



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



VITIGNI, STILI E CONSUMI. L'OCEANIA STRIZZA L'OCCHIO ALL'ITALIA

AGROALIMENTARE

Primo trimestre a +19,5%: buone prospettive per il vino, ma restano rischi al ribasso. Il focus Sace

NOMINE

Chi sono in nuovi 25 Cavalieri del Lavoro?

- ❖ Tra di loro anche l'imprenditrice vitivinicola Chiara Soldati

FIERE

Le aziende agroalimentari che partecipano agli eventi crescono più della media. L'analisi Aefi-Prometeia

ESTERI

Il principe Robert di Lussemburgo svuota la cantina per un'asta benefica: raccolti 6,2 milioni di dollari

L'INTERVISTA

"Il futuro del vino passa dalla promozione". Il monito del neopresidente Cia Cristiano Fini





Cancelli aperti per la Cantina Borbonica di Partinico

Ha riaperto al pubblico la Real cantina di Partinico (Palermo): uno dei pochissimi esempi borbonici rimasti in Europa, risalente al '800. La Cantina venne costruita per volere di Ferdinando I, re delle due Sicilie, che scelse questo luogo strategico da sempre vocato alla viticoltura con l'obiettivo di applicare alcuni processi di ammodernamento. Tra questi, il sistema a caduta delle uve che, in tempi non sospetti, e grazie a degli assi inclinati, costituì uno dei primi esempi di viticoltura sostenibile. Oltre che un modello antelitteram di catena di montaggio: all'interno della cantina avvenivano tutti i processi di trasformazione del mosto in vino fino all'imbottigliamento. **Sorse così quella che venne chiamata "Incantina di vino, liquori ed olii", con annesso "fondaco bettola e locanda"**. Di fatto, per tanti decenni, rappresentò una vera e propria industria in cui i prodotti agricoli coltivati nei poderi reali e non solo, venivano trasformati e destinati alla commercializzazione.

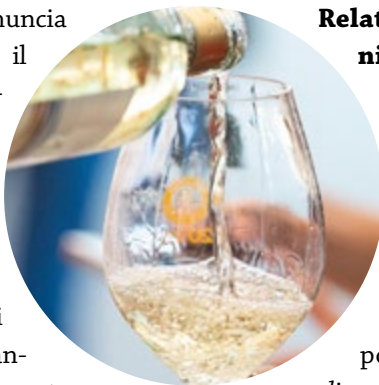
La Cantina Borbonica rimase produttiva per tutto il tempo in cui Ferdinando I rimase in Sicilia, per poi essere affidata ad amministratori e campieri locali, che finirono per portarla alla chiusura. Solo nel 1997 il Comune acquistò l'immobile per avviarne il progetto di restauro e, dopo vari tentativi, finalmente questo raro bene architettonico è visitabile gratuitamente (dal martedì alla domenica dalle 09.30 alle ore 12.30 e dalle 16.00 alle 18.30), grazie al lavoro della Pro Loco, che organizza anche delle visite guidate. All'interno del suggestivo baglio, oltre all'antico sito produttivo (non in funzione), c'è anche una piccola cappella, sempre risalente ai primi anni dell'800 e il Museo dei Pupi della famiglia Canino. Un piccolo grande pezzo di storia che torna a vivere – **L.S.**

AGROALIMENTARE. Primo trimestre a +19,5% ma restano i rischi al ribasso. Buone prospettive per il vino. Il focus Sace

Per l'agroalimentare italiano, il 2022 si annuncia come un anno di ulteriore crescita, dopo il +19,5% registrato tra gennaio e marzo rispetto al primo trimestre 2021. Lo scrive, nel focus *Agroalimentare: Italia, una (pen) isola felice*, l'Ufficio studi di Sace (istituto per i servizi assicurativi del commercio estero controllato dal Ministero delle Finanze). Nel 2020, il settore è stato tra i pochi a registrare un incremento (+3,2% su base annua) superando i 46 miliardi di valore dell'export.

Nel 2021, le vendite oltreconfine hanno toccato il massimo storico di 52 miliardi di euro. *“Restano, tuttavia, i rischi al ribasso legati alle incognite del contesto internazionale e agli aumenti di prezzo delle materie prime agricole”*, dovuti anche al rialzo dei costi degli input produttivi, specie fertilizzanti ed energia, intensamente utilizzati nelle fasi di produzione e trasformazione di alcuni prodotti agroalimentari.

L'Italia, che si caratterizza per l'alto valore di vendite estere di prodotti lavorati (vini e spirit su tutti), a fronte di un import in larga misura composto da prodotti agricoli o, comunque, in fasi iniziali di lavorazione, presenta un saldo commerciale in positivo (4,6 miliardi di euro), si posiziona al nono posto tra gli esportatori mondiali e all'ottavo tra gli importatori.



Relativamente al vino, il consumo nel biennio 2022-2023, è atteso in crescita del

3,1% medio, scrive Sace, citando stime di Fitch Solutions al 17 marzo 2022. I mercati con consumi in aumento si confermano gli Usa e quelle aree (ad esempio Cina e Giappone) dove il valore delle vendite di vino italiano è già abbastanza rilevante ma dove il presidio ancora non è al pieno delle potenzialità. *“Spiccano in termini sia di crescita di consumi che di quota di mercato italiana”* si legge

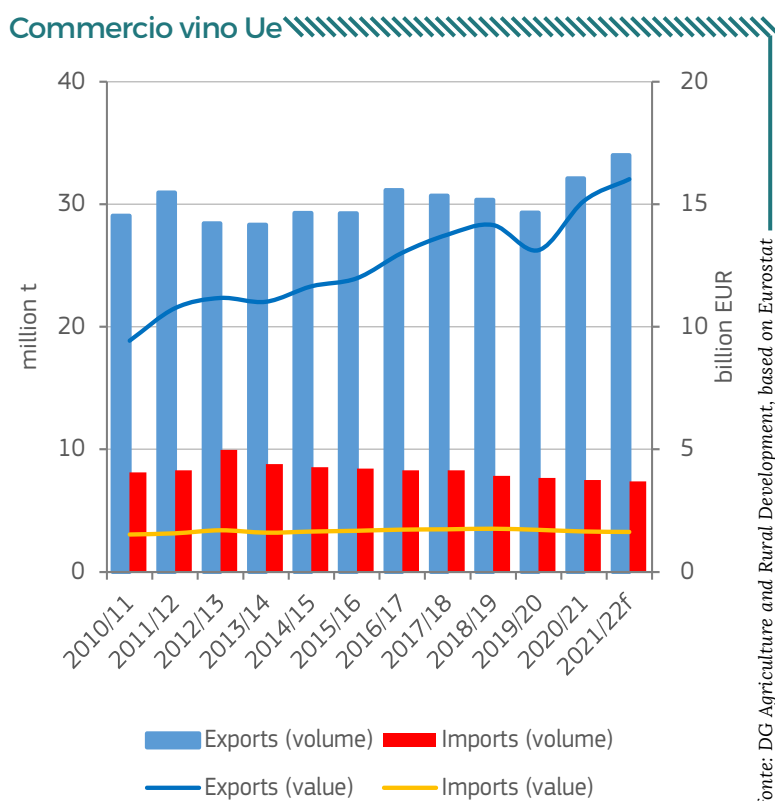
nel report *“Paesi verso i quali il nostro export in valore è inferiore alle maggiori destinazioni, ma comunque sbocchi minori, dove le imprese italiane potranno cogliere sempre maggiori opportunità (Norvegia, Finlandia, Messico e, con le cautele del caso, Repubblica Ceca)”*.

Considerando gli altri mercati storici del vino italiano, la Germania (seconda per valore dell'export) vede un *“ottimo presidio da parte delle imprese italiane, sebbene i consumi di vino per il prossimo biennio siano sotto la media di previsione”*. Canada e Regno Unito rappresentano un *“buon connubio”* di consumi e quota di mercato. Svizzera e Belgio si presentano come Paesi dove invece *“il nostro posizionamento enologico oltreconfine sembra destinato a flettersi”*. – **G.A.**

OUTLOOK. Per il vino Ue, consumi, export e produzione col segno più. Il report della Commissione Europea

Positive le stime della Commissione Ue per il vino. Secondo l'ultimo aggiornamento dello *“Short-Term Outlook Report for Eu Agricultural Markets”* sui dati Eurostat, l'export vitivinicolo europeo dovrebbe mettere a segno un altro record per la campagna 2021/2022, raggiungendo i 34 milioni di ettolitri (+6% su base annua e +10% sulla media quinquennale), soprattutto grazie alla forte domanda degli Stati Uniti, insieme a Regno Unito, Canada e Cina. Viceversa, si prevede che nel 2021/22 le importazioni di vino dell'Ue diminuiranno dell'1% rispetto al 2020/21 (-7%/media quinquennale), soprattutto a causa del calo dell'import dal Cile.

Positive anche le stime sui consumi, dopo le riaperture di bar e ristoranti, con un aumento del 5% anno su anno, a 22,7 litri pro-capite. Segno più, infine, per la produzione, che dovrebbe assestarsi intorno ai 155 milioni di ettolitri, poco al di sotto della media dei 5 anni, con l'Italia in aumento del +19% sul 2021/2022, a compensare i cali previsti per Francia e Spagna (-13%).



ECONOMIA. Galoppa l'inflazione a maggio. Bankitalia esclude spirale prezzi-salari in Italia. Appello Draghi a sindacati e imprese

Inflazione e conflitto in Ucraina sono i due spauracchi per l'economia italiana ed europea. Lo scenario attuale, come ha spiegato nella sua relazione annuale il governatore della Banca d'Italia, Ignazio Visco, è di un'aumentata incertezza. A preoccupare sono, da un lato, il rallentamento della crescita post-Covid legato alla durata del conflitto in Ucraina e, dall'altro, la corsa dell'inflazione. L'Eurostat ha riportato a maggio un nuovo peggioramento: **il caro vita dell'eurozona è all'8,1%** (massimo storico). Le stime delle più importanti istituzioni internazionali indicano che si manterrà elevata nel 2022 per poi scendere decisamente nel 2023 (intorno al 2%). Tuttavia, non c'è, ha assicurato Visco, il rischio di una spirale prezzi-salari in Italia. Intanto, la Banca centrale europea è pronta a intervenire con un incremento graduale dei tassi di interesse per assicurare la stabilità monetaria.

Per quanto riguarda l'Italia, l'Istat corregge al rialzo la stima di crescita del primo trimestre e registra una crescita del Pil nel primo trimestre 2022 (+0,1% sul trimestre precedente e +6,2% sull'anno) ma allo stesso tempo **continua la corsa dell'inflazione (+0,9% su mese e +6,9% su anno) toccando i massimi dal 1986**. I beni energetici (+42,2% sul mese) spingono gli indici ma anche il carrello della spesa segna un'impennata, toccando quota 6,7%.

Il Governo è impegnato per "evitare che il Paese torni in recessione", ha dichiarato il ministro dell'Economia, Daniele Franco, durante il convegno Consob sulla corporate governance, lunedì 30 maggio. "La crescita del Pil nel 2022 è stata rivista dal 4,7% a circa il 3%", ha sottolineato ricordando che l'esecutivo è intervenuto per "mitigare le ripercussioni e gli shock sull'economia", con 4 decreti legge e misure per oltre 30 miliardi di euro. Anche il presidente del Consiglio, Mario Draghi, nella conferenza stampa al termine del Consiglio europeo di mercoledì 31 maggio ha annunciato che a giugno i Paesi membri dell'Ue discuteranno di come usare i fondi già stanziati per contenere gli effetti dell'inflazione: "Le risorse a disposizione sono i fondi rimasti del Next Generation Eu, duecento miliardi di euro fra prestiti e sovvenzioni, assieme ai fondi di coesione non ancora sfruttati. Infine, c'è il Market stability fund che viene usato per contenere le oscillazioni dei prezzi", ha osservato Draghi, ricordando che non ci sono nuovi stanziamenti ma che "bisognerà essere precisi su come verranno utilizzati questi fondi". Ma contro l'inflazione, è l'appello del premier, bisognerà lavorare tutti assieme: imprese, sindacati e governo. – G.A.



VINVENTIONS

WEBINAR SERIES

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

Iscriviti gratuitamente

Venerdì 25 febbraio
alle ore 14:00



GOVERNANCE. Un 2021 da record per donne nei cda. Presenza in quotate al 41%, ma ancora pochi ruoli di Ad

Massimo storico per la presenza femminile nei cda delle società italiane quotate in Borsa. Nel 2021, secondo l'ultimo Rapporto Consob sulla corporate governance, il 41% degli incarichi di amministrazione nelle quotate è esercitato da una donna anche per effetto dell'applicazione delle normative sulle quote di genere.

Con l'ingresso delle donne, i cda si sono modificati sensibilmente: sono più giovani, registrano più laureati e presentano una maggiore diversificazione dei profili professionali.

Tuttavia, in linea con gli anni precedenti, è ancora limitato il numero di casi in cui le donne ricoprono il ruolo di amministratore delegato (16 società, per poco più del 2% del valore totale di mercato) o quello di presidente dell'organo amministrativo (30 emittenti, rappresentativi del 20,7% della capitalizzazione complessiva). Prevale il ruolo di consigliere indipendente (tre casi su quattro). Nel 30% dei casi, le donne sono titolari di più di un incarico di amministrazione (interlockers), circostanza che si verifica con maggior frequenza rispetto agli uomini. Il dato è in calo rispetto al 2020 e rispetto al massimo raggiunto nel 2019 (34,9% di donne interlockers), a seguito di una crescita significativa nel periodo 2013-2018.

Le famiglie continuano a essere i principali azionisti di riferimento delle società quotate italiane (64% delle imprese). La stagione assembleare 2021 di quelle a più elevata capitalizzazione ha fatto registrare una partecipazione degli azionisti pari, in media, al 74,6%, in crescita di circa 5 punti percentuali rispetto al 2012 (primo anno di rilevazione). Gli investitori istituzionali italiani hanno preso parte a 95 adunanze, il dato più alto dal 2012.



HORECA. Fipe: "Spesa in ponte 2 giugno vale tra 860 milioni e 1,3 miliardi di euro"

Stime positive per il turismo italiano nel ponte del 2 giugno. Escludendo gli escursionisti in giornata, saranno almeno 9 milioni gli italiani che sfrutteranno il primo ponte di primavera che coincide con la Festa della Repubblica. E se si includono anche i 4,3 milioni che sono ancora incerti sulla partenza si potrebbero superare i 13 milioni di viaggiatori. La stima è dell'Osservatorio Confcommercio-Swg, che parla di "risultato positivo in linea con la propensione a tornare in vacanza". **Nel 95% dei casi, i viaggi avranno come meta l'Italia**, avranno una durata media di tre giorni, per metà saranno fuori dalla propria regione, con una spesa di quasi 460 euro a testa.

Cene, pranzi e aperitivi in vacanza, secondo la Fipe-Confcommercio, valgono tra 860 milioni di euro e 1,3 miliardi di euro. A conferma di come la ristorazione sia una componente importante dell'offerta turistica. Gli italiani sceglieranno in prevalenza una struttura turistico ricettiva e in tre casi su dieci una seconda casa o quelle di amici e parenti. Per il 37% si sceglierà il mare, seguito da città, borghi e luoghi d'arte (14%). Gli under 35 privilegeranno una grande città, mentre la fascia 55-74 anni i borghi.

Sono 25 i nuovi Cavalieri del Lavoro. Per il vino c'è Chiara Soldati

Sergio Mattarella ha firmato lo scorso 30 maggio i decreti di nomina di 25 Cavalieri del Lavoro, su proposta del ministro dello Sviluppo economico, Giancarlo Giorgetti, di concerto col ministro delle Politiche agricole, Stefano Patuanelli. Tra di loro c'è anche Chiara Soldati, donna del vino e ceo della storica azienda vitivinicola piemontese La Scolca, a Gavi. "Sono davvero molto orgogliosa per questa onorificenza che voglio condividere con la mia famiglia e tutto il mio team e che tocca non solo per il Piemonte ma tutto il settore vitivinicolo italiano" ha detto la produttrice, che ha aggiunto: "È il riconoscimento di un impegno lungo 103 anni, fatto di sacrifici, di lavoro e di passione. Un motivo di estrema soddisfazione che mi che non considero un punto di arrivo quanto piuttosto una nuova partenza. È la spinta per guardare al futuro con coraggio, convinzione e sempre maggiore determinazione e puntare con la consapevolezza degli onori e degli oneri che comporta essere un ambasciatore del vino italiano nel mondo".

Con lei ci sono altri cinque imprenditori del settore agricolo e dell'industria alimentare: Margherita Fuchs (Trentino Alto Adige), Andrea Rigoni (Veneto), Olga Urbani (Umbria), Adolfo Valsecchi (Sardegna) e Rosina Zuliani (Sardegna).



BIRRA. Il settore brassicolo chiede interventi sul lungo periodo per rispondere al caro prezzi: "Scongiorare aumento delle accise"



Dopo aver generato quasi 9,5 miliardi di valore condiviso lungo la filiera, nel periodo pre-pandemia, e aver perso, nel 2020, quasi 1,4 miliardi di euro, il settore brassicolo denuncia la difficile situazione in cui si trova a causa dei nuovi rincari delle materie prime e delle utility. "Una vera tempesta dei costi che intacca la redditività delle imprese e rischia di comprometterne la crescita" ha affermato **Alfredo Pratolongo**, presidente di AssoBirra, l'associazione di Confindustria rappresentativa del comparto della birra e del malto in Italia.

Dal punto di vista agricolo, già da tempo il comparto brassicolo ha varato investimenti per aumentare la quota di orzo prodotto in Italia (che storicamente produce il 40% del fabbisogno della produzione italiana), ma ci vorranno parecchi anni perché questo avvenga. Questa situazione porta il nostro Paese ad approvvigionarsi anche da altri Paesi, facendo fronte ad aumenti medi del 34% sull'orzo, del 23% sul frumento e del 16% per il mais. Alla materia prima si aggiungono gli aumenti dei costi del vetro, dei trasporti e delle bollette.

Oltretutto, rilancia Pratolongo "la birra in Italia è l'unica bevanda da pasto gravata da accise, un'anomalia che pesa su tutti, produttori, distributori e consumatori ed è per questo che il rinnovato aumento delle accise sulla birra previsto per il 2023 risulta uno scenario fortemente da scongiurare. La scorsa Legge di Bilancio" spiega "ha portato in dote al comparto birrario una riduzione di 5 centesimi sull'aliquota delle accise e agevolazioni per i birrifici artigianali fino a 60.000 ettolitri, ma soltanto per il 2022. Un intervento che non basta: occorre prendere delle decisioni di lungo periodo. Nel concreto, Governo e Parlamento devono continuare a intervenire sulla pressione fiscale, rendendo strutturali le diminuzioni richieste".



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



Brolo Campofiorin '18
MASI

In Veneto vicino Verona nella zona del Valpolicella troviamo la storica azienda Masi. La storia dell'azienda Masi inizia nel 1772, data della prima vendemmia della famiglia Boscaini. Con Marco Sabellico assaggiamo il Brolo Campofiorin '18. Dal colore rubino cupo e profondi con riflessi purpurei, al naso è intenso, ricco di note di frutti rossi di ciliegia, marasca, confettura di ribes nero, frutti di bosco, note speziate di chiodi di garofano, cannella e spezie orientali. In bocca è strutturato, ma di straordinaria armonia ed equilibrio, elegante, succoso, sorretto da una bella vena minerale, con tannini vellutati, chiude su un finale lungo armonico su note di frutti neri. Ottimo in abbinamento a cacciagione, selvaggina, carni rosse, stracotti, brasati e formaggi stagionati.

Visita il sito: www.masi.it/it

Per guardare la puntata
www.instagram.com/tv/CeENC8YqIJZ/

FIERE. Le aziende che partecipano agli eventi fieristici crescono del 13% in più. Premio maggiore per il settore agroalimentare. L'analisi Aefi-Prometeia

Un moltiplicatore di business ma anche di turismo d'affari alto-spendente, di servizi specializzati e di posti di lavoro. Parliamo del sistema fieristico che, con i soli eventi nazionali e internazionali, genera un impatto sui territori quantificabile in 22,5 miliardi di euro l'anno di produzione, per un valore aggiunto stimato in 10,6 miliardi di euro pari allo 0,7% del Pil. Effetti macroeconomici aggiuntivi, questi, rispetto al business generato in fiera dalle imprese partecipanti. È il quadro presentato da Aefi (che, nei 41 quartieri associati esprime quasi il 75% del fatturato del comparto) e Prometeia in occasione della settimana mondiale delle fiere. "Ora, per il post emergenza, il sistema punta sul rinnovamento" è il commento del presidente di Aefi, **Maurizio Danese** "una fase cruciale per superare la frammentarietà attraverso alleanze strategiche fondate sui prodotti, salvaguardando i territori e il valore aggiunto prodotto sugli stessi. La strada verso nuove alleanze è tracciata, un percorso che vogliamo fare anche attraverso la costituzione di un tavolo con il Governo per l'attuazione di un piano fieristico nazionale condiviso". Proposta subito accolta dal ministro per lo Sviluppo economico, Giancarlo Giorgetti: "Il tavolo è assolutamente necessario" ha risposto "perché a

parte i player nel sistema fieristico convergono più ministeri e diversi soggetti istituzionali. Sarà importante fare uno sforzo per mettere in fila i soggetti coinvolti e farne uscire una politica coordinata e armonica".

Oggi il b2b fieristico appare in grado di performare 7 volte meglio rispetto al totale dell'economia italiana (+2% vs +0,3% la crescita media annua del fatturato dal 2012 al 2019). Per la prima volta, è stato infatti possibile stimare – grazie a un'analisi d'impatto condotta su un campione di oltre 25 mila imprese espositrici (responsabili del 13% della produzione nazionale) confrontate con un panel di realtà simili che non partecipano a manifestazioni fieristiche – il vantaggio ottenuto dalle aziende che, fra il 2012 e il 2019, hanno creduto nelle fiere: 12,6 punti di crescita cumulata in più delle vendite e 0,7 punti di marginalità lorda (Ebitda) in più, rispetto a chi non ha partecipato. **In particolare, le aziende dell'agroalimentare che partecipano alle manifestazioni sono**



quelle che hanno realizzato il 'premio' maggiore in termini di extra-crescita dell'attività: +20,5%. Altro dato da tenere bene a mente è che le fiere operano con un moltiplicatore di 2,4: ogni euro di valore aggiunto generato direttamente dal sistema fieristico (da espositori, organizzatori e visitatori), ne produce ulteriori 1.4 nell'economia nazionale.

Sistema fieristico italiano

- 1,4 miliardi** di euro valore della produzione
- 3,7 mila** addetti diretti
- 200** manifestazioni internazionali
- 220** manifestazioni nazionali
- 12,6 milioni** di visitatori

fonte: Aefi

Dal 2023 Vinexpo Asia si trasferisce da Hong Kong a Singapore

Cambio di sede per Vinexpo Asia. La manifestazione biennale che per 20 anni (fino al 2018) è stata ospitata a Hong Kong, si trasferisce a Singapore, dove aprirà i battenti nel 2023, dal 23 al 25 maggio. Sarà il Marina Bay Sands la sede prescelta per questo evento interamente dedicato al settore wine & spirits, che avrà cadenza annuale, annunciano gli organizzatori di Vinexposium. **La città-stato si conferma, così, uno degli hub emergenti per il settore del beverage globale.**

Vinexpo Asia 2023 prevede di accogliere tra i mille e i 1.200 espositori provenienti da tutto il mondo, in uno spazio di 8mila metri quadrati. "Singapore si afferma come sede ideale per venire incontro agli interessi dell'intera regione Asia-Pacifico e per attrarre non solo clienti cinesi, ma anche australiani, sudcoreani, thailandesi, giapponesi e vietnamiti", è il commento di Rodolphe Lameyse, ceo di Vinexposium. Secondo recenti ricerche dell'Istituto Iwsr per Vinexposium, il tasso medio di crescita annua dell'area Asia-Pacifico è previsto a 1,5% entro il 2025, superiore a quello stimato per l'Europa (+1,4%).

**IN UN
ATTIMO,
LA SCELTA
DIVENTA
SEMPLICE.**



ALBINEA CANALI
VITICOLTORI DAL 1936

PIGNOLETTO DOC
un attimo che esprime il valore
di una lunga tradizione enologica.
www.albineacanali.com

FOCUS

MONTESCUDAIO. Il Consorzio Doc si rafforza. E punta al riconoscimento Mipaaf

a cura di Gianluca Atzeni

Non è certo un adolescente il Consorzio vino Montescudaio Doc, ente che riunisce oggi 10 aziende della provincia di Pisa, per un volume di 320mila bottiglie. In questo territorio, che con orgoglio vanta una festa del vino datata 1968, il riconoscimento Doc è arrivato nel 1977. Tuttavia, la squadra guidata dalla giovane e **neoretta Letizia Martelli** (La Macchia) è chiamata necessariamente a tenere assieme gli elementi storici con quelli della modernità. E, quindi, a fare quel passo istituzionale da sempre mancante: il riconoscimento presso il Mipaaf. **I vertici consortili hanno recentemente avviato il dialogo preliminare con la Regione Toscana che potrebbe portare a un rapido iter di accreditamento** e a una futura assegnazione delle funzioni erga omnes, secondo le norme del Testo unico del vino.

IL MERCATO. Lo stato di salute di questo **piccolo distretto da 160 ettari** (con Pmi che sfornano tra 80mila e 20mila bottiglie annue) è uscito segnato dal biennio pandemico ma, comunque, a testa alta. *“L'Horeca è il nostro canale prevalente e le chiusure ci hanno messo a dura prova”* racconta la presidente Martelli *“mentre l'export, che vale in media il 33% delle vendite, non ha subito contraccolpi. Per ripartire, essendo in un'area turistica, ci siamo concentrati sulle attività di enoturismo, per le quali siamo ben attrezzati sia per le degustazioni sia per l'ospitalità”*. Sul fronte dei prezzi di vendita non c'è da lamentarsi. Tra rossi, bianchi, vin santo Doc e rosati Igt, la forbice è tra 12 e 50 euro a bottiglia (al dettaglio), con



un trend delle giacenze definito regolare. Merito anche di un rapporto con la ristorazione locale che è *“abbastanza buono”*, fanno sapere dal Consorzio, con una discreta presenza nelle carte dei vini.

IL RILANCIO. Rilanciare il Consorzio in questo 2022 significherà, innanzitutto, allargare nuovamente la base sociale, dopo che in passato si raggiunse un massimo di 30 iscritti. *“Abbiamo accolto la Sator di Gianni Moscardini e stiamo attendendo l'ingresso di due nuovi soci”*, spiega Martelli. In secondo luogo, c'è da lavorare sulla comunicazione: *“Il sito istituzionale è in fase di rinnovo, sono stati riaperti i canali Facebook e Instagram. E stiamo lavorando*

all'organizzazione di ulteriori eventi sul vino, su Montescudaio e sugli altri comuni della Doc, da Casale Marittimo a Montecatini Val di Cecina, con l'aiuto di diversi sponsor che abbiamo già trovato”. Per ora, invece, non si intravedono all'orizzonte interventi sul disciplinare di produzione, che lascia alle aziende un ampio margine di interpretazione della base ampelografica, costituita da sangiovese, cabernet e merlot per i rossi e da chardonnay, sauvignon e vermentino per i bianchi.

IL BIOLOGICO. La viticoltura biologica è tra gli elementi che la Doc intende valorizzare per presentarsi al meglio nei confronti della critica di settore e di appassionati e consumatori. **Ad oggi, secondo dati del Consorzio, l'85% delle imprese è certificato bio:** *“Vogliamo continuare a percorrere questa strada, alternativa al convenzionale. Il nostro è un biologico reale, non solo teorico, fatto da piccole aziende che credono fermamente in questo metodo”* conclude la presidente Martelli *“e che riteniamo possa essere declinato con successo in chiave enoturistica”*.

In cifre

- 10** soci
- 161,5** ettari vitati
- 2.260** ettolitri rivendicati
- 320.000** bottiglie (Dop e Igp)
- 85%** aziende bio
- 33%** export medio

fonte: Consorzio Doc Montescudaio

CHEF SENZA CONFINI

60 Chef e Gambero Rosso
per Medici Senza Frontiere

20 giugno 2022

ore 11.30

per partecipare all'asta
registrati su

www.6enough.eu



CHIANTI DOCG. Un'intesa con American Express agevolerà vendite in cantina



Favorire la vendita di vino nelle cantine grazie a condizioni agevolate sui costi delle commissioni. Lo prevede un'intesa siglata tra il Consorzio vino Chianti e American Express, circuito internazionale delle carte di credito.

In particolare, le agevolazioni consistono in commissioni trasparenti e specifiche per il settore vitivinicolo, basate sul volume di affari annuo. **Il canone e le spese a carico delle cantine saranno pari a zero per incassi fatti con le carte American Express, fino a 3mila euro l'anno.** Per incassi superiori, il canone è comunque calmierato, fa sapere il Consorzio. Un tecnico di American Express provvederà a un aggiornamento gratuito del Pos delle aziende produttrici, per le quali sono previsti l'adesione gratuita al circuito e il supporto del servizio 'Grandi clienti' di American Express. *"Abbiamo accettato la proposta di American Express"* è il commento di Giovanni Busi, presidente del Consorzio *"che va ad alleggerire i nostri associati da canoni e spese per le vendite in cantina"*.

SOLIDARIETÀ. Asta di vini pregiati Torino con il Wine day

Favorire la vendita di vino nelle cantine grazie a condizioni agevolate sui costi delle commissioni. Lo prevede un'intesa siglata tra il Consorzio vino Chianti e American Express, circuito internazionale delle carte di credito.

In particolare, le agevolazioni consistono in commissioni trasparenti e specifiche per il settore vitivinicolo, basate sul volume di affari annuo. **Il canone e le spese a carico delle cantine saranno pari a zero per incassi fatti con le carte American Express, fino a 3mila euro l'anno.** Per incassi superiori, il canone è comunque calmierato, fa sapere il Consorzio. Un tecnico di American Express provvederà a un aggiornamento gratuito del Pos delle aziende produttrici, per le quali sono previsti l'adesione gratuita al circuito e il supporto del servizio 'Grandi clienti' di American Express. *"Abbiamo accettato la proposta di American Express"* è il commento di Giovanni Busi, presidente del Consorzio *"che va ad alleggerire i nostri associati da canoni e spese per le vendite in cantina"*.

PIEMONTE. Il rilancio del progetto Enoteca d'Italia: dal 2023 sarà uno spazio virtuale

Non uno spazio fisico ma una porta per il meta-verso del Made in Italy. Rinasce con questi obiettivi il progetto Enoteca d'Italia, iniziativa digitale che servirà a promuovere il settore vitivinicolo. L'annuncio è stato fatto alla vigilia dei 40 anni dell'Enoteca di Acqui Terme (Alessandria) da Pier Domenico Garrone, che ha presieduto sia l'Enoteca d'Italia sia quella acquese nei primi anni Duemila.



Enoteca d'Italia è stata una società operativa per la promozione del vino, controllata da Buonitalia e dal Ministero dell'Agricoltura, prima della messa in liquidazione della stessa Buonitalia e il trasferimento delle sue funzioni all'Ice con decreto interministeriale del febbraio 2013. Il nuovo progetto Enoteca d'Italia è stato studiato da Garrone (originario di Acqui Terme) con l'Accademia di comunicazione di Milano e con Francesco Tamburella, coordinatore del congresso nazionale di sostenibilità Future respect di Roma. La riapertura è prevista nel 2023: non è previsto alcuno spazio fisico ma la sede sarà in ogni azienda vitivinicola, selezionata da un comitato di esperti e dai consumatori con criteri non commerciali ma legati alla sostenibilità aziendale e al profilo del produttore. *"Un non fungible token"* come ha spiegato lo stesso Garrone *"per cui le aziende manterranno la proprietà delle etichette che diventeranno patrimonio digitale"*. L'obiettivo è preservare i vini nella loro originalità, salvaguardandoli dall'eccesso di prodotti chimici attraverso la Gran carta dei vini sostenibili. Per le aziende, l'Enoteca d'Italia prevede assistenza nella comunicazione digitale.



DEAL. Il 100% di Caldirola nel portafoglio del Gruppo Prosit. Il ceo Dagnino: "Valorizzeremo il marchio 'La Cacciatora'"

Passa al Gruppo Prosit il 100% del capitale di Casa vinicola Caldirola, imbottigliatore da oltre 40 milioni di fatturato nel 2021 (40% estero), con sede a Missaglia, in provincia di Lecco, e fondata nel 1897. Si tratta della sesta acquisizione del gruppo vitivinicolo, nel portafoglio di Made in Italy Fund, il fondo di private equity promosso e gestito da Quadrivio & Pambianco, che ha annunciato l'operazione (cifre non rese note). **Il giro d'affari di Prosit sale a 85 milioni di euro.** Gli attuali azionisti di riferimento, i Tosanotti (75%) e i Gaggino (25%), hanno ceduto il 100% delle quote, comprensive di stabilimento, impianti, marchi, magazzino, personale (oltre 50 i dipendenti), contratti e licenze. L'attuale direttore generale, Olga Tosanotti, rimarrà all'interno del gruppo.

Il presidente di Prosit,

Walter Ricciotti

(foto), parla di "passo avanti nella strategia di sviluppo del Fondo, che punta alla costituzione di un polo di cantine italiane di fascia premium. Vogliamo fare di



Prosit un operatore leader nella produzione e nella commercializzazione del vino italiano nel mondo". "Con questa operazione" aggiunge il ceo **Sergio Dagnino** "desideriamo valorizzare 'La Cacciatora', marchio storico italiano e probabilmente il primo marchio a contraddistinguere una gamma di vini regionali in Gdo". L'intenzione degli acquirenti è costruire un sito produttivo e logistico "dedicato a private label e specifici progetti che vadano incontro alle diverse esigenze provenienti dal mercato internazionale".

Prosit possiede oggi altre 4 cantine: la pugliese Torrento, l'abruzzese Nestore Bosco, la veneta Collalbrigo e la toscana Cantina Montalcino. A cui si affianca l'entrata nel capitale di Votto Vines, realtà americana che importa, commercializza e distribuisce vini da tutto il mondo, in particolare dall'Italia.

NEUROMARKETING

Attenzione alla "neuro-fuffa"



Da ormai più di 15 anni mi occupo di neuroscienze e business, in particolare di neuromarketing nel vino e nel food. Mai, però, come in quest'ultimo periodo ho visto crescere l'attenzione da parte delle aziende su come raffinare la comunicazione e valutarne gli effetti con le tecniche neuroscientifiche. Oggi, una migliore conoscenza del cervello, da una parte, e la disponibilità di più sofisticate attrezzature di misurazione neurofisiologica, dall'altra, hanno permesso di ottenere risultati incredibilmente utili per l'analisi di etichette in scaffale, siti promozionali, video e pubblicità. Non a caso il primo master in Neuromarketing, Consumer Neuroscience e Market Research che la IULM ha proposto a professionisti e aziende lo scorso anno ha avuto un grande successo. Siamo nella fase matura. Oggi non c'è più solo il neuromarketing, si parla di neuromarketing, neuromanagement, neuroleadership, neuroestetica, neurocopywriting, neurobranding. Insomma, la parola "neuro" ormai è dappertutto. Da buon palermitano, se trovassi in vendita la pasta al "neuro" di seppia non mi stupirei. Si vende di più. In effetti, questo è un rischio. Si pensi che un articolo pubblicato nel 2008 da McCabe Castel dal titolo "Seeing is believing: The effect of brain images on judgments of scientific reasoning" dimostrava che l'uso di immagini del cervello in un paper lo fa percepire ai valutatori molto più scientifico dello stesso paper presentato con i medesimi argomenti ma senza le immagini di cervelli che si attivano. Purtroppo, molte aziende pirata si fregiano del titolo di "neuro-esperte" perché è una nuova frontiera e offre un'immagine scientifica. Va di moda. Peccato che queste di "scientifico" hanno ben poco. Attrezzature poco efficaci, metodologie discutibili, campioni limitati, sono solo alcuni segnali che l'azienda però non riesce a comprendere, affidandosi a esperti in "neuro-fuffa". Come distinguerli? Basta valutare la capacità scientifica di queste aziende. Pubblicano i loro metodi su riviste specializzate? Questo è un utile indicatore. Per fortuna, la letteratura disponibile aiuta non solo a valutare i neuro-esperti, ma anche a valutare le proprie capacità di comunicazione, usando criteri neuroscientifici. Grazie a queste competenze è possibile valutare non solo cosa si comunica, aspetto noto al mondo del vino, ma come si comunica. A tal proposito, l'ultimo mio lavoro sul tema "Neuroselling. Il contributo delle neuroscienze alle tecniche di vendita" spiega come utilizzare la conoscenza del cervello per essere più efficaci nelle vendite.

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

EVENTI. Torna a Firenze La Terracotta e il vino

Dopo due anni di rinvii per la pandemia, torna La Terracotta e il vino, evento giunto alla quarta edizione, in programma il 4 e 5 giugno a Firenze, negli spazi della Certosa. Organizzato dall'omonima associazione culturale, l'appuntamento è dedicato al mondo dei vini in anfora. Tra italiani e stranieri saranno circa 60 gli espositori che, durante la due giorni, presenteranno i loro prodotti. Cultori di vino in anfora, appassionati e professionisti del vino, critici e giornalisti di settore avranno la possibilità di scegliere fra oltre **200 etichette di vini elaborati esclusivamente in giare di terracotta.**

Il format della manifestazione rimane quello molto apprezzato delle passate edizioni, con gli assaggi fra i banchi, le degustazioni guidate da enologi esperti e un convegno tecnico, che riunisce esperti italiani e internazionali in un confronto sui vini, sull'affinamento in anfora e sulle novità scientifiche dell'utilizzo della terracotta in enologia. Per il quarto anno, torna anche il team organizzatore coordinato da Sergio Bettini, insieme all'enologo Francesco Bartoletti, di Artenova Terrecotte, che ha seguito la sperimentazione fin dai primi anni in cui l'azienda imprunetina, nel 2008, ha iniziato a produrre giare in terracotta.

Info: terraccottaevino.com

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon,

Vincenzo Russo

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Kewal/Unsplash (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

FINO AL 5 GIUGNO

❖ MOSTRA DEL CHIANTI

Montespertoli (Firenze)

facebook.com/MostraDelChianti/

MostraDelChianti/

3 GIUGNO

❖ VALTENESI IN ROSA

Moniga del Garda (Brescia)

Castello

fino al 5 giugno

valtenesiinrosa.it

3 GIUGNO

❖ STAPPA

CON GAMBERO ROSSO

Pietro Zardini

Amarone della Valpolicella

Ris. '15

sui canali social

del Gambero Rosso

3 GIUGNO

❖ BARBERA UNPLUGGED

Agliano Terme (Asti)

fino al 4 giugno

barbera-agliano.com

4 GIUGNO

❖ LA TERRACOTTA

E IL VINO

Firenze

La Certosa

fino al 5 giugno

terraccottaevino.com

5 GIUGNO

❖ VINI DI VIGNAIOLI

Bari

Villa dei sapori

dalle 12 alle 20

fino al 6 giugno

vinidivignaioli.com

5 GIUGNO

❖ VITIGNO ITALIA

Napoli

Castel dell'Ovo

fino al 7 giugno

vitignoitalia.it

6 GIUGNO

❖ LA PRIMA

DELL'ALTA LANGA

Moncalieri (Torino)

Museo Italdesign

altalangadocg.com

7 GIUGNO

❖ LONDON WINE FAIR

digital e live edition

fino al 9 giugno

londonwinefair.com

7 GIUGNO

❖ LAZIO PREZIOSO 2022

Roma

presso WEGIL

Largo Ascianghi, 5

dalle 16 alle 22

cucinaevini.it

9 GIUGNO

❖ GARDA WINE STORIES

Lazise (Verona)

fino al 10 giugno

gardadocvino.it

10 GIUGNO

❖ RADICI DEL SUD

Sannicandro di Bari (Bari)

Castello

fino al 13 giugno

radicidelsud.it

10 GIUGNO

❖ CONVENTION

DONNE DEL VINO

Pozzuoli (Napoli)

Grand Hotel Serapide

fino al 13 giugno

10 GIUGNO

❖ VINOFORUM

Roma

Parco di Tor di Quinto

fino al 19 giugno

vinoforum.it

11 GIUGNO

❖ SPUMANTITALIA

Garda (Verona)

Palazzo Pincini Carlotti

Lungolago Europa

fino al 13 giugno

spumantitalia.it

11 GIUGNO

❖ RED MONTALCINO

Montalcino (Siena)

consorzio brunello

dimontalcino.it



**OGNI LUNEDÌ
ORE 21,30**

GAMBERO ROSSO

Solo su **sky** | Canale **133 e 415**

CONDUCE NILUFAR ADDATI



VINI RARI

A. A. PINOT NERO V. GANGER RIS. 2017 – Cantina Giralan

LA VIGNA L'uva Pinot Nero a firma Giralan arriva dal vocatissimo territorio di Mazzon, circa 10 ettari dove clima e terreno rappresentano il massimo per questa varietà. In questo caso però parliamo di una vigna in particolare, la Ganger, un piccolo "monopole" situato a 380 metri sul livello del mare. Esposizione a Sud-Ovest, pendenze del 3-5% e un terreno caratterizzato da argilla con substrato calcareo. La vinificazione della sola Vigna Ganger nasce dopo anni di sperimentazioni e micro-vinificazioni partiti dal 2008. L'uva - di cui un quinto vinificato a grappolo intero - viene passata per gravità nei tini d'acciaio inox per la fermentazione (25 giorni). A fermentazione malolattica avvenuta si procede con l'affinamento per 20 mesi in barrique e successivamente ad un ulteriore affinamento in bottiglia per 18 mesi.

LA PERSONA La cantina Giralan nasce nel 1923 grazie a 23 viticoltori che si misero insieme per dar valore alla viticoltura del luogo. Il luogo deputato per le vinificazioni fu un maso storico del XVI secolo. A quasi un secolo dalla fondazione le famiglie unite sotto il nome di Giralan sono ben 200 e lavorano le uve coltivate in circa 220 ettari di vigneti, tra i più vocati dell'Oltradige e della Bassa Atesina. I viticoltori sono coordinati dall'enologo Gerhard Kofler che negli anni ha instaurato uno stretto rapporto con tutti i conferitori al fine di avere le migliori uve da ognuno di loro. A Oscar Lorandi spetta invece il ruolo di direttore generale.

IL VINO Finezza, eleganza, complessità si scorgono fin dal naso, dove convivono sentori di frutta rossa matura ma croccante, in particolare frutti di bosco come lampone, ribes, mora. Non manca un tocco speziato, quasi orientale, che fa seguito a nuance terrose, di sottobosco, corteccia e resine nobili. La bocca regala struttura (l'annata di calore, per quanto equilibrata, la si avverte), l'alcol dona morbidezza e avvolgenza, ma tutto è bilanciato alla perfezione da una freschezza acida ben integrata alla materia che ci riporta alla soavità e alla leggiadria del Pinot Nero. Trama tannica di rara eleganza, con una piacevole sensazione a dare ritmo al sorso. Finale, infine, lunghissimo caratterizzato da ottima sapidità e un ritorno delle note olfattive.



La scheda

abbinamento **Piccione alla brace**

valutazione in centesimi **95/100**

degustato il 26/05/2022

tipologia **Rosso**

denominazione **Alto Adige**

regione **Alto Adige**

alcol **14,50%**

longevità **2022 - 2035**

prezzo **€ 135,00**

produzione **2.225 bottiglie**

vitigni **Pinot nero 100%**

maturazione **20 mesi in barrique**

18 mesi in vetro



VINI RARI

VALTELLINA SUP. INFERNO GUAST 2019 – Dirupi

LA VIGNA L'inferno esiste e si trova in provincia di Sondrio. Ma non è esattamente come lo dipingono. Siamo tra le vette delle alpi Retiche, in un paesaggio in buona parte incontaminato, con vigne coltivate su fazzoletti di roccia strappati alla montagna. Disciplinare alla mano, l'Inferno è una sottozona della Docg Valtellina Superiore, a est della provincia di Sondrio, in Lombardia. Le uve per questo vino provengono da viti impiantate nel 2004 nel piccolo comune di Poggiridenti, tra 490 e 510 metri di quota, in una sottozona storicamente chiamata Guast. Esposizione a sud e pendenze da capogiro: l'inferno è per chi deve lavorare quelle parcelle.

LA PERSONA Una coppia affiatata al comando: Pierpaolo di Franco e Davide Fasolini, in arte Birba e Faso, i 'bad boys' del vino lombardo. Ve li presentiamo così: al loro primo evento Tre Bicchieri, assaggiarono così tanti vini dei colleghi da perdere il diploma. Tutto è partito nel 2003, piano piano hanno ampliato la propria base viticola, andando a recuperare appezzamenti e parcelle per dare sempre maggior compimento a una gamma (35mila bottiglie totali) di vini giocati su grande freschezza ed estrema bevibilità. Nelle loro bottiglie c'è tutta la leggerezza dell'aria di montagna, una buona dose di spensieratezza e non poco talento. Certificazione bio, bassissime rese e una ex-stalla, convertita in cantina, completano il quadro.

IL VINO Viene sete solo a guardare il colore, luminoso e rarefatto, quasi da rosato, se non fosse per i riflessi. Difficile trovare una sintesi così affascinante tra freschezza, intensità e purezza del frutto, con sfumature iodate che rilanciano un intenso giro di spezie e fiori secchi. Non ti aspetti una bocca così, maestosa - la macerazione per 25 giorni, l'intera produzione consiste di una barrique e un tonneau - severa, essenziale sul piano aromatico ma decisa nella presa al palato, graffia per ritmo sapido e rimandi di liquirizia, rosa e tè nero. I profumi sono leggerissimi, la bocca è a dir poco decisa. Il finale è arioso, balsamico, vivido, ancora lontanissimo dall'essere compiuto. Il potenziale di vita è quello dei grandi Nebbiolo: enorme.



La scheda

abbinamento **una succulenta faraona arrosto**

valutazione in centesimi **95/100**

degustato il 12/04/2022

tipologia **Rosso**

denominazione **Valtellina Sup.**

regione **Lombardia**

alcol **13,50%**

longevità **2024 - 2038**

prezzo **€ 38,00**

produzione **966 bottiglie**

vitigni **Nebbiolo 100%**

maturazione **24 mesi in botte**

12 mesi in vetro

Le grandi cantine delle Marche



VIA SANT'AMICO, 14 | 60030 MORRO D'ALBA (AN) | WWW.MAROTTICAMPI.IT | 0731 618027

L'azienda Marotti Campi fu fondata nel 1860 sulla collina di Sant'Amico a Morro d'Alba da Cesare Marotti. È una fattoria di 120 ettari e i primi vigneti furono piantati nel 1886. La cantina è direttamente gestita dagli attuali proprietari Giovanni, Francesca e Lorenzo Marotti Campi. Gli ettari da gestire sono 56 sulle colline che si affacciano sul Mare Adriatico, ai quali si aggiungono 12 ettari in affitto. Si coltiva principalmente verdicchio e lacrima, vitigni capaci di mostrare la personalità di questo territorio. Nascono vini dall'espressione pulita e diretta, capaci di migliorare anche dopo l'invecchiamento.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Castelli di Jesi Verdicchio Cl. Salmariano Ris. '17

Di colore giallo paglierino lucente con riflessi dorati. Profumi di ginestra, sambuco, note marine e minerali, un tocco di vaniglia, capaci di grandi evoluzioni in invecchiamento. Bocca di grande struttura, con spalla acida a sostegno dei richiami fruttati, sapido e minerale, di grande equilibrio e lungo nel finale. Servire con primi piatti elaborati, pesce, carni bianche, zuppe.

Lacrima di Morro d'Alba Sup. Orgiolo '19

Di colore rosso rubino intenso con riflessi violacei. Caratteristici profumi di rosa, mora, pepe rosa e bacche di ginepro con un tocco elegante di spezie orientali. All'assaggio fruttato e speziato, con tannini morbidi e persistente con un finale pulito. Ideale con primi piatti elaborati, petto d'anatra, tacchino, carni arrosto di agnello, maiale e coniglio.



Verdicchio dei Castelli di Jesi Cl. Luzano '20

Profumi di acacia, ginestra, fiori di campo e camomilla con tipiche note di mandorla amara. Asciutto, sapido, minerale, con note fruttate di mela verde e finale piacevolmente mandorlato. Ottimo come aperitivo, primi piatti di pasta o riso, pesce, carni bianche.

Le grandi cantine delle Marche


MONTECAPPONE
MIRIZZI PROPRIETARI VITICOLTORI

Via COLLE OLIVO, 2 | 60035 JESI (AN) | WWW.MONTECAPPONE.COM | ☎ 0731 205761

La Montecappone si trova a Jesi, nel cuore della Regione Marche, ed è stata fondata alla fine degli anni '60 dal nonno dell'attuale produttore: Gianluca Mirizzi. Dispone di 50 ettari vitati tra il Comune di Jesi e alcuni dei suoi Castelli, di 17 ettari di oliveti e di una cantina di vinificazione dotata di tutte le più moderne tecnologie così da esaltare la qualità della materia prima esclusivamente prodotta all'origine, in collaborazione ventennale con l'enologo Lorenzo Landi. Dal 2015 un'altra azienda è entrata in scuderia, si tratta dell'azienda Mirizzi, 5 ettari di vigneto e alcuni piantoni secolari di oliva. I vigneti e gli oliveti, condotti in agricoltura biologica, sono ubicati nel comune di Monteroberto a 300 metri di altitudine sul livello del mare, che per la loro grande pendenza hanno ottenuto il riconoscimento ufficiale della Viticoltura Eroica dal Cervim.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Castelli di Jesi Verdicchio Cl. Ergo Sum Ris. '16

Aprire con eleganti profumi di giglio e ginestra che si intersecano con gli aromi di zafferano e prugna. Al palato questo vino si presenta morbido e potente, con un'acidità vigorosa e vivace. Il retrogusto è morbido ed elegante. Un connubio con lo stoccafisso all'anconetana.

Castelli di Jesi Verdicchio Cl. Utopia Ris. 16

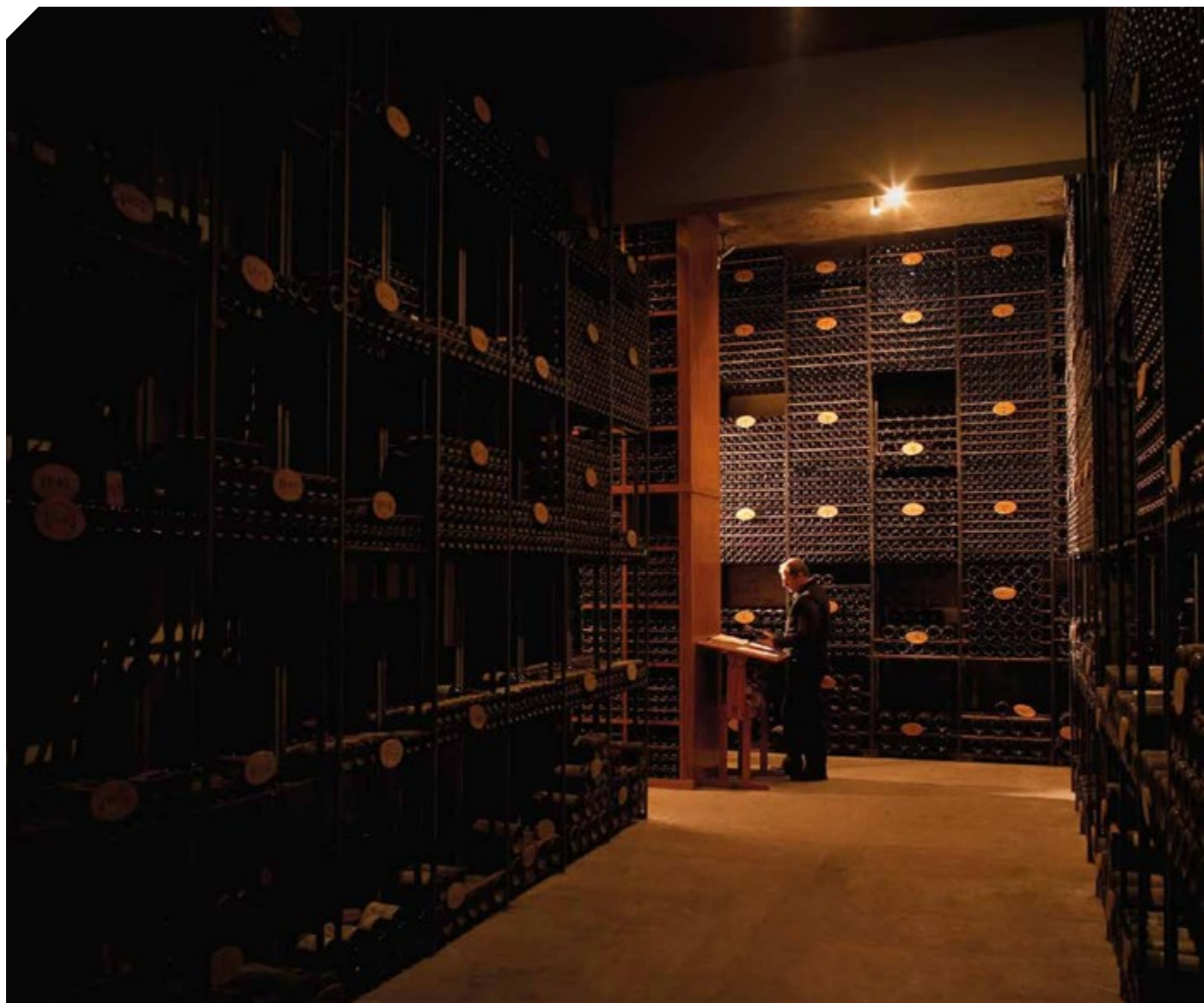
Note di tiglio, ginestra, camomilla, timo e salvia. Complesso, ma con il frutto sempre in evidenza, conquista con l'equilibrio gustativo. Ideale con coniglio in porchetta, rombo al forno con patate e costole di agnello.



Tabano '20

Carezzevole, suadente e ricco di frutto, conquista per il suo gusto fresco e ammiccante. Da preferire con carpacci di pesce, crostacei, formaggi freschi. Ottimo come aperitivo.

AUCTION. All'asta la cantina del principe Robert di Lussemburgo



Passerà alla storia come una delle aste più importanti per quantità di vino proveniente da un'unica proprietà - 4.200 bottiglie - e rivolta ad una causa benefica. È quella che è stata battuta lo scorso 21 maggio da Sotheby's e che ha totalizzato ben 6,2 milioni di dollari (4,9 milioni di sterline). Sotto il martello i vini della collezione personale del principe Robert del Lussemburgo, ceo e presidente dell'impero Domaines Clarence Dillon di Bordeaux (di cui fanno parte anche Château Haut-Brion e Château Quintus). Il ricavato andrà alla Fondazione PolG (che si occupa di ricerca medica), fondata dallo stesso Principe insieme alla principessa Julie, dopo che, nel 2016, al loro figlio più piccolo, Frederik de Nassau, è stata diagnosticata una malattia mitocondriale. *“La cantina vuota è stata sostituita con un cuore pieno”*, è stato il suo commento.

Complessivamente sono stati venduti tutti i 181 lotti, costituiti da circa 4.200 bottiglie di vini rari.

Ben l'86% dei lotti ha raggiunto prezzi superiori alle stime elevate. Tant'è che la cifra finale ha superato abbondantemente l'obiettivo dei 3-4 milioni di dollari. Tra i top lot, una delle pochissime cassette di 12 bottiglie di 12 annate e il passaporto “Primum Familiae Vini”, con una selezione delle migliori annate di ognuna delle 12 famiglie storiche del vino europeo riunite in “Primum Familiae Vini”, di cui fanno parte anche i marchi Marchesi Antinori e Tenute San Guido, oltre che lo stesso Château del Principe. Cifra raggiunta? Battuta a 237, 5 mila dollari. Ha, invece, messo a segno 112,5 mila dollari un raro Château Haut Brion “Vertical”, commissionato dal principe Robert, per celebrare i primi otto decenni di presenza della famiglia Dillon allo Château Haut-Brion.



LA FORZA DEL TERRITORIO

10 Cene imperdibili in **10** ristoranti e trattorie d'Italia

Riparte il Tour alla scoperta delle grandi produzioni locali
con i vini della Cantina Albinea Canali

LE PROSSIME CENE DEGUSTAZIONE

GIOVEDÌ 9 GIUGNO 2022
TAVERNA CALABIANA
MILANO

MERCOLEDÌ 15 GIUGNO 2022
TRATTORIA POPOLARE L'AVVOLGIBILE
ROMA

GLI ALTRI APPUNTAMENTI

**TRATTORIA AI
CACCIATORI**
Cavasso Nuovo [PN]
8 LUGLIO

**ATTORNA TISCHI
TOSCHI**
Taormina [ME]
19 LUGLIO

**TRATTORIA
COGNENTO**
Reggio Emilia
8 SETTEMBRE

**RISTORANTE
DA GIORGIO**
Nonantola [MO]
22 SETTEMBRE

**DA LUCIO -
TRATTORIA**
Rimini
15 SETTEMBRE

**FUORIMODENA
CUCINA**
Vicenza
26 OTTOBRE

**ABRAXAS
OSTERIA**
Pozzuoli [NA]
9 NOVEMBRE

**TRATTORIA
AI DUE PLATANI**
Parma
3 NOVEMBRE


ALBINEA CANALI
VITICOLTORI DAL 1936

GAMBERO ROSSO®


Per info e prenotazioni contattare direttamente i locali ai numeri indicati
Scopri i menu su: www.gamberorosso.it/la-forza-del-territorio/

GAMBERO ROSSO



MASOTTINA
CONEGLIANO

TOUR

Il valore del tempo



LE PRIME CENE PREVISTE

7 GIUGNO 2022

YARD RESTAURANT | VERONA

Via Corso Cavour 17/a
reservations@yardrestaurant.it
Tel. 045 464 5069

16 GIUGNO 2022

MIMÌ ALLA FERROVIA | NAPOLI

Via A. D'Aragona, 21
info@mimiallaferrovia.it
Tel. 081 553 852

Per info e prenotazioni contattare direttamente i locali ai numeri indicati

Scopri i menu su: www.gamberorosso.it/masottina-tour/

IL MIO EXPORT

LUCIO CAVUTO – Castorani

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

Quando abbiamo iniziato l'attività io e Jar- no eravamo sempre in giro per il campiona- to di F.1 e la cosa più normale e possibile da fare era vendere vino dal lunedì al mercoledì e poi concentrarsi sul Gran Premio di F.1 dal giovedì alla domenica. Così facendo, per 11 anni abbiamo sviluppato maggiormente il mercato estero, rispetto a quello italiano. Oggi siamo le nostre quote di mercato si di- vidono tra l'80% all'estero e il 20% sul mer- cato nazionale.

2 Dove si vende meglio e dove peggio e perché?

In riferimento al segmento dei nostri pro- dotti (i nostri prezzi medi sono decisamen- te alti rispetto alla media regionale) vendia- mo meglio in Nord America, Francia, Belgio e Giappone. Siamo invece in costante sfida per conquistare i mercati scandinavi e inglese, che dedicano troppa attenzione al prezzo.

3 Come va con la burocrazia?

La burocrazia è incommentabile; anche quando vuole semplificare continua a generare burocrazia in un incu- bo infinito all'interno del quale è impossibile soddisfare tutte le incombenze. In Italia poi definirsi masochisti può essere riduttivo. Credo che siamo l'unica nazione al mondo che deve sottostare ai registri elettronici, folle rivoluzione epocale nel 2017, foriera di ulteriori costi di gestione.

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

Puntiamo tantissimo sul nostro territorio: Casauria. I caratteri distintivi che ogni microzona della nostra meravigliosa penisola sa regalare ai vini esaltano gli elementi distintivi non riproducibili altrove. Leghiamo saldamente la promozione del brand Casauria alle nostre vigne e al nostro territorio, perché crediamo sia ancora la sola strada per costruire un brand di pregio. Nel network che stiamo intrecciando tra i produttori casauriensi, invitiamo i clienti a visitare reciprocamente le nostre realtà per mostrare loro che tutte le aziende del territorio godono della fortuna di ricadervi.

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

Quando abbiamo conosciuto la nostra importatrice africana, siamo rimasti molto colpiti nello scoprire che il loro business del vino è legato tantissimo alle cerimonie funebri. Abituati in Italia alla figura del wedding planner, abbiamo scoperto con stupore che esiste la figura del funeral planner per vivere il funerale come un momento di festa in memoria del caro defunto. Una festa dove si beve tanto buon vino!



“SULLA PROMOZIONE CI GIOCHIAMO IL FUTURO DEL VINO”. PAROLA DI CRISTIANO FINI NEOPRESIDENTE DI CIA

▲ a cura di Gianluca Atzeni



foto Cia

L'imprenditore modenese guiderà il sindacato agricolo dopo i due mandati di Scanavino. Al settimanale Tre Bicchieri spiega le urgenze del comparto vitivinicolo, come la manodopera per la vendemmia 2022, e rilancia l'appello per creare un tavolo per le strategie estere. Al Governo Draghi chiede uno sforzo aggiuntivo per limitare gli effetti dell'inflazione



Dall'Emilia a Roma per presiedere uno dei grandi sindacati del settore primario, la Cia-Agricoltori Italiani, con le idee chiare sui problemi da affrontare in un contesto molto delicato: l'uscita dal periodo pandemico e la tempesta economica del conflitto in Ucraina. **Cristiano Fini**, che succede a Dino Scanavino dopo due mandati, guiderà un'associazione che rappresenta circa 900mila iscritti.

Fini proviene dal mondo vitivinicolo, con una spiccata sensibilità ambientale. Nel vino è cresciuto e vissuto circondato dalla sua famiglia. Ne ha approfondito tutti gli aspetti, diventando sommelier, producendo e imbottigliando i propri vini a Castelfranco Emilia (paese del celebre Monumento al tortellino) e, poi, scegliendo di conferire le uve a una grande cooperativa come Riunite&Civ, di cui oggi è membro in cda. Orgoglioso delle proprie radici emiliane, nella sua tavola non mancano mai Pignoletto e Lambrusco. Sarà lui a traghettare il sindacato di Via Fortuny nel periodo di applicazione di un ricco Pnrr agricolo (4,8 miliardi di euro complessivi) che mette al centro la transizione verde come elemento qualificante. Lo farà sapendo che il percorso per vino e agricoltura appare costellato di ostacoli. *“La crescente inflazione, con la relativa perdita di valore del potere d'acquisto da parte dei consumatori italiani e stranieri”* avverte Fini in questa intervista al settimanale Tre Bicchieri *“rischia di penalizzare in maniera importante un prodotto come il vino. Pertanto, il tema della promozione diventa dunque fondamentale”*. Una promozione che, secondo il presidente di Cia, deve passare dal lavoro del Tavolo vino presso il Mipaaf e da un gioco di squadra che il sistema Italia dovrà sicuramente migliorare.

Prima il presidente Scanavino, ora lei, entrambi provenienti dal mondo del vino. È una coincidenza?

Da un lato è una coincidenza, ma è anche la conferma del fatto che la Cia ha sempre dato grande importanza al settore vitivinicolo. E mi riferisco all'alto numero di aziende agricole »

Chi è Cristiano Fini

Cristiano Fini è un imprenditore modenese, di Castelfranco Emilia, 50 anni, Agrotecnico, è il titolare di un'azienda agricola e vitivinicola con 13 ettari investiti a vigneto biologico, già presidente di Cia Emilia-Romagna dal 2018 e, precedentemente, di Cia Modena. Fa parte del Consiglio di amministrazione di Cantine Riunite & Civ ed è stato membro della giunta camerale di Modena. È stato nominato presidente dall'VIII Assemblea elettiva di Cia Agricoltori Italiani, riunita a Roma presso il Teatro Eliseo il 20 maggio 2022, e composta da 399 delegati, in rappresentanza dei quasi 900 mila iscritti in tutt'Italia.

» socie di tante cooperative ma anche ai soci Cia proprietari di importanti cantine private. Al nostro interno, il vino è ben rappresentato. E ciò spiega, per certi versi, il fatto che i profili delle ultime presidenze vengano dal vitivinicolo.

Il suo sarà un mandato in continuità col precedente? O è necessario un cambiamento, una svolta, anche organizzativa nel sindacato?

Rispetto ad alcuni obiettivi e ad alcune modalità di condurre le politiche generali ci sarà continuità. Però, è altrettanto vero che sono cambiati gli scenari: la pandemia, i rincari delle materie prime, la fauna selvatica che avanza. Quindi, nei prossimi mesi, occorrerà mettere in campo tutte le risorse per far fronte a queste tematiche, molto impattanti sulle imprese.

A livello di organigramma, ci sarà bisogno di riorganizzare alcuni settori e servizi ma non stravolgeremo la struttura. In merito alla rappresentanza, occorrerà ridefinire meglio gli incarichi, rivedere alcuni ruoli per cercare di organizzare al meglio un gruppo dirigente decisamente cambiato e rinnovato. E per il quale occorrerà prevedere un'attività di formazione, in modo che sia sempre più preparato e incisivo. Rispetto al passato, i nuovi scenari impongono un altro passo. Dobbiamo, quindi, fare innovazione e ammodernarci al nostro interno e negli strumenti a disposizione.

La sua esperienza ha radici nel mondo cooperativo. Quali valori porterà con sé?

Dal mondo cooperativo mi porto dietro il concetto di mutualità: il lavorare insieme e l'aiutarsi l'uno con l'altro per raggiungere obiettivi comuni. Poi, il dialogo e il confronto, che sono alla base del sistema cooperativo.

Quali sono le grandi urgenze dell'agricoltura che ha messo in testa all'agenda?

In questo momento, la redistribuzione del reddito lungo tutta la filiera. Purtroppo, molti settori, in particolare zootecnico e ortofrutticolo, sono fortemente in crisi per i rincari dei costi delle materie prime e dei prezzi energetici. Le aziende non possono lavorare in perdita, c'è bisogno di un reddito equo e di strumenti e misure a sostegno dell'agricoltura, che deve continuare a garantire cibo per tutti, ancora di più dopo la pandemia e, ora, con la guerra.

Quali altre necessità ci sono in questo contesto per il settore primario?

Servono azioni precise e puntuali su larga scala: nuove tecnologie genetiche e digitali per fronteggiare cambiamenti climatici e malattie senza perdere competitività; assicurazioni e fondo mutualistico nazionale per affrontare le calamità; nuovi invasi e sistemi idrici per i periodi siccitosi; rilancio e valorizzazione delle aree interne; procedure veloci per gli investimenti nelle agro-energie; riforma della legge 157 sulla fauna selvatica per tutelare campi e coltivazioni;

mettere al sicuro strade e cittadini e salvare gli allevamenti suini dal rischio Psa.

E nel settore vitivinicolo?

Cambiamenti climatici, siccità, aumento dei costi di produzione, dai fertilizzanti al vetro e ai tappi per il confezionamento, stanno mettendo a dura prova le aziende vitivinicole. Ricerca e innovazione genetica sono, quindi, sfide sempre più importanti per un settore forte ma che necessita di investimenti e coraggio per rinnovarsi.

Quali rischi intravede?

La crescente inflazione, con la relativa perdita di valore del potere d'acquisto da parte dei consumatori italiani e stranieri, rischia di penalizzare in maniera importante un prodotto come il vino.

Quindi, dove si deve agire?

Il tema della promozione diventa fondamentale. Va sicuramente nella giusta direzione lo stanziamento di 25 milioni, da parte del Mipaaf, per la definizione di un programma di promozione istituzionale del vino italiano nel mondo, mentre siamo molto preoccupati sul fronte europeo, visto che la Commissione sta valutando la possibile esclusione dai programmi promozionali di alcuni prodotti come vino e carni, togliendo l'opportunità di usufruire di un importante strumento di sviluppo, soprattutto sui nuovi mercati emergenti. Sulla promozione ci giocheremo il futuro del settore.

In che senso?

Nel senso che l'export funziona, ma abbiamo potenzialità molto superiori. Soprattutto in alcuni Paesi esteri. Quindi, il vino deve consolidare i mercati attuali e crearne altri. Del resto, le dinamiche sociopolitiche ed economiche incidono in modo importante sul mercato del vino. Il rischio, altrimenti, è di non riuscire a collocare tutta la produzione, con effetti sui prezzi e sulle imprese.

Non è che un 2021 da record, a oltre 7 miliardi di euro di export vitivinicolo, distolga l'attenzione sull'importanza di avere un tavolo coordinato nella promozione del vino?

L'export è strategico per il vino Made in Italy. Il consolidamento dei mercati maturi e la penetrazione in nuovi mercati sono sfide gigantesche per il vitivinicolo. I numeri importanti in termini di esportazioni confermano il potenziale del settore, ma il tutto va coordinato, rafforzato e consolidato ad un Tavolo per la promozione.

Come giudica i rapporti della filiera col Mipaaf e col sottosegretario Centinaio? E il ruolo del Tavolo vino?

Il Mipaaf e il sottosegretario Centinaio mostrano sempre grande attenzione. Il Tavolo vino, sempre più, deve divenire un luogo snello e agile di confronto e decisioni, pronto a »

» cogliere le potenzialità del comparto col contributo di tutti gli attori della filiera.

Il forte incremento di energia e materie prime, e gli effetti generali della crisi economica amplificati dalla guerra in Ucraina, potrebbero rallentare i tempi degli investimenti previsti dal Pnrr. Considera le recenti misure del Governo adeguate alla congiuntura?

Cosa chiedete all'Esecutivo Draghi?

Occorre prendere provvedimenti senza bloccare il percorso del Pnrr, continuare a investire sulla transizione ecologica e digitale assicurando al tempo stesso produttività e tenuta del settore. Sicuramente, di fronte alla crisi in atto, le prime misure del Governo destinate all'agricoltura sono state mirate e opportune: dal credito d'imposta per l'acquisto di carburanti ed energia elettrica alla ristrutturazione dei mutui agrari. Ora è importante renderle strutturali, così come è altrettanto necessario uno sforzo aggiuntivo in termini di risorse, per prevedere: assegnazione di nuovi terreni incolti per le semine; incentivi ai consumi agroalimentari, a partire dalle fasce più deboli della popolazione; un pacchetto di interventi mirati di credito agevolato per le Pmi e incentivi alla multifunzionalità e alla diversificazione delle imprese agricole. »

Cia. Un po' di storia

Con oltre 900mila iscritti e 300mila imprese attive associate, Cia è una delle maggiori organizzazioni agricole italiane ed europee. Nata nel 1977 come Cic (Confederazione italiana coltivatori), dall'Alleanza Nazionale dei Contadini del 1955, è diventata Cia (Confederazione italiana agricoltori) nel 1992. Ha sede a Roma, in via Mariano Fortuny, è presente in circa 5mila Comuni italiani e ha una rappresentanza a Bruxelles. È tra i membri del Copa (Comitato delle organizzazioni professionali agricole dell'Ue) e dell'Oma (Organizzazione mondiale degli agricoltori).

Cia dà voce anche ai circa 400mila iscritti dell'Anp, l'Associazione nazionale pensionati. Circa 37mila il numero degli under 40 dentro Agia, l'Associazione dei giovani imprenditori agricoli, 10mila invece le agricoltrici rappresentate in Donne in Campo. La Confederazione promuove anche gli agriturismi attraverso Turismo verde, la vendita diretta con La Spesa in Campagna, il biologico con Anabio. Ha una Ong di riferimento, ASeS, per l'agricoltura sociale e la cooperazione internazionale. Circa 1,4 milioni di persone si avvalgono ogni anno dei servizi offerti da Cia, attraverso le consulenze e l'assistenza dei suoi professionisti di Caf, Caa e Patronato Inac.



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



**Valdobbiadene Rive di Guia
Extra Brut Otreal '21
LA TORDERA**

Nel comprensorio di Conegliano Valdobbiadene più precisamente a Vidor troviamo La Tordera. L'azienda della famiglia Vettoretti si estende per 70 ettari con una produzione importante focalizzata sul rispetto territoriale. Con Marco Sabellico assaggiamo il Valdobbiadene Rive di Guia Extra Brut Otreal '21. Dal colore paglierino brillante, dai riflessi verdolini e con perlage è fine e persistente. Al naso è intenso, ricco di note floreali di glicine e fiori di acacia e note di frutta bianca di mela. In bocca è cremoso, fresco, delicato, fine, ricco di frutto, sorretto da una fresca vena acida che dona equilibrio all'assaggio. Ottimo in abbinamento a piatti a base di pesce, crudi e piatti della cucina mediterranea.

Visita l'e-commerce: www.latorderashop.it/

Per guardare la puntata
www.instagram.com/tv/CeL7f2rNtcc/

GAMBERO ROSSO®

BENI DI
BATASIOLO



Alla **Scoperta**
dell'innovazione
in cucina

LA PROSSIMA CENA DEGUSTAZIONE

8 giugno 2022 | GIULIA RESTAURANT

Lungotevere dei Tebaldi, 4/4a | Roma

☎ 06 9555 2086 | ✉ info@giuliarestaurant.it

Gli altri appuntamenti:

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
Info e menu: www.gamberorosso.it/batasiolo-tour/

» **E in Europa?**

A livello europeo, invece, dopo le recenti decisioni assunte a Bruxelles, bisogna costruire una politica energetica comune, per alleggerire i costi e bloccare le speculazioni, semplificare e velocizzare l'erogazione dei contributi comunitari (Pac, Psr; Ocm), infine, introdurre strumenti di gestione del rischio in grado di calmierare la volatilità dei prezzi e di garantire la stabilità dei redditi degli agricoltori.

Si avvicina il periodo della vendemmia e la carenza di manodopera nei campi è tra le maggiori preoccupazioni. La diffusione del reddito di cittadinanza sembra avere messo ulteriormente in crisi il sistema del reperimento di forze lavoro. Come se ne esce?

Si tratta di un altro nodo urgente da affrontare. Anche quest'anno, infatti, alla vigilia delle grandi campagne, dalla frutta estiva alla vendemmia, è già allarme nei campi italiani per la carenza di manodopera. All'appello potrebbero mancare tra 90 e 110mila addetti, senza i quali la raccolta stagionale è a forte rischio. A preoccuparci, prima di tutto, sono i ritardi del Decreto flussi, sia rispetto allo sblocco delle pratiche relative al 2021 sia rispetto all'emanazione del decreto per il 2022.

Quali altri problemi riscontrate?

Restano, poi, i problemi legati a costi, burocrazia e rigidità degli strumenti. Il fabbisogno delle aziende agricole è legato a determinati periodi dell'anno per cui, per uscire dallo stallo, vanno necessariamente messe in campo politiche mirate a una maggiore semplificazione e flessibilità del lavoro, come sperimentato coi voucher, anche per consentire a giovani, pensionati e percettori di reddito di cittadinanza di integrare il loro reddito attraverso il lavoro occasionale in agricoltura, e senza oneri eccessivi per le imprese. Inoltre, bisogna sottoscrivere accordi con agenzie interinali fortemente radicate sul territorio, in grado di avviare percorsi virtuosi anche nelle aree interne.

Con la vendemmia 2022, in Italia farà il suo esordio il protocollo nazionale di sostenibilità.

La sfida della sostenibilità ambientale caratterizzerà sempre di più il nostro futuro. Una sfida complessa, da cui nessuno vuole tirarsi indietro, con la consapevolezza che la sostenibilità ambientale deve essere sempre affiancata da quella economica e sociale. Già oggi, i disciplinari di produzione dei nostri vini sono spesso molto avanzati anche dal punto di vista "green".

Quali sono, a suo avviso, gli aspetti positivi e le criticità di questo tipo di certificazione?

Il protocollo unico nazionale potrebbe, certo, portare un contributo importante per la valorizzazione di buone pratiche e per un giusto riconoscimento economico ai produttori.

Sarebbe stato utile, però, un percorso di maggiore coinvolgimento degli operatori della filiera. Ci sono comunque ancora margini per favorire una maggiore partecipazione tra tutti i soggetti interessati.

Veniamo al biologico, che finalmente ha una legge. Lei conduce un'azienda bio ma, talvolta, sembra che proprio le imprese che seguono questa pratica non credano fino in fondo alla certificazione come valore aggiunto. Forse un'attesa di 15 anni per avere un quadro normativo ha determinato un progressivo svilimento del marchio?

Cia ha sostenuto, fin dal primo ddl, la necessità di una legge quadro che disciplinasse il biologico e siamo davvero soddisfatti dell'approvazione definitiva, dopo un lungo e non facile iter parlamentare. Il via libera posiziona l'Italia nel solco delle strategie Ue che mirano a ridurre del 50% l'uso di pesticidi e antibiotici e, contestualmente, mirano a triplicare le superfici coltivate con metodo bio. Non credo ci sia stato nel frattempo uno svilimento del marchio bio europeo, che gode di successo e fama. Con la nuova legge nazionale n.23/2022, il logo comunitario potrà essere affiancato dal marchio "Biologico Italiano", ai sensi dell'articolo 6 della stessa legge, per valorizzare e caratterizzare i prodotti ottenuti da materia prima italiana e dare maggior valore aggiunto alle nostre produzioni.

Ora mancano i decreti attuativi.

Parteciperemo attivamente ai tavoli ministeriali e daremo il nostro contributo affinché al più presto vengano emanati i decreti attuativi della legge, che crediamo darà nuovo impulso a un settore che in Italia è in continua crescita e di cui siamo leader indiscussi in Europa, col 16% della Sau totale coltivata a bio (pari al doppio della media Ue).

Nel suo discorso di insediamento ha evidenziato che i consumatori devono capire che l'agricoltura non inquina ma difende l'ambiente e le persone. Così come occorre far capire (a tutti i livelli) che il vino non è una bevanda dannosa solo perché contiene alcol. Quali sono i mezzi più adatti per veicolare questi messaggi?

Si sta assistendo a una sorta di criminalizzazione del vino, basti pensare all'ipotesi di Nutriscore, senza fare le necessarie distinzioni tra consumo moderato e abuso e cancellando completamente valori come qualità e tradizione. Bisogna far comprendere ai consumatori, tramite campagne di comunicazione e di promozione mirate, che non esistono cibi e bevande "buone" e "cattive", ma piuttosto regimi alimentari corretti o meno, a seconda del modo in cui vengono integrati quotidianamente i prodotti tra di loro, come insegna la nostra Dieta mediterranea. Allo stesso tempo, bisogna continuare a combattere in tutte le sedi contro sistemi di etichettatura fuorvianti, come appunto quelli a semaforo, che non informano ma condizionano le scelte alimentari dei consumatori. ❖

LA VITICOLTURA DEL NUOVISSIMO MONDO INCONTRA I VINI ITALIANI

 a cura di Marco Sabellico



Tris di tappe in Oceania per il Gambero Rosso, tra vitigni Made in Italy e grandi stelle del rugby diventati importatori di vini. Meno fruit bomb e più acidità: Australia e Nuova Zelanda cambiano gusti e guardano con sempre maggiore interesse al Belpaese. Anche imitandone le produzioni, come nel caso del Prosecco



Il Top Italia Wines Roadshow è tornato a Sydney dopo tre anni dall'ultima volta. L'accoglienza è stata a dir poco eccezionale. L'evento del Gambero Rosso s'è tenuto alla centralissima Dolton House di Sydney, di fronte allo spettacolare Hyde Park della capitale della Nuova Galles del Sud. Nella suggestiva Grand Ballroom i 52 produttori per tutto il pomeriggio hanno ricevuto un flusso ininterrotto di professionisti del vino e appassionati, che hanno potuto degustare oltre 150 etichette top dell'enologia italiana. Come spesso c'è capitato di constatare nei tour internazionali di questi ultimi mesi, quella del Gambero Rosso e dei produttori italiani è per molte città la prima manifestazione enologica importante post-pandemic, e la gioia di tornare ad eventi di questo livello moltiplica il piacere di riallacciare di persona i contatti con i protagonisti della scena enologica italiana. D'altronde, considerando tutto il 2021, **l'export di vino italiano verso l'Australia è decisamente aumentato anche rispetto al periodo pre-Covid, passando a 65 a 74,5 milioni di euro.** Nel primo bimestre del 2022, l'Italia ha esportato verso l'Australia oltre 2,1 milioni di litri di vini e mosti, quantità sostanzialmente stabili rispetto ai 2,2 milioni del primo bimestre del 2021. Considerando i valori, secondo i dati Istat, gli importi risultano in aumento e passano dai 9,75 milioni del bimestre 2021 a 10,1 milioni di euro del 2022.

VERSO DOVE SI SPOSTA LA VITICOLTURA AUSTRALIANA

Guardando all'Australia al contrario - dal punto di vista di Paese produttore - questi ultimi non sono di certo stati anni facili. Il comparto vinicolo australiano, infatti, ha dovuto fare i conti con una difficile situazione geopolitica, stretto tra le emergenze sanitarie e i lockdown e le frizioni con il governo cinese che ha imposto accise di oltre il 100% superiori ai vini aussie, di fatto azzerando da un giorno all'altro l'export australiano. Dalle conversazioni con importatori e dal riscontro con i siti specializzati emerge un crollo del 97% in valore e del 93% in volume. A questo si aggiunge la congestione dei porti internazionali e la moltiplicazione delle tariffe di spedizione, che finiscono per creare una sorta di tempesta perfetta per uno dei player mondiali del commercio enologico. A questo il settore enologico sta reagendo con vigore, ma le esportazioni verso le altre destinazioni asiatiche per ora compensano solo in minima parte questo momento di crisi. Singapore (+108%), Hong Kong (+45%), Taiwan (+65%) e Thailandia (+31%) sono mercati in grande crescita, soprattutto nel ruolo di hub o come tappa di più complesse triangolazioni verso la Mainland China, ma ci vorranno anni per tornare allo status quo di un settore trainante dell'economia australiana.

In compenso, il mercato domestico cresce e le importazioni di vino italiano anche, sulla scia di una tendenza che vede la nascita di nuovi ristoranti italiani e il consumo dei >>

» nostri vini in costante ascesa. E poi... **forse il tempo della “fruit bomb”, dei vini morbidi e ricchi di frutto ma non troppo acidi e tannici, almeno per i palati più educati, sembra volgere al tramonto. Lo testimonia il successo crescente delle varietà di uva italiane nei vigneti australiani.** Arneis, montepulciano, nebbiolo, barbera, fiano, sangiovese, dolcetto, nero d'Avola e più recentemente, ahimé, glera stanno dando buoni risultati in Australia, e gli ettari di vigneto impiantati con queste uve sono in crescita. “Sono vitigni che resistono bene ai climi caldi, danno vini più acidi e verticali, magari non troppo simili a quelli italiani” ci dice **Matt Irwin** della Trembath & Taylor, importante società di importazione e distribuzione “ma rappresentano una nuova sfida per un Paese di giovane tradizione enologica come l'Australia”. I consumatori sono sempre alla ricerca del nuovo, e questo poi finisce per spianare la strada agli originali Made in Italy.

“Gli australiani sono alla ricerca di nuovi stimoli e di sapori autentici” ci dice **Matt Secchiero**, titolare di Gusto a Ettalong Beach “la vera autentica cucina regionale italiana, abbinata ai vini italiani sono la novità”.

“L'Italia del vino esercita un fascino crescente sugli australiani” ci racconta **Daniel Marcella**, che con la sua Italian Wine Society si occupa di importazione distribuzione e formazione sul vino italiano, che offre anche direttamente ai privati attraverso numerosi wine clubs. “Ci chiedono presenza, storytelling e molta formazione, oltre che buoni vini”, chiosa Daniel.

LA CONCORRENZA DELLE GRANDI CATENE E DEL “PROSECCO” AUSSIE

La conferma del buon momento che sta vivendo la nostra enologia “downunder” l'abbiamo avuta anche nell'evento di Melbourne del 25 maggio, nei saloni delle Q Events by Metropolis, nella centralissima Queen Street della capitale dello stato di Victoria. Anche qui s'è dipanato durante tutta la giornata (12- 20,30), il consueto copione dei Top Italian Wines Roadshow del Gambero Rosso. Le postazioni dei 50 produttori sono state sempre affollatissime, prima dagli operatori e poi dai wine lovers, le tre Masterclass (tenute da chi scrive e da Giuseppe Carrus) anche in questo caso “all sold out” con una sessantina di partecipanti ognuna.

“L'export di vino in Australia è in grande crescita” ci ha detto **Hanna Pappalardo**, Console Generale per l'Italia, che ha partecipato all'evento e alla premiazione dei migliori ristoranti della guida Top Italian Restaurants in the World, “quest'anno abbiamo visto un +17%, con un fatturato di 121 milioni di dollari, con prospettive di ulteriore crescita nel 2022”.

“Anche chi come me rappresenta cucine etniche diverse da quella italiana” ci ha detto **Masahiko Iga**, sommelier di Ishiguzo a Melbourne “trova ispirazione nei vini italiani, che sono davvero food friendly e ci permettono nuove combinazioni di sa-

pori, nel mio caso con la cucina nipponica. È un elemento chiave per il loro successo”.

“Lo scenario è positivo e lo sarà anche nei prossimi anni” scommette **Aldo di Filippo** responsabile di Ethica Wines per l'area del Pacifico “ma ci sono anche elementi di criticità. Non esistono solo importatori specializzati, in questi anni le grandi catene dei bottlestore e liquorstore, veri giganti della distribuzione, hanno iniziato una politica aggressiva dei prezzi e delle etichette con loro brand (le Buyer's Own Brands) che alle lunghe abbassa il valore dei vini e con un'offerta incentrata sulla bassa gamma non favorisce i produttori di livello. Per questo eventi come quello del Gambero Rosso, che viene accompagnato da una Guida dei Vini di reputazione internazionale, sono fondamentali per l'educazione del consumatore. Un classico esempio è l'atteggiamento nei confronti del Prosecco, che spesso importano stipulando contratti che di fatto vincolano il produttore, dando poi ampio spazio al Prosecco australiano che primeggia nelle vendite e sugli scaffali”. Uno dei problemi è l'uso della denominazione Prosecco, che è legale per i vini australiani a base di glera venduti in Australia che di fatto danneggia il nostro export anche se in Europa ne è vietata la vendita. Un nodo che si dovrà risolvere a livello comunitario.

PRIMA VOLTA IN NUOVA ZELANDA

L'ultima tappa del nostro viaggio in Oceania è stata la Nuova Zelanda, dove il Gambero Rosso e il Top Italian Wines Roadshow con i suoi produttori sono approdati per la prima volta... Non abbiamo usato questo verbo marinaro a caso: l'evento del 29 maggio s'è tenuto in una sede prestigiosissima, tra le più belle mai utilizzate da Gambero Rosso nel mondo: la sala grande del Royal New Zealand Yacht Squadron, il club nautico più famoso del mondo, quello che organizza, e ha vinto più volte, la celeberrima America's Cup. Qui tra mille trofei, coppe e bandiere, ai piedi della maestosa Coppa America, con una vista bellissima sulla baia di Auckland dove si esercitano ogni giorno centinaia di barche a vela i nostri produttori sono stati impegnati tutto il giorno da un pubblico numerosissimo. Era la prima volta che si organizzava un evento di queste dimensioni, e come nella vicina Australia l'attesa e le aspettative da parte di tutti erano elevatissime. Grande partecipazione anche alle Masterclass, fondamentali per raccontare lo scenario dell'Italia del vino contemporanea ad un pubblico attento ed esperto, abituato a bere grandi vini soprattutto neozelandesi, certo, ma che sono tra i migliori al mondo soprattutto quando si va su tipologie e terroir di straordinaria vocazione come i Sauvignon Blanc di Marlborough o i Pinot Noir della Central Otago. È stata una giornata esaltante per l'accoglienza davvero amichevole e per il grande interesse riservato ai nostri prodotti. **Oggi il vino italiano in Nuova Zelanda vale 11,6 milioni di euro (dati 2021), in crescita rispetto al 2020, quando non superava gli 8,5 milioni di euro.**

»



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



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



Primitivo di Manduria 15 di Mare '20 CANTOLIO

Nel Salento in provincia di Taranto più precisamente a Manduria troviamo l'azienda Cantolio. La struttura cooperativa nasce nei primi anni 60, oggi annovera circa 700 viticoltori che controllano circa 800 ettari di vigneti. Con Marco Sabellico assaggiamo il Primitivo di Manduria 15 di Mare '20. Dal colore rubino cupo e fitto, al naso è ricco di note iodate, con note di erbe aromatiche, liquirizia, rosmarino e pepe bianco. Al palato è strutturato, polposo, persistente, ricco di frutti rossi, di ciliegia e marasca, sorretto da una bella vena acida che lo rende equilibrato e godibile. Ottimo in abbinamento a formaggi stagionati e piccanti, carni rosse, carne alla brace, selvaggina e piatti a base di sughi rossi.

Visita il sito: cantolio.it

Per guardare la puntata
www.instagram.com/tv/CeRFDfn1I1-/

» “Le relazioni tra i nostri due Paesi sono sempre state ottime” ha ricordato nel suo discorso **Nicola Comi**, vice-Capo Missione dell'Ambasciata italiana in rappresentanza dell'Ambasciatore, giunto appositamente dalla capitale Wellington per consegnare gli Awards della guida Top Italian Restaurants in the world. Le affollatissime Masterclass hanno fatto ancora una volta, da collante culturale all'evento e hanno ricordato come all'origine della storia enologica neozelandese, tra 1895 e 1909 ci sia stata l'importante figura di **Romeo Bragato, enologo e agronomo formatosi alla Scuola Enologica di Conegliano, che ha messo i presupposti, con i suoi studi sui diversi terroir e sulle uve più adatte, per la nascita di una fiorente viticoltura.**

“Un evento importantissimo che attendevamo da tempo” ci ha detto **Roberta Salamon** dell'Italian Chamber of Commerce in New Zealand “e che cementa il successo del Made in Italy in questo paese da sempre a noi molto vicino”. “Un grande evento anche per la comunità italiana in Nuova Zelanda, che è numerosa e attenta a mantenere i contatti con la madrepatria” ha aggiunto **Chiara Corbello** di Ondazzurra, una radio che trasmette in italiano e che ha dedicato ampio spazio all'evento. “Grazie per l'invito all'evento” ci ha detto anche **Marty Pickering**, enologo della prestigiosa Stonyridge Vineyard, azienda vinicola della vicina isola di Waiheke, che abbiamo visitato “I vini sono stati una rivelazione! I miei consumi di vino italiano aumenteranno sensibilmente!”. Tra i partecipanti all'evento anche **Antonio Crisci** della Poderi Crisci di Waiheke, dove ha anche un eccellente ristorante che offre sapori del Sud.

DA STELLA DEL RUGBY A IMPORTATORE DI VINO ITALIANO: LA STORIA DI JOHN KIRWAN

E per concludere, dopo aver citato la vela non poteva mancare all'evento un'altra gloria nazionale, il Rugby. Tra i presenti abbiamo trovato – in veste di importatore di vini italiani - nientemeno che **John Kirwan**, leggenda del rugby mondiale, campione del mondo con gli All Blacks nel 1987 e campione italiano con la Benetton Treviso nel 1989, nonché allenatore della nazionale italiana dal 2002 al 2005. “Ho vissuto a Treviso, amo il vino italiano e così ho deciso di importarlo nel nostro Paese”, ci ha detto. **La società di importazione di John si chiama JK.14, e lui la gestisce insieme alla figlia Francesca.** Importano vini da tutta Italia ed hanno una certa ambizione: “Vogliamo diventare il più grande importatore di vino italiano in Nuova Zelanda” ci confida Francesca in perfetto italiano. “L'unico problema per me ora sono gli allenamenti...”. Eh sì, perché Francesca è per la terza volta campionessa nazionale di Beach Volley. Buon sangue non mente. “Grazie ancora a Gambero Rosso per questo bellissimo evento che è fondamentale per promuovere la cultura enogastronomica italiana, che tutti noi amiamo moltissimo. Tornate presto!”, ci hanno detto John e Francesca. Cosa dire? È difficile declinare un invito come questo... ❖

PHOTOGALLERY

NUOVA ZELANDA



PHOTOGALLERY

MELBOURNE



SYDNEY



INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice

S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	Var% settimanale -0,78	Var% inizio anno 6,14
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	Var% settimanale 1,39	Var% inizio anno -4,37
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	Var% settimanale -0,47	Var% inizio anno -0,25

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-0,83	-2,17	-3,23	673
Campari	Italia	2,15	-16,92	6,89	12.405
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-1,29	-11,59	-4,98	42
La Doria	Italia	-0,12	0,12	-4,63	510
Marr	Italia	-0,75	-16,51	-17,60	1.049
Newlat Food	Italia	0,00	-9,77	-4,00	263
Orsero	Italia	-7,28	7,51	60,45	225
Valsoia	Italia	-4,02	-21,82	-29,28	115
Anheuser Bush I	Belgio	0,75	3,42	-5,77	95.527
Danone	Francia	7,18	3,33	-3,01	38.792
Pernod-Ricard	Francia	1,65	-8,13	13,66	50.882
Remy Cointreau	Francia	-0,75	-13,32	9,83	9.488
Suedzucker Ma Ochs	Germania	1,33	-2,19	-4,92	2.646
Dsm	Olanda	-1,26	-22,65	0,96	26.768
Heineken	Olanda	6,25	-3,99	-0,88	54.674
Jde Peet S	Olanda	2,20	2,73	-12,54	13.996
Ebro Foods	Spagna	0,74	-3,32	-5,66	2.511
Viscofan	Spagna	-0,37	-6,33	-6,82	2.485
Barry Callebaut N	Svizzera	-0,63	0,09	1,56	11.901
Emmi N	Svizzera	-3,56	-9,29	2,20	5.104
Lindt N	Svizzera	-2,48	-9,98	20,45	14.576
Nestle N	Svizzera	1,71	-2,92	13,99	340.473
Associated British Foods	Gran Bretagna	-5,03	-22,88	-33,66	14.571
Britvic Plc	Gran Bretagna	2,19	-8,75	-4,06	2.671
Cranswick Plc	Gran Bretagna	-2,75	-6,54	-6,49	2.187
Diageo	Gran Bretagna	2,70	-1,59	23,53	108.650
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	1,63	17,18	-3,34	4.316
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-5,51	34,10	51,12	47.763
Beyond Meat	Stati Uniti	-16,08	-45,47	-73,10	2.114
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-1,44	-28,81	-70,86	3.441
Brown-Forman B	Stati Uniti	-2,23	-8,72	-12,44	19.303
Bunge Ltd	Stati Uniti	-6,80	23,03	33,48	15.265
Campbell Soup	Stati Uniti	0,35	6,67	-3,26	13.103
Coca-Cola Co	Stati Uniti	-0,03	9,86	21,23	264.186
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	-2,26	3,69	-4,81	15.919
Constellation Brands	Stati Uniti	-2,34	-1,22	3,95	37.804
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-11,68	5,38	-0,61	11.053
Flowers Foods	Stati Uniti	0,19	-1,97	12,96	5.349
Freshpet Inc	Stati Uniti	-12,98	4,06	-43,70	4.035
General Mills	Stati Uniti	-0,96	5,42	17,33	40.074
Hershey Company	Stati Uniti	-3,02	13,78	38,42	30.095
Hormel Foods	Stati Uniti	-2,55	7,27	13,83	26.734
Ingredion Inc	Stati Uniti	-5,88	-12,08	-7,89	5.293
Kellogg Co	Stati Uniti	-0,06	5,96	9,32	21.753
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-1,36	0,52	4,04	49.224
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	-2,48	4,73	-18,66	8.983
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	-1,28	-7,07	-16,18	3.969
Mccormick & Co	Stati Uniti	-0,93	4,12	11,33	23.581
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-3,04	16,87	2,32	10.176
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	-1,79	-3,42	8,97	82.981
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	2,94	-10,18	-11,20	42.779
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-3,26	-1,85	-15,14	3.890
Nomad Foods	Stati Uniti	-10,74	-25,40	-34,82	3.059
Pepsico Inc	Stati Uniti	0,23	-0,24	20,88	224.484
Performance Food Gr	Stati Uniti	-0,50	12,92	-10,02	7.515
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-6,53	-6,10	8,17	6.050
Post Holdings	Stati Uniti	-2,66	-55,28	-55,44	4.283
Seaboard Corp	Stati Uniti	0,91	7,93	17,90	4.618
Smucker, J.M.	Stati Uniti	-1,90	2,79	7,58	14.185
Sysco Corp	Stati Uniti	-0,51	11,58	6,53	42.097
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-1,86	-20,63	-16,90	2.893
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	-0,70	17,86	5,43	48.553
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-5,03	6,22	18,77	25.365
Us Foods Holding	Stati Uniti	2,15	9,33	-4,68	7.960

FINE WINE AUCTIONS

Ornellaia formato speciale

È la prima volta che questa rubrica dedica una puntata all'Ornellaia in bottiglie di formato speciale. Come mai? Il motivo è molto semplice: finora non era mai successo che mezze bottiglie, magnum, doppie magnum, imperial di questo grande vino fossero quotate alle aste per due anni consecutivi in numero sufficiente per trarne indicazioni valide sull'orientamento degli investitori.

Basta un'occhiata alla tabella per rendersi conto che l'anno scorso l'Ornellaia ha superato questa soglia ma soltanto con le magnum: le quotazioni spuntate nel 2021 confrontabili con quelle ottenute l'anno precedente sono di sette annate. E il risultato del confronto è più che soddisfacente: i sette millesimi, che nel 2020 si potevano avere con 2.660 euro, oggi sono quotati 3.406 e valgono quindi il 28% in più. Per la verità, anche le doppie magnum e le imperial possono vantare una duplice quotazione, ma per l'appunto è una sola per ciascun formato e quindi non se ne può tener conto nel valutare gli umori del mercato. Tuttavia, non fa certo dispiacere notare che entrambe le quotazioni sono cresciute: del 15% l'imperial del 1995, ma addirittura del 45% la doppia magnum del 1987. Per l'Ornellaia il momento è quindi particolarmente favorevole: complessivamente, infatti, **la quotazione delle nove bottiglie di formato speciale ha compiuto nel 2021 un balzo in avanti di oltre il 26%**. E in perfetta sintonia con questa fase ascendente è anche il livello del prezzo raggiunto dalla mezza bottiglia del 2000, che ha superato il valore di soglia dei 100 euro.

– Cesare Pillon

Ornellaia - Tenuta Ornellaia

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
2000	22x1/2b	\$2.728,00	Acker Wines, live, US	16/12/21	€ 108,50	-	-
1988	1 m	\$ 422	Zachys, NY online	11/01/21	€ 347,22	€ 344,58	+1%
1998	6 m	\$ 3.735	Zachys, NY online	25/02/22	€ 552,28	€ 507,46	+9%
1999	1 m	£ 750	Sotheby's, Londra	07/05/21	€ 861,38	-	-
2007	3 m	\$ 1.500	Hart Davis Hart, Usa	17/12/21	€ 444,75	€ 334,82	+33%
2010	1 m	€ 796	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 796,00	€ 424,69	+87%
2013	3 m	\$ 1.364	Acker Wines, Usa	12/05/21	€ 376,56	€ 295,89	+27%
2014	3 m	\$ 1.364	Acker Wines, Usa	12/05/21	€ 376,56	-	-
2015	3 m	\$ 1.364	Acker Wines, Usa	12/05/21	€ 376,56	€ 432,00	-13%
2016	2 m	£ 875	Sotheby's, Londra	10/09/21	€ 512,36	€ 320,50	+60%
1987	1 dm	\$ 1.178	Acker Wines, Usa	12/05/21	€ 975,62	€ 675,00	+45%
2010	1 dm	\$ 1.500	Hart Davis Har, Usa	17/17/21	€ 1.334,25	-	-
1995	1 i	€ 1.592	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 1.592,00	€ 1.388,85	+15%
2010	1 i	€ 3.920	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 3.920,00	-	-
2011	1 bz	€ 5.500	Bolaffi, Torino	24/11/21	€ 5.500,00	-	-

Legenda: 1/b=mezza bottiglia (0,375 litri) - m=magnum (1,5 litri) - dm=doppia magnum (3 litri) - i= imperial (6 litri) - bz= balthazar (12 litri)

