentre il 2021 ha consentito un parziale recupero, con un +13% sul 2020, a quota 1,2 milioni di ettolitri, spinto dalla crescita dei consumi fuori casa, che hanno totalizzato un +20%. In tre anni, il peso a volume del canale Horeca sul totale dei consumi di spirits in Italia è passato dal 54% del 2019 al 45% del 2021.

Al ristorante, secondo le rilevazioni Nielsen rese note da Nomisma, con le riaperture sono cresciuti nuovamente i consumi di grappa. Nel cash&carry (riferimento per l'Horeca) il 2021 si è chiuso con un +19% sul 2020 (a 21 milioni di euro) con un trend analogo a gennaio-febbraio del 2022 (+33%). È stato un anno positivo anche per l'e-commerce che ha totalizzato un +15% nel 2021 rispetto all'anno precedente che aveva segnato un boom di acquisti, passati da 0,8 milioni di euro a 2,3 milioni di euro. Mentre nel cosiddetto food retail (che include la grande distribuzione organizzata), il consumo di grappa conta un giro d'affari di 133 milioni di euro, in diminuzione dell'1% sul 2020 ma sopra i 124 milioni del 2019. **Un trend ribassista nel largo consumo è segnalato dalle ultime rilevazioni Iri sui 12 mesi terminanti a marzo 2022**, che indicano una flessione di quasi 5% in valore e 7% in volume nella Gdo. Secondo il presidente Caffo, tra gli scaffali la grappa ha fatto peggio rispetto alla media degli spirits (-0,2% a valore e -0,6% a volume) ma il fatto che i valori scendano meno dei volumi indica una premiumizzazione che fa ben sperare. »

» CHI SONO I CONSUMATORI PIÙ INTERESSANTI

Rispetto al prodotto grappa, i dati di Nomisma segnano un crescente interesse dei consumatori. Se negli ultimi 12 mesi il 61% degli italiani tra 18 e 73 anni di età ha consumato degli spirits in casa o fuori casa, c'è un 29% che ha consumato grappa. **A preferirla sono gli uomini (43% contro il 21% delle donne), mentre a livello generazionale è scelta principalmente dai baby boomers (32%) e dalla generation X (30%),** seguiti da millennials (25%) e generation Z (19%). Nel solo canale online, c'è un 9% di consumatori che ha acquistato grappa, con valori superiori tra i più giovani (generation Z e millennials), donne e consumatori con un'alta capacità di spesa.

“Il prezzo medio del prodotto acquistato online è il doppio di quello venduto nei negozi fisici” sottolinea **Emanuele Di Faustino**, senior project manager di Nomisma, curatore della ricerca per Assodistil. “Sebbene sia ancora una nicchia, l'interesse per il digital è comunque alto: il 15% afferma che inizierà ad acquistare grappa online nei prossimi mesi e ben 3 consumatori su 10 utilizzano il web per cercare informazioni sulla grappa”.

L'EXPORT: GERMANIA IN TESTA

Secondo Assodistil, la grappa in bottiglia venduta fuori confine vale circa 10mila ettanidri su una produzione media annua di circa 70mila (dati riferiti al 2020). Il principale mercato resta la Germania, seguito da Austria e Svizzera. Ma se l'estero non è il core business per le imprese della distillazione, esso rappresenta comunque un obiettivo importante. Lo conferma l'avvio nel 2017, da parte di Assodistil, di un progetto promozionale triennale negli Stati Uniti (denominato Hello Grappa

IL CONSORZIO - DISTILLERIE ADERENTI

F.lli Caffo

Deta

Faled Distillerie srl

Distilleria Dell'Etna dei Flli Russo

Distilleria Privata Untethurner

Distilleria F.lli Brunello

Maschio Beniamino

Distillerie Bonollo Umberto

La Valdotaine

Distilleria St. Roch

Distilleria Peroni Maddalena

Rossi d'Angera distillatori

Roner Distilleria

Maschio Bonaventura

Acquavite spa

Distilleria Andrea Da Ponte

fonte: Consorzio nazionale Grappa Ig (aprile 2022)

Berta: "I distillatori facciamo sistema"

Non dobbiamo mai dimenticare che la grappa è, per definizione, un prodotto tutto italiano; un simbolo nel nostro Paese nel mondo. La nascita del Consorzio nazionale Grappa Ig è uno step importante per la tutela e la promozione di questa magnifica espressione del territorio: al di là di ogni campanilismo e personalismo, noi distillatori siamo uniti dalla volontà di fare sistema e portare in alto il valore della grappa.

– **Chicco Berta**, presidente Distillerie Berta

e finanziato con fondi della legge Ue 1144/2014), che è ancora in corso dopo l'interruzione per la pandemia e serve a far conoscere ai consumatori e operatori d'oltre oceano la Ig italiana. In quanto produzione simbolo, **anche la Grappa Ig soffre il problema dell'italian sounding.** I casi di imitazione non sono molto frequenti, considerando la quota export relativamente bassa sul totale venduto. Tra gli ultimi casi che si ricordano meglio c'è la “Grappagner” prodotta in Germania. “Mi è capitato di trovare in Giappone del distillato di riso con la scritta Grappa in etichetta”, racconta Caffo, ricordando che il marchio Grappa è stato registrato in alcuni mercati del Sudamerica proprio per evitare contraffazioni e usurpazioni. Una volta a regime, il Consorzio dovrà allargare i Paesi in cui la Ig è tutelata. In Cina, è protetta dal 2021 assieme ad altri 25 prodotti italiani grazie agli accordi tra Pechino e l'Ue.

MIXOLOGY: UN'OPPORTUNITÀ?

Si è spesso discusso e tentato di trovare modi per inserire la Grappa all'interno del variegato mondo della moderna mixology, che ha fatto la fortuna di alcuni distillati, a partire dal gin. Per ora, come spiega il presidente Caffo, il successo sperato non si è registrato nei modi attesi anche perché “la grappa resta un prodotto prevalentemente da gustare a fine pasto, dotata di caratteristiche peculiari che, nel bere miscelato, emergono difficilmente. Il nostro compito” sottolinea Caffo “sarà lavorare al meglio attraverso il Consorzio per valorizzare e comunicare ai consumatori, a partire da quelli più giovani, il suo legame con un territorio e la sua unicità”.

GRAPPERIE APERTE: SI GUARDA AL MESE DI OTTOBRE

Infine, il neonato Consorzio della Grappa Ig, come accade per il settore vitivinicolo, non dimentica la dimensione turistica del mercato dei distillati ed è al lavoro per rimettere in piedi una delle manifestazioni su cui l'Istituto nazionale grappa aveva lavorato per anni: Grapperie aperte. “Ne abbiamo discusso di recente in sede di Consiglio d'amministrazione” annuncia Caffo “e le imprese si sono dette d'accordo per riproporre l'evento in un'unica data”. Ottobre del 2022 potrebbe essere il mese ideale per aprire le distillerie a curiosi e appassionati di questo suggestivo mondo degli alambicchi. ❖

GAMBERO ROSSO

BENI DI
BATASIOLO

Alla Scoperta dell'innovazione in cucina

LA PRIMA CENA DEGUSTAZIONE

24 maggio 2022 | LA CANONICA

Vicolo S. Matteo, 3 | Verona

☎ 045 473 2625 | ✉ info@ristorantelacanonica.verona.it

Gli altri appuntamenti:

8

GIUGNO

GIULIA
RESTAURANT

Roma

13

OTTOBRE

LE CICALI
IN CITTÀ

Genova

18

OTTOBRE

SINE
BY DI PINTO

Milano

Per info e prenotazioni contattare direttamente i locali ai numeri indicati
A breve info e menu sul sito: www.gamberorosso.it

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice	Var% settimanale	Var% inizio anno
S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	-1,99	4,03
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	0,56	-3,83
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	-1,26	-1,51

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-1,67	-3,80	-5,60	662
Campari	Italia	0,28	-16,69	7,96	12.440
Centrale del Latte d'Italia	Italia	0,00	-11,59	-4,69	42
La Doria	Italia	-0,12	0,00	-4,19	510
Marr	Italia	-4,06	-19,89	-20,82	1.007
Newlat Food	Italia	0,00	-9,77	-5,66	263
Orsero	Italia	-3,30	3,97	54,77	217
Valsoia	Italia	3,26	-19,27	-28,85	118
Anheuser Bush I	Belgio	-1,45	1,92	-8,40	94.138
Danone	Francia	1,76	5,15	-3,45	38.717
Pernod-Ricard	Francia	2,08	-6,22	14,99	51.943
Remy Cointreau	Francia	4,26	-9,63	15,46	9.892
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-4,17	-6,26	-8,88	2.535
Dsm	Olanda	0,72	-22,10	2,46	26.960
Heineken	Olanda	-2,47	-6,35	-5,20	53.326
Jde Peet S	Olanda	-1,15	1,55	-13,32	13.835
Ebro Foods	Spagna	3,92	0,47	-0,93	2.609
Viscofan	Spagna	-2,16	-8,35	-8,27	2.424
Barry Callebaut N	Svizzera	3,52	3,61	14,00	12.268
Emmi N	Svizzera	-2,25	-11,34	0,79	4.968
Lindt N	Svizzera	0,09	-9,90	22,84	14.529
Nestle N	Svizzera	1,28	-1,68	14,74	343.379
Associated British Foods	Gran Bretagna	3,33	-20,32	-31,19	15.056
Britvic Plc	Gran Bretagna	1,25	-7,61	-3,68	2.705
Cranswick Plc	Gran Bretagna	-9,31	-15,24	-15,87	1.985
Diageo	Gran Bretagna	0,60	-0,99	22,92	109.235
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	3,85	21,68	0,60	4.455
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-0,97	32,80	38,88	47.848
Beyond Meat	Stati Uniti	9,48	-40,30	-69,22	2.341
Boston Beer `A`	Stati Uniti	6,01	-24,53	-67,99	3.689
Brown-Forman B	Stati Uniti	-0,53	-9,20	-14,76	19.416
Bunge Ltd	Stati Uniti	1,66	25,07	36,05	16.784
Campbell Soup	Stati Uniti	1,64	8,42	-2,64	13.467
Coca-Cola Co	Stati Uniti	-3,03	6,54	15,79	259.050
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	-1,58	2,05	-7,07	15.842
Constellation Brands	Stati Uniti	-1,16	-2,36	0,84	37.784
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	4,42	10,04	7,56	11.671
Flowers Foods	Stati Uniti	-1,97	-3,90	8,96	5.302
Freshpet Inc	Stati Uniti	-16,36	-12,96	-54,93	3.416
General Mills	Stati Uniti	-1,94	3,37	13,07	39.735
Hershey Company	Stati Uniti	-0,03	13,75	31,98	30.436
Hormel Foods	Stati Uniti	-1,34	5,84	10,41	26.671
Ingredion Inc	Stati Uniti	1,82	-10,47	-8,41	5.450
Kellogg Co	Stati Uniti	-1,89	3,96	6,49	21.580
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	0,38	0,90	3,11	49.976
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	-0,50	4,21	-18,75	9.038
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	-3,05	-9,90	-20,71	3.892
Mccormick & Co	Stati Uniti	-2,84	1,16	7,51	23.166
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-2,73	13,68	-7,79	10.009
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	1,01	-2,44	5,34	84.811
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-2,71	-12,62	-14,03	42.108
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-2,20	-4,02	-10,47	3.847
Nomad Foods	Stati Uniti	-1,43	-26,47	-36,00	3.049
Pepsico Inc	Stati Uniti	-3,06	-3,29	15,23	220.043
Performance Food Gr	Stati Uniti	-2,80	9,76	-12,43	7.386
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	8,38	1,77	19,29	6.534
Post Holdings	Stati Uniti	0,50	-55,06	-55,89	4.353
Seaboard Corp	Stati Uniti	-5,08	2,45	9,13	4.433
Smucker, J.M.	Stati Uniti	-2,23	0,49	3,34	14.023
Sysco Corp	Stati Uniti	-2,16	9,18	2,05	41.649
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-0,50	-21,03	-18,57	2.911
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	0,17	18,05	0,93	49.139
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-2,68	3,37	14,78	24.962
Us Foods Holding	Stati Uniti	1,13	10,57	-5,68	8.139

FINE WINE AUCTIONS

Masseto, il vino dei record

Nella tabella di questa settimana, che mette a confronto i prezzi massimi spuntati dal Masseto alle aste del 2021, e quando possibile del 2022, con quelli del 2020, compaiono per motivi di spazio solo le 16 annate più significative delle 26 prese in esame. È, quindi, il caso di segnalare che a ottenere un aumento sono stati 17 millesimi e a subire un ribasso nove, cosicché il valore complessivo delle 26 bottiglie, che nel 2020 era di 19.652 euro, è arrivato adesso a 23.651, con un guadagno del 19%, pari a 3.667 euro. È molto?

In questi due anni il valore delle bottiglie del suo più diretto concorrente alle aste, il Sassicaia, è aumentato molto di più, ma dopo un lungo periodo di stasi, mentre il **Masseto, partito alla fine degli anni '80 come secondo vino della Tenuta dell'Ornellaia, è stato protagonista di una folgorante ascesa che lo vede oggi a Bolgheri primo attore di una Tenuta tutta sua**, mentre alle aste è il portabandiera della produzione nazionale. Nel 2009 è stato il primo vino italiano che i negociants della Place de Bordeaux hanno cominciato a distribuire ed è probabilmente questo il motivo per cui nel 2018, nel momento in cui più vistoso era in corso l'attacco ai prezzi dei mitici premier cru bordolesi, presi di mira per essere volati troppo in alto spinti dalla speculazione, anche il successo del Masseto ha registrato una breve pausa, con il calo di quasi il 7% delle sue quotazioni. Ma si è immediatamente ripreso: l'anno dopo, in controtendenza, è stato l'unico a ottenere un aumento dei prezzi: piccolo, del 2,66%, ma con il segno più.

– Cesare Pillon

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
1989	3 b	€ 2.440,00	Bonhams, Parigi	24/03/22	€ 813,33	€ 480,76	+69%
1994	1 b	\$685,00	Zachys, NY online	30/08/21	€ 580,54	€ 735,00	-21%
1996	1 b	€ 1.084,00	Pandolfini, Firenze	22/10/21	€ 1.084,00	€ 510,62	+112%
1998	2 b	\$2.750,00	Zachys, NY online	16/02/22	€ 1.208,80	€ 835,56	+45%
2001	6 b	€6.738,00	Christie's, Londra	03/12/21	€ 1.312,90	€ 986,96	+33%
2002	1 b	€ 867,00	Pandolfini, FI online	22/10/21	€ 867,00	€ 474,00	+83%
2003	1 b	\$809,00	Zachys, New York	28/03/22	€ 736,68	€ 571,67	+29%
2005	3 b	\$2.400,00	Hart Davis Hart, Usa	24/09/21	€ 682,72	€ 857,50	-20%
2006	15 b	€15.925,00	Christie's, Londra	03/12/21	€ 1.241,20	€ 986,96	+26%
2007	1 b	€ 980,00	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 980,00	€ 641,52	+53%
2008	6 b	\$6.250,00	Sotheby's, NY online	16/02/22	€ 915,73	€ 735,00	+25%
2011	3 b	€ 3.185,00	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 1.061,67	€ 603,46	+76%
2012	3 b	\$2.108	Acker Wines, Usa	15/10/21	€ 605,63	€ 776,00	-22%
2013	1 b	€ 1.225,00	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 1.225,00	€ 568,74	+115%
2015	3 b	€ 3.920,00	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 1.306,67	€ 866,67	+51%
2017	3 b	€ 3.675,00	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 1.225,00	€ 1.470,00	-17%

