



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



“AGRITECH: SI PUÒ FARE DI PIÙ”. IL GAMBERO ROSSO LANCIA LA SFIDA

PROMOZIONE

Enoteche escluse dal bando da 25 milioni di euro. Vinarius: “Chiediamo l'integrazione”

BIRRA

Bene produzione ed export, ma ❖ consumi sotto il pre-crisi. Assobirra: “Proseguire con riduzione accise”

DEAL

Continua l'espansione di ❖ Guala Closures: acquisito il brand vicentino Labrenta. I piani per il futuro

ESTERI

Nel Regno Unito ❖ più produzione grazie alla crisi climatica. Le previsioni per il 2040

ENOTURISMO

Prove generali ❖ per l'Osservatorio nazionale permanente. Oggi l'incoming vale il 7% del fatturato





Nasce Pris, l'associazione dei Paesaggi rurali di interesse storico

Lo scorso autunno, a Firenze, durante il primo Congresso dei Paesaggi rurali di interesse storico (Pris), si parlò di dare vita a un'associazione che fosse l'interlocutore istituzionale a livello regionale, nazionale ed europeo. Mercoledì 13 luglio scorso, l'Associazione dei paesaggi di interesse storico è nata ufficialmente. La firma del Protocollo d'intesa e dell'atto costitutivo, tra i rappresentanti istituzionali dei paesaggi, è avvenuta al Mipaaf, a Roma. *"Dalla siccità agli incendi, dalla recentissima tragedia del ghiacciaio alla crisi alimentare che sta interessando l'intero pianeta, le emergenze ambientali e socio-economiche ci chiamano a intervenire con urgenza per promuovere modelli di sviluppo sostenibile a tutti i livelli, sociale, ambientale ed economico"*, ha dichiarato il Comitato promotore.

Sono 27 i Paesaggi storici riconosciuti in Italia, iscritti al Registro nazionale, e rappresentano altrettanti esempi di agricoltura sostenibile e resiliente. Si va dagli Alti pascoli della Lessinia, ai vigneti terrazzati del versante retico della Valtellina, dai limoneti di Amalfi ai muretti a secco che contraddistinguono le coltivazioni tradizionali sull'Isola di Pantelleria.

foto: Bonat/Pixabay

PROMOZIONE. Enotecche escluse dal bando da 25 milioni di euro. Vinarius scrive a Patuanelli: "Chiediamo l'integrazione"

Lettera di Vinarius al ministro per le Politiche agricole, Stefano Patuanelli, dopo l'esclusione della categoria economica delle enoteche italiane dal bando da 25 milioni di euro per la promozione dei prodotti Dop e Igp sul territorio nazionale, pubblicato sul sito Mipaaf, nell'ambito del "Fondo di parte capitale per il sostegno delle eccellenze della gastronomia e dell'agroalimentare italiano". **Sebbene le circa 8mila enoteche italiane si approvvigionino per il 34% totale di prodotti a Indicazione geografica, superando il 25% dei ristoratori, questa categoria rappresentata da Vinarius (Associazione enoteche italiane) è stata esclusa.**

"Chiediamo l'integrazione tra le categorie a cui spettano tali aiuti", scrive il presidente **Andrea Terraneo** nella lettera, sottolineando che "allo stesso modo di ristoranti, bar, gelaterie e pasticcerie, anche le enoteche sono promotrici e grandi utilizzatrici di prodotti Dop e Igp, quindi riteniamo doveroso il loro inserimento nella lista presente nel decreto attuativo". Vinarius si augura di ricevere una risposta collaborativa da parte di Patuanelli, che in passato aveva manifestato il desiderio di supportare gli esercizi commerciali che lavorano per valorizzare e promuovere l'agroalimentare italiano. Vinarius rappresenta oltre 120 associati (il cui fatturato totale sfiora i 50 milioni di euro) che coprono l'intero territorio nazionale.

CANTINA ITALIA. In stock 47,2 milioni di ettolitri: +3,8% su giugno 2021

Gli stock di vino in Italia ammontano a 47,2 milioni di ettolitri al 20 giugno scorso (l'equivalente di una intera vendemmia), in aumento rispetto a un anno fa del 3,8% e in calo rispetto a maggio del 6,9%. Lo si legge nel rapporto di Cantina Italia, redatto dall'Icqr. Nei confronti del giugno 2021, nelle cantine italiane sono stoccati 1,7 milioni di ettolitri di vino in più. In crescita del 20,7% anche gli stock dei mosti e del 5,4% dei vini nuovi ancora in fermentazione (Vnaif). Rispetto a maggio 2022, si registra un calo sia dei mosti (-12,8%) sia dei Vnaif (-6,4%).

Il 55% del vino italiano è detenuto dalle regioni settentrionali. Tra le prime cinque: Veneto (22,7%), Puglia (12%), Emilia-Romagna (11,3%), Toscana (10,7%), Piemonte (8,7%). Il 50,7% dei vini è a Dop, con prevalenza



"Di stupefacente il vino ha solo la qualità". Uiv risponde a Santori sul paragone con la cannabis

Cannabis come il vino? Non ci sta Unione Italiana Vini e risponde alle parole del consigliere comunale con delega alle Politiche giovanili del Comune di Bologna, Mattia Santori (ex leader delle Sardine) che, a margine degli Stati generali della cannabis a Milano, ha rivelato di coltivare Cannabis, affermando che consumare marijuana sia "come bere un bicchiere di vino buono", mentre il problema è semmai nell'abuso.

"Lungi da noi entrare nella discussione politica o richiamare effetti sulla salute relativi all'uso delle droghe leggere ma accostare il vino alla cannabis ci sembra un messaggio fuorviante" è la risposta di Uiv "Dentro a un bicchiere di vino l'unica cosa stupefacente è il valore di un prodotto e di una manifattura italiana che dà lavoro a 1,2 milioni di persone, un simbolo made in Italy del saper fare cultura e qualità in tutto il mondo, con una bilancia commerciale attiva per 6,7 miliardi di euro l'anno".

Il poco gradito paragone di Santori arriva proprio mentre il vino si ritrova al centro del dibattito europeo sui suoi effetti sulla salute, tanto da vedere tutto il comparto impegnato a provare come consumo e abuso siano due cose differenti. Lo scorso febbraio, grazie soprattutto alla compattezza italiana, si è riusciti ad impedire che, nel Cancer Plan europeo, il vino venisse additato – senza tener conto delle quantità assunte – tra i responsabili dell'incidenza della malattia, e che si arrivasse a degli alert in etichetta sul modello delle sigarette. Pericolo al momento scampato, ma non eliminato. Occhio, quindi, a non darsi la zappa sui piedi. – **L.S.**

Giacenze vino Italia per tipologia e colore

VINI	ettolitri	%
Dop	23.913.668	50,7
bianco	10.146.123	21,5
rosato	832.046	1,8
rosso	12.935.499	27,4
Igp	13.154.617	27,9
bianco	4.719.226	10,0
rosato	483.077	1,0
rosso	7.952.314	16,9
varietali	642.610	1,4
vini da tavola e altri	9.452.432	20,0
ITALIA	47.163.327	100

fonte: Icqr - Cantina Italia al 30 giugno 2022

del rosso (54,1%); il 27,9% è a Igp (in prevalenza rosso 60,5%); i vini varietali l'1,4% e il restante 20% è costituito da altri vini. Dop Prosecco (3 mln/hl), Igp Puglia (2,34 mln/hl) e Dop Sicilia (1,45 mln/hl) sono le tre denominazioni con il maggior peso negli stock, seguite da Tosacna Igp (1,39 mln/hl), Montepulciano d'Abruzzo Dop (1,35 mln/hl) e Igp Salento (1,32 mln/hl). – **G.A.**

AGROALIMENTARE. Salgono produzione e fatturato nel primo trimestre. Il report CreAgritrend. Per il vino ottima performance dell'export

Aumentano fra gennaio e marzo 2022, rispetto allo stesso periodo 2021, l'indice della produzione e il fatturato dell'agroalimentare italiano. In particolare, per l'industria alimentare si registra un rispettivo +2,2% (con picco a marzo) e un +16% nel complesso (con +21% sui mercati esteri); per l'industria delle bevande,



si registrano crescite rispettive di +12% (con un picco di 19% a febbraio, grazie alle ottime performance della distillazione, rettifica e miscelatura degli alcolici.) e +19% nel complesso (con +28% sui mercati esteri). Il dato è contenuto nell'ultimo report CreAgritrend (curato dal Centro politiche e bioeconomia del Crea). La performance si inserisce in un contesto generale in cui, per l'economia italiana, è aumentato il prodotto interno lordo (+0,1% sul trimestre settembre-dicembre 2021) e +6,2% sul primo trimestre 2021. Il valore aggiunto dell'agricoltura, a gennaio-marzo 2022, è cresciuto sul trimestre precedente dell'1,8% e dello 0,7% rispetto a un anno prima.

Guardando all'export agroalimentare, nel primo trimestre 2022, l'Italia supera i 13,8 miliardi di euro e, rispetto allo stesso periodo del 2021, cresce del 19%, confermando l'ottimo andamento rilevato nei trimestri precedenti, in particolare verso Regno Unito (+28%), Paesi Bassi, Polonia e Germania (+9%). In aumento anche le importazioni (+33,2% rispetto al medesimo trimestre 2021, che aveva registrato già un +24,5%), col Brasile (+48%) principale fornitore, seguito da Spagna e Paesi Bassi (oltre il 30%) fino ad arrivare a Ungheria (+12%). I prodotti maggiormente esportati sono stati i vini (+18%), i derivati dei cereali, i prodotti lattiero-caseari, prodotti dolciari e oli e grassi. **Per quanto riguarda il vino, principale comparto di esportazione dell'agroalimentare italiano (con una quota vicina al 14%), nel primo trimestre 2022 le vendite all'estero crescono di oltre il 18%**, a ritmo più sostenuto rispetto al precedente trimestre.

Sul fronte import, crescono oltre il 55% di cereali e del gruppo "cacao, caffè, tè e spezie", del 27% di "oli e grassi" e di prodotti ittici, lattiero-caseari e carni. Visibili gli effetti della crisi russo-ucraina già a marzo, col calo dell'import agroalimentare dall'Ucraina (-13% rispetto a marzo 2021) e dell'export verso la Russia (oltre il -30%).

Il clima di fiducia, analizzato attraverso i dati raccolti su Twitter dal 22 marzo al 12 giugno evidenziano un lieve aumento (+0,4%) nei confronti del settore, con una prevalenza dei giudizi positivi e molto positivi (66,2%) rispetto ai negativi e molto negativi (31,5%). – **G.A.**

L'ESPERTO RISPONDE

Cosa dicono le nuove regole tedesche sugli imballaggi?



Il primo luglio 2022 sono entrate in vigore importanti modifiche della normativa tedesca sugli imballaggi cd "VerpackG" che colpiscono chi per primo immette sul mercato tedesco prodotti confezionati, indipendentemente dal fatturato o dai quantitativi. La modifica si inserisce nel progetto europeo per l'attuazione dell'economia circolare che vede coinvolti direttamente i singoli Stati Membri nel recepimento e attuazione di principi e obiettivi comunitari.

In particolare, a decorrere dal primo luglio 2022 vigono in Germania le regole di seguito riassunte:

- ❖ Estensione dell'iscrizione (gratuita) nel registro centrale tedesco "Lucid" per tutti gli imballaggi.
- ❖ Obbligo di stipulare un contratto di smaltimento degli imballaggi antecedente alla messa in circolazione dei prodotti imballati.
- ❖ Obbligo di fornire la dichiarazione di partecipazione al sistema di raccolta.
- ❖ Obbligo degli operatori dei marketplace e dei centri di distribuzione e riempimento di imballaggi di garantire che la merce imballata o venduta tramite la loro piattaforma, sia conforme agli obblighi previsti dalla legge VerpackG.
- ❖ Estensione degli obblighi di deposito cauzionale per gli imballaggi di bevande monouso e lattine, escludendosi pertanto le bottiglie di vetro di prodotti vitivinicoli.

Le prossime tappe previste per la completa attuazione della VerpackG dovrebbero essere l'introduzione del divieto di vendita di bottiglie in PET con contenuto riciclato inferiore al 25% a partire dal primo gennaio 2025 e di bottiglie per bevande in plastica monouso con contenuto riciclato inferiore al 30% dal primo gennaio 2030.

Per approfondimenti:
BANCHE DATI GIURIDICHE
Vite e Vino e Denominazioni
di Origine di Unione Italiana Vini
(<https://www.unioneitalianavini.it/prodotto-category/banche-dati/>)

– a cura del Servizio Giuridico
dell'Unione Italiana Vini

Per chiarimenti e precisazioni:
serviziogiuridico@uiv.it

BIRRA. Bene produzione ed export nel 2021, ma consumi ancora sotto il pre-crisi. Il Report di Assobirra: ripresa a rischio per rincari materie prime e utility

I rincari di materie prime e utility iniziati un anno fa, nell'estate 2021, rischiano di compromettere il trend di ripresa del settore birrario italiano. Produzione, consumi ed export sono vicini ai livelli pre-crisi ma **sul settore pesano sia i costi industriali sia le accise, ridotte di 5 centesimi fino a dicembre 2022 grazie a un provvedimento nell'ultima Legge di bilancio**, ma destinate a risalire dal 2023. Nel quadro che emerge, in sintesi, dal report di Assobirra è connotato da luci e ombre, come ha sottolineato il presidente **Alfredo Pratolongo**.



I NUMERI. Nel 2021, la produzione di birra ha raggiunto i 17,6 milioni di ettolitri, superando i livelli raggiunti nel 2019 (17,3 mln/hl) e quelli del 2020 (15,8 mln/hl), anche grazie alle performance dell'export. I consumi, parallelamente, hanno toccato i 20,8 mln/hl e non hanno raggiunto i livelli pre-crisi, ma sono superiori al 2020 (18,9 mln/hl). L'export si è ripreso, con volumi pari a 3,8 mln/hl, superiori al 2019 (3,5 mln) e del 2020 (3,3 mln). Una conferma, secondo Assobirra, del gradimento della birra Made in Italy in Paesi a forte tradizione birraria, come il Regno Unito che riceve il 46,9% delle birre italiane esportate, gli Stati Uniti (8,6%) e l'Australia (6,4%). Nel report, emerge un trend calante per l'import di birra straniera rispetto al periodo pre-pandemico, con 7 mln/hl nel 2021 rispetto ai 7,4 mln del 2019.

LE ACCISE. Nel pre-pandemia (anno 2019), il valore condiviso generato dalla birra in Italia era di 9,5 miliardi di euro l'anno (18% da ricondursi alla fase di produzione e 78% al canale della distribuzione di vendita e di consumo). "Parliamo" sottolinea Pratolongo "dello 0,53% del nostro Pil". La filiera, nel 2019, dava lavoro a 108mila famiglie e contribuiva alle casse dello Stato per 4,5 miliardi di euro l'anno. Nel solo 2020, però, il settore ha perso 1,4 miliardi di euro di valore condiviso, che equivalgono a circa 15 mila posti di lavoro. A rischio c'è anche il rallentamento degli investimenti. Ad esempio, il comparto sta cercando di "aumentare la quota di orzo prodotto in Italia e portarlo dall'attuale 40% al 60% ma è un percorso che richiede tempo e che rischia di venire rallentato dalla situazione attuale". **Per Assobirra, per evitare ulteriori contraccolpi, è urgente un nuovo intervento della politica.** Governo e Parlamento "devono proseguire il percorso di ridu-

zione della pressione fiscale: permetterebbe di dare impulso e sviluppo a un settore dinamico, ad alto tasso di occupazione giovanile qualificata".

LA SOSTENIBILITÀ. A supporto della categoria, Assobirra ha lanciato una nuova campagna di comunicazione basata sul messaggio "Birra, il gusto che sta bene con tutto" ed è impegnata sul fronte della transizione ecologica. "Tematiche fino a ieri per lo più affidate ad azioni di singoli, oggi necessitano di un approccio collegiale", osserva **Federico Sannella**, vicepresidente di AssoBirra. Diversi gli ambiti di intervento: riduzione della Co2, razionalizzazione dei consumi idrici, ottimizzazione della riduzione degli scarti, packaging. Anche se su quest'ultimo punto pesano i rincari di materie prime ed energia. Ma si lavora anche su produzione agricola, logistica, distribuzione e rapporto coi fornitori. "Buone notizie arrivano dalla collaborazione con la filiera agricola: la produzione di materie prime italiane è in ottima salute" conclude Sannella "e si sta sviluppando un'importante filiera del luppolo".

Assobirra

Assobirra è nata nel 1907. Oggi riunisce oltre 40 associati tra grandi, medi e piccoli birrifici, insieme con le 2 malterie, che complessivamente coprono più del 92% della produzione nazionale, rappresentano il 71% di birra immessa al consumo in Italia, con 144mila persone tra occupati diretti e indotto. Rappresenta la casa della birra italiana in Confindustria.

FINE WINE. Rallenta la crescita del Liv-ex: solo +0,8% a giugno



Rallenta il ritmo di crescita degli indici Liv-ex, relativi al mercato mondiale dei vini pregiati. A giugno 2022, l'incremento del Liv-ex 1000 (il più ampio per la categoria) è dello 0,8%, a quota 471.65. Si tratta della progressione meno ampia di tutto il 2022. L'indice Liv-ex 100, nello stesso periodo, ha registrato un +0,7%. **A pesare è la maggiore cautela negli acquisti di vini pregiati in un contesto inflattivo e l'ipotesi di recessione economica.**

Tra i sottoindici del Liv-ex 1000, lo Champagne ha registrato le migliori performance (+1,6%), superando (50,8% contro 50,3%) il peso della Borgogna nell'ultimo anno. Positiva anche la performance del sottoindice Borgogna 150 (guidato da Domaine de la Romanée-Conti) e del Resto del Mondo, entrambi a +1,3%. Unico in terreno negativo è il Bordeaux Legends 40 (-0,7%). L'indice Italy 100 è cresciuto dell'1 per cento.

DEAL. Guala Closures acquisisce il brand vicentino Labrenta. Del Torchio: "Così ci allarghiamo al segmento alta gamma"

Dopo le straordinarie performance degli ultimi due anni, che hanno portato il fatturato a raddoppiare nel 2021 (da 10 a 20 milioni di euro), Labrenta passa al gruppo Guala Closures (660 milioni di ricavi nel bilancio 2021, di cui 90% all'estero con 4.850 addetti). La società di Breganze (Vicenza), che opera nel settore delle chiusure per vini e alcolici, e che per il 2022 prevede ricavi per 30 milioni di euro, entra a far parte della famiglia Guala presieduta da Gabriele del Torchio, quotata a Piazza Affari, che nell'anno terminante a marzo 2022 ha toccato 710 milioni di euro di ricavi: *"L'accordo consentirà di raggiungere l'obiettivo previsto nel piano strategico che punta a rafforzare la nostra presenza nel segmento luxury"*. Non sono state rese note le cifre dell'operazione.

Gianni e Amerigo Tagliapietra, rispettivamente ceo e responsabile sviluppo di Labrenta, ricopriranno dei ruoli manageriali nel segmento delle chiusure di alta gamma. **La sede di Breganze diventerà per il Gruppo Guala un importante centro di ricerca, sviluppo e produzione per le chiusure destinate al mercato del lusso.** *"Abbiamo trovato in Guala un gruppo con cui condividere gli stessi valori e in quanto leader mondiale del settore"* commenta Gianni Tagliapietra *"consentirà a Labrenta di proseguire nel suo percorso di forte crescita"*.

Il Gruppo Guala è stato fondato nel 1954, opera con 30 sedi in cinque continenti ed è presente in 100 Paesi. Labrenta ha un'esperienza di 50 anni nel settore delle tappature per il beverage e l'industria alimentare. È un'azienda attenta alla sostenibilità ambientale, ha sedi in Italia, Brasile e Messico e pochi mesi fa ha annunciato l'acquisizione della portoghese Anacorks (produttrice di tappi in sughero naturale per distillati). Il primo trimestre 2022 si è chiuso con un +60%. – G.A.



AIS. Sandro Camilli è il nuovo presidente dei sommelier



Nuovo presidente per l'Associazione italiana sommelier: il consiglio nazionale ha scelto l'umbro Sandro Camilli, che raccoglie il testimone di Antonello Maietta, dopo essere stato per 12 anni è stato alla guida di Ais Umbria. *"Nei prossimi giorni"* ha detto il neopresidente *"renderò noti i nominativi dei componenti della Giunta esecutiva nazionale per dare subito avvio alle linee programmatiche che abbiamo definito. Desideriamo puntare al coinvolgimento e all'apertura verso i nostri soci e tutti coloro che si faranno avanti per continuare a rendere l'Ais il più grande sodalizio di sommelier nel mondo"*.

Ad affiancarlo nei prossimi quattro anni ci sarà il vicepresidente Marco Aldegheri di origini venete e i neoeletti: Giuseppe Baldassarre, Nicola Bonera, Nicoletta Gargiulo, Giovanni Luchetti, Angelica Mosetti, Camillo Privitera e Renzo Zorzi.

FOCUS

TOSCANA IGT. Mercato a +12% in 5 mesi. Ora priorità al riconoscimento Mipaaf

a cura di Gianluca Atzeni

Non cambia la strategia per l'Igt Toscana e il suo Consorzio nel prossimo triennio. Il rinnovo delle cariche amministrative, che ha visto la conferma del presidente **Cesare Cecchi**, segna la continuità negli obiettivi dell'ente che riunisce circa mille produttori, per il 27% della produzione regionale, con 90 milioni di bottiglie e un giro d'affari di quasi mezzo miliardo di euro.

LA RAPPRESENTATIVITÀ. Il maxi-consorzio si prepara al prossimo triennio e punta a portare dall'attuale 22% al 35% la rappresentatività dei produttori richiesta per legge, che significherebbe il riconoscimento Mipaaf (in quanto già hanno superato la quota del 51% sui volumi di Igt prodotti). "Circa 4.000 produttori ogni anno rivendicano uva Toscana Igt" spiega il presidente Cecchi a Tre Bicchieri "e la difficoltà sta nel mettere assieme questa produzione frammentata e coinvolgerla. Basti pensare che il 66% dei produttori produce meno di 100 quintali di uva. È questo il principale ostacolo che abbiamo incontrato, ma



che contiamo di superare con l'aiuto dei nostri iscritti e delle organizzazioni che credono in questo progetto. Si tratta, infatti, di coinvolgere tutta la filiera. Quindi, da parte nostra c'è massima apertura e inclusione".

L'andamento adesioni nell'ultimo anno è "praticamente raddoppiato" e al Consorzio Toscana Igt hanno detto sì tre cantine cooperative che hanno portato la rappresentatività totale a circa mille produttori. Circostanza che ha indotto il presidente Cecchi a dirsi ottimista per il futuro: "Siamo in grado di iniziare un lavoro di comunicazione, di organizzazione di iniziative e comunque di fare quanto necessario in funzione della strategia generale".

IL MERCATO. Sul mercato, considerando gli effetti del periodo pandemico, l'Igt Toscana evidenzia un aumento delle quantità commercializzate. "Nel 2021, in particolare, è stato registrato un aumento sul 2020 dell'8,6% e quindi" sottolinea Cecchi "un significativo recupero rispetto alla perdita del 13% nel 2020 sul 2019". A maggio 2022, fa sapere il Consorzio, sono stati imbottigliati 347.901 ettolitri (+12% sul 2021) e si registra

In cifre

12.450 ettari

624.000 hl produzione

90 milioni bottiglie

495 mln € giro affari

69% export

fonte: Consorzio vini Toscana Igt

un miglioramento sulla media dei 5 anni precedenti di oltre 3%. "In pratica" rileva il presidente "osserviamo un totale recupero rispetto al 2019, ultimo anno precedente la pandemia".

LA TUTELA. È forte l'impegno a difesa del nome geografico "Toscana", contro contraffazioni e usi illeciti. Il Consorzio impiega dal 15 al 25% delle risorse per registrazioni e opposizioni. "Col riconoscimento Mipaaf potremmo registrare il marchio collettivo che ci darebbe ancora più forza per proteggere il marchio Toscana per il vino", conclude Cecchi, ricordando che negli Stati Uniti le autorità non consentono oggi di registrare il marchio Toscana collettivo "proprio perché non possono ricevere la richiesta di registrazione dal nostro Consorzio, in quanto non riconosciuto dalle autorità governative italiane".

Il nuovo Cda

Cesare Cecchi (presidente), Lamberto Frescobaldi e Rosanna Matteoli (vicepresidenti), Davide Ancillotti, Renzo Cotarella, Mario Piccini, Davide Profeti, Sandro Sartor, Donata Vieri, Enrico Viglierchio, Alessandro Zanette.

VOLCANIC AGRICULTURE OF EUROPE



Time, Soil, People

www.volcanicagricultureofeurope.com  



Scopri le denominazioni vulcaniche a
TERRA MADRE SALONE DEL GUSTO

TORINO - PARCO DORA - Via dei Presidi
22-26 SETTEMBRE 2022



THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGNS THAT PROMOTE
HIGH QUALITY AGRICULTURAL PRODUCTS



SOSTENIBILITÀ. Dai distretti vitivinicoli una spinta all'integrazione sociale. Equalitas, Federdoc e Luci sul Lavoro a confronto a Montepulciano

Il ruolo dei distretti territoriali del vino nelle politiche di integrazione dei migranti. Di questo si è parlato venerdì scorso a Montepulciano, nel convegno promosso da Equalitas, Federdoc e Luci sul Lavoro.

“Da anni Equalitas e Federdoc” ha spiegato **Riccardo Ricci Curbastro**, presidente Equalitas “stanno svolgendo un lavoro meticoloso non solo nel far emergere le irregolarità presenti nel comparto enoico, ma anche per educare attivamente tutte le parti interessate per raggiungere standard qualitativi elevati. È corretto



specificare che la maggioranza degli imprenditori del vino è virtuosa in ambito di tutela dei lavoratori, ma è necessario identificare e combattere tutti coloro che si servono di pratiche di sfruttamento in vigna, soprattutto nei confronti di migranti”. **Gravi carenze contrattuali, basse retribuzioni, mancato rispetto degli orari di lavoro sono alcuni delle cattive pratiche a cui sono sottoposti numerosi “lavoratori fragili”,** in particolare operatori stranieri, specie richiedenti asilo o titolari di permessi di protezione. Le cause sono da ricercarsi in una sostanziale mancanza della cultura del lavoro come leva di benessere sociale e produttivo. Ma anche in questo caso il mercato non perdona. **Consumatori e player, infatti, si dicono pronti ad escludere le filiere che non dimostreranno trasparenza su questi temi,** infliggendo di fatto una pesantissima sanzione a chi non rispetti il benessere dei lavoratori. Motivo per cui il modello portato avanti da Equalitas è quello di “Prestatori d’Opera in Vigneto”, sottolineando in particolar modo l’importanza della trasparenza da parte delle aziende vinicole per far crescere diffusamente la qualità e la cultura del lavoro.

PINOT GRIGIO. Il Consorzio vini Venezia sceglie blocco triennale dei nuovi impianti

Programmare la produzione per non eccedere la domanda. Con questo obiettivo il Consorzio Vini Venezia, d’intesa con altri consorzi veneti, ha deciso il blocco triennale dei nuovi impianti per la produzione di Pinot grigio Venezia Doc. “È necessario impedire che si crei un eccesso di offerta che possa farci correre il rischio di ricadere nella crisi di qualche anno fa”, ha spiegato **Stefano Quaggio**, direttore del Consorzio che conta oltre 2mila produttori tra le province di Venezia e Treviso e che nel 2021 ha totalizzato oltre 10 milioni di bottiglie di Doc Venezia e un altro milione e mezzo tra Doc Piave e Lison Pramaggiore. Il Pinot grigio copre gran parte della Doc Venezia ed è esportato per il 90%, soprattutto in Germania e Uk.



Nel dettaglio, l’ente veneto ha deciso di stoccare una parte della nuova produzione di Pinot grigio (eccetto quella biologica). A essere vincolato sarà un quantitativo di 20 quintali per ettaro di tutte le produzioni idonee alla rivendicazione di Pinot grigio Doc Venezia. **La decisione dovrà, poi, essere approvata dalla Regione Veneto prima della vendemmia, che inizierà il 22-23 agosto.**

La decisione è stata presa nonostante i prezzi dello sfuso siano ben sopra l’euro al litro e nonostante i dati positivi dei primi 5 mesi 2022, con +5% sugli imbottigliamenti della Doc Venezia rispetto al 2021. “Il Pinot grigio” aggiunge Quaggio “è prodotto da una ventina di consorzi del triveneto e da due anni ci muoviamo secondo una programmazione produttiva. A inizio 2023, in base alle vendite, decideremo eventuali interventi su impianti, rese e stoccaggi”.

MONTALCINO. Benvenuto Brunello diventa cosmopolita

L’evento Benvenuto Brunello diventa internazionale. Il Consorzio ha confermato l’edizione autunnale a partire dall’11 novembre, annunciando che per la prima volta **le nuove annate - Brunello 2018 e la Riserva 2017 - saranno presentate in contemporanea, nella giornata del 17 novembre, anche in altre quattro città nel mondo: Los Angeles, Londra, New York e Toronto.**

“Abbiamo deciso di rendere ancora più cosmopolita la nostra manifestazione di riferimento partendo dai principali mercati strategici per la nostra denominazione” ha spiegato il presidente del Consorzio Fabrizio Bindocci “Non a caso Stati Uniti, Canada e Regno Unito rappresentano circa la metà dell’export a valore della nostra produzione. L’obiettivo è rafforzare ulteriormente il posizionamento del nostro fine wine all’estero attraverso degli eventi che mantengono saldo il legame con Montalcino”.

Ad aprire la manifestazione del Benvenuto Brunello italiano sarà come di consueto la stampa nazionale e internazionale (11 novembre). Nelle giornate successive spazio a influencer, blogger, sommelier, operatori del settore e winelover.



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

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/

ALTO ADIGE. Nuova cantina di affinamento per Elena Walch a Castel Ringberg

Una cantina di 140 anni di età, non utilizzata da circa un secolo, che torna a vivere a Termeno, nel cuore di Castel Ringberg, edificio rinascimentale di proprietà di Elena Walch. La società altoatesina ha scelto di dare una nuova possibilità alla storica cantina del castello, che risale al 1620, modernizzandola e scegliendola come luogo di affinamento, in gran parte naturale.

La Guts Keller (cantina della tenuta) si trova proprio al di sotto del vigneto denominato Castel Ringberg, protetta da un manto in corten color rame, a forma di nido d'ape, che si appoggia alla volta della botte proteggendo l'interno dall'umidità. L'ingresso è circondato da un piccolo vigneto di "Souvignier Gris", vitigno Piwi resistente ai funghi, a sottolineare il principio guida sostenibile dell'azienda di famiglia, che da quest'annata potrà affinare letteralmente all'origine i vini bianchi, dal Riesling al Pinot grigio.



IMPRESE. Cantine Ferrari festeggia le 120 candeline con un francobollo celebrativo in 500mila copie

Un francobollo per i 120 anni di Cantine Ferrari Trento. Due giorni di festeggiamenti, il 6 e 7 luglio, sono stati l'occasione per presentare l'annullo che Poste Italiane e il Ministero dello Sviluppo economico hanno voluto dedicare a questo anniversario. Il francobollo rientra nella serie tematica "Le eccellenze del sistema produttivo ed economico", **sarà stampato in 500mila esemplari e verrà distribuito a livello nazionale per tre mesi, al termine dei quali entrerà a far parte del Museo di Poste italiane.**

Nel 1902, Giulio Ferrari decise di avviare una piccola cantina ad alcuni passi dal Duomo di Trento per produrre poche e selezionate bottiglie. Un'esperienza che è rimasta intatta, assieme al legame col territorio trentino. Tutti valori che guidano tutt'oggi la famiglia Lunelli, giunta alla terza generazione, che festeggia proprio nel 2022 i 70 anni al timone dell'azienda. I festeggiamenti sono stati l'occasione anche per presentare la rinnovata Villa Margon, gioiello cinquecentesco, sede di rappresentanza del Gruppo Lunelli

HORECA. Arriva il decennale di Società Excellence.

Il 2021 si è chiuso con giro d'affari oltre 260 milioni di euro

Ha superato i 260 milioni di euro il volume di affari sviluppato nel 2021 da Società Excellence, **realtà che riunisce i più importanti distributori e importatori di vini e distillati** e che lo scorso 7 luglio ha festeggiato il suo decimo anniversario. Nata nel giugno 2012 come Club Excellence, su iniziativa di sei imprese distributrici e importatrici di bevande alcoliche, oggi Società Excellence rappresenta



oltre 2.100 aziende italiane (per un terzo) ed estere (per due terzi) e conta 1.800 agenti sul territorio nazionale.

"Fare squadra, condividendo le opportunità e le problematiche del mercato in cui operiamo era fondamentale per noi e per l'intero mercato già 10 anni fa" ha spiegato il presidente **Luca Cuzziol** *"e i fatti, durante tutti questi anni, ci hanno dato ragione e hanno evidenziato come lo sia, ancor di più, oggi e lo*

sarà anche nel prossimo futuro". "Il ruolo della distribuzione, la sua capacità di essere un anello di congiunzione tra produzione e vendita al dettaglio e dell'Horeca" ha aggiunto il direttore **Lorenzo Righi** *"sono tutti elementi imprescindibili anche in questo difficile e complicato momento che caratterizza il post-pandemia"*. Sono 21 i soci, dopo l'ingresso di Ceretto Terroirs e Apoteca.

Adesso sale l'attesa per la quinta edizione di Modena Champagne Experience, appuntamento dedicato allo Champagne, il 16 e 17 ottobre a ModenaFiere, con oltre 120 aziende tra grandi maison e piccoli vigneron.

APPUNTAMENTI. Pighin on Tour: da Roma a Milano con i vini della cantina friulana

Si scaldano i motori per "Pighin on Tour": due tappe con cena a Roma e Milano organizzati dal Gambero Rosso per far conoscere i vini della cantina friulana e apprezzarne l'abbinamento con i piatti del territorio. Sei le etichette in degustazione in un percorso che, per ognuna delle due serate, coinvolgerà il curatore della guida Vini d'Italia Giuseppe Carrus, il titolare della cantina Roberto Pighin e il resident chef del locale ospitante.

Si parte il 28 luglio da Roma, dalla terrazza del 47 Circus Roof Garden (2 Forchette del Gambero Rosso), la cui vista spazia dal Campidoglio al Palatino, fino all'Aventino con il Tevere in festa a fare da sfondo. A fare gli onori di casa sarà lo chef Antonio Gentile con un menu a base di pesce, studiato su misura sui vini Pighin.

Seconda tappa il 29 settembre a Milano al Globe (1 Forchetta del Gambero Rosso), ultimo piano del palazzo Coin su piazza delle Cinque Giornate, con vista suggestiva sui tetti della città meneghina e menu realizzato dallo chef Davide Negrini.

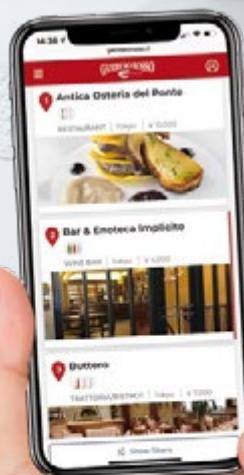
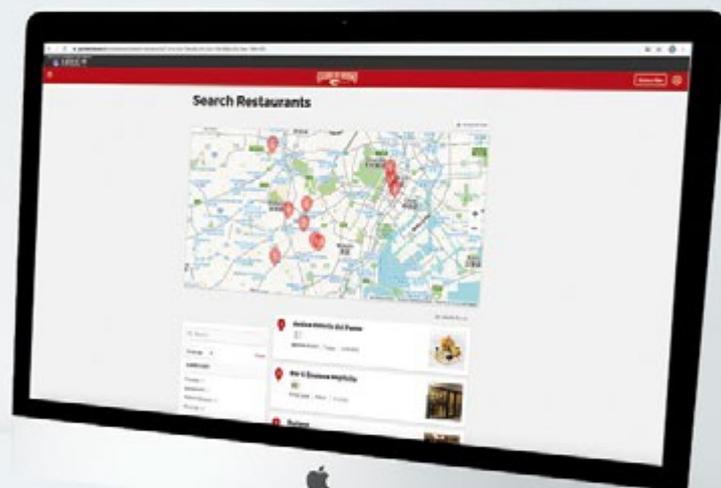
Ad accompagnare i due menu sei delle etichette di casa Pighin: Bianco Doc Collio 2019 Soreli; Sauvignon Doc Collio 2021; Malvasia Doc Collio 2021; Picolit Doc Collio 2018; Pinot Grigio Doc Friuli Grave 2021; Friulano Doc Friuli Grave 2021. *"Abbiamo scelto una selezione dei nostri vini più rappresentativi per consentire ai partecipanti di valutare uno soddisfacente spettro di varietà nelle loro caratteristiche peculiari e di tipicità"*, spiega **Roberto Pighin**, titolare della cantina.

Da quasi 60 anni a rappresentare la filosofia aziendale e la continuità con il passato è il gallo, simbolo legato alla terra che personifica la luce del sole. La produzione spazia dal Friulano al Refosco, dal Picolit alla Ribolla Gialla, dalla Malvasia fino ad arrivare agli internazionali e agli spumanti. **Nonostante i grandi numeri (900mila bottiglie) e un nome ormai affermato in tutto il mondo, i vini Pighin sono tutti a prodotti a partire dalle uve di famiglia.** *"La gestione familiare costituisce per noi un duplice punto di forza"* racconta Roberto *"Dal punto di vista umano rappresenta un valore inestimabile, garanzia di continuità e di presenza costante di chi ha fondato questa appassionante realtà imprenditoriale. L'altro vantaggio è tecnico: infatti, poter vinificare le nostre uve ci consente di avere il controllo totale dell'intera filiera, per noi garanzia di quella costanza qualitativa che da sempre ricerchiamo"*.

Per maggiori informazioni sulle due serate e sulle modalità di partecipazione gamberorosso.it/pighin-tour

TOP ITALIAN RESTAURANTS

www.gamberorossointernational.com/restaurants/



f GamberoRossoInternational Instagram GamberoRossoInternational

SPONSOR



EVENTI. I Drink Pink 22: gli eventi di Roma e Napoli

Torna I Drink Pink, la grande degustazione dei Rosati d'Italia del Gambero Rosso che, quest'anno, si sdoppia. **Il 21 luglio l'appuntamento è a Roma** negli splendidi giardini di Palazzo Brancaccio, la residenza nobiliare costruita sul Colle Oppio. **Il 22 luglio, invece, il tasting si sposta a Napoli al Belvedere Carafa.** In entrambe le giornate si potranno conoscere le migliori etichette della produzione rosé nazionale, dall'Alto Adige alla Puglia, dalla Sardegna alla Sicilia, in abbinamento a dei sfiziosi assaggi.

A Roma l'abbinamento è con conchiglione rigato di Gragnano, assoluto di limone, caviale e olio alla nocciola a cura dello chef Mirko Iemma. A cui si aggiungeranno le proposte di GriciaRoad, Prêt à Polpett e Cremeria Alpi. A Napoli, invece, ad allietare i palati ci penseranno i pani del maestro Rodolfo Molettieri, i bun di Golocius Burger and Wine, l'hot dog con il Wurstel Marchigianotto di Sabatino Cillo, l'Asiago nelle varie stagionature, il prosciutto cotto del Salumificio Cillo, le nocciole di Pariani.

Per maggiori dettagli e informazioni su come partecipare agli eventi gamberorosso.it/eventi/i-drink-pink-2022/

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon,

Servizio Giuridico Uiv,

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

FINO AL 15 LUGLIO

❖ MONDIAL DES VINS EXTREMES

Valle d'Aosta
[mondialvinsextremes.com/
concorso](http://mondialvinsextremes.com/concorso)

FINO AL 17 LUGLIO

❖ VINO X ROMA

Roma
presso The Box
Via Ignazio Pettinengo, 72
vinoxroma.it

16 LUGLIO

❖ ESTATE IN FREISA

Albugnano (Asti)
Via Roma, 9
dalle 11 alle 20
[enotecaregionale
albugnano.it](http://enotecaregionalealbugnano.it)

16 LUGLIO

❖ VICOLI&SAPORI

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](http://store.gamberorosso.it/it/eventi/872-3950-i-drink-pink-2022-evento-degustazione.html#/25-sede-roma/1522-data-21_07_22)

22 LUGLIO

❖ UN MARE DI VINO

Terracina (Latina)
fino al 23 luglio
unmaredivino.com

22 LUGLIO

❖ DRINK PINK

Napoli
Belvedere Carafa
via Aniello Falcone, 122
dalle 19.30 alle 23
[store.gamberorosso.
it/it/eventi/872-4049-
i-drink-pink-2022-
evento-degustazione.
html#/26-sede-napoli/1523-
data-22_07_22](http://store.gamberorosso.it/it/eventi/872-4049-i-drink-pink-2022-evento-degustazione.html#/26-sede-napoli/1523-data-22_07_22)

23 LUGLIO

❖ VINI IN VIGNA

Morgex (Aosta)
dalle 17 alle 20
vinivalledaosta.com

29 LUGLIO

❖ CALICI DI STELLE

in tutta Italia
fino al 15 agosto
movimentoturismodelvino.it

19 AGOSTO

❖ DIVINO ETRUSCO

Tarquinia (Viterbo)
fino al 27 agosto
[facebook.com/
TarquiniaDivinoEtrusco/](http://facebook.com/TarquiniaDivinoEtrusco/)

20 AGOSTO

❖ VINI IN VIGNA

Aymavilles (Aosta)
dalle 12 alle 19
vinivalledaosta.com/

Le grandi cantine dell'Abruzzo



ZACCAGNINI

vignaiolo d'Abruzzo
Bolognano

C.DA POZZO | 65020 BOLOGNANO (PE)

WWW.CANTINAZACCAGNINI.IT | 085 8880195

Siamo a Bolognano nel cuore del Montepulciano d'Abruzzo, sui colli pescaresi, dove Zaccagnini produce ogni anno vini pregiati apprezzati in tutto il mondo e premiati dalle più prestigiose giurie internazionali. Eccellenza, passione, dedizione al lavoro, attaccamento alla terra e l'amore per l'arte hanno reso i vini del "Tralcetto" un vanto della produzione vinicola abruzzese nel mondo. "Il vino, arte dell'uomo" è infatti lo slogan che interpreta la filosofia dell'Azienda sin dal 1984, quando l'artista di fama mondiale Joseph Beuys presenta il suo progetto "Difesa della Natura" nella bottaia. L'eccellenza per cui il marchio è conosciuto deriva da un rigore unico che caratterizza tutta la produzione, dalla coltivazione e dalla cura della vite alla raccolta a mano, dalla scelta delle uve alla pigiatura soffice, dalla fermentazione a temperatura controllata all'affinamento in botti di legno.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Montepulciano d'Abruzzo Chronicon '18

Rosso rubino di particolare consistenza e brillantezza con riflessi granati. Un rosso di particolare complessità e finezza. Si esprime con note floreali di violetta e fruttate di ciliegia croccante. Emergono nuance di pepe bianco e vaniglia che si distendono con accenni terziari di sottobosco. Corpo pieno e sostenuto da tannini a grana fine. Da consigliare con carni rosse, cotte alla griglia, arrosto o in umido e con preparazioni che prevedano carni e spezie. Eccellente con formaggi di media e lunga stagionatura.

Cerasuolo d'Abruzzo Chronicon '20

Rosa cerasuolo di media intensità. Al naso si propone vibrante e leggiadro con note di frutta fragrante e succosa, fragola di bosco in evidenza, con nuance che ricordano il melograno e lievi accenni di erbe aromatiche. Struttura agile e ritmata dalla freschezza acida e dalla nota quasi salina, saporito e gustoso. Da provare con antipasti misti di verdure, pesce e carne, sfizioso con affettati e salumi e perfetto con piatti di pasta con sughi di carne.



Abruzzo Pecorino Chronicon '20

Profilo aromatico di marca floreale (fiori bianchi) e frutta a polpa croccante (pera) con lieve nota erbacea. Di corpo snello e agile, caratterizzato da freschezza e sapidità con una chiusura leggermente amaricante. La freschezza e la reattività lo rendono dinamico e divertente, con uno sviluppo gustativo lineare e avvolgente. Da provare con finger food a base di pesce grasso, varie preparazioni di verdure, paste e risotti saporiti, perfetto con il formaggio ovino e caprino.



VINI RARI

LANGHE CHARDONNAY VALENTINE 2020 – Ca'del Baio

LA VIGNA Più che di vigna è più opportuno parlare di pochi filari che arrivano dagli impianti più vecchi di proprietà. Sono viti messe a dimora a metà degli anni Ottanta da Giulio Grasso e da suo padre, da cui viene fatta una rigorosa selezione per vinificare solo i grappoli migliori di uva Chardonnay. Le piante sono dislocate a 250 metri slm, esposte a Nord-Ovest e affondano le radici in suoli di origine marina, calcarei, con strati di sabbia e argille. Il clone di queste vecchie vigne è 130 e 132, produce bacche e grappoli piccoli, capaci di offrire ottima acidità e buon estratto secco.

LA PERSONA Prima di tutto è doveroso parlare della famiglia Grasso, composta dai genitori Giulio e Luciana e dalle tre affiatatissime figlie, Paola, Federica e Valentina. Sono loro l'anima e il corpo della cantina Ca' del Baio di Treiso, una delle aziende più prestigiose per la produzione di Barbaresco. In questo caso però, lo si evince dal nome del vino, vi è in particolare lo zampino di Valentina, enologa, che ha voluto cimentarsi con un vino che fosse lo specchio delle sue esperienze vissute in Borgogna, quando ha lavorato al Domaine De Montille. Solo due tonneaux per una produzione che supera di poco le 1600 bottiglie e una vinificazione che vede la fermentazione e l'affinamento in legno. È così che la secondogenita di casa Baio ha voluto sperimentare la fattura di un grande vino bianco, cimentandosi unicamente con l'uva Chardonnay.

IL VINO Fermentazione nei due tonneaux, alcuni batônage settimanali per mescolare il vino con le fecce nobili e un travaso in acciaio che avviene con l'avvicinarsi della nuova annata. Poi in bottiglia senza filtrazione. Poche e semplici le operazioni in cantina per un risultato che sorprende fin dal primo naso: il caleidoscopio dei profumi non si fa attendere e subito si scorgono sensazioni primarie e secondaria capitanate da tocchi di nespola, gelsomino, limone candito che si fondono a dovere con cenni di burro fuso, baccello di vaniglia e una delicata nota di caramello. La bocca offre il meglio di sé: avvolgente, cremosa e saporita, ma di fantastico sviluppo verticale. L'acidità è dosata magistralmente alla materia e il vino offre un sorso fresco e vibrante, elegantissimo e molto profondo. Bottiglia difficile da dimenticare, unica e preziosa.



La scheda

abbinamento **baccalà mantecato, polpette di pesce fritte, gallina ripiena**

valutazione in centesimi **96/100**
degustato il 01/06/2022

tipologia **Bianco**

denominazione **Langhe**

regione **Piemonte**

alcol **13,00%**

longevità **2022 - 2032**

prezzo **€ 28,00**

produzione **1.646 bottiglie**

vitigni **Chardonnay 100%**

maturazione **12 mesi in tonneau - 4 mesi in acciaio**



VINI RARI

A. A. TERLANER RARITY 2008 – Cantina Terlano

LA VIGNA Siamo in Alto Adige, nella media valle dell'Adige, le vigne insistono su un vecchio ghiacciaio tra pareti di rocce porfiriche rosse. A nord la cresta alpina assicura una fresca brezza stemperata dall'aria mite della pianura padana, per un microclima insolitamente mediterraneo considerando l'altitudine. Il progetto Rarity nasce grazie a Sebastian Stocker, ex enologo della cantina, che decise di far maturare più a lungo i vini sui lieviti fini. Le annate migliori scelte per le Rarità affinano prima in botti di rovere per un anno, dopodiché vengono travasate in piccoli fusti d'acciaio da 2.500 litri, dove rimangono da 10 a 30 anni. Per poi affinare con un ulteriore riposo in bottiglia tra i 4-5 anni. Attualmente, con questo metodo stanno invecchiando in fusti d'acciaio 16 annate, che risalgono fino al 1979. Il novero dei vitigni comprende il Pinot bianco, lo Chardonnay, il Sauvignon blanc e l'uvaaggio Terlaner. Ogni anno, si rendono disponibili 3.330 bottiglie di vini rari.

LA PERSONA La cooperativa di Terlano è protagonista del territorio che si espande fra il comune da cui prende il nome e Bolzano, con vigneti distribuiti sia sul versante orientale della vallata, dove i suoli sono principalmente porfirici, sia su quello meridionale, caratterizzato dalla predominanza dei terreni calcarei. In cantina Rudi Kofler e il suo staff gestiscono con attenzione e sensibilità le uve maturate su giaciture così diverse, dando vita ad una gamma di vini che rispecchia fedelmente i luoghi di origine e sa affrontare con leggerezza la prova del tempo.

IL VINO Il millesimo è stato tutt'altro che regolare in zona, con violenti temporali a giugno e una maturazione tardiva delle uve. Ma nel bicchiere abbiamo un bianco che già dal colore non dimostra minimamente i suoi anni. I profumi ricordano la buccia di limone e la fragranza del tè verde, con un sottofondo elegante di fiori bianchi. La bocca è sinuosa, avvolgente sul piano tattile, con toni di pesca e menta che si rincorrono in un quadro di ottima definizione aromatica e freschezza. Il finale è un ricamo armonico, tra toni di mandorla ed erbe di montagna. Ha ancora tanta, tanta vita, davanti a sé.



La scheda

abbinamento **risotto al pesce persico, pho (tipica zuppa vietnamita)**

valutazione in centesimi **96/100**
degustato il 14/06/2022

tipologia **Bianco**

denominazione **Alto Adige Terlano**

regione **Alto Adige**

alcol **13,50%**

longevità **2022 - 2035**

prezzo **€ 125,00**

produzione **3.340 bottiglie**

vitigni **Pinot bianco 85% -**

Chardonnay 10% - Sauvignon 5%

maturazione **12 mesi in botte - 132**

mesi in acciaio - 12 mesi in vetro

UK. Più produzione grazie alla crisi climatica. Le previsioni per il 2040



La crisi climatica giocherà a favore della produzione di vino delle aziende del Regno Unito. Secondo uno [studio pubblicato lo scorso 8 luglio sulla rivista Oenologia](#), le superfici vitate e i volumi di vino potrebbero aumentare grazie al fenomeno del riscaldamento globale. Sono stati i ricercatori di Uea (Università East Anglia), London School of Economics, Vinescapes Ltd e Weatherquest Ltd ad annunciare le conclusioni della ricerca. Lo sguardo del team guidato da Steve Dorling e Alistair Nesbitt si è spinto verso il 2040, attraverso una simulazione dell'andamento meteo-climatico e modelli previsionali che hanno permesso di individuare le migliori opportunità per la coltivazione della vite.

Nel periodo tra 2004 e 2021, il Regno Unito, come si legge dal lavoro dei ricercatori, ha visto crescere il proprio vigneto del 400%, da 761 a 3.800 ettari (dalle varietà resistenti al freddo come reichensteiner, seyval blanc e müller-thurgau si è passati gradualmente a pinot noir, chardonnay e pinot meunier), favorito da stagioni più calde e più secche rispetto al passato. Supera un grado centigrado la media delle temperature registrate negli ultimi 40 anni nelle regioni del Sud Est e nell'Est dell'Inghilterra. Un esempio su tutti è l'annata 2018, in cui la forte riduzione delle malattie della vite ha consentito di raggiungere una produzione di 15,6 milioni di bottiglie (spinte dalla richie-

sta di vini spumanti, che superano il 70% dei volumi totali). Considerando a frequenza delle condizioni climatiche favorevoli alla crescita dei vigneti, lo studio ha rivelato come i parametri del Regno Unito si avvicineranno nel corso dei prossimi anni a quelli che si possono osservare oggi nei grandi distretti come Baden, in Germania, o Champagne e Borgogna, in Francia.

Entro il 2040, secondo i ricercatori, si assisterà a un ulteriore incremento delle temperature medie di 1,4 gradi centigradi, in particolare nell'East Anglia, Lincolnshire, Inghilterra centro-meridionale, Galles nord-orientale, coste dell'Inghilterra sudoccidentale e Galles meridionale. Tutte regioni in cui, a quel punto, le condizioni per la coltivazione della vite e la produzione del vino risulteranno molto favorevoli. Ad esempio, le tanto temute gelate potrebbero verificarsi più in anticipo e con meno frequenza nei periodi di germogliamento della vite. E anche la riduzione delle piogge non è per ora considerato un fattore negativo. I cambiamenti climatici porranno, infine, i produttori inglesi di fronte a nuove sfide. Come, ad esempio, quella della sostenibilità unita a quella di incrementare la produzione di rossi di alta qualità, proprio in virtù di condizioni climatiche adatte a questo tipo di vini. In conclusione, la vitivinicoltura in Uk potrebbe essere una ottima opportunità di investimento futuro. – G.A.

IL MIO EXPORT

Manuel Codello – Roccat

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

La percentuale di export della nostra azienda è circa 15%/20%. Esportiamo soprattutto in Repubblica Ceca, Austria, Germania e America. Il resto della nostra produzione viene venduto direttamente in Italia.

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

Per quel che mi riguarda, attualmente il mercato austriaco e quello della Repubblica Ceca sono quelli che ci danno più soddisfazioni. A mio parere, sono più attenti alla qualità del prodotto e anche a un rapporto umano duraturo. Nel nostro specifico caso, abbiamo notato che ci sono stati degli importanti ritorni anche dal punto di vista turistico (avendo oltre alla cantina anche un agriturismo con camere).

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

Mi accorgo sempre di più che, dopo il lockdown, c'è tanta voglia di ripartire ed investire nei nostri prodotti, ma allo stesso tempo c'è anche un'attenzione maggiore nella qualità del prodotto, nei rapporti interpersonali e nel prezzo.

4 Come pensate che il sistema vino debba ripartire?

Per quel che riguarda il mondo Prosecco, dobbiamo ancora investire molto nella comunicazione del territorio, ossia le differenze peculiari tra il territorio storico di collina del Conegliano Valdobbiadene dal Prosecco Doc.



5 Come va con la burocrazia?

Questo per l'Italia è un tasto dolente. La burocrazia, soprattutto per noi piccole aziende, il più delle volte ci mette in difficoltà. Le regole cambiano in continuazione e in maniera molto rapida. Sicuramente, farebbe comodo avere l'appoggio di una persona specializzata in azienda, ma molto spesso le piccole aziende non se lo possono permettere.

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

Sono appena tornato da Praga, invitato da un nostro cliente che possiede cinque enoteche in centro. Ha organizzato un festival invitando i suoi clienti e i fornitori del Valdobbiadene Docg. Sono rimasto meravigliato dalle conoscenze vinicole del cliente finale. Sapeva, infatti, molto bene le differenze peculiari tra un Valdobbiadene Docg e un Prosecco Doc. Ho avuto la sensazione di un maggior interesse sulla nostra denominazione a Praga che nel nostro Paese.

“INVESTIRE PER RESTARE COMPETITIVI”. IL GAMBERO ROSSO SPINGE SULL’AGRITECH 4.0

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Alla terza edizione di The Best in Lombardy, istituzioni e imprese del wine&food si sono confrontate sull'importanza di investire in innovazione. Italia primo Paese produttore di tecnologie per la vitivinicoltura. Il presidente GR Paolo Cuccia: "Serve iniezione di digitalizzazione e formazione"



Tecnologia e innovazione sono più che mai necessari per la competitività e il futuro delle imprese agroalimentari italiane, anche e soprattutto in un contesto di forte incertezza dei mercati, come quello che l'economia globale sta attraversando. È il messaggio che arriva dal convegno **"Tech & startup. Food, wine e hospitality. I produttori delle eccellenze a confronto"**, organizzato a **Milano da Gambero Rosso**, in con l'aiuto del Simeì - Unione italiana vini (Uiv), nell'ambito di The Best in Lombardy, realizzato assieme alla Regione Lombardia. L'auditorium Gaber del Grattacielo Pirelli è stata la sede adatta per chiamare a raccolta e mettere a confronto esponenti del mondo politico, aziende leader nel settore delle tecnologie agroalimentari, imprese agricole, vitivinicole, canale della ristorazione e dell'ospitalità.

QUANTO VALE L'INNOVAZIONE IN AGRICOLTURA?

Secondo i dati dell'Osservatorio smart agrifood del Politecnico di Milano, l'industria del 4.0 in agricoltura ha registrato nel 2019 un giro d'affari pari a 450 milioni di euro, con un incremento del 22% sull'anno precedente. Il macrosettore italiano delle tecnologie agricole e agroalimentari, come ha ricordato introducendo il convegno, Stefania Trenti (direzione studi e ricerche Intesa Sanpaolo), vale ben 25 miliardi di euro (di cui 60% esportato), con 95mila occupati. **Dopo Cina e Germania (dati 2020), l'Italia è al terzo posto al mondo per la produzione di tecnologie per l'industria agroalimentare e la ristorazione.** E la Lombardia, prima regione agricola italiana, detiene il peso specifico maggiore. *"Digitalizzazione e nuove tecnologie rappresentano un driver per il settore. La forza della Lombardia, che nello scenario mondiale riveste un ruolo >>*

La guida

Sono 1.300 gli esercizi segnalati nell'edizione 2023 della Guida Lombardia e il meglio di Milano e di altre province, presentata all'Auditorium Gaber del Grattacielo Pirelli, nell'ambito di The Best in Lombardy. 9 Tre Forchette (Premio Consorzio Franciacorta), 5 Tre Gamberi (Premio Consorzio Valtenesi), 2 Tre Bottiglie, 3 Tre Mappamondi, 1 Tre Cocotte (Premi Olio Di Puglia). Le novità dell'anno sono 5 (Premio Isos). Premi speciali anche per il Miglior servizio di sala e il Miglior servizio di sala in albergo. [Qui tutte le novità.](#)

La guida è un viaggio che attraversa la regione, provincia per provincia, ognuna delle quali ha nell'Ambasciatore del Gusto (premio in collaborazione con Regione Lombardia) lo sponsor più rappresentativo del territorio.



» *strategico, poggia sulla qualità dei prodotti e su attori attenti e ricettivi capaci di promuovere il territorio e supportare le imprese*”, ha detto nel suo saluto introduttivo il presidente della Regione Lombardia, **Attilio Fontana**, ricordando le iniziative di valorizzazione dell'enogastronomia, compreso questo evento organizzato con il Gambero Rosso.

“L'entusiasmo riscontrato in questa terza edizione di *The Best in Lombardy* è stato travolgente. Momenti di confronto come questo sono fondamentali per il settore agroalimentare”, ha dichiarato **Paolo Cuccia**, presidente di Gambero Rosso, annunciando delle novità in materia di foodtech (a questo link gli articoli sul sito del Gambero Rosso gamberorosso.it/tag/food-tech/) per il mese di novembre, in occasione del Simei, il salone internazionale macchine per enologia e imbottigliamento con cui Gambero Rosso ha avviato una collaborazione. Il presidente, durante il convegno, ha insistito sul tema della formazione: “La formazione permanente è quasi inesistente per quei professionisti attivi da tempo nell'agri-food italiano. Dai direttori di albergo agli enologi” ha sottolineato Cuccia “c'è bisogno di una serie di iniezioni di digitalizzazione, internazionalizzazione e sostenibilità

su cui ritengo che un Paese come l'Italia debba fare molto di più”. “Dal campo alla tavola la filiera del food vale circa 538 miliardi di euro, è il primo settore economico italiano”, ha ricordato **Fabio Rolfi**, assessore all'Agricoltura della Regione Lombardia “e non si può prescindere dal comparto agroalimentare quando si parla di transizione ecologica. Sarà questo il tema cruciale dei prossimi anni”. In questo contesto, in cui si affermano i consumi etici, la sostenibilità, il benessere animale o le implicazioni salutistiche degli stili alimentari, le imprese sono chiamate a intercettare il cambiamento non tanto in virtù di scelte produttive che vengono imposte quanto a una scelta consapevole che il cambiamento va fatto attraverso l'innovazione. “Il settore è chiamato a questa grande sfida ma il sistema Paese” ad avviso dell'assessore Rolfi “non appare ancora orientato in maniera convinta su questa strada. Invece, se si ritiene che il settore agroalimentare debba essere sostenuto e accompagnato negli obiettivi di ridurre i fitosanitari, aumentare la produttività, fare uso del precision farming, bisognerà far sì che l'innovazione costituisca un obiettivo di politica pubblica”.

IL RUOLO DELL'ITALIA NELL'INNOVAZIONE VITIVINICOLA

Gambero Rosso ha scelto di raccontare le eccellenze lombarde, come ha ricordato **Luigi Salerno**, amministratore delegato della società, perché la Lombardia rappresenta l'Italia nel mondo in campo agricolo. Ma ha anche voluto porre la questione dell'innovazione, della valorizzazione del lavoro delle startup e delle tecnologie. Nel settore vino, in particolare, l'Italia primeggia quasi senza avversari. Lo ha ricordato **Marzio Dal Cin**, presidente di Anformape, l'associazione in seno all'Uiv che rappresenta i fornitori di macchine, accessori e prodotti per l'enologia: “Dall'imbottigliamento alla refrigerazione, dai coadiuvanti di processo ai lieviti, fino al vetro e alle tappature, è quasi impossibile andare in qualsiasi cantina all'estero senza trovare un impianto italiano. **Siamo primi produttori di tecnologie per la filiera del vino, prima di Germania, Francia e Spagna.** E bisogna ricordare che l'export di questa categoria rappresenta circa 2 miliardi di euro, con un attivo molto importante considerato che l'import vale solo 250 milioni di euro”.

Sposare il concetto di managerializzazione delle imprese è l'invito lanciato durante il convegno milanese da **Andrea Stolfa**, ceo del gruppo Della Toffola: “Dobbiamo essere orgogliosi della leadership italiana nelle tecnologie per il mondo del vino ma dobbiamo anche liberarci dai concetti di gestione familiare per abbracciare una visione internazionale da veri leader globali. Occorrono, quindi, modelli industriali, non solo tecnologia ma anche un servizio eccellente. E occorre migliorare le catene di approvvigionamento. L'Italia non è molto brava nel fare squadra ed è per questo che le aziende si devono organizzare per essere più digitali, più orientate al servizio e capaci di offrire tecnologia al servizio del moderno concetto di sostenibilità”.

E il ruolo degli investimenti è stato ribadito da **Massimo Pivetta**, direttore generale di Tmci Padovan, centenaria »

Le startup

Si chiamano Babaco, Elaisian e Hotbox e sono tre startup su cui Gambero Rosso ha investito nell'ambito dell'iniziativa Startupbootcamp foodtech, programma del 2016 che ha portato la società presieduta da Paolo Cuccia a scegliere tra migliaia di piccole aziende.

ELAISIAN è un sistema di supporto alle decisioni delle imprese agricole che previene le malattie di vigneti e uliveti. Il ceo Damiano Angelici ha spiegato che il sistema, fondato su algoritmi che elaborano circa 15 variabili, consente un risparmio sui costi di produzione tra il 10% e il 20% e un incremento della produzione agricola.

HOTBOX, società guidata da Anthony Byron Prada, è un sistema di consegne di cibo a domicilio. Attraverso un forno professionale che controlla temperatura e umidità durante il trasporto (bici, auto e scooter) consentendo agli alimenti di restare inalterati per oltre 40 minuti, con risparmi nei tempi di consegna e una standardizzazione verso l'alto della qualità dei prodotti consegnati.

BABACO MARKET, co-fondato da Luca Masetti, è un servizio per ricevere frutta e verdura italiana e di stagione caratterizzata da forme particolari (nella logica del brutto ma buono), che consente fino al 30% di risparmi rispetto ai negozi tradizionali. Gli utenti ricevono una box con una decina di diverse tipologie di ortofrutta a rischio spreco, eccessi di campo, varietà antiche e tardive. L'azienda riconosce ai fornitori tutti i costi e un margine di guadagno.



DA 20 ANNI

» TI FORMIAMO PER IL SUCCESSO «

Scopri tutti i nostri corsi su gamberorosso.it/academy



ROMA | TORINO | NAPOLI | LECCE | PALERMO

PARTNER



SPONSOR

» azienda di Conegliano che fornisce tecnologie per il food and beverage con un fatturato da 60 milioni di euro: *“Siamo in Cina da almeno 30 anni, dove è alta la probabilità che le nostre tecnologie vengano copiate. Tuttavia, il rischio noi andiamo avanti, investendo in ricerca e sviluppo e proponendo sempre qualcosa di nuovo, anche in virtù di ottime collaborazioni con le università”*.

L'importanza dell'investimento in tecnologia è stata, infine, sottolineata da **Danilo Drocco**, direttore ed enologo della cantina valtellinese Nino Negri (Gruppo italiano vini), dove per ogni ettaro di vigna lavorata sui terrazzamenti (da viticoltura eroica) si spendono 1.500 ore rispetto alle 100 ore/ettaro di un vigneto in pianura: *“La tecnologia è fondamentale. I costi di produzione per noi sono legati soprattutto ai trattamenti antiparassitari e l'uso dei droni, ad esempio, è una soluzione che migliora il lavoro dei viticoltori”*. Non solo, in un periodo siccitoso come quello che l'Italia sta vivendo attualmente, l'irrigazione di soccorso guidata da sensori tecnologici risponde, da un lato, alle precise esigenze della pianta e, allo stesso tempo, contribuisce a ridurre gli sprechi idrici dimostrandosi in linea con le esigenze di un'agricoltura sostenibile.

CREDITO E TECNOLOGIE

Giovanna Prandini, presidente di Ascovilo, associazione che riunisce i consorzi dei vini della Lombardia, ha parlato di momento delicato sia per l'agricoltura sia per la ristorazione soprattutto per la mancanza di forze lavoro: *“Investire in tecnologia e innovazione è necessario”* ha rilevato *“ma tali investimenti vanno sostenuti ed è importante che ci siano degli istituti di credito attenti e sensibili nei confronti di imprese agricole, vitivinicole e della ristorazione che stanno affrontando un periodo di forte aumento dei costi di produzione, senza margini per aumentare i prezzi nei confronti del consumatore”*. Il supporto del sistema creditizio non manca, come ha ricordato **Pierluigi Monceri**, direttore Milano e provincia per Intesa Sanpaolo: *“Con l'apertura della direzione Agribusiness a Pavia abbiamo scelto di tornare a una dimensione specialistica al servizio dell'agricoltura e abbiamo scelto la Lombardia, dove sono attive 40mila aziende con 960mila ettari di Sau e 4mila imprese nell'industria alimentare”*. Intesa Sanpaolo eroga crediti e fidi partendo da moderni concetti di tracciabilità e sostenibilità. In questo senso, per le imprese, la tecnologia e l'innovazione, come ha evidenziato Monceri, sono fondamentali. Ma c'è ancora molto lavoro da fare: *“Oggi, ad esempio, solo il 4% della Sau è promosso tramite le tecnologie digitali. Abbiamo migliorato rispetto all'1% del 2017”* ha concluso *“ma vogliamo arrivare al 10% in pochi anni”*.

COMUNICARE PER ESSERE COMPETITIVI

Per le imprese è fondamentale investire in tecnologie, dunque, ma anche nel marketing aziendale, come ha rilevato **Angelo Sajeve**, consigliere delegato di Class Editori: *“In Italia, si spendono circa 8 miliardi di euro per azioni di comunicazione. Oggi, rispetto al passato, esiste un sistema mediatico che dà la possibilità alle aziende di poter raccontare una storia, inserendola in*



contesti che hanno un senso. Infatti, fare comunicazione oggi non è più solo uno spot o l'acquisto di una pagina tabellare. E comunicare la tecnologia passa per il racconto della propria storia. Noi, come impresa editoriale, abbiamo trovato formule diversificate che danno la possibilità alle aziende di esprimersi attraverso il loro racconto. A queste ricordo che comunicare non è un costo ma un investimento”. ❖



L'ENOTURISMO FA SQUADRA E CHIEDE UN OSSERVATORIO NAZIONALE PERMANENTE

▲ a cura di Loredana Sottile



Monitoraggio, promozione e formazione. Sono le principali richieste che le associazioni rivolgono alle Istituzioni. Mentre il turismo del vino torna a crescere grazie soprattutto al lavoro delle donne. Oggi l'incoming vale il 7% del fatturato. A settembre appuntamento ad Alba per il Congresso internazionale dell'Onu



La prima e buona notizia è che a Palazzo Giustiniani di Roma c'erano (quasi) tutti. Alla presentazione del libro "Viaggio nell'Italia del vino" del senatore Dario Stefàno e della produttrice Donatella Cinelli Colombini c'erano tutte le associazioni che in questi anni hanno raccontato e monitorato – ognuno con i propri mezzi e i propri strumenti – l'enoturismo: Città del vino, Donne del Vino ed Enit, insieme alla parte politica, rappresentata dalla presidente del Senato Maria Elisabetta Alberti Casellati, e i ministri Elena Bonetti (Pari Opportunità) e Massimo Garavaglia (Turismo). Assente "giustificato" Stefano Patuanelli (Politiche Agricole), impegnato con la crisi politica dei 5Stelle da cui dipenderà il futuro del Governo italiano. Ma questa è un'altra storia. C'erano tutti, dicevamo, con dati alla mano e una voce unica - prima nel corso dell'evento, poi con lo stesso comunicato stampa divulgato da tutte le sigle - per chiedere al Governo l'istituzione di un osservatorio permanente sull'enoturismo. E se è vero che l'unione fa la forza, probabilmente questa potrebbe essere la volta buona.

Intanto, di sicuro c'è che quella presentata è la prima indagine su un numero rilevante di attori dell'offerta enoturistica, da cui sono emerse le parole chiave per il futuro del comparto: promozione, comunicazione, formazione, digitalizzazione e monitoraggio, appunto. *"Il monitoraggio si dovrebbe concretizzare in una cabina di regia con un Osservatorio nazionale"* ha puntualizzato **Denis Pantini** di Wine Monitor Nomisma, nel presentare lo studio *"Servirebbe a dare consigli e suggestioni, per migliorare il proprio posizionamento competitivo"*.

"Questo appuntamento vuole rappresentare una nuova tappa, dopo quella che ha visto l'introduzione della legge sull'enoturismo" ha spiegato il senatore **Dario Stefàno** *"Allora, arrivare al ddl è stato complicato perché non esistevano dati nazionali. Oggi, quindi, tutti assieme consegniamo questi dati alle Istituzioni, con tutti gli spunti che ne emergono. Siamo agli inizi di un percorso di sviluppo, ma non dobbiamo sciupare altro tempo: è un treno che va preso subito e con criterio"*. >>

Global Conference in Wine Tourism: in Italia la sesta edizione

La prima edizione dell'evento dedicato all'enoturismo mondiale si è tenuto a Kakheti in Georgia nel 2016. A seguire è toccato a Mendoza in Argentina, nel 2018 a Chisinau in Moldavia, nel 2019 nella Valle De Colchagua in Cile. La quinta edizione si sarebbe dovuta tenere in Portogallo nel 2020, ma è stata posticipata al 2021 a causa della pandemia. A settembre - dal 19 al 21 - sarà Alba, e l'Italia tutta, a fare gli onori di casa.

» **Accanto alla richiesta di un Osservatorio nazionale, anche quella di un piano di promozione e comunicazione nazionale sull'enoturismo**, che preveda corsi di formazione degli addetti (richiesto dal 67% delle cantine intervistate) e digitalizzazione delle aree rurali (58%). “Non servono interventi di tipo tradizionale, quindi soldi” ha ribadito Stefàno “*ma politiche pubbliche volte a fare formazione e creare infrastrutture. Penso, ad esempio, alla cartellonistica stradale: in quella italiana, rientrano campi da golf, camping, cimiteri, ma non cantine. Un retaggio da superare*”.

Gli ha fatto eco il presidente delle Città del Vino **Angelo Radica**: “*Ai ministri voglio ricordare tre temi da affrontare immediatamente: l'accessibilità materiale, che spero trovi nuovo slancio con i fondi del Pnrr, quella immateriale che riguarda il digitale e, infine, la formazione. per mettere tutte le cantine nella condizione di fare accoglienza*”.

IL TURISMO VALE IL 7% DEL FATTURATO AZIENDALE

La seconda notizia è che l'attività enoturistica pesa per il 7% del fatturato aziendale. Come ha illustrato Pantini “*si tratta di una percentuale che diventa il doppio per le aziende più piccole con un fatturato minore di 2milioni di euro, a dimostrazione di come le attività turistiche siano fondamentali soprattutto per le pmi*”. L'analisi mostra, poi, come più di 9 cantine su 10 (92%) ormai offrano anche accoglienza enoturistica. E di queste il 74% lo fa durante tutto l'anno, mentre il 18% predilige alcuni

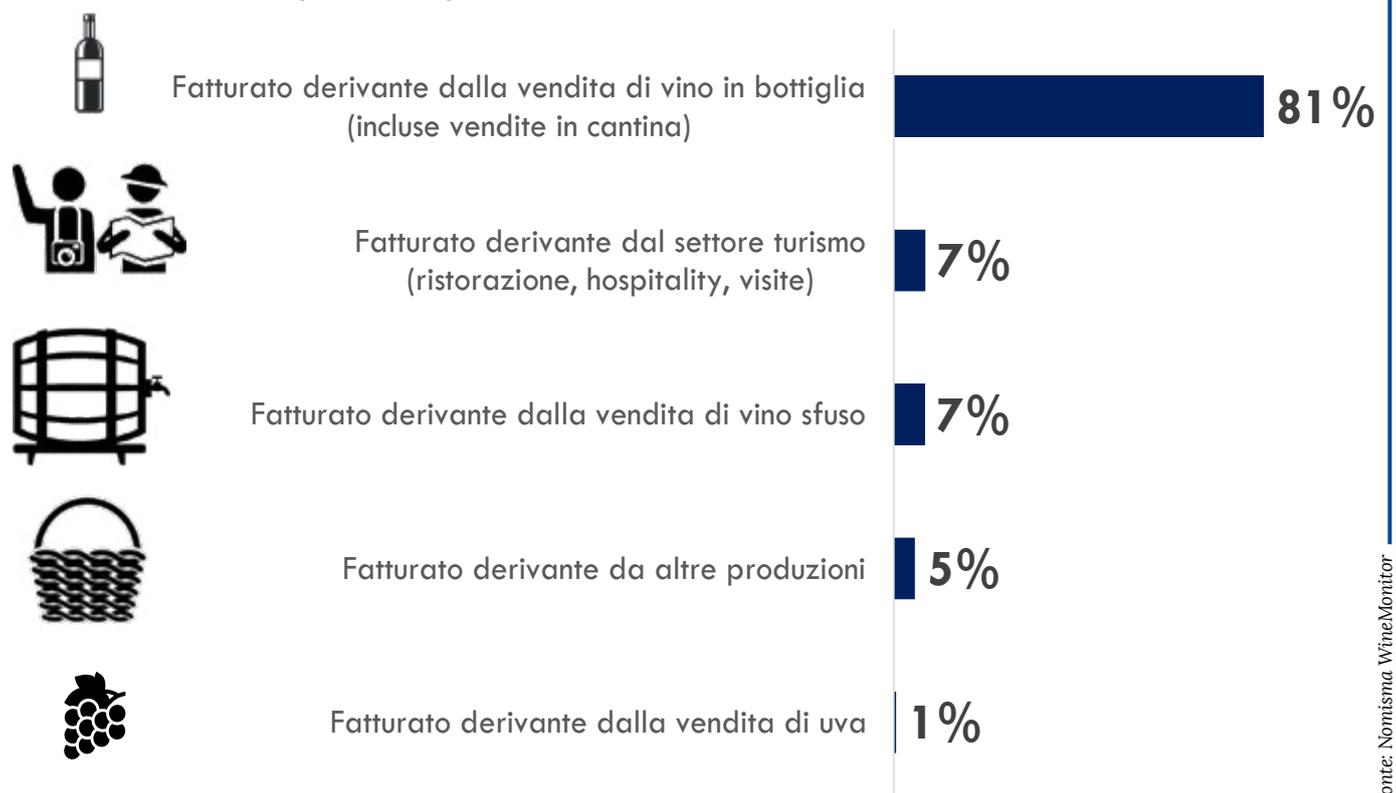
“Il vino non è una bevanda. È un elemento di cultura, di passione, di amore e simbolo del nostro Paese agricolo. Tutte le regioni hanno il loro dialetto vitivinicolo. Resto ancora sorpreso da tutta questa ricchezza inesauribile che purtroppo pecchiamo nel raccontarla”.

Riccardo Cotarella,
presidente Assoenologi

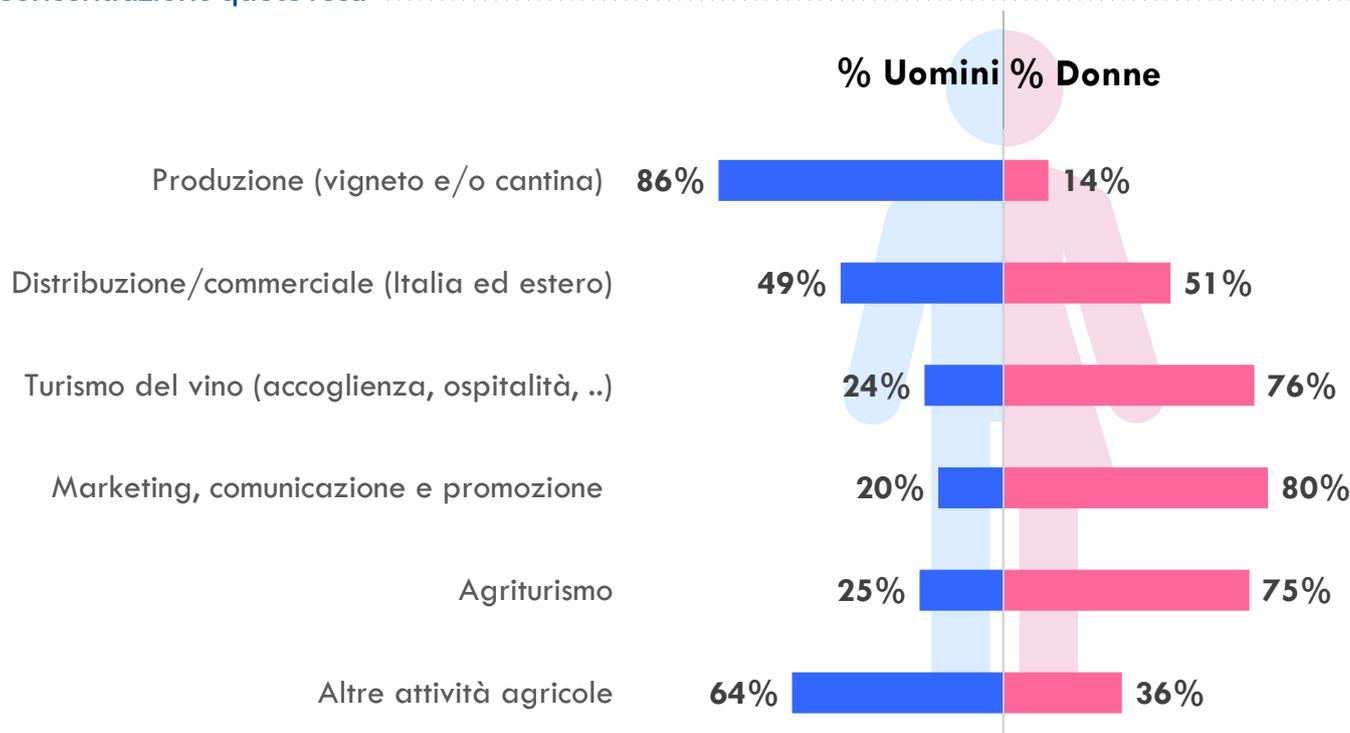
periodi, in particolare estate (92%), primavera (73%) e autunno (54%). L'8% che non propone attività enoturistiche adduce come prima motivazione la mancanza di possibilità in struttura (58%) e, come seconda, la **mancanza di personale qualificato** (17%). Una problematica, quest'ultima, che riguarda, in particolare, le imprese medio grandi. La mancanza principale riguarda personale che sappia parlare le lingue straniere (33%), personale disponibile a lavorare nel week-end (27%) e con competenze tecniche sul vino (24%).

Guardando all'offerta, quasi la totalità delle aziende che fa enoturismo propone attività di degustazione, vendita diretta e visite in cantina e ai vigneti. Il resto delle proposte è molto più rarefatto e parte dal 40% delle cantine che organizza pasti con specialità gastronomiche tipiche, pacchetti a tema (37%), eventi o pernottamenti (33%). **Un desolante panorama di un'offerta troppo** »

Fatturato aziendale: ripartizione per attività



Concentrazione quote rosa



fonte: Nomisma WineMonitor

» **uguale.** La diversificazione dei servizi offerti, al di fuori di quelli classici vede primeggiare il Centro Italia dove sono largamente presenti la vendita di prodotti agroalimentari tipici, il trekking, la visita dei borghi circostanti fino alla scuola di cucina e al wine wellness. In futuro, però, le cose potrebbero cambiare: il 51% degli intervistati sta implementando o implementerà l'offerta con pacchetti esperienziali in vigneto, attività outdoor, degustazione con prodotti locali e coinvolgimento attivo nelle attività delle cantine.

AD OCCUPARSI DI ENOTURISMO SONO LE DONNE

L'altra notizia è che l'enoturismo è donna. "Gli uomini producono e le donne trasformano il vino italiano in euro" ha osservato il responsabile dell'Osservatorio, supportato dai risultati della survey. Se, infatti, la produzione resta per l'86% appannaggio degli uomini, tutte le altre attività sono legate al genere femminile: le donne rappresentano la maggioranza degli addetti e dei manager nel marketing e comunicazione (80%) del commerciale (51%) e del turismo (76%).

"A questo si aggiunga che le donne rappresentano la quota principale di consumatori - 55% - e che sono colore che prenotano maggiormente le visite in cantina" aggiunge la presidente delle Donne del Vino **Donatella Cinelli Co-**

"La produzione vitivinicola italiana è un modello di sviluppo economico e sociale. La cultura dell'enogastronomia che il nostro Paese esporta da sempre in tutto il mondo e ogni anno richiama in Italia migliaia di visitatori, è una preziosa risorsa economica".

Maria Elisabetta Alberti Casellati,
presidente del Senato

lombini "Dare loro valore è, quindi, fare un piacere a tutto il sistema vino e all'economia italiana. Se, infatti, i turisti sono attratti verso l'Italia dall'enogastronomia, sono le donne a mettere loro davanti l'amo di cui hanno bisogno per arrivare fin qua".

A tal proposito è intervenuta anche la ministra per le pari Opportunità **Elena Bonetti**: "Si è creata un'alleanza strategica tra il mondo delle istituzioni e il mondo della produzione, e in particolare quella capacità di promozione culturale e fattiva di un nuovo ruolo che le donne possono e debbono interpretare nel nostro Paese. Un tipo di progettualità in linea anche con la prima strategia nazionale per la Parità di Genere che riconosce nell'ambito agricolo femminile uno degli assi d'investimento come quelli previsti nel Pnrr". »

La soluzione logistica avanzata per il mercato Wines & Spirits

Wine & Spirits Logistic Solution è il pacchetto logistico personalizzato per l'industria del settore "beverages", un mercato all'interno del quale Gori ha raggiunto elevati standard in termini di competenze, partnership, risorse, capacità organizzative e tecnologie. Procedure di trasporto modulari e sicure, contratti con i vettori più affidabili, tariffe e condizioni eccellenti, sistemi di magazzino ottimali, faciliteranno il percorso dei vostri prodotti dalla linea di imbottigliamento fino al consumo finale. Soluzioni informatiche web-based, arricchite da preziosi strumenti di controllo e previsione, vi forniranno informazioni in tempo reale sull'intero processo logistico.



A DHL company
GORI
Wine and spirits logistics



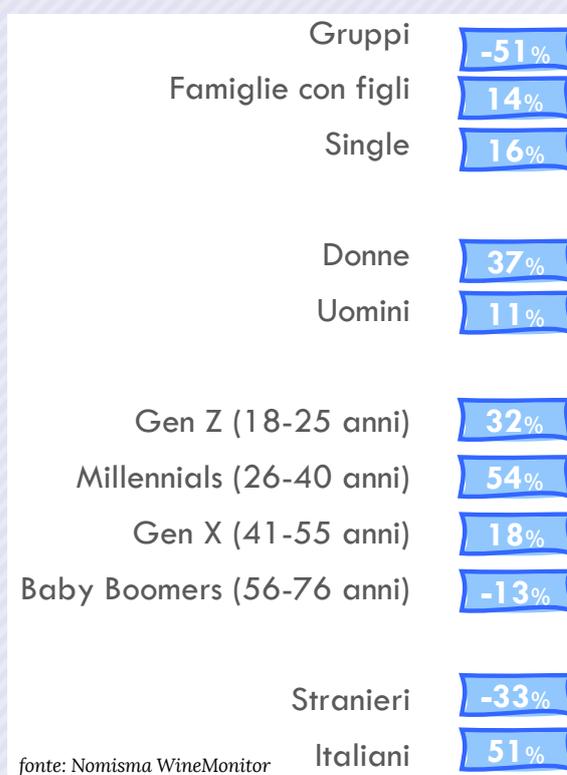
Come è cambiato il profilo dell'enoturista nel post pandemia?

Nel 2021 rispetto al 2019, tra gli enoturisti, sono aumentati single (+16%), famiglie con bambini (+14%), donne (+37%), Millennials (+54%), Gen Z (+32%) e italiani (+51%), mentre appaiono in calo gruppi, Baby boomers e stranieri. Oggi, inoltre, chi fa visita in cantina conosce già il vino (+32%) e soprattutto spende più di prima nell'acquisto (+18%). Come si legge nel libro di Dario Stefàno, "Viaggio nell'Italia del vino. Osservatorio Enoturismo: normative, buone pratiche e nuovi trend", scritto con Donatella Cinelli Colombini e con l'apporto di Wine Monitor, **lo scontrino medio dell'enoturista è compreso nella fascia 50-100 euro** (43%) e solo il 18% dei visitatori spende più di 100 euro. È il Nord Ovest l'area dove prevalgono gli acquisti fra 50 e 100 euro con una quota di 24 punti percentuali superiore alla media. La spesa media più contenuta è al Sud e nelle isole, dove, tuttavia gli alto-spendenti sono il 23%, una concentrazione superiore rispetto ad ogni altra zona italiana. Tenendo presente questa circostanza risulta sorprendente come le esperienze "premium" a prezzo più alto, che costituiscono la vera novità post Covid, siano maggior-

mente presenti tra le offerte del Centro e del Sud Italia (42%) invece che nel Nord Ovest (24%). Per quanto riguarda la provenienza degli enoturisti, le risposte convergono su un incoming straniero per il 29% (nella top 5 nazionalità, ci sono Germania, Svizzera, Paesi Bassi, Belgio e Austria), seguito da italiani extra regione (28%) e turisti di prossimità (22%). Come canale di provenienza dei flussi turistici vince il contatto diretto (78%),

mentre a debita distanza si collocano i portali extraziendali privati (10%) e quelli pubblici come gli uffici turistici (9%). Guardano al futuro prossimo, le cantine si aspettano un maggiore ritorno dei turisti internazionali e una richiesta di esperienze poliedriche che vadano al di là della singola degustazione. Inoltre, ci si confronterà con un turismo sempre più last minutes e con tempi brevi di permanenza.

Turisti del vino. VAR % 2021/2019



» A SETTEMBRE IL CONGRESSO INTERNAZIONALE AD ALBA

L'ultima notizia è che si sta lavorando per il grande evento di settembre: la Global Conference in Wine Tourism, organizzata dall'agenzia delle Nazioni Unite che si svolgerà ad Alba ([vedi box a pag. 27](#)). Così come ha ricordato nel corso del suo intervento, il ministro del Turismo **Massimo Garavaglia**: "Sarà la sesta edizione e la prima che si volge in Italia: sentiamo una grande responsabilità. Quest'anno" ha continuato "il turismo in Italia farà numero molto positivi, meglio del 2019, ma non dobbiamo accontentarci: il nostro Paese ogni anno,

a gennaio, è prima nella lista dei desideri dei viaggiatori, ma a dicembre, a consuntivo, finisce in quinta posizione. Il turismo del vino, quindi, può essere una grande opportunità per tutto il comparto".

Sull'evento di settembre è tornata anche **Roberta Garibaldi**, Ad di Enit: "Enit per conto di due ministeri - del Turismo e delle Politiche Agricole - sta curando le linee strategiche sul turismo enogastronomico e sta concentrando energie sull'importante appuntamento di Alba che, a settembre, riunirà il gotha del mondiale del settore. Quattro le linee guida su cui stiamo lavorando: preservare il territorio; fare rete; comunicare e promuovere". ❖



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
23 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

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice

S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	Var% settimanale -0,38	Var% inizio anno 0,53
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	Var% settimanale 3,52	Var% inizio anno -8,00
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	Var% settimanale 0,74	Var% inizio anno -6,00

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	0,00	-5,43	-2,52	650
Campari	Italia	4,18	-19,84	-8,64	11.970
Centrale del Latte d'Italia	Italia	2,61	-20,29	-20,52	38
Marr	Italia	3,55	-32,17	-38,37	852
Newlat Food	Italia	-1,02	-12,78	-15,94	254
Orsero	Italia	-0,30	11,90	39,58	234
Valsoia	Italia	6,64	-22,91	-32,27	113
Anheuser Bush I	Belgio	5,12	3,16	-6,35	95.284
Danone	Francia	2,97	-0,15	-8,66	36.837
Pernod-Ricard	Francia	1,73	-15,13	-1,59	46.301
Remy Cointreau	Francia	2,64	-16,36	-0,17	9.156
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-8,15	4,68	6,86	2.832
Dsm	Olanda	2,14	-27,73	-10,48	25.011
Heineken	Olanda	7,84	-4,81	-7,47	54.201
Jde Peet S	Olanda	1,47	1,70	-10,26	13.855
Ebro Foods	Spagna	-1,61	-6,16	-12,20	2.437
Viscofan	Spagna	3,52	-4,31	-7,79	2.531
Barry Callebaut N	Svizzera	-1,47	-3,07	-3,42	11.930
Emmi N	Svizzera	-2,25	-15,24	-5,25	4.937
Lindt N	Svizzera	0,80	-17,76	0,40	13.783
Nestle N	Svizzera	2,48	-9,26	-0,14	321.775
Associated British Foods	Gran Bretagna	4,00	-20,94	-25,74	14.817
Britvic Plc	Gran Bretagna	6,17	-7,39	-13,41	2.672
Cranswick Plc	Gran Bretagna	1,66	-17,40	-24,31	1.954
Diageo	Gran Bretagna	2,58	-10,86	4,26	96.690
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	0,46	18,43	2,74	3.686
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	0,65	7,78	21,42	40.822
Beyond Meat	Stati Uniti	12,02	-52,93	-77,92	1.940
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-0,83	-37,78	-67,91	3.197
Brown-Forman B	Stati Uniti	-1,03	-3,83	-4,38	21.622
Bunge Ltd	Stati Uniti	1,12	-6,18	12,98	13.234
Campbell Soup	Stati Uniti	1,33	12,49	7,33	14.634
Coca-Cola Co	Stati Uniti	-0,96	5,84	15,03	270.540
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	3,58	4,25	-0,92	17.012
Constellation Brands	Stati Uniti	1,63	-4,15	6,23	38.169
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-2,05	-15,82	-13,52	9.382
Flowers Foods	Stati Uniti	1,26	-0,76	13,35	5.756
Freshpet Inc	Stati Uniti	-10,16	-49,90	-70,37	2.066
General Mills	Stati Uniti	1,02	12,67	28,09	45.146
Hershey Company	Stati Uniti	0,82	13,78	24,49	32.002
Hormel Foods	Stati Uniti	1,01	-1,50	2,21	26.144
Ingredion Inc	Stati Uniti	-2,01	-10,06	-3,68	5.731
Kellogg Co	Stati Uniti	1,00	13,30	14,46	24.558
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	0,11	-1,52	3,77	51.278
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	1,05	17,02	-6,94	10.668
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	-1,11	-22,49	-34,58	3.517
Mccormick & Co	Stati Uniti	-2,19	-14,85	-5,11	20.517
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	3,72	23,84	8,61	11.462
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	0,13	-5,66	-0,62	86.216
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	0,67	0,74	6,12	51.031
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-4,65	7,21	9,14	4.517
Nomad Foods	Stati Uniti	-4,74	-24,77	-32,77	3.281
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	-3,54	-52,01	-82,96	2.251
Pepsico Inc	Stati Uniti	0,29	-2,42	13,37	233.384
Performance Food Gr	Stati Uniti	1,97	4,97	-1,33	7.425
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-3,43	6,88	39,21	7.213
Post Holdings	Stati Uniti	0,83	-49,28	-47,81	5.071
Seaboard Corp	Stati Uniti	-3,96	-4,70	-3,03	4.334
Smucker, J.M.	Stati Uniti	1,24	-2,00	2,08	14.376
Sysco Corp	Stati Uniti	1,40	9,98	14,83	43.829
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-5,94	-47,20	-43,44	2.012
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	1,78	8,08	-2,49	47.290
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-3,58	-5,09	14,02	24.015
Us Foods Holding	Stati Uniti	-0,25	-9,24	-14,91	7.047

FINE WINE AUCTIONS

Come cambiano le quotazioni del Tignanello Doppia Magnum

Ancora una puntata dedicata al Tignanello, questa volta imbottigliato in formati speciali di capacità piuttosto elevata: Doppia Magnum, Jeroboam, Imperial. Sono bottiglie prodotte in quantità estremamente limitata, e non stupisce quindi che in tabella ci sia soltanto una Imperial di Tignanello, quella dell'annata 2001, per la quale è possibile mettere a confronto il prezzo spuntato alle aste del 2021 con quello che aveva ottenuto nel 2020 e che di Jeroboam con i prezzi confrontabili non ce ne sia neanche uno. Sorprende perciò, al contrario, che siano addirittura 15 i millesimi di Tignanello in Doppia Magnum che sono stati quotati sia nel 2021 (uno quest'anno) sia nel 2020. E la sorpresa raddoppia quando dal confronto si scopre che le loro quotazioni sono aumentate sì ma del 23% scarso: sensibilmente meno dei Tignanello in Magnum (+31%), addirittura due terzi in meno dei Tignanello in bottiglia standard (+68%). Come mai?

La proliferazione delle aste on line su Internet, che ha garantito la sopravvivenza delle vendite all'incanto durante la pandemia da Covid-19, ha notevolmente ampliato il numero dei loro frequentatori, ma soprattutto ne ha cambiato la composizione: **a collezionisti, investitori, ristoratori, albergatori, sommelier, si sono aggiunti normali consumatori**. È la loro partecipazione agli acquisti, dettata da normali esigenze di consumo familiare che sta rimodellando le quotazioni, in modo particolare quando le bottiglie di formato speciale sono di stazza XL o XXL.

– Cesare Pillon

Tignanello - Antinori

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
1990	1 dm	\$ 1.612	Acker Wines, Usa online	12/05/21	€ 1.335,06	€ 744,04	+79%
1997	1 dm	\$ 1.200	Hart Davis Hart, Usa	17/12/21	€ 1.067,40	€ 801,28	+33%
1999	1 dm	\$ 682	Zachys, NY online	08/02/21	€ 565,99	€ 740,00	-24%
2001	1 dm	€ 780	Finarte, Milano	09/12/21	€ 780,00	€ 660,00	+18%
2003	1 dm	\$ 446	Zachys, NY online	08/02/21	€ 370,14	€ 424,59	-13%
2004	1 dm	€ 540	Finarte, Milano	26/03/21	€ 540,00	€ 670,69	-19%
2005	1 dm	€ 612	Pandolfini, Firenze	21/04/21	€ 612,00	€ 450,00	+36%
2006	2 dm	\$ 1.183	Zachys, NY online	14/02/22	€ 523,06	€ 536,37	-2%
2007	1 dm	\$ 1.178	Acker Wines, Usa online	12/05/21	€ 975,62	€ 536,37	+82%
2008	1 dm	€ 500	Bolaffi, Internet Live	08/06/21	€ 500,00	€ 558,91	-11%
2009	1 dm	€ 612	Pandolfini, Firenze	21/04/21	€ 612,00	€ 614,80	=
2011	1 dm	\$ 546	Zachys, NY online	08/02/21	€ 453,13	€ 558,91	-19%
2014	1 dm	\$ 471	Zachys, NY online	08/02/21	€ 390,88	€ 389,56	=
2015	1 dm	€ 1.102	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 1.102,00	€ 375,00	+194%
1979	1 j	€ 1.440	Finarte, Milano	09/12/21	€ 1.440,00	-	-
2001	1 i	€ 2.450	Pandolfini, Firenze	12/11/21	€ 2.450,00	€ 1.200,00	+104%

Legenda: dm = Doppia Magnum (3 litri); j = Jeroboam (5 litri); i = Imperial (6 litri)

