



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



L'ESTATE 2022 È NEL SEGNO DEI ROSATI. LE GRANDI DOC CI CREDONO

SICCITÀ

Proclamato lo Stato emergenza in cinque Regioni italiane. Coldiretti chiede piano di invasi

SOSTENIBILITÀ

Due aziende su tre sono sostenibili ma ❖ non lo comunicano. Il report Università Cattolica-Opera

FOCUS

Per i Vini di Romagna ❖ il rilancio passa dalle sottozone. Ecco cosa cambia con il nuovo disciplinare

ESTERI

Ue e Nuova Zelanda chiudono ❖ l'accordo di libero scambio: tutte le novità per l'agroalimentare

MERCATI

Il Nord America ❖ sceglie l'Italia: il vino tricolore è il più importato in Canada. Il report del Gambero da Oltreoceano





A(rt) message in a (Chianti Classico) bottle. La mostra diffusa del Gallo Nero

Message in a bottle. Anzi ...in una Bordolese. È il nuovo progetto del Consorzio Chianti Classico con la collaborazione di TerraMedia APS che mette insieme vino e arte contemporanea: **7 artisti internazionali per 7 diverse interpretazioni della tipica bottiglia del Gallo Nero in una mostra diffusa in 7 borghi del territorio** (Gaiole in Chianti, San Donato in Poggio, Castelnuovo Berardenga, Radda in Chianti, Greve in Chianti, Castellina in Chianti, San Casciano Val di Pesa).

La mostra diffusa "A(rt) message in a (Chianti Classico) bottle" sarà visitabile gratuitamente fino al 20 settembre. Per conoscere l'itinerario enoturistico con la collocazione delle singole opere basta consultare il sito www.chianticlassico.com.

Si tratta di una nuova lettura del territorio chiantigiano e del suo prodotto più conosciuto, che trova ispirazione nei grandi artisti del passato, come ad esempio il Vasari, che lo hanno immortalato e reso famoso già nel '500. Oggi, a cimentarsi nell'impresa sono Francesco Bruni, Corn 79, Camilla Falsini, Thomas Lange, Eliseo Sonnino, Clet e Numero Cromatico: c'è chi ha utilizzato la gigante bottiglia "bordolese" (tra i 350 e i 400 cm di altezza) come fosse una tela bianca, chi l'ha immaginata come una fantasiosa abitazione e chi ne fatto il soggetto di un grande stendardo.

"Questa terra è fonte di ispirazione per gli esponenti di varie forme artistiche da secoli" dichiara la direttrice del Consorzio Carlotta Gori, *"come un vino che trae le sue caratteristiche identitarie dal luogo da cui proviene, anche queste opere sono fortemente connotate dal loro legame con la loro musa, la bottiglia di Chianti Classico, e per questo vivono in dialogo con i luoghi in cui sono state installate, nei nostri bellissimi borghi, per raccontare con forme nuove una storia secolare"*.

La mostra si inserisce nel più ampio progetto Meet Chianti Classico Experience, che mette insieme arte, musica e teatro. Tra il 9 luglio e la fine di agosto, infatti, il paesaggio chiantigiano dialogherà anche con la musica classica eseguita dagli allievi dell'Accademia Musicale Chigiana. Inoltre, per gli appassionati di teatro, andrà in scena anche "diVINUM", uno spettacolo dedicato al vino ispirato al Circo contemporaneo.

Per il programma completo chianticlassico.com/news/meet-chianti-classico-experience-arte-musica-e-teatro-nel-territorio-del-gallo-nero/

foto: Consorzio Chianti Classico

AGRICOLTURA. Stato emergenza siccità in 5 Regioni. Via libera in Cdm. Coldiretti chiede piano invasi: "Perdiamo 500mila metri cubi di acqua al minuto"

Il Governo ha dichiarato lo stato di emergenza per la siccità in cinque regioni del Nord Italia che lo avevano richiesto: Veneto, Lombardia, Piemonte, Friuli-Venezia Giulia ed Emilia-Romagna, ricadenti nell'area del Po e delle Alpi Orientali. Grazie a questa misura, approvata dal Consiglio dei ministri di lunedì 4 luglio, saranno possibili interventi prioritari e strutturali nel medio e nel lungo termine. **Per i primi interventi, sono stati stanziati 36,5 milioni di euro, a carico del Fondo per le emergenze nazionali** che vanno dai 10,9 mln dell'Emilia-Romagna ai 4,8 mln del Veneto (vedi box). Il Governo Draghi ha fatto sapere che, a seguito di ulteriori approfondimenti, potranno esserci altri fondi per nuovi e diversi interventi. "Sono state accolte le sollecitazioni delle Regioni e delle organizzazioni agricole. I settori agricolo e zootecnico stanno pagando il prezzo più alto", ha dichiarato il sottosegretario Mipaaf con delega al vitivinicolo, **Gian Marco Centinaio**. "Il riconoscimento dello Stato di emergenza" ha aggiunto "è un primo passo non solo per garantire i ristori a quanti sono stati danneggiati, ma anche per avviare un processo di riforma infrastrutturale che possa garantire al Paese un futuro in cui l'acqua sia una certezza".

A chiedere un piano invasi a livello nazionale è la Coldiretti,



I primi 36,5 milioni di euro

10.900.000 euro Emilia Romagna

4.200.000 euro Friuli Venezia Giulia

9.000.000 euro Lombardia

7.600.000 euro Piemonte

4.800.000 euro Veneto

PROMOZIONE. Aperto bando Mipaaf da 25 milioni di euro.

Progetti sul territorio nazionale e scadenza l'8 settembre

Via libera Mipaaf all'atteso decreto direttoriale che assegna contributi per 25 milioni di euro alle imprese vitivinicole per la promozione sul territorio nazionale. [Il decreto n. 302355 del 7 luglio 2022](#) contiene le modalità attuative del decreto Mipaaf del 23 marzo 2022, n. 138367. Si entra, quindi, nella fase operativa. **Le imprese possono chiedere contributi per azioni di informazione su Dop e Igp** (comprese le visite dimostrative sui territori), formazione presso scuole alberghiere e promozione (anche in Horeca) per migliorare la conoscenza, favorire la divulgazione e sostenere lo sviluppo dei vini contraddistinti dal riconoscimento Ue.

Consorzi e associazioni temporanee (singolarmente o in forma associata) possono presentare domanda di contributo (percentuale massima non oltre il 90% delle spese ammissibili) per progetti di importo minimo di 100mila euro e massimo di 500mila. Le attività dovranno essere completate entro il 31 luglio 2023. Le grandi imprese sono escluse.

La scadenza per la presentazione dei progetti è fissata all'8 settembre 2022. L'istruttoria è affidata a una commissione che accetterà l'ammissibilità del piano promozionale e attribuisce dei punteggi. Le risorse saranno attribuite sulla base dell'ordine di graduatoria di ciascun progetto fino a esaurimento. Per ciascun progetto, sono consentite esclusivamente variazioni che comportano la modifica delle spese ammesse, per ciascuna attività, fino al 20% dell'importo previsto. "Sono risorse importanti, soprattutto nel momento attuale", commenta il sottosegretario Mipaaf, Gian Marco Centinaio.

che ricorda come nei territori interessati dal provvedimento governativo lavorino 225mila imprese che rappresentano il 44% del Made in Italy a tavola, essendo fornitori nazionali soprattutto di grano tenero, mais per l'alimentazione animale, riso, bovini e maiali. Tutte produzioni tagliate in questo 2022 dal dimezzamento delle piogge registrato finora. Il 28% del territorio nazionale è a rischio desertificazione. Secondo stime Coldiretti, l'Italia perde 500mila metri cubi di acqua al minuto, che potrebbero garantire una riserva idrica a cui attingere nei momenti di siccità. "Serve subito una rete di piccoli invasi diffusi sul territorio, senza uso di cemento e in equilibrio con i territori, per conservare l'acqua e distribuirla quando serve ai cittadini, all'industria e all'agricoltura" rimarca il presidente **Ettore Prandini**. Assieme all'Associazione nazionale delle bonifiche, **la Coldiretti ha elaborato un progetto immediatamente cantierabile per realizzare una rete di bacini di accumulo (laghetti) per raccogliere il 50% dell'acqua piovana**. "Si tratta", fa sapere l'organizzazione, di 6mila invasi aziendali e 4mila consortili "da realizzare entro il 2030, multifunzionali e integrati nei territori perlopiù collinari o di pianura".

Confagricoltura chiede che venga nominato, nel più breve tempo possibile, un commissario straordinario per procedere, d'accordo con i sindacati agricoli, a stanziare le risorse per coprire i danni già subiti. Il sindacato presieduto da **Massimiliano Giansanti** auspica che si proceda coi lavori di efficientamento della rete nazionale previsti e finanziati nel Pnrr con 190 milioni di euro. Infine, che si rimodulino i fondi Pnrr "dedicando una quota a nuove infrastrutture strategiche per la raccolta dell'acqua piovana e per la gestione e il riutilizzo dei reflui a scopi irrigui". - G.A.



BIOLOGICO. Superficie Italia cresce del 4,4%. Bene i vigneti: +9,2%.

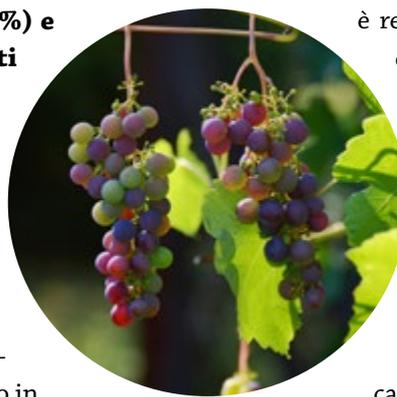
Ma la spesa cala per la prima volta nel 2021

A fine 2021, la superficie italiana coltivata a biologico sfiora i 2,2 milioni di euro, con una crescita del 4,4% sul 2020. L'Italia è terza in Ue dopo Francia (2,77 mln/hl) e Spagna (2,43 mln/hl). Se manterrà questo trend crescente anche nei prossimi anni raggiungerà i 2,7 mln di ettari entro il 2027, ultimo anno della Pac 2023-2027, e toccherà i 3 mln nel 2030, un valore prossimo al target Farm to Fork del 25% di superficie bio, da raggiungere entro fine decennio. Il dato è emerso durante il convegno *Appuntamento con il bio: l'agricoltura biologica del futuro*, organizzato da Ismea.

Tra le coltivazioni bio, crescono quelle permanenti (+3,5% nel complesso): in calo agrumeti (arance -17,2% e limoni -0,8%) e stabili i meleti (-0,4%) e gli oliveti (+0,5%) mentre **aumen-**

tano i vigneti (+9,2%) e i nocciolati (+12,5%). Crescono anche le superfici investite a cereali (+2,8%) trainate soprattutto da grano duro e tenero.

A crescere nel 2021, secondo le anticipazioni del rapporto "Bio in cifre 2022", sono anche gli operatori, grazie a 4.413 nuovi ingressi nel sistema di certificazione, per un totale di 86.144 unità tra produttori, preparatori e importatori. "Una conferma" secondo l'Ismea "della grande vitalità del comparto, nonostante le incertezze negli anni di pandemia". Battuta d'arresto, invece per la spesa green. Nel 2021, per la prima volta, si



è registrata una riduzione degli acquisti di alimenti e bevande bio.

Dopo il +9,5% del 2020, influenzato dai lockdown, il business si è contratto del 4,6%, a 3,38 miliardi di euro. Anche se non è cambiata (3,9%) l'incidenza del comparto sul totale degli acquisti agroalimentari. Nei primi 5 mesi del 2020, nella sola Gdo, si rileva una ulteriore riduzione dell'1,9% su base annua, a fronte di un incremento dell'agroalimentare convenzionale (+1,8%). Positivo il trend delle vendite online di biologico, vicine ai 40 mln di euro, con un 5% del valore del mercato. – G.A.

PNRR. Decreto Agrisolare da 1,5 miliardi in Gazzetta ufficiale

Diversificare le fonti energetiche e ridurre i costi sostenuti dalle aziende agricole, zootecniche e agroindustriali. La pubblicazione in Gazzetta ufficiale del [decreto Agrisolare](#) di una settimana fa consente al Mipaaf di disporre di un plafond da 1,5 miliardi di euro a valere sui fondi Pnrr, **per contribuire alla transizione verde e aumentare sostenibilità, resilienza ed efficienza energetica**:

"Possiamo finalmente sostenere gli investimenti per la realizzazione degli impianti fotovoltaici sulle coperture delle stalle e dei capannoni delle aziende agricole", ha dichiarato Stefano Patuanelli, ministro per le Politiche agricole. Il contributo potrà coprire anche i costi di riqualificazione e ammodernamento delle strutture.

Gli interventi ammissibili all'agevolazione devono prevedere l'installazione di impianti fotovoltaici, con potenza di picco non inferiore a 6 kWp (kilowatt picco) e non superiore a 500 kWp. Possono essere eseguiti uno o più interventi di riqualificazione per migliorare l'efficienza energetica delle strutture. Il target finale da raggiungere è l'installazione di pannelli fotovoltaici per una potenza complessiva pari a 375.000 kW. "Negli ultimi mesi, di fronte all'escalation dei costi energetici e al caro bollette" ha dichiarato il sottosegretario Mipaaf, Gian Marco Centinaio "è emerso con chiarezza quanto siano necessarie misure per differenziare le fonti di energia e interventi per abbattere i costi sostenuti dalle aziende".



AGROALIMENTARE. Da Mipaaf 56 mln per le eccellenze gastronomiche

Il ministro delle Politiche agricole, Stefano Patuanelli, ha firmato il decreto attuativo che definisce i criteri per la concessione del "Fondo di parte capitale per il sostegno delle eccellenze della gastronomia e dell'agroalimentare italiano". La dotazione finanziaria è di 56 milioni di euro: 25 milioni di euro per il 2022 e 31 milioni per il 2023, a valere sulla Legge di Bilancio. Fortemente voluto dallo stesso Patuanelli, il fondo intende promuovere e sostenere le eccellenze della ristorazione e della pasticceria italiana.

È prevista l'erogazione di agevolazioni fino al 70% dell'investimento, per un massimo di 30.000 euro per singola impresa, per l'acquisto di macchinari professionali e altri beni strumentali durevoli innovativi. **I beneficiari sono le imprese di ristorazione con somministrazione, le pasticcerie e le gelaterie** iscritte da almeno 10 anni al registro delle imprese o, in alternativa, quelle che, nei dodici mesi precedenti la data di pubblicazione del decreto, hanno acquistato prodotti certificati Dop, Igp, Sqnpi (Sistema di qualità nazionale di produzione integrata), Sqnz (Sistema di qualità nazionale zootecnica) e prodotti biologici. Per la ristorazione, la quota stabilita è fissata al 25% degli acquisti totali, per la pasticceria e la gelateria al 5%.

SOSTENIBILITÀ. Due aziende su tre sono sostenibili ma comunicano poco. Risultati migliori per le coop rispetto ai privati. Il report Università Cattolica e Opera

Bicchiere mezzo pieno, se si osservano le aziende vitivinicole italiane impegnate nella sostenibilità, nell'anno che vedrà l'esordio del protocollo volontario nazionale elaborato dal Mipaaf. Perché l'impegno per rispettare i principi cardine c'è, ma manca ancora l'elemento della comunicazione, considerato ancora insufficiente. Secondo il report dell'Università Cattolica, su un campione di 70 aziende italiane, l'84% presenta almeno una certificazione di sostenibilità ambientale o sociale e il 53% è certificata Viva sustainable wine o Equalitas, protocolli comprensivi dei criteri Esg (environmental, social, governance) che valutano aspetti come tutela di biodiversità e risorse, buone pratiche di cantina e imbottigliamento, rispetto del territorio, welfare e diritti dei lavoratori.



LA COMUNICAZIONE. L'indagine condotta da Altis (Alta scuola impresa e società dell'Università Cattolica) e Opera (Osservatorio europeo per l'agricoltura sostenibile), sottolinea che il comparto appare ancora poco consapevole della necessità di un approccio integrato e di una comunicazione efficace, perché il valore della sostenibilità sia trasferito e riconosciuto dai consumatori. Infatti, **poco più del 20% presenta un Piano strategico (21,4%) e redige un Report di sostenibilità (25,7%)**. La comunicazione sui siti web delle cantine, nel 43% dei casi, racconta in modo completo ed esaustivo l'impegno sui temi sostenibili. Il 37% di esse non comunica nulla e il 20% fornisce informazioni limitate, legate alle certificazioni possedute.

LA ROAD MAP. Due aziende su tre sono fautrici di una sostenibilità di sostanza: tante iniziative e progetti virtuosi ma scarsamente strutturati e poco valorizzati sul fronte della comunicazione. Inoltre, il report non è riuscito a classificare il 12% delle imprese per assenza di informazioni sulla sostenibilità. *“Solo l'8%”* rende noto il rapporto *“adotta un approccio d'avanguardia”*, in cui la sostenibilità assume un ruolo di guida strategica e l'impegno socio-ambientale permea contesto e cultura aziendale.

Gli analisti di Altis e Opera evidenziano un gap che riguarda la visione integrata *“che non si fermi alle certificazioni, ma le includa in una prospettiva più ampia basata su*

pianificazione, rendicontazione e comunicazione”. A mancare, infatti, sembra essere un percorso strategico per obiettivi e una road-map che consenta all'azienda di dimostrare con continuità l'impegno in ambito Esg, permettendo ai consumatori di riconoscere il valore della sostenibilità.

Publicare un report di sostenibilità è cosa nuova per l'81% delle imprese, che si sono avvicinate a redigerlo tra 2019 e 2020. Solo 8 delle 18 che lo pubblicano (sulle 70 del campione) hanno realizzato anche un'analisi di materialità, per identificare i temi di sostenibilità più rilevanti sia per l'azienda sia per gli stakeholder. Un aspetto, questo, che insieme allo scarso impiego degli standard Gri (utilizzati solo dal 38% delle imprese che rendicontano) e all'assenza di una revisione dei report da parte di terzi, sottolineano un *“approccio alla rendicontazione ancora acerbo”*.

LE COOP. Sul fronte dei risultati complessivi, la valutazione di sostenibilità dei 70 produttori non è correlata ai fatturati. Ci sono, infatti, aziende produttrici di vini d'eccellenza che hanno ottenuto punteggi tra i più bassi del panel. Per tipologia di produttore, le cooperative hanno ottenuto i migliori risultati (41%): **quattro delle sei con punteggio sopra 70% sono cooperative**. E nessuna coop rientra come *“non classificabile”*. A seguire, i produttori proprietari di vigneti e i produttori che si procurano uva da terze parti. La differenza tra coop e produttori privati con vigneti risiede nell'approccio e, in particolare, negli indicatori di governance (codice etico e politiche e sistemi di gestione). – **G.A.**

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


ALBINEA CANALI
VITICOLTORI DAL 1936

METODO CLASSICO BLANC
un attimo che esprime il valore
di una lunga tradizione enologica.
www.albineacanali.com



FOCUS

VINI DI ROMAGNA. Nuove sottozone e marchio Rocche per il rilancio della Doc

a cura di Gianluca Atzeni

Prende concreta forma la campagna di valorizzazione del Consorzio vini di Romagna, che oggi riunisce 115 aziende, di cui 7 cooperative, 5 imbottiglieri e 103 produttori/vinificatori. A 60 anni dalla fondazione, l'ente presieduto da **Ruenza Santandrea** ha deciso di spingere sul percorso di eccellenza codificato attraverso il sistema delle sottozone, per dare alla Doc Sangiovese la meritata visibilità.

IL DISCIPLINARE. Il Decreto ministeriale dello scorso 6 giugno ha previsto alcune novità sulle sottozone, modificando la Doc Romagna. In primis, vengono introdotti i Romagna Bianco e Rosato, sia fermo sia frizzante (accanto alle già esistenti versioni spumante), il Romagna Rosso, i Bianco Sottozona in Brisighella, Oriolo, Modigliana, Castrocara e Longiano, il Centesimino Oriolo, il Famoso Mercato Saraceno. Non solo: **il nuovo disciplinare allarga il sistema delle Sottozone: da 12 a 16**, con l'obiettivo di accentuare la territorialità dei vini Sangiovese, in base a geologia e microclimi.

Le 16 sottozone

Imola, Verucchio, Coriano e San Clemente si aggiungono a Serra, Brisighella, Oriolo, Marzeno, Modigliana, Castrocara, Predappio, Meldola, Bertinoro, Cesena, Mercato Saraceno, Longiano.



IL MARCHIO. Parallelamente, i produttori associati hanno realizzato il marchio collettivo "Rocche di Romagna", per evidenziare le produzioni di Romagna Sangiovese Sottozona e Sottozona Riserva. Il termine Rocche, dal 1970, indicava i cru di Romagna. In seguito, il marchio "Rocca", depositato dal Consorzio, poteva essere vantato in etichetta dai vini con almeno 80 punti in degustazione alla cieca in commissione di certificazione. Oggi, il marchio, che è tratto da un fregio di una volta a mosaico di un monumento Unesco di Ravenna, **darà visibilità al progetto Sottozone**. Per i produttori, l'adesione è libera e aperta a chi realizza vini Doc Romagna Sangiovese Sottozona e Sottozona Riserva.

LA PROMOZIONE. Sarà settembre il mese della promozione, con due eventi specifici. Il 19 alla Rocca delle Caminate, tra Meldola e Predappio, si terrà la presentazione ufficiale del brand collettivo. Il 26 settembre, all'Autodromo d'Imola, si svolgerà la Giornata Horeca Vini ad Arte 2022, con focus e masterclass sulle Sottozone. La pandemia è ser-

vita al Consorzio per fare un'autoanalisi: *"La crescita di autocoscienza della propria storia e una nuova consapevolezza di prospettiva enologica resasi via via più evidente soprattutto nell'ultimo decennio"* dichiara la presidente Ruenza Santandrea *"ha permesso di rivisitare progressivamente il disciplinare, giunto a una nuova primavera di opportunità e di declinazioni"*.

IL MERCATO. I dati del Consorzio rilevano un calo degli imbottigliamenti della Doc Romagna Sangiovese, passata da 93,2mila ettolitri del 2019 a 81,5mila ettolitri del 2021 (10,8 mln di bottiglie), con una flessione del 12,5% sul 2019 e del 5,5% sul 2020, determinata dal Sangiovese base e del Superiore. Spiccano, invece, gli incrementi del Sangiovese Riserva (a 7.100 hl con +6,4% sul 2020), del Sangiovese Superiore Riserva (a 5.500 hl e +60%). Il Sangiovese Sottozona (a 2.900 hl) flette sul 2020 (-10%) e guadagna sul 2019 (+7%). Tra le altre Dop, bene l'Albana Docg (+5% tra 2019 e 2021, a 6,8mila ettolitri). Infine, gli imbottigliamenti di Romagna bianco spumante sfiorano i 2mila ettolitri.



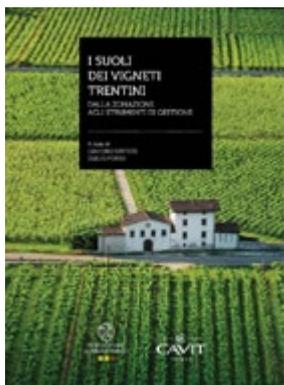
Il gusto della birra Naturale.



RICERCA 1. Fem e Cavit presentano mappatura suoli dei vigneti trentini

Dieci anni di lavoro per dare vita a una banca dati pedologica e agronomica che sarà utile al settore vitivinicolo. Si chiama "I suoli dei vigneti trentini, dalla zonazione agli strumenti di gestione" ed è un volume di 431 pagine che va a costituire la prima fotografia completa del territorio vitato del Trentino.

Presentato da Fem e Cavit, a San Michele all'Adige, il lavoro ha coinvolto geologi, pedologi, agronomi e tecnici e



rientra nel progetto Pica (2011-2014) finanziato da Cavit, col contributo della Patapiaie (L.P. 6/99). Il libro fotografa i suoli dei vigneti trentini, **individuando 151 unità tipologiche di suolo, con le loro caratteristiche pedologiche e agronomiche in termini idrologici e nutrizionali**, fornendo anche indicazioni relative alle potenzialità di vigore delle viti.

Alcuni numeri: 1.577 trivellate, 364 profili pedologici studiati, 1.110 campioni di suolo raccolti e analizzati, che sommati a quelli già in banca dati e armonizzati ammontano a 3.094 trivellate, 636 profili, 2.096 orizzonti e relativi campioni di suolo analizzati e 5.101 campioni fogliari esaminati provenienti da 1.175 siti differenti. "Il volume" ha dichiarato Lorenzo Libera, presidente di Cavit "fornisce preziose informazioni per una gestione viticola evoluta".

Per visualizzare la pubblicazione: fmach.it/Servizi-Generali/Editoria

RICERCA 2. Sangiovese, aglianico e nebbiolo alla conquista dello Spazio. Al via la missione italiana

Missione spaziale per le cantine Biondi-Santi, Feudi di San Gregorio e Gaja: i loro vini e le loro barbatelle sono state affidate all'Agenzia Spaziale Italiana per la realizzazione di un esperimento scientifico che, tra le altre cose, testerà la possibilità di coltivare uva (in questo caso a partire da tre vitigni iconici italiani: sangiovese, aglianico e nebbiolo) in orbita e **valuterà l'invecchiamento in condizioni così particolari**. La consegna è avvenuta a Roma, in occasione del 15esimo Forum Internazionale della Cultura del Vino, organizzato dalla Fondazione Italiana Sommelier su iniziativa del suo fondatore Franco Maria Ricci.

Per ciascuna annata di quelle messe a disposizione sarà inviata una bottiglia in orbita sulla Stazione Spaziale per studiare la sua conservazione sperimentale a 400 chilometri di altezza a una velocità al suolo di oltre 28mila chilometri all'ora. Un'altra bottiglia di ciascuna annata sarà esaminata dal Gabinetto di Analisi dell'Agenzia Spaziale Italiana prima del viaggio nello spazio e l'ultima bottiglia sarà custodita presso la Fondazione Italiana Sommelier per la comparazione dopo il viaggio di ritorno.

"Il progetto *Vino nello Spazio*" è il commento di Angelo Gaja "è un messaggio di civiltà. Già i romani, quando si espandevano in nuovi territori, diffondevano la coltivazione della vite per produrre vino quale ambasciatore di pace, gioia e fraternità. Non sappiamo quando sarà possibile raggiungere nuovi pianeti ospitali, ma dalla vite e dal vino, la bevanda mediterranea più ricca di storia e di cultura, ne deriva un messaggio d'augurio".



Arriva il primo Champagne prodotto da un italiano

Da importatore a produttore di Champagne. È la storia di Alberto Masucco, primo italiano – per l'esattezza piemontese di Castellamonte – a possedere vigne nella regione della Champagne (è già in trattativa per una terza parcella più ampia) e ad essere **registrato ufficialmente in Francia come produttore**. Così dopo anni di selezione di etichette rare da proporre in Italia, ora finalmente ha presentato il suo champagne. Anzi i suoi champagne che portano le sue iniziali: AMC 00 (50% di Chardonnay, 30% di Pinot Noir e 20% di Pinot Meunier) e AMC 02 (stessa composizione e 2gr/l di dosaggio di liqueur). Trentamila le bottiglie prodotte. Tutti Grand Cru – dalla Côte des Blancs, la regione della capitale dello champagne Epernay – ma per ora nessun millesimato. Il primo uscirà nel 2023, vendemmia 2018. Target di riferimento? "Non punto al mercato francese, sarebbe presuntuoso", dichiara lo stesso Masucco, che guarda soprattutto all'Italia e che, però, poi racconta con comprensibile orgoglio che un prestigioso ristorante di Reims, Les Crayères, glielo ha ordinato a scatola chiusa. E svela che i francesi hanno persino accettato il suo suggerimento di cambiare i calici per le degustazioni. Magari va a finire che lo champagne italiano piacerà pure in Francia. Monsieur Masucco come lo chiamano in Champagne non mette limiti ai sogni e alla passione. – **R.G.**



NEUROMARKETING

La strategia della pre-suasion



Un fattore importante nelle tecniche di vendita è la preparazione della relazione e del contesto per "facilitare" il processo persuasivo. Questo meccanismo si chiama "pre-suasion". La pre-suasion è, infatti, una abilità che dovrebbe distinguere i venditori e i marketer di successo. Questi, anziché concentrarsi su ciò che diranno, spendono le loro fatiche per introdurre il messaggio principale al pubblico, preparando opportunamente il terreno all'accettazione della proposta. **È come rendere al pubblico simpatico il messaggio prima di pronunciarlo.**

Per comprendere cosa significhi pre-suasion, facciamo un esempio tratto da una ricerca condotta da Naomi Mandel e Eric Johnson e pubblicata sul Journal of Consumer Psychology, in un articolo del 2002 (doi.org/10.1086/341573). Lo studio ha dimostrato come sia possibile stimolare l'attenzione di clienti verso un obiettivo di vendita legato al comfort di un prodotto piuttosto che sul suo valore economico. Durante gli esperimenti di vendita online, questi ricercatori hanno manipolato l'immagine di sfondo e i colori di una pagina web, per misurare l'eventuale influenza sulla scelta del prodotto di consumo. L'esperimento coinvolse un'azienda che vendeva divani online. Uno dei principali problemi era il prezzo dei divani comodi che avevano un costo percepito troppo elevato. Dopo varie ricerche, e per stimolare l'attenzione verso il prodotto più confortevole, piuttosto che verso l'economicità del prezzo del divano, hanno usato per la pagina web uno sfondo con nuvole bianche. Questa semplice immagine è servita per orientare i visitatori del sito verso l'acquisto di prodotti caratterizzati da comodità e morbidezza.

Per verificare se i risultati fossero dovuti all'immagine con le nuvole, i ricercatori cambiarono lo sfondo sostituendo le nuvolette con delle monete, in modo da stimolare l'attenzione dei consumatori verso il tema del risparmio. In effetti, l'aver cambiato l'innesco o, in termini tecnici, il "prime", ha spinto i soggetti meno esperti a dedicare più tempo alla ricerca di informazioni coerenti con l'innesco (ovvero lo sfondo utilizzato), influenzando anche le loro preferenze. Queste possono quindi essere influenzate da inneschi presenti sia nel nostro ambiente che nella proposta.

Oggi grazie al neuromarketing, è possibile individuare i migliori "inneschi" nello stimolare l'attenzione verso uno specifico prodotto, facilitando alcuni schemi comportamentali.

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

NOMINE 1. Maurizio Scaccia nuovo direttore nazionale Cia

Dopo la recente elezione di Cristiano Fini alla presidenza, prosegue il rinnovamento dei vertici della Cia Agricoltori Italiani. Maurizio Scaccia è, infatti, il nuovo direttore nazionale del sindacato agricolo. Scaccia, 49 anni, nato in provincia di Chieti, ha ricoperto nella sua più che ventennale carriera nella confederazione diversi ruoli, prima provinciali, regionali e poi nazionali, fino all'attuale posizione di direttore del Caf. Scaccia succede a Claudia Merlino.

NOMINE 2. Nuovi responsabili marketing ed export per Cantina produttori Valdobbiadene

Il Gruppo Cantina Produttori di Valdobbiadene potenzia la struttura manageriale. Entrano in squadra Laura Dassiè, nel ruolo di responsabile export, e Luca Maruffa, responsabile marketing, entrambi con significative esperienze nel settore viticolo.

L'obiettivo è migliorare il posizionamento dei marchi principali del gruppo, tra cui Val d'Oca, soprattutto in Horeca, e incrementare la quota di export, oggi al 37% delle vendite (grazie a una crescita in doppia cifra nell'ultimo esercizio) e che dovrà assestarsi al 50% nel medio periodo. **Il Gruppo conta 600 soci viticoltori e nel 2020-21 ha raggiunto un fatturato di 56 milioni di euro.** Mille gli ettari vitati, di cui 90% coltivati a uva glera.

NOMINE 3. Iwb affida la direzione commerciale wholesale a Paolo Ruozzo

Italian Wine Brands rafforza la propria organizzazione commerciale. Il gruppo guidato da Alessandro Mutinelli, che nel 2021 ha fatturato oltre 400 milioni di euro, ha nominato Paolo Ruozzo nuovo direttore commerciale wholesale (on e off trade), affiancando Dario Del Bosco, attuale direttore commerciale Dtc (direct to consumer).



Ruozzo porta all'interno del gruppo la sua esperienza in Italia (Bauli, Sannontana e Granarolo) e all'estero (Unilever, Coca Cola e Spotless). **Il Gruppo Iwb raggruppa sei diverse aziende: Enoitia, Provinco Italia, Giordano Vini, Svinando, Raphael dal Bo (Svizzera) ed Enovation Brands (Usa).** "L'innovazione è un nostro valore ma è necessario anche arrivare ai clienti e proprio per questo vogliamo rafforzare la squadra commerciale", è il commento ufficiale di Mutinelli.

SAN GIMIGNANO. Festa per i 50 anni del Consorzio del vino Vernaccia Il distretto vale 13 milioni di euro con 5 milioni di bottiglie prodotte

Nel luglio 1972, nove viticoltori si ritrovarono in Piazza della Cisterna, nel centro storico di San Gimignano, per dare vita al Consorzio della Vernaccia che il 3 luglio scorso ha celebrato i 50 anni dalla fondazione. E per una delle Doc più antiche d'Italia sono, così, potuti partire i festeggiamenti in ricordo di quella data che sancì l'avvio di un percorso di valorizzazione e tutela del vino simbolo di quest'area della Toscana. La fondazione del Consorzio completava idealmente l'iter di riconoscimento della Doc avvenuto a maggio del 1966 (primo vino italiano a ottenere la Denominazione di origine controllata), in seguito divenuta Docg nel 1993.

Da quel momento, il lavoro dei produttori associati è stato dedicato alla crescita dimensionale e qualitativa di questo celebre vino bianco, a cui si è accompagnata l'espansione sui mercati internazionali. Oggi, il giro d'affari della denominazione è di circa 13 milioni di euro, con una produzione di 5



milioni di bottiglie annue. La percentuale di bottiglie destinate all'export è del 52% sui volumi, mentre il 48% di Vernaccia è destinata al mercato italiano, di cui il 40% commercializzata direttamente a San Gimignano, tra aziende, enoteche e attraverso la ristorazione locale. *“La Vernaccia di San Gimignano è andata crescendo negli anni, sia per qualità che per immagine confermandosi come un punto di riferimento nella produzione vitivinicola italiana”*, ha dichiarato presidente del Consorzio del vino Vernaccia di San Gimignano, **Irina Strozzi**.

I festeggiamenti si sono aperti il 3 luglio con una cena-evento che ha riunito le 80 aziende consorziate alla Rocca di Montestaffoli, sede della Vernaccia di San Gimignano wine experience. E proseguiranno a luglio con 4 appuntamenti dall'entroterra senese al mare di Livorno, passando per Lucca e Firenze. L'estate della Vernaccia di San Gimignano si chiuderà a metà settembre, a Firenze, con una degustazione riservata alla stampa.

TOSCANA. Da Ocm oltre 20 mln investimenti e promozione

Per i viticoltori toscani sono in arrivo oltre 20 milioni di euro, a valere sui fondi Ocm. La Regione Toscana mette a disposizione risorse europee per investimenti (9 mln) e promozione (oltre 11 mln) **Il bando 'Investimenti'**, approvato da Artea il 4 luglio, finanzia l'acquisto di macchine, impianti e attrezzature (compresi software) collegati direttamente o indirettamente alla trasformazione delle uve da vino. Le domande devono essere presentate sulla piattaforma Artea dal primo agosto al 15 novembre 2022. La graduatoria si conoscerà entro il primo dicembre 2022 e i contributi erogati entro il 15 ottobre 2023.

Il bando 'Promozione' è aperto da venerdì 8 luglio a giovedì 11 agosto, tramite il sito di Sviluppo Toscana. Tre degli 11,35 milioni di euro sono destinati al pagamento dei saldi delle campagne precedenti. Le imprese possono chiedere fino al 50% delle spese sostenute per i progetti. Il limite massimo di contributo per progetto non potrà superare i 600.000 euro; il contributo minimo non inferiore a 60.000 per progetti destinati a un solo Paese e a 20.000 per Paese qualora il progetto sia destinato a due o più realtà. I progetti dovranno iniziare il primo gennaio 2023 e concludersi entro il 30 giugno 2023 (o entro il 15 ottobre 2023 se si sceglie la formula dell'anticipo).

Per il Chianti citazione nella serie cult di Netflix Stranger Things

Il vino Chianti torna protagonista sul piccolo schermo. Dopo l'apparizione nel 2019 nella terza stagione di "Stranger Things", la serie cult di Netflix rivolta ai giovanissimi ricorre nuovamente al vino Chianti per citare un prodotto di qualità ed eccellenza. Nel nono episodio della nona stagione di "Stranger Things", il protagonista Jim Hopper dice di sognare del buon cibo e fa riferimento al "Chianti", sbagliando il nome del celebre vino. "Chianti" lo corregge la sua interlocutrice Joyce Byers. "Chianti, giusto", conclude il protagonista. Tra le altre storiche citazioni legate al vino toscano, c'è quella del professor Hannibal Lecter che, nel "Silenzio degli Innocenti", pronuncia l'inquietante frase: "Mangiai il suo fegato con un bel piatto di fave e un buon Chianti", ma anche una puntata dei Simpson ambientata in un paesino della Toscana dove si produce il Chianti e una scena del mitico "007 Dalla Russia con amore", in cui al ristorante dell'Orient Express, accanto a una bottiglia di champagne c'è un fiasco di Chianti. "Questa ennesima citazione del Chianti è un'ulteriore conferma di valore e di riconoscibilità della denominazione" commenta Giovanni Busi, presidente del Consorzio Vino Chianti "Ormai il Chianti è considerato uno dei vini italiani per eccellenza, è sinonimo di qualità ed iconicità del Made in Italy".



Le grandi cantine dell'Abruzzo

I ILLUMINATI

C.DA SAN BIAGIO, 18 | 64010 CONTROGUERRA (TE) | WWW.ILLUMINATIVINI.IT | 0861 808008

Autentici patriarchi della viticoltura abruzzese, la famiglia Illuminati coltiva attualmente un vigneto che si estende per 130 ettari all'interno degli areali delle denominazioni Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane e Controguerra. L'azienda nasce alla fine dell'800 con Nicola, ma la svolta arriva negli anni Settanta grazie alla decisione del Cavalier Dino di iniziare gli imbottigliamenti, introducendo peraltro tecniche di vinificazione inedite per la zona. Al suo fianco ci sono da tempo i figli Lorenzo e Stefano, che hanno contribuito a rafforzare ulteriormente una gamma differenziata per provenienza delle uve e modalità di lavorazione, con i grandi rossi da invecchiamento a guidare come sempre il gruppo.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Montepulciano d'Abruzzo Riparosso '19

I vigneti sono dislocati nel comune di Controguerra a 260 metri di altitudine. Dal colore rosso rubino con riflessi violacei, ha sbuffi di frutta rossa, gradevole e persistente. In bocca si rivela di bella pienezza, profondo, pieno, armonico, rotondo, con un finale di liquirizia. Si accompagna ad arrostiti di carni rosse, brasati, selvaggina, ideale con carni di agnello e capretto.

Colline Teramane Montepulciano d'Abruzzo Zanna Ris. '17

In clima dolcissimo e fresca ventilazione, si estende il vigneto Zanna, da cui il vino omonimo. Il primo vigneto impiantato in Azienda, sistema di allevamento "pergola abruzzese" con circa 1.100 ceppi per ettaro. Rosso rubino intenso, sa di mora, frutti e fiori appassiti. È un vino di grande stoffa, tannini morbidi, si esprime vellutato e forbito. Si esalta con carni rosse, selvaggina, tartufo, formaggi maturi, gorgonzola.



Montepulciano d'Abruzzo Ilico '18

Le uve vengono raccolte, in genere, nella prima decade di ottobre, dopo una accurata selezione. Dal colore rosso rubino intenso, si contraddistingue per le sue nuance fruttate e speziate, con sentori di vaniglia e pepe nero. Fresco, sapido con tannini ben equilibrati, è armonico, persistente. Si accompagna ad arrostiti di carni rosse, brasati, selvaggina, pollame e formaggi semi-stagionati.

EVENTI. Tech&startup protagonisti di The best in Lombardy del Gambero Rosso

Sale l'attesa per la terza edizione di "The Best in Lombardy" del Gambero Rosso che si terrà mercoledì 13 luglio dalle ore 10.00 alle ore 13.30 all'Auditorium Gaber del Grattacielo Pirelli di Milano.

Oltre alla presentazione dei migliori rappresentanti della ristorazione premiati nella nuova edizione della Guida Lombardia - Il meglio di Milano e delle altre province, **si terrà l'evento "Tech&Startup: Food, Wine, Hospitality"**, in collaborazione con la Regione Lombardia, che vedrà protagoniste alcune delle più importanti realtà del settore enogastronomico regionali e nazionali che si confronteranno con il mondo delle tecnologie e del digitale sull'importante contributo che hanno apportato nella crescita del comparto agroalimentare in Italia e nel mondo. Quattro i panel dedicati a Tecnologie vino e olio; Tecnologie e packaging food; Tecnologie per la ristorazione; Startup. Sarà possibile seguire anche la [diretta streaming sulla pagina Facebook](#) a partire dalle ore 10.00

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Gianni Fabrizio,

Rosalba Graglia, Cesare Pillon,

Lorenzo Ruggeri, Vincenzo Russo

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Cairomoon/pixabay (cover)

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

8 LUGLIO

❖ MARE E VITOVSKA

Duino (Trieste)
Castello di Duino
fino al 9 luglio
mareevitovska.eu

8 LUGLIO

❖ BRACCIANO WINE FESTIVAL & ARROSTICINO FESTIVAL

Bracciano (Roma)
Piazza IV Novembre
fino al 10 luglio
facebook.com/events/s/
bracciano-wine-festival-
arrost/1071731446775004/

8 LUGLIO

❖ CASAVECCHIA & PALLAGRELLO WINE FESTIVAL

Pontelatone (Caserta)
centro storico
fino al 10 luglio

10 LUGLIO

❖ VINO VIP CORTINA

Cortina (Belluno)
fino all'11 luglio
vinovipcortina.it

11 LUGLIO

❖ CAORLE WINE&ART

Caorle (Venezia)
Scogliera viva
Lungomare Petronia
fino al 12 luglio
facebook.com/
events/813149269651737

12 LUGLIO

❖ VINO X ROMA

Roma
presso The Box
Via Ignazio Pettinengo, 72
fino al 17 luglio
vinoxroma.it

13 LUGLIO

❖ MOSCATO WINE FESTIVAL IN TOUR

Roma
Savoy Hotel
gowinet.it/evento/moscato-
wine-festival-roma-13-
luglio-2022/

14 LUGLIO

❖ MONDIAL DES VINS EXTREMES

Valle d'Aosta
fino al 15 luglio
mondialvinsextremes.com/
concorso

14 LUGLIO

❖ LA NOTTE DEI VINI ROSATI

Torino
giardini di Palazzo Reale
dalle 19 alle 22
facebook.com/
events/771913837136667

16 LUGLIO

❖ VICOLI&SAORI

Palazzolo Acreide (Siracusa)
centro storico
fino al 17 luglio
vicoliesapori.it

16 LUGLIO

❖ CHE BOLLE

Luino (Verbania)
Palazzo Verbania
Via Dante Alighieri, 5
fino al 18 luglio
chebolle.it

18 LUGLIO

❖ GAIOLE WINE CONTEST

Gaiole in Chianti (Firenze)
Piazza Ricasoli
dalle 18.30

19 LUGLIO

❖ JAZZ AND WINE IN MONTALCINO

Montalcino (Siena)
dalle 21.45
fino al 24 luglio
jazzandwinemontalcino.it

21 LUGLIO

❖ DRINK PINK

Roma
Palazzo Brancaccio
Viale del Monte Oppio, 7
dalle 19 alle 23
store.gamberorosso.
it/it/eventi/872-3950-
i-drink-pink-2022-
evento-degustazione.
html#/25-sede-roma/1522-
data-21_07_22



PARITÀ DI GENERE

MARZIA VARVAGLIONE – Varvaglione 1921

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

Gli ostacoli ci sono sempre, forse anche per quello ci innamoriamo delle imprese impossibili. Vino, imprenditoria e sud Italia sono 3 motivi per non mollare, 3 motivi per cambiare lo status quo di un mercato e un Paese ancora ancorati a un sistema a maggiore presenza maschile, alla cultura pugliese dello sfuso e a un approccio poco inclusivo più che alla valorizzazione della diversità. Da piccola guardavo con ammirazione Corinne Mentzelopoulos, che ha trasformato tanti anni fa una cantina con un nome antico in un brand del vino fra i migliori al mondo (Château Margaux). Oggi lavoro con la stessa visione e con gli stessi obiettivi per Varvaglione1921.

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

Le donne non hanno bisogno di facilitazioni ma di empowerment, di flessibilità in alcuni momenti della vita e di percorsi dedicati alla crescita. In azienda, negli ultimi anni le donne hanno sicuramente ricoperto un ruolo di primo piano, dal commerciale al marketing, dall'hospitality al business development. In azienda, circa il 40% dei nostri collaboratori sono donne e non abbiamo mai avuto quote rosa o kpi di gender parity.

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

Non credo che la soluzione vada cercata nel pubblico e nelle agevolazioni per il raggiungimento della parità delle aziende incentivate dal governo. Mi spiego meglio, nel settore del fashion, più del 65% delle risorse sono donne ma solo il 10-15% hanno potere decisionale. Lo stesso vale nei cda della maggior parte delle aziende italiane. Pertanto, l'unica strada davvero perseguibile è quella della meritocrazia e dell'inclusione.

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

Più donne al vertice e la creazione di role model femminili possono cambiare sensibilmente il panorama



mondiale e il modo di pensare comune. Angela Merkel, nella politica internazionale, è stata sicuramente fra le prime in grado di dimostrare il valore e l'influenza delle donne. Nel mondo imprenditoriale invece, non esiste un corrispettivo femminile di Elon Musk, Buffet o Bezos.

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

Quando sono arrivata in azienda ero da poco rientrata dall'estero dove avevo fatto diverse esperienze, ho subito sentito l'esigenza di dare discontinuità e creare una strategia a supporto del progetto di sviluppo per le bottiglie. La fashion edition è nata con la visione di unire un mondo molto tradizionale come il nostro con quello più rapido e innovativo del fashion, più femminile e vicino alle logiche D2C e quindi del consumatore finale. Ricordo molte critiche e tanto scetticismo. Invece, poi, ci hanno dato ragione, contribuendo a cambiare le regole del gioco e ad ascoltare sempre di più il consumatore.



VINI RARI

ELEUTERIA 2019 – Tenuta del Travale

LA VIGNA Siamo nel Comune di Rovito, una zona della Calabria dalla lussureggiante vegetazione, i vigneti sono circondati da lecci, faggete, piante di fichi d'India ed olivi oltre a tipiche essenze locali. La Tenuta del Travale è situata in una zona di alta collina (520 mt.), su di un contrafforte dei monti silani caratterizzato da feroci escursioni termiche tra il giorno e la notte. Il piccolo vigneto di due ettari si estende su dolci terrazzi, abbraccia due versanti, uno con esposizione sud-ovest ed uno con esposizione sud-est. o. A est, l'imponente altipiano della Sila, che raggiunge quasi i 2.000 metri, protegge dai venti del nord, e a ovest a poco meno di 30 chilometri, il Mar Tirreno.

LA PERSONA Anima della Tenuta del Travale è Raffaella Ciardullo, insegnante con la passione per il vino, ma ad aiutarla sono tutti in famiglia: Nicola, il marito, con Carlotta e Matilde, le giovanissime figlie. Ed è proprio questa bella comunione di intenti a dare il nome a uno dei vini che Raffaella produce nella sua piccola tenuta a Rovito nel cosentino, con grande attenzione alla sostenibilità, nerello mascalese e nerello cappuccio. Esmen Tetra significa infatti "siamo quattro", quante le persone che si occupano delle vigne, lavorate solo manualmente per via della ripidità dei terrazzamenti dove sono impiantate. Il secondo vino è un omaggio alla libertà, dal greco Eleutheria.

IL VINO Invitante già dal colore, super brillante e luminoso, un rubino poco concentrato e acceso. I profumi sono leggeri e sinfonici, a partire da un bel fondo floreale di viola e di rosa, rilanciato da fresche note di scorza d'arancia ed erbe mediche. La bocca è leggiadra, soave, scorrevole grazie a un bel frutto di bosco e sensazioni più scure di olive e rabarbaro. La bevibilità è altissima, vi consigliamo di assaggiarlo sui 15 gradi per apprezzarne in pieno una leggerezza espressiva mirabile. Il vino è articolato, arioso, ma al contempo incisivo, dal finale appena piccante.



La scheda

abbinamento **pesce spada alla ghiotta, con pomodoro, capperi e olive**

valutazione in centesimi **94/100**
degustato il 20/06/2022

tipologia **Rosso**

denominazione **Igt**
regione **Calabria**

alcol **14,50%**

longevità **2022 - 2030**

prezzo **€ 52,00**

produzione **2.000 bottiglie**

vitigni **Nerello Mascalese 100%**

maturazione **18 mesi in botte -**

6 mesi in acciaio - 18 mesi in vetro



VINI RARI

ETNA ROSSO SIGNUM AETNAE RIS. 2014 – Firriato

LA VIGNA Si tratta di un vigneto di 2,5 ettari a 650 metri di quota piantato prevalentemente a nerello mascalese. Il suolo è sabbioso e franco sabbioso di matrice vulcanica, ricco di minerali complessi e con elevata capacità drenante. Si tratta di una vigna ad alberello etneo che viene condotta in regime biologico, oltre al nerello mascalese ci sono altre varietà reliquia. Le piante per ettaro sono 1.500, siamo sul versante orientale del vulcano, nel territorio del comune di Castiglione di Sicilia.

LA PERSONA Salvatore e Vinzia Di Gaetano iniziano la loro avventura nel mondo del vino nei primi anni Ottanta nel trapanese, ma non passa molto tempo prima che si innamorino del comprensorio dell'Etna dove dai primi anni Novanta iniziano ad acquisire vigneti. La prima annata commercializzata dei vini dell'Etna è la '94. Nei primi anni 2000 viene acquisita la tenuta di Cavenera a Castiglione di Sicilia. Qui viene identificata una parcella con viti particolarmente vecchie. È nato allora un progetto di ricerca che ha coinvolto l'Università di Palermo e il Consiglio Nazionale per le Ricerche. Con analisi dendrocronologica è stata determinata l'età del vigneto, che è su piede franco, e risale ad oltre 150 anni fa, prima dell'arrivo della fillossera sull'isola. Il terreno sabbioso ha impedito la propagazione del parassita e ha preservato queste antiche piante. Dall'intento di valorizzarle nasce il progetto Signum Aetnae (il simbolo dell'Etna).

IL VINO Le uve raccolte manualmente vengono selezionate prima in vigna e poi ancora in cantina. Fermenta in tini di acciaio inox a temperatura controllata (25°C) per 10-12 giorni. Dopo la fermentazione malolattica matura per 2 anni in tonneau di rovere francese e poi ancora per 18 mesi almeno in bottiglia. Il colore è un rubino granata tenue e brillante, leggermente sfumato sull'unghia ma senza cedimenti. Al naso è complesso e intenso. Piccoli frutti rossi all'attacco, poi il lampone e il ribes sfumano su sensazioni di macchia mediterranea e di erbe di montagna di grande finezza. Delicate note fumé e di cacao si susseguono in un finale ancora all'insegna del frutto. Al palato è straordinariamente ampio ed elegante. Dopo un attacco fruttato si sviluppa progressivo ed avvolgente; è di straordinaria e vitale freschezza e mette in mostra tannini di raffinata eleganza, un frutto rosso integro e croccante per chiudere persistentissimo sulle note balsamiche delle erbe d'altura e sui richiami mediterranei.



La scheda

abbinamento **tagliata ai funghi porcini**

valutazione in centesimi **97/100**
degustato il 16/03/2022

tipologia **Rosso**

denominazione **Etna Rosso**

regione **Sicilia**

alcol **14,00%**

longevità **2022 - 2032**

prezzo **€ 130,00**

produzione **3.500 bottiglie**

vitigni **Nerello Mascalese 100%**

maturazione **24 mesi in barrique - 18 mesi in vetro**

INTESE. Accordo di libero scambio tra Ue e Nuova Zelanda: novità per il vino



Jacinda Ardern, primo ministro della Nuova Zelanda, e Ursula von der Leyen, presidente della Commissione Ue, hanno ufficialmente dichiarato conclusi gli incontri sull'accordo di libero scambio. L'intesa bilaterale del 30 giugno dovrebbe consentire una crescita generale dei rispettivi business del 30%, che per l'Ue significherebbe raggiungere i 4,5 miliardi di euro di export annuo. La crescita potenziale degli investimenti europei è stimata a +80%. Nel primo anno di entrata in vigore, l'accordo dovrebbe eliminare circa 140 milioni di euro di tasse per le imprese del Vecchio Continente.

Tra i settori interessati (assieme a servizi finanziari, telecomunicazioni, trasporti marittimi) c'è anche l'agroalimentare e, in particolare, il vitivinicolo. **Le attuali tariffe doganali saranno azzerate per vini e spumanti, carni di maiale, cibo per animali, cioccolato, latticini e formaggi.** La Nuova Zelanda si impegna a proteggere duemila prodotti tra vini e spirit (inclusi Prosecco, Champagne, Polish Vodka, Rioja e Tokaji) e 163 Ig alimentari, tra cui Asiago, Parmigiano Reggiano (il marchio Parmesan resterà sul mercato a patto che non confonda il consumatore sull'origine), Feta e Comté. **L'Ue darà protezione a 23 Ig neozelandesi**, che potrebbero essere integrate in futuro. I vantaggi per la Nuova Zelanda sono relativi alla riduzione dei dazi export verso l'Ue su una determinata quota di carni bovine e ovine, burro, latte in polvere e formaggi. Inoltre, Ue e Nuova Zelanda collaboreranno in materia di alimenti

sostenibili, benessere animale, pesticidi e fertilizzanti. Soddisfatto dell'intesa il presidente di oriGin, Riccardo Deserti: *“Le soluzioni per proteggere alcune denominazioni Ue sono moderne e ispirate alla certezza del diritto”*. Dubbi, invece, da parte del sottosegretario Mipaaf, Gian Marco Centinaio, che ha scritto al premier Draghi, ai ministri Patuanelli, Di Maio e Giorgetti e al commissario Ue Gentiloni: *“Per quanto riguarda la clausola del phasing-out per alcune Ig quali Prosecco, Gorgonzola, Avola e Grappa, la loro protezione non impedisce l'uso continuativo di termini analoghi per un massimo di 5 anni dall'entrata in vigore dell'accordo da parte di chi ha usato il termine in modo continuativo in data antecedente all'intesa”*. Critico anche sulla questione “Parmesan”, Centinaio chiede che l'Italia esprima contrarietà al compromesso. – G.A.

Il negoziato

Il negoziato tra Ue e Nuova Zelanda è iniziato a giugno 2018 ed è stato concluso a giugno 2022. I testi degli accordi saranno pubblicati dopo la traduzione nelle rispettive lingue. La Commissione presenterà l'accordo al Consiglio Ue per il via libera. A quel punto, passerà al Parlamento Ue per l'ok finale. Sarà poi la Nuova Zelanda a ratificarlo e consentire l'entrata in vigore.

IL MIO EXPORT

Gianmichele Columbu e Vanna Mazzon – Cantina G.B. Columbu

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

La percentuale di export sul totale aziendale va vista in due ottiche: la riserva Doc ossidativa e la dolce Doc. Nel primo caso, parliamo del prodotto più importante di cui l'80% va all'estero: New York, Londra, Belgio, Copenhagen, Parigi, saltuariamente Tokyo e altre destinazioni europee. La malvasia Doc dolce ha invece un mercato più nazionale e locale per un pubblico più eterogeneo.

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

Si vende meglio nelle destinazioni in cui vi è una più evoluta conoscenza dei vini ossidativi. Per esempio, in Inghilterra, Danimarca, Belgio, Stati Uniti.



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

La pandemia anche per noi ha significato un rallentamento delle vendite soprattutto in quelle dirette in azienda (degustazioni, etc.)

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

Noi siamo abbastanza anarchici nella commercializzazione in quanto, comunque, vendiamo un prodotto di nicchia e in quantità piccole. Questo aspetto, in particolare, ci permette di "scegliere" la clientela in base alle disponibilità e anche al ritorno d'immagine.

5 Come va con la burocrazia?

È un problema, anche se il suo etimo non nasce con quel significato. In Italia, però lo è pesantemente soprattutto per le piccole aziende come la nostra, che hanno adempimenti identici ai giganti del settore.

6 Avete un export manager – o più di uno – dedicato? Come lo avete selezionato?

Non abbiamo "rappresentanti" ma solo clienti diretti che, a volte, possono essere anche distributori. Pertanto, la selezione avviene in senso inverso: solitamente ci contattano e ci vengono a trovare, dopo di che nasce il rapporto commerciale.

L'ESTATE ITALIANA DEI VINI ROSATI. COSA PREVEDONO LE GRANDI DOP?

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Sondaggio tra i principali territori dei rosé Made in Italy. Dal Chiaretto di Bardolino alla Doc Cirò, per molte denominazioni la pandemia non ha intaccato la crescita. Con l'Istituto Rosautoctono ancora ai box, si confida sul ritorno dei turisti e sull'appeal internazionale per questa tipologia, spinta dalle mode e dal Prosecco



foto consorzio Bardolino

In un'estate che sta registrando presenze record alle varie latitudini d'Italia, a tratti superiori ai livelli pre-pandemia grazie al ritorno degli stranieri, il vino rosato è tra i più gettonati per chi vuole unire gastronomia e bevande di qualità. Eventi, aperitivi al tramonto, degustazioni, rassegne, cene a tema nei ristoranti sono tornate a movimentare le giornate, dalle grandi città ai piccoli borghi montani e marinari.

I grandi Consorzi di tutela sono al lavoro (anche se non attraverso iniziative congiunte tramite l'Istituto Rosautoctono, ancora fermo ai box nel post-Covid) per intercettare la crescente richiesta di prodotti unici e una clientela assetata di novità, forti di una varietà di vitigni che, nella versione rosata, sanno esprimersi al meglio: dal Valtènesi al Cerasuolo d'Abruzzo, dal Cirò alla Doc Prosecco. Il mercato dice che i rosati tirano, come emerge dai numeri di questo breve sondaggio del settimanale Tre Bicchieri, e che ci sono diverse denominazioni che nel 2021 hanno fatto meglio del periodo pre-crisi.

CHIARETTO DI BARDOLINO

È uno dei più grandi territori italiani dedicati ai vini rosa. Con una produzione intorno agli 85mila ettolitri annui, stabile nel triennio 2019/21, il Chiaretto di Bardolino vanta un vigneto tra mille e 1.100 ettari sui 2.500 totali della denominazione gardesana, che comprende anche il Bardolino.

Come riferisce **Franco Cristoforetti**, presidente del Consorzio, la pandemia ha provocato nel 2020 una flessione dei flussi turistici ma non ha interrotto il cammino della crescita. I 9,6 milioni di bottiglie del 2019 sono quasi stabili rispetto ai 9,4 milioni del 2021, per più del 60% vendute fuori confine. *“Il 2022 è cominciato sotto ottimi auspici. Il tasso di incremento di fine aprile”* spiega Cristoforetti *“è stato del 16% e a fine maggio la crescita è stata ancora del 7%, con imbottigliamenti cumulati per 4,6 milioni di bottiglie”*. Sul rallentamento, infatti, influiscono le difficoltà di reperimento del vetro, a causa della crisi in Ucraina. Un elemento però emerge in questa prima parte dell'anno: grazie ai primi 5 mesi il peso del Chiaretto sul totale della Dop è salito al 45%: *“Un dato storico che rende ormai abbastanza prossimo il sorpasso sul Bardolino”*. >>

Rosati in cifre

Ogni anno, l'Italia produce oltre 2 milioni di ettolitri di vino rosato, con un consumo procapite di poco più di due litri. Le stime sul consumo a livello mondiale parlano di un aumento del 50% entro il 2035, rispetto ai circa 24 milioni di ettolitri attuali (fonte Osservatorio mondiale dei rosati).

» Guardando all'estate 2022, il Consorzio sottolinea le incertezze derivanti dall'approvvigionamento di materia prima: "In particolare" sottolinea Cristoforetti "per un vino rosa è fondamentale l'uso di vetro bianco, sempre più difficile da reperire. La domanda, comunque, resta molto alta. Riteniamo che il trend di crescita rilevato sin qui possa continuare". La clientela chiede sempre più Chiarretto di Bardolino spumante: "Su questo, il Consorzio ha approntato un progetto rivolto, in prospettiva, soprattutto alla Gdo". **In Horeca, invece, si stanno affermando**

Segnali di ripresa del turismo in Italia

L'andamento di maggio 2022 fa ben sperare e conferma i segnali di ripresa per il settore turistico. Secondo dati Federalberghi, Nexi e Zucchetti, il turismo di piacere (leisure) ha segnato +33,4%, con un +13,5% degli italiani e un +45,8% degli stranieri. In aprile, le presenze dei turisti negli alberghi italiani sono aumentate del 10,5% sul 2019, ma con stranieri in calo del 26,3%. Cresce anche la spesa dei turisti. I dati di Nexi (su acquisti di italiani e stranieri in hotel) a maggio 2022 segnano +13,7% su maggio 2019, con +25,6% per gli italiani e +9% per gli stranieri.

Tra le destinazioni più gettonate dei turisti balneari nell'estate 2022 (secondo l'analisi di Zucchetti e Lybra.tech su dati Travel Data Lake) ci sono le spiagge venete (con un index number pari a 100), seguite da riviera romagnola (98), Costa degli Etruschi (78), Costa Smeralda (65), Salento (56), Isola d'Elba (28), Costiera Amalfitana (28), costa settentrionale della Sicilia (25) e Maremma Toscana Sud (24). Considerando il numero di ricerche effettuate, i cittadini degli Stati Uniti sono quelli più interessati a venire in vacanza nel nostro Paese.

Secondo l'osservatorio Confturismo-Confcommercio, andranno in vacanza circa 28 milioni di italiani (80% in Italia). L'indice della propensione al viaggio ha raggiunto a giugno quota 72 su scala da 0 a 100: un punto sopra lo stesso mese del 2019. Spenderanno a testa quasi 300 euro per un week end, 540 euro per una vacanza tra 3 e 6 giorni e 1.250 per la vacanza principale, quella di 7 giorni o più, riversando nell'economia nazionale, con i loro acquisti, circa 47 miliardi di euro tutto compreso (trasporto, soggiorno, ristorazione, intrattenimento, shopping). "Ci sono i presupposti per un'estate in linea con quella del 2019, se non addirittura al di sopra, a meno che" sottolinea Confcommercio "la diffusione di Omicron 5 non smorzi gli entusiasmi".

le edizioni Premium del Chiarretto, spesso affinate da uno a tre anni, con forbici di prezzo anche tra 15 e 25 euro a bottiglia, in cantina.

SALICE SALENTINO

Il distretto del Salice Salentino custodisce e promuove circa 9 milioni di bottiglie di rosato (considerando 200mila di Salice Rosato Dop e 8,5 milioni di Igp Salento rosato). Il Consorzio del Salice Salentino prevede un'estate molto positiva sul fronte consumi, spinta dalle presenze turistiche in Puglia: "Stimiamo un incremento di vendite compreso tra 25% e 30%", dice a Tre Bicchieri il presidente **Damiano Reale**. Merito anche di un'annata, la 2021, che con oltre 74mila ettolitri di rosati, tra Dop e Igp, è nettamente superiore sia alla 2020 (72mila hl) sia alla 2019 (63,3mila hl).

La novità, per chi vuole esplorare nuovi gusti, è sicuramente rappresentata dai vini a base di uve susumaniello: "Da circa 10 anni abbiamo riscoperto questo vitigno, che si sta affermando come tra i più adatti a produrre rosati" aggiunge Reale "al punto da essere scelto da un gran numero di cantine che intendono lanciare sul mercato nuovi prodotti". Colore scarico, rosa tenue, buona sapidità e gusto pieno: il susumaniello si annuncia tra le novità dell'estate 2022.

VALTÈNESI

L'annuncio del gemellaggio promozionale coi francesi del Consorzio vini di Provenza ha dato ulteriore slancio e ha riempito di orgoglio le cantine della Doc Valtènesi, che nel 2021 ha raggiunto il record di imbottigliamenti, con 15.800 ettolitri (2,1 milioni di bottiglie), superiori anche al 2019 (13.320 hl). L'onda rosa sta convincendo i produttori di questa sponda del lago di Garda, che ai rosati dedica 600 ettari di vigneto sui circa 860 rivendicati. E i risultati economici si evincono dalle forti richieste del mercato.

Secondo le stime del Consorzio presieduto da **Alessandro Luzzago** l'andamento delle vendite 2022 porterà a terminare le scorte dell'annata 2021 entro il prossimo dicembre. "Ogni anno, dal 2012, stiamo crescendo a una media del 10-15% e ormai la quota dei rosati su tutti i vini Dop è di circa due terzi", sottolinea il presidente, che si sofferma su un dato particolarmente sensibile: "Il prezzo dello sfuso ha raggiunto quota 3,5 euro a litro, circa un euro in più in un anno. Questi valori ci dimostrano che investire sul vigneto è oggi vantaggioso anche per chi opera nel primo gradino della filiera". Momento positivo, quindi, che passa anche per le **azioni congiunte di promozione internazionale coi giganti transalpini**, capaci di sfornare circa 150 milioni di bottiglie annue. E la cosiddetta "rosè connection" è pronta a espandersi. "Lo stretto confronto instauratosi tra Valtènesi e Provenza nell'ultimo »



LA FORZA DEL TERRITORIO

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

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

LE PROSSIME CENE DEGUSTAZIONE

VENERDÌ 8 LUGLIO 2022
TRATTORIA AI CACCIATORI
CAVASSO NUOVO (PN)

MARTEDÌ 19 LUGLIO 2022
ATTORNA TISCHI TOSCHI
TAORMINA (ME)

GLI ALTRI APPUNTAMENTI

**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/

E negli Usa spopola il Pink Bubbly Wine



Quanto sono cambiati i gusti, i consumi e le tendenze del consumatore d'oltreoceano?

Molto. E il cambiamento avviene sempre più velocemente. In due anni l'impennata del rosé, quello che a New York chiamano il Pink Bubbly Wine, ne è un esempio lampante. Accanto ai classici vini rossi e bianchi, i dati ci parlano di un rosé sempre più presente nei calici degli americani. A incidere non poco su questa tendenza, sicuramente, c'è il colore che lo caratterizza: un vino decisamente gender-neutral, testimone di un bere leggero e spensierato, aperto all'innovazione. Tuttavia, mentre nei primi tempi l'apprezzamento da parte del consumatore era rivolto ai vini dal colore rosa pallido – quasi grigio – tipico della zona della Provence, il rosé dai toni più scuri, quello che si avvicina molto di più al rosa corallo tipico del rosato della Puglia, si sta imponendo come vero protagonista sui mercati stranieri, con quello americano in testa.

Una moda che si sposa armonicamente coi gusti delle nuove generazioni, millennials e generazione Z, sempre più attente a bere in modo non soltanto più salutare, ossia con una quantità di calorie inferiore a quella contenuta nei classici cocktail dei party americani, ma anche con una moderata gradazione alcolica. Giovani amanti delle bollicine ed estremamente curiosi nell'assaporare prodotti provenienti anche da vigneti meno conosciuti rispetto ai soliti nomi noti. Propensa alle novità, questa nuova categoria di wine lover sta rivoluzionando il mercato del vino dove i rossi e i bianchi vedono una terza categoria, quella dei rosati italiani – con la Puglia in testa – avanzare non solo di anno in anno, ma con un'espansione del consumo anche "fuori stagione". Infatti, la classica tendenza a consumare il rosato durante l'estate sta cambiando. I consumatori stranieri e, ultimamente, anche italiani sono propensi a bere il pink wine anche nella stagione invernale, tanto che i produttori si trovano già in questo periodo dell'anno alle

prese con una produzione del 2021 quasi terminata. Interessante, di fronte a questa problematica, la proposta di creare anche dei rosé "riserva", che trova favorevoli i consumatori con una domanda in crescita e i produttori propensi a rispondere alle nuove tendenze del mercato.

Mode del momento che, a quanto pare e a detta degli esperti, dureranno a lungo e dove anche il packaging fa la sua parte. Una considerazione sul vino in lattina: nonostante questo formato abbia entusiasmato i consumatori statunitensi per l'immediatezza, la praticità del materiale (anche in relazione alla giusta dose che contiene la lattina, pari a due calici) e per l'innegabile sostenibilità, la classica bottiglia di vetro continua a fare da padrona sul mercato americano. Questo trend consolidato è da ricondurre soprattutto alla trasparenza del vetro, che rende il colore del vino immediatamente accessibile al consumatore, soprattutto nel caso del vino rosato.

– Lucia Nettis

(Associazione Puglia in Rosé)

» *periodo ci ha portato a riflettere sul tema dell'inclusione altre zone di produzione. L'obiettivo*" conclude Luzzago "è comunicare al mondo che la grande qualità si può trovare anche nei rosati".

CERASUOLO D'ABRUZZO

Numeri in progressione per la Doc Cerasuolo d'Abruzzo che registra un incremento degli imbottigliamenti da 60mila ettolitri del 2020 ai 65mila del 2021. Positivo anche il 2022, con un +7% tra gennaio e maggio: "Il trend è in atto da almeno tre anni, nonostante il periodo pandemico", sottolinea **Valentino Di Campli**, presidente del Consorzio vini Abruzzo, che ricorda come il rosato si venda soprattutto sul territorio regionale ma si stia affermando anche all'estero. "Abbiamo lavorato recentemente a iniziative promozionali negli Stati Uniti e stiamo legando il nostro vino a eventi sportivi come, ad esempio, la regata a vela Cerasuolo d'Abruzzo Cup".

Se l'estate 2022 promette bene, il Consorzio ha già in mente i prossimi passi per definire al meglio l'identità di questo rosato da uve montepulciano. La futura entrata in vigore del "modello Abruzzo" e la conseguente revisione dei disciplinari, con l'introduzione della menzione superiore, consentirà ai produttori di identificare in maniera più stringente il Cerasuolo col territorio e le sue espressioni tradizionali. **Il lavoro che le aziende dovranno mettere a punto sarà soprattutto sul colore tipico**, su cui nemmeno le nuove regole produttive per ora danno indicazioni. "Dovremo lavorare sugli aspetti cromatici" conclude Di Campli "e dare un indirizzo comune a partire dalle declinazioni del caratteristico colore ciliegia".

CASTEL DEL MONTE

Meno di **venti aziende per una produzione che ha superato nel 2021 quota 900mila bottiglie** di rosé tra Doc Castel del Monte rosato (nelle versioni ferma e »

» spumante) e Bombino nero Docg (oltre 300mila bottiglie). Il trend del comprensorio pugliese dell'Alta Murgia è positivo, con imbottigliamenti in crescita di quasi il 3% e giacenze in calo (da 1,7 a 1,6 milioni di bottiglie tra 2020 e 2021).

“In una congiuntura complessa e difficile, le Dop hanno dimostrato di tenere e di costituire un punto di riferimento per chi intende fare qualità”, osserva **Sebastiano De Corato**, vice presidente del Consorzio Castel del Monte, per il quale è necessario migliorare la qualità dei canali di distribuzione e puntare sul vertice della piramide, come la Docg Bombino nero: *“Un vino di un colore rosa scarico, delicato, che ha mantenuto negli anni la sua tipicità, in linea col gusto di un consumatore moderno, sempre più interessato ai vini da monovarietali, legati ai territori di provenienza”*.

CIRÒ DOP

Un milione di bottiglie vendute (sui 4 milioni totali del distretto) e un trend sostanzialmente stabile durante il biennio pandemico per i rosati della Doc Cirò, alle prese con la richiesta al Mipaaf del riconoscimento Docg.

“Le estati 2020 e 2021 sono state estremamente positive per le nostre vendite e hanno contribuito a salvare la stagione”, rileva **Raffaele Librandi**, presidente del Consorzio di tutela della Dop crotonese. *“Il 2022 è partito positivamente, registriamo richieste in linea o superiori rispetto al pre-crisi, anche sul fronte estero”*, dove finisce il 30% circa della produzione, per il resto distribuita tra Horeca (30%), Gdo (30%) e vendita diretta (10%).

In uno scenario favorevole nei numeri, le preoccupazioni dei vertici consortili sono, piuttosto, legate alla capacità di spesa dei clienti. Il caro vita potrebbe, infatti, erodere le disponibilità economiche dei turisti, soprattutto italiani. Anche perché le cantine (che gestiscono 150 ettari per produrre il vino Cirò rosato, dal vitigno gaglioppo), alla luce dell'incremento dei costi di produzione, hanno dovuto rivedere al rialzo i prezzi dei vini da gennaio. La media al consumo, secondo il Consorzio, è compresa in una forbice tra 5 e 10 euro. *“Saranno necessari possibili ulteriori ritocchi ma per una piccola Dop come la nostra, che non parte da prezzi alti, aumentare i prezzi al consumo”* sottolinea Librandi *“è una questione di sopravvivenza”*. Per l'estate 2022, il Consorzio ha annunciato un incremento delle attività promozionali.

PROSECCO DOC

Tra i meriti della Doc veneto-friulana, protagonista di una straordinaria crescita nell'ultimo decennio e che nel 2021 ha toccato i 627,5 milioni di bottiglie per tre miliardi di fatturato (80% estero), c'è quello di aver attirato l'attenzione del grande pubblico internazionale sui rosati italiani. Il lancio del Prosecco rosé a fine 2020 è ancora una novità che *“in molti mercati sta attirando forte*

attenzione e curiosità”, spiega il presidente del Consorzio, **Stefano Zanette**. La rapida ascesa è testimoniata dai dati di imbottigliamento: 16,8 milioni di bottiglie negli ultimi due mesi del 2020 (che segnarono l'esordio sul mercato), 71,6 milioni in tutto il 2021 e 28 milioni di bottiglie nei primi cinque mesi del 2022. **L'obiettivo di fine anno è attestarsi a circa 60/70 milioni.**

Sul fronte prezzi, il nuovo prodotto, che nasce come blend da 3.500 ettari di glera e 800 di pinot nero (secondo stime consortili), sta spuntando quotazioni più alte rispetto alla versione bianca. All'estero, il Prosecco Doc rosé quota in media 9 sterline a bottiglia in Uk e 15 dollari negli Stati Uniti. *“Fuori confine le quotazioni sono in linea con le aspettative, mentre sul mercato italiano i livelli sono un po' più contenuti rispetto a quelli previsti”*, aggiunge Zanette. Nella Gdo, secondo dati Nielsen e Iri-Infoscan, si viaggia intorno ai 5 euro, ovvero circa 60 centesimi sopra i prezzi della classica Doc spumante.

Il piano di promozione e valorizzazione 2022 della Doc Prosecco segna la ripartenza delle attività all'insegna della socialità: dalle fiere ai grandi eventi enogastronomici: dalla National Prosecco week (in Usa dal 18 al 24 luglio) alla Summer and Autumn week in Canada (4-10 luglio e 28 novembre-4 dicembre), alla Prosecco week in Giappone (24-30 ottobre). Sui rosati, in particolare, il Consorzio torna con *“Life tour rosé”*, una linea editoriale e una campagna di content marketing dedicata al turismo sostenibile nelle nove province veneto-friulane di produzione del Prosecco Doc rosé, in luoghi in armonia con l'ambiente e fuori dalle grandi rotte turistiche. Si parte il prossimo 27 luglio. ❖

Rosati: in arrivo degustazione e Speciale Tre Bicchieri

In un mercato sempre più avvezzo al vino rosato, il Gambero Rosso non poteva non affiancare i produttori con delle iniziative ad hoc. **Il 21 luglio torna a Roma “I Drink Pink”, la grande degustazione dei Rosati d'Italia** che, quest'anno, avrà luogo negli splendidi giardini di Palazzo Brancaccio. Oltre ai banchi d'assaggio dedicati alle cantine, non mancheranno sfiziosi assaggi per accompagnare al meglio la degustazione. Il 22 luglio, invece, l'evento toccherà Napoli, dove assieme ai vini, ad allietare i palati ci penseranno i pani del maestro Rodolfo Molettieri, i formaggi della Fattoria Savoia, l'Asiago nelle varie stagionature, il prosciutto cotto del Salumificio Cillo. Maggiori informazioni [sul sito del Gambero Rosso](#). L'11 agosto, infine, uscirà il Numero Speciale Tre Bicchieri dedicato ai vini rosati. Voce agli esperti e alle analisi di mercato, con in più una selezione di rosati da non lasciarsi sfuggire.

DAGLI STATES AL CANADA: LA ROTTA DEL VINO ITALIANO È ANCORA IL NORD AMERICA

 a cura di Lorenzo Ruggeri e di Gianni Fabrizio



Gli Usa superano la Germania come primo Paese importatore di vino a volume, mentre in Canada l'Italia scala la classifica dei fornitori. Forte di questi risultati, il Gambero Rosso ha portato la migliore produzione tricolore nei due Paesi, dove è ancora la ristorazione a trainare il buon bere



Per la terza volta nel giro di pochi mesi il Gambero Rosso World Tour ha fatto scalo negli Usa, un mercato che continua a rappresentare la principale destinazione per il vino italiano, e non solo. Gli ultimi dati dell'Oemv - Observatorio Español del Mercado del Vino mostrano una crescita delle importazioni globali nel primo trimestre dell'anno del 6,2% a volume e dell'11% a valore sullo stesso periodo del 2021. In termini assoluti: **314 milioni di litri e 1,49 miliardi di dollari, che consentono agli States di affermarsi come primo Paese importatore, non solo a valore, ma anche a volume**, superando per la prima volta la Germania nelle quantità. Per quanto riguarda l'Italia, il quadrimestre a valore si chiude in pareggio rispetto allo stesso periodo del 2021 per i vini fermi, mentre l'ascesa delle bollicine appare ormai inarrestabile, con un balzo a volume del 12%.

WASHINGTON D.C.: L'ALTA CUCINA È SERVITA

Con questa consapevolezza, lo scorso 15 giugno, Vini d'Italia Experience ha fatto tappa a Washington D.C., con una ricca degustazione di vini italiani - oltre 100 - e dei seminari andati in scena all'Ambasciata d'Italia il 15 giugno. Negli ultimi cinque anni siamo tornati per tre volte in città, constatando una crescita enogastronomica importante, a partire dalla ristorazione che è ora una delle più competitive sul territorio americano. Discorso valido tanto sui diversi filoni asiatici che sul fronte italiano. Durante l'evento, sono stati premiati i migliori esempi di cucina italiana valutati nella guida Top Italian Restaurants. Comanda la classifica il ristorante **Fiola** di Fabio Trabocchi, perfettamente guidato dal cuoco Antonio Mermolia, che conquista le Tre Forchette, solo tre ristoranti in tutti gli Stati Uniti hanno il massimo punteggio. Merito di una cucina raffinata e di sapori pulitissimi e netti, insieme a una carta di vini a dir poco profonda e completa: premio Villa Sandi Best Contemporary Wine List. *“Qui le selezioni di vino italiano sono ancora molto incentrate su Toscana e Piemonte perché i giornalisti americani scrivono ancora tanto solo su quei vini, per questo sono importanti eventi come quelli del Gambero Rosso, perché allargano la prospettiva su tutta la penisola italiana. Abbiamo bisogno di aggiornamenti, classifiche e rating su tutte le regioni del vino italiano”*, ci racconta l'Head Sommelier **Sahid Al-Banna**. Due forchette sono invece andate al ristorante **Al Tiramisù** e a **Roberto's**, storica insegna che si è spostata nella vicina città di Vienna. Una forchetta a **Quattro Osteria**, locale rampante che conferma la voglia di cucina italiana tradizionale, e a **Il Pizzico** (a Rockville). Completano il quadro le pizzerie **Il Canale** (uno spicchio) e **Stellina** (due spicchi). Premiato inoltre il **Caffè l'Aquila**, con due forchette, l'unico ristorante in guida della città di Philadelphia. >>



» SEATTLE: TRA VINO, TECNOLOGIA E CANZONI ITALIANE

A seguire, il tour si è spostato nello Stato di Washington per fare scalo a Seattle, la vera capitale tecnologica degli Stati Uniti. Qui hanno sede il quartier generale di Amazon (50mila dipendenti in città), Expedia, Starbucks, Microsoft (nella vicina Redford), oltre ad ospitare la parte cloud di Google. Seattle, celebre per il suo ago spaziale, lo Space Needle, offre una cucina molto attenta alla materia prima, grazie anche a un pescato di prima qualità e un'attenzione verso la sostenibilità diversa rispetto a tante grandi città americane.

L'evento si è tenuto al Block 41, con 80 vini in degustazione e diversi momenti di approfondimento guidati. Come a Washington D.C., il **Consorzio Tutela del Sannio** ha costruito un corner dedicati di assaggi, con focus sulla Falanghina del Sannio e l'Aglianico del Taburno, proposti in abbinamento ad alcune sfizi gastronomici nostrani. Tra le vere cucine italiane, premiati **Pasta Casalinga**, con una forchetta, l'insegna nel celebre **Pike Place Market**. Tra montagne di granchi freschi e mazzi di fiori, c'è spazio per un laboratorio di pasta fresca stirata tutti i giorni e cotta a puntino da Manuela Tartaglia. L'altro premio valorizza **Osteria Spiga** con due forchette, la storica insegna di Pietro Borghesi. "Da 25 anni portiamo avanti un lavoro di tradizione con la nostra cucina che racconta l'emilia romagna, lo gnocco fritto, il lambrusco, la

Vini d'Abruzzo sotto i riflettori

Il Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo è stato ospite speciale delle due tappe negli Stati Uniti, organizzando un corner di assaggio molto completo di referenze, oltre ad alcuni approfondimenti tematici. A Washington D.C. Lorenzo Ruggeri ha condotto una ricca orizzontale di Pecorino, raccontando l'origine e lo stile di uno dei vini più popolari degli ultimi anni. Discorso traslato anche a Seattle, dove il seminario è stato però incentrato sull'anteprima dei Cerasuolo d'Abruzzo 2021, annata ricca e solare che promette vini carnosi e sfaccettati. "Per me il Cerasuolo d'Abruzzo è il futuro della regione, non esistono al mondo vini rosati con questo profilo e con questo carattere. Vini che esprimono il territorio e che sono ancora troppo conosciuti per il loro valore", ha commentato il professore e consulente enologico **Jeff McKay**.



lasagna. Siamo contenti di essere diventati il punto d'incontro di una comunità italiana piccola, super qualificata come quella di Seattle. Aver puntato esclusivamente su vini italiani da tutti le regioni (premio Villa Sandi Best Contemporary Wine List; ndr) ha ripagato".

La serata dell'evento si è conclusa sulle note di Battiato e pezzi storici italiani degli anni '80 e '90, grazie al gruppo musicale italiano The Space Noodles, formato da ingegneri microsoft, ricercatori e scienziati. Vino, musica e cucina all'insegna dell'italianità. >>



CALENDAR 2022/2023

2022

OCTOBER

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

NOVEMBER

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

DECEMBER

01-03 NEW DELHI - India	trebicchieri - Vinexpo Special
-------------------------	--------------------------------

2023

JANUARY

26 CAPE TOWN - South Africa	Top Italian Wines Roadshow
30 STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri

FEBRUARY

01 OSLO - Norway	trebicchieri
03 COPENHAGEN - Denmark	Vini d'Italia
PRAGUE - Czech Republic	Vini d'Italia
ZURICH - Switzerland	Vini d'Italia
14 PARIS - France	trebicchieri - Vinexpo Special
23 LONDON - U.K.	trebicchieri

MARCH

01 LOS ANGELES - USA	trebicchieri
03 SAN FRANCISCO - USA	trebicchieri
08 NEW YORK - USA	trebicchieri
10 CHICAGO - USA	trebicchieri
16 MUNICH - Germany	trebicchieri
18 DUSSELDORF - Germany	trebicchieri - Prowein Special

APRIL

02-05 VERONA - Italy	trebicchieri - Vinitaly Special
18 MIAMI - USA	Top Italian Wines Roadshow
20 AUSTIN - USA	Top Italian Wines Roadshow
25 MEXICO CITY - Mexico	Top Italian Wines Roadshow
27 BOGOTÁ - Colombia	Top Italian Wines Roadshow

MAY

16 SYDNEY - Australia	Top Italian Wines Roadshow
18 MELBOURNE - Australia	Top Italian Wines Roadshow
23-25 SINGAPORE	trebicchieri - Vinexpo Special
HO CHI MINH - Vietnam	Top Italian Wines Roadshow

JUNE

VANCOUVER - Canada	trebicchieri
MONTREAL - Canada	trebicchieri
TORONTO - Canada	trebicchieri

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

www.gamberorossointernational.com



» CANADA: DA MONTRÉAL A TORONTO

Dopo gli Usa, il Gambero Rosso World Tour è approdato in Canada per due tappe sold out: la prima in Québec (21 giugno), nella francofona Montréal, la seconda a Toronto (23 giugno), capitale della provincia dell'Ontario. Questo Paese, con i numerosi immigrati italiani e l'importante presenza della nostra ristorazione, ha da sempre un ottimo rapporto con il vino italiano. Trattandosi però di un Paese molto vasto ma poco densamente abitato – dagli ultimi dati i residenti supererebbero appena i 38 milioni – non può ambire a rappresentare, alla stregua degli Stati Uniti, una piazza dai grandi numeri. Eppure, i dati Oemv del trimestre ci dicono che i vini del Belpaese sono letteralmente volati del +39% a valore, toccando quota 100 milioni di euro e regalando **all'Italia il primo posto come esportatore di vino nel Paese nordamericano, superando gli Usa (al secondo posto) e la Francia che retrocede in terza posizione.**

Inoltre, se a livello globale il Canada sta importando meno vino, lo sta pagando di più: il prezzo medio è salito dell'11,3% a quasi 5 euro al litro.

Forti di questa ottima notizia, la prima tappa del Tour si è svolta a **Montréal** alla presenza di un folto pubblico altamente interessato a scoprire le bellezze enologiche del Belpaese, che si è mostrato in tutto il suo splendore grazie alla ampia selezione di vini e denominazioni in rappresentanza di tutta Italia. Molti dei partecipanti hanno approfittato della magnifica occasione data dalle due masterclass guidate per degustare vini tra i più rappresentativi delle denominazioni italiane, tutti premiati con i Tre Bicchieri della Guida del Gambero Rosso, per un totale di 31vini. Molti gli spunti di riflessioni e i momenti di scambio: l'interazione, infatti, è stata molto intensa, con tante e varie domande volte ad approfondire la cultura vitivinicola italiana, anche aldilà delle etichette proposte in degustazione. Più intima la degustazione di Toronto, ma che ha comunque suscitato tanto interesse da parte del pubblico. Un tasting che ha interessato dei campioni di grande riferimento dell'enologia italiana, muovendosi tra il Nord e il Sud dello Stivale. Un piccolo viaggio ma energico ed emozionante, con la preziosa presenza di un ospite speciale in rappresentanza delle istituzioni italiane: il console generale d'Italia a Montréal Silvia Costantini, che si è mossa con disinvoltura e piacevolezza tra i banchi di assaggio degli espositori. ❖

»

I migliori ristoranti italiani in Canada

Durante gli eventi sono stati premiati i migliori esempi di cucina italiana valutati nella guida Top Italian Restaurants. Sei i locali premiati a Montréal. Nella sezione ristoranti, troviamo **Da Emma** con due forchette, **Nora Gray** e **Da Vinci** con una forchetta. Per i locali più smart premiati con gli spicchi ci sono: **Bottega e Mercato comunale** con uno spicchio. Per quanto riguarda le migliori cantine dei ristoranti, valutate su criteri di numero di etichette presenti, ricerca, artigianalità e rappresentatività dei produttori, incetta di premi ha fatto il ristorante **Graziella** che, oltre al premio Bottiglia, ha ricevuto anche il premio Villa Sandi Best Contemporary Wine List.

A Toronto si aggiudicano due forchette **Sotto Sotto** e una forchetta **Coast**. Le pizzerie premiate sono state **Sud Forno** con 2 spicchi e **Forno Cultura** con 1 spicchio. Tre bottiglie invece vanno al **Bar centrale Terroni**, due a **Il Covo** e il **Déco**, che si aggiudica anche il premio Villa Sandi Best Contemporary Wine List.





DA 20 ANNI

» TI FORMIAMO PER IL SUCCESSO «

Scopri tutti i nostri corsi su gamberorosso.it/academy



ROMA | TORINO | NAPOLI | LECCE | PALERMO

PARTNER



PHOTOGALLERY



Washington



Seattle





Montréal



Toronto



INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice

S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	Var% settimanale 0,46	Var% inizio anno 0,91
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	Var% settimanale 0,24	Var% inizio anno -11,14
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	Var% settimanale -0,42	Var% inizio anno -6,69

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-1,69	-5,43	-4,92	650
Campari	Italia	-2,59	-23,05	-11,95	11.490
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-0,37	-22,32	-23,43	37
Marr	Italia	-9,64	-34,50	-40,14	823
Newlat Food	Italia	0,86	-11,88	-17,23	257
Orsero	Italia	8,48	12,24	34,89	235
Valsoia	Italia	-6,23	-27,71	-36,69	106
Anheuser Bush I	Belgio	0,17	-1,86	-13,67	90.646
Danone	Francia	0,09	-3,02	-11,77	35.776
Pernod-Ricard	Francia	-2,00	-16,57	-4,29	45.514
Remy Cointreau	Francia	3,44	-18,50	-0,46	8.920
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-0,07	13,96	8,48	3.083
Dsm	Olanda	-0,28	-29,24	-11,75	24.487
Heineken	Olanda	-2,72	-11,73	-14,20	50.261
Jde Peet S	Olanda	2,26	0,22	-13,34	13.654
Ebro Foods	Spagna	-0,74	-4,62	-8,00	2.477
Viscofan	Spagna	-0,09	-7,56	-10,32	2.445
Barry Callebaut N	Svizzera	1,49	-1,62	0,09	12.047
Emmi N	Svizzera	0,65	-13,29	-2,30	5.025
Lindt N	Svizzera	0,00	-18,41	1,22	13.607
Nestle N	Svizzera	1,99	-11,46	-2,00	312.436
Associated British Foods	Gran Bretagna	-7,48	-23,98	-35,00	14.078
Britvic Plc	Gran Bretagna	-4,12	-12,77	-17,27	2.490
Cranswick Plc	Gran Bretagna	-4,69	-18,75	-26,45	1.899
Diageo	Gran Bretagna	-4,70	-13,11	0,79	93.162
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	0,39	17,88	2,00	3.626
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-4,75	7,09	19,38	39.580
Beyond Meat	Stati Uniti	15,14	-57,98	-81,84	1.690
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-0,70	-37,25	-66,77	3.146
Brown-Forman B	Stati Uniti	-0,51	-2,83	-4,89	21.321
Bunge Ltd	Stati Uniti	-4,51	-7,22	8,70	12.773
Campbell Soup	Stati Uniti	0,75	11,02	5,67	14.093
Coca-Cola Co	Stati Uniti	1,61	6,87	16,80	266.590
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	1,27	0,64	-4,16	16.028
Constellation Brands	Stati Uniti	-3,59	-5,68	2,29	36.653
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-6,85	-14,06	-10,68	9.347
Flowers Foods	Stati Uniti	2,94	-2,00	11,01	5.547
Freshpet Inc	Stati Uniti	-2,19	-44,23	-67,04	2.245
General Mills	Stati Uniti	6,96	11,53	24,79	43.611
Hershey Company	Stati Uniti	-0,04	12,85	25,48	30.977
Hormel Foods	Stati Uniti	1,08	-2,48	-0,36	25.260
Ingredion Inc	Stati Uniti	-1,02	-8,22	-3,00	5.707
Kellogg Co	Stati Uniti	1,98	12,19	12,89	23.730
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	2,11	-1,63	3,07	49.987
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	2,36	15,81	-8,56	10.303
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	-0,59	-21,62	-33,09	3.471
Mccormick & Co	Stati Uniti	-3,16	-12,95	-5,07	20.470
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-0,75	19,40	2,84	10.784
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	1,23	-5,78	-0,19	84.030
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	5,84	0,07	5,78	49.471
National Beverage Corp.	Stati Uniti	5,88	12,44	12,15	4.623
Nomad Foods	Stati Uniti	2,09	-21,03	-28,80	3.362
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	7,32	-50,25	-82,85	2.277
Pepsico Inc	Stati Uniti	3,05	-2,71	13,50	227.102
Performance Food Gr	Stati Uniti	2,32	2,94	-1,56	7.106
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-0,54	10,67	42,84	7.289
Post Holdings	Stati Uniti	1,96	-49,70	-48,20	4.908
Seaboard Corp	Stati Uniti	2,20	-0,77	-1,64	4.404
Smucker, J.M.	Stati Uniti	3,36	-3,20	1,38	13.858
Sysco Corp	Stati Uniti	0,18	8,47	11,24	42.184
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	2,66	-43,86	-39,97	2.086
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	1,03	6,18	-5,60	45.342
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	0,20	-1,57	16,53	24.306
Us Foods Holding	Stati Uniti	0,51	-9,02	-15,87	6.895

FINE WINE AUCTIONS

Il Tignanello Magnum nel post Covid

Non è la prima volta che si constata come la scossa inferta dalla pandemia da Covid-19 alle aste dei vini, costringendole a uscire dall'isolamento a cui sembravano condannate dal lockdown, abbia provocato, paradossalmente, risultati inaspettatamente positivi. Quello, per esempio, di rendere possibile questa puntata dedicata esclusivamente al Tignanello imbottigliato in Magnum. Certo, bisogna accontentarsi: **i millesimi per i quali è possibile confrontare i prezzi attuali con quelli del 2020 sono soltanto 11, quindi un po' scarsi, ma negli anni precedenti ce n'era uno solo.** Poiché ne sono stati deprezzati soltanto quattro, mentre sette hanno ottenuto una quotazione più elevata, è evidente che anche il Tignanello in versione Magnum ha beneficiato dell'ondata rialzista che sta premiando pressoché tutti i vini italiani. Con un aumento medio del 31% o poco più ne ha beneficiato però soltanto a metà rispetto ai Tignanello in bottiglie standard, gratificati addirittura da un surplus del 68%, come s'è visto nella puntata precedente. Il +31% è un risultato tutt'altro che disprezzabile; tuttavia, è difficile individuare le motivazioni di questa differenza, tanto più che è maturata in una situazione di emergenza. Sarà interessante vedere, nella prossima puntata, quale è stato l'atteggiamento del popolo delle aste nei confronti dei Tignanello imbottigliati negli altri formati speciali, soprattutto in quelli di stazza più grande, Doppie Magnum, Jeroboam e Imperial.

– Cesare Pillon

Tignanello - Antinori

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
1986	1 m	€ 245	Pandolfini, asta a tempo	08/04/21	€ 245,00	€ 257,00	-5%
1995	1 m	\$ 523	Zachys, NY online	14/02/22	€ 462,49	-	-
1997	1 m	\$ 868	Acker Wines, Usa online	12/05/21	€ 718,88	€ 363,58	+98%
1999	1 m	£ 224	Zachys, Londra online	10/05/21	€ 260,74	€ 265,57	-2%
2001	1 m	\$ 563	Sotheby's, NY online	16/02/22	€ 494,93	-	-
2003	3 m	€ 980	Pandolfini, Firenze	28/04/22	€ 326,67	€ 192,13	+70%
2004	2 m	\$ 872	Zachys, NY online	11/04/22	€ 400,60	€ 246,10	+63%
2005	1 m	€ 300	Bolaffi, Torino	24/11/21	€ 300,00	€ 264,98	+13%
2006	4 m	\$ 1.619	Zachys, NY online	14/02/22	€ 357,92	€ 178,49	+101%
2007	1 m	£ 199	Zachys, Londra	02/12/21	€ 234,26	€ 290,27	-19%
2010	1 m	\$ 423	Zachys, NY online	27/04/21	€ 349,78	-	-
2011	3 m	\$ 868	Zachys, NY online	08/02/21	€ 240,12	€ 223,56	+7%
2012	2 m	\$ 573	Zachys, NY online	27/04/21	€ 236,91	-	-
2013	1 m	£ 149	Zachys, Londra	02/12/21	€ 175,40	€ 194,78	-10%
2014	3 m	\$ 744	Zachys, NY online	08/02/21	€ 205,82	€ 162,16	+27%
2016	1 m	£ 525	Sotheby's, Londra	10/09/21	€ 614,83	-	-

