



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



ALBA CELEBRA L'ENOTURISMO. ORA VIA AL PIANO NAZIONALE

OMS

"Attacco irricevibile":
associazioni
viticole in
allarme dopo il voto
sulla riduzione
dei consumi

MALTEMPO

Nelle Marche
si contano i danni
❖ dopo l'alluvione.
Imt: "In salvo
due terzi
del raccolto"

FOCUS

Ok l'Horeca,
male la Gdo:
❖ la Grappa tira le
somme. Assodistil:
"Stop alle tasse
sugli spirit"

ESTERI

Nel 2024 aprirà
a Pechino
❖ la seconda città
del vino al mondo
dopo Bordeaux.
Il progetto

ASTE

"Piemonte
il più battuto, Etna
❖ la scommessa".
I cambiamenti
del mercato secondo
Gelardini&Romani





In visita ai templi del vino con “Architetto in cantina”

Una visita alle più belle e spettacolari cantine toscane di design, accompagnati eccezionalmente, in alcuni casi, dagli stessi architetti che le hanno progettate, seguendo il filo della sostenibilità. Torna, il 15 e il 16 ottobre, l'appuntamento con “Architetto in cantina”, evento collettivo e diffuso, promosso da Toscana wine architecture per unire vino, design, territorio e turismo. **Un'occasione speciale che consentirà di ammirare da vicino opere create da archistar del calibro di Mario Botta, Renzo Piano, Tobia Scarpa**, che mettono assieme il bello e il buono. Edifici integrati col paesaggio concepiti per limitare al massimo l'impatto ambientale e l'uso dell'energia.

Ogni cantina potrà declinare il percorso in maniera personalizzata e secondo il proprio stile: elementi comuni e costanti sono la visita guidata a cura di un architetto, la presentazione della rete di Toscana wine architecture, la degustazione dei vini e una particolare attenzione nel descrivere le pratiche “green” adottate in azienda che, oltre che sull'ambiente, si riflettono anche nel calice. Ampio spazio sarà dato ai concetti moderni di vinificazione per gravità, mantenimento della temperatura per l'affinamento naturale, termoregolazione con le rocce del sottosuolo, uso di materiali naturali, recupero delle acque piovane, energie rinnovabili, giardini verticali.

Tra gli edifici visitabili: Antinori nel Chianti Classico, Caiarossa, Cantina di Montalcino, Castello di Fonterutoli, ColleMassari, Fattoria delle Ripalte, Il Borro, Le Mortelle, Petra, Podere di Pomaio, Rocca di Frassinello, Salcheto, Tenuta Ammiraglia – Frescobaldi.

winearchitecture.it

foto: Antinori

UE 1. "No al proibizionismo e via libera a misure eccezionali per affrontare l'emergenza economica". Appello congiunto del vino da Italia, Francia e Spagna

"La geopolitica, l'inflazione e una nuova ondata di proibizionismo stanno mettendo a rischio la sostenibilità sociale, economica e ambientale dell'intero settore". È questo il monito congiunto che arriva dalle associazioni vitivinicole francesi, spagnole e italiane (per il Belpaese c'erano Alleanza delle Cooperative Italiane Agrolimentari, Assoenologi, Cia, Coldiretti, Confagricoltura, Copagri, Federdoc, Federvini, Fivi e Uiv), riunite la scorsa settimana a Conegliano per l'incontro denominato "Gruppo di contatto". In particolare, le organizzazioni chiedono il sostegno dei rispettivi Governi sulla sterilizzazione degli aumenti del costo dell'energia e su **misure eccezionali di supporto e di flessibilità**

analoghe a quelle introdotte per fare fronte al Covid-19.

In merito alla nuova ondata di proibizionismo - iniziata col Cancer Plan approvato lo scorso febbraio e arrivata fino al documento Oms che la scorsa settimana ha messo nero su bianco l'obiettivo di ridurre i consumi del 20% entro il 2025 - i tre Paesi chiedono di essere sostenuti su tre punti:

- ❖ la salvaguardia della politica di promozione
- ❖ l'applicazione delle norme sull'etichettatura nutrizionale e sulla lista degli ingredienti già decise nel quadro dei regolamenti Pac, inclusa l'etichetta digitale;
- ❖ l'opposizione alla proposta irlandese sugli *health warnings*

UE 2. "Attacco irricevibile": associazioni vitivinicole in allarme dopo il voto Oms sulla riduzione dei consumi

Allarme e sconcerto sono i sentimenti più diffusi tra le associazioni vitivinicole, dopo la risoluzione Oms Ue (European framework for action on alcohol 2022-2025) che ha l'obiettivo di ridurre i consumi di alcol pro-capite del 10% entro il 2025. L'allarme, ricordiamo, lo aveva lanciato Unione Italiana Vini proprio [dalle colonne del Gambero Rosso](#). Poi l'incontro del Comitato Oms Ue a Tel Aviv del 12-14 settembre, che ha visto quei timori diventare reali, attraverso quattro linee guida sottoscritte nero su bianco: aumento della tassazione, divieto di pubblicità/promozione/marketing in qualsiasi forma, diminuzione della disponibilità di bevande alcoliche, obbligo di health warning in etichetta.



Se **Unione Italiana Vini** ha subito evocato una "nuova ondata proibizionistica", **Cia-Agricoltori Italiani** parla di "Attacco irricevibile". L'associazione, ribadendo come sia "folle equiparare il vino alle sigarette" chiede, quindi, aiuto alla politica, con un intervento a difesa del settore vitivinicolo. Dello stesso avviso **Federvini** che vede, in questa mossa dell'Oms, "un chiaro tentativo di influenzare il dibattito europeo che è in corso a Bruxelles in materia di etichettatura e corretta informazione del consumatore. Riteniamo" è il commento del direttore generale Vittorio Cino "che impone ricette di questo tipo, composta da tassazione, messaggi allarmistici e restrizioni normative, sia non solo dannoso ma del tutto inutile".

Durissimo anche il commento di Angelo Radica, presidente delle **Città del Vino**: "I circa 15 milioni di enoturisti che ogni anno percorrono le strade del vino italiane non possono essere trattati come degli alcolizzati cronici. Bere con moderazione" continua "è sempre stato il nostro slogan: criminalizzare il vino non è la via giusta per combattere l'alcolismo che non è certo causato dalla presenza del vino di qualità ma semmai dalle problematiche sociali ed economiche che possono colpire ampie fasce di popolazione. Il vino è cultura".

Federdoc parla di un vero e proprio schiaffo in pieno volto a un comparto che, pur vivendo un momento di estrema difficoltà, ha mostrato, soprattutto in Italia, grande vitalità e capacità. "Quanto emerso dal recente summit dell'Oms sconcerta e addolora" commenta il presidente Giangiacomo Bonaldi "Troviamo assolutamente discutibile un atteggiamento che sembra porre sullo stesso piano consumo consapevole e abuso. Anzi, se questa dichiarazione dovesse trovare anche solo parzialmente una sua attuazione, diventerebbe difficile proseguire proprio sul sentiero dell'educazione che invece rimane essenziale per tutti i player del comparto. L'Oms sembra dimenticare che proprio l'attività di promozione ha portato, negli ultimi anni, ad abbassare i consumi del vino a livello mondiale: si beve meno, si beve meglio, si beve con la consapevolezza che il vino non è una bevanda". - **L.S.**

SOSTENIBILITÀ. Fotovoltaico ed economia circolare nell'accordo Coldiretti Innovatec Power



Protocollo d'intesa tra Innovatec Power e Coldiretti per lo sviluppo dell'innovazione tecnologica e digitale delle imprese agricole.

In particolare, l'accordo prevede per le aziende associate a Coldiretti soluzioni integrate, **sviluppando le opportunità e le risorse previste dal Bando Mipaaf sulle risorse del Pnrr pari a 1,5mld di euro**. Tra gli interventi, ci sono installazione nuovi impianti fotovoltaici sui tetti; revamping di impianti fotovoltaici esistenti e installazione di infrastrutture per la ricarica di veicoli elettrici.

La durata della collaborazione sarà di 24 mesi.

AGRICOLTURA. Le misure per le imprese previste nel "Dl Aiuti ter"

Sono diversi i provvedimenti inseriti nel "Dl Aiuti ter", approvato in Consiglio dei ministri venerdì 16 settembre, in materia di riduzione dei costi del gasolio agricolo, dei trasporti e dell'alimentazione delle serre e dei fabbricati. Il ministro per le Politiche agricole, Stefano Patuanelli, ha annunciato il nuovo testo che punta a mitigare gli effetti economici provocati dall'aumento eccezionale del prezzo di gasolio e benzina. In generale, il Governo ha prorogato e rafforzato le misure già adottate negli scorsi mesi a sostegno di tutte le imprese, con un credito di imposta con aliquote del 40% per gli energivori e del 30% per chi impiega oltre 4,5 kw.

Per le imprese agricole e della pesca e per quelle agromeccaniche, in particolare, il decreto prevede l'estensione al quarto trimestre 2022 del credito di imposta per acquisto di carburante, a parziale compensazione dei maggiori oneri effettivamente sostenuti per l'acquisto di gasolio e benzina per la trazione dei mezzi utilizzati, pari al 20% della spesa sostenuta per l'acquisto del carburante effettuato nel quarto trimestre solare del 2022, comprovato con le relative fatture d'acquisto, al netto dell'imposta sul valore aggiunto.

Il credito di imposta riguarda anche le imprese agromeccaniche e l'utilizzo per il riscaldamento delle serre, dei fabbricati utilizzati per gli allevamenti animali, per venire incontro alle richieste dei settori maggiormente colpiti dall'aumento dei costi energetici. Infine, viene innalzato l'importo massimo dei finanziamenti garantiti Ismea, con copertura al cento per cento, da 35.000 euro a 62.000 euro, relativamente al caro energia.

PNRR. Ok a convenzione Mipaaf-Cdp: 2 miliardi per filiere agroalimentari

Perfezionata la convenzione tra Mipaaf e Cassa depositi e prestiti (Cdp) per il lancio del nuovo bando dei contratti di filiera, misura del Pnrr a per l'agroalimentare, con l'obiettivo di sostenere le politiche agroindustriali nazionali e finanziare i programmi d'investimento per le filiere strategiche. Il totale delle risorse potrà arrivare a 2 miliardi di euro. Finora, la collaborazione tra Cdp e Mipaaf ha consentito di stipulare oltre 350 contratti di finanziamento sui precedenti bandi, per circa 280 mln di prestiti agevolati, per oltre 340 imprese. Previsto un contributo ministeriale fino a circa 800 mln di euro delle risorse del Fondo complementare al Pnrr. A questo si aggiungono i finanziamenti agevolati (tasso fisso 0,5% annuo) fino a 600 mln concessi da Cdp a valere sul Fri (il fondo rotativo per le imprese), in affiancamento a prestiti di pari importo e durata (fino a 15 anni) erogati dal sistema bancario.

FAMIGLIA CASTAGNEDI



VI RACCONTIAMO LA NOSTRA STORIA

4 Fratelli, 2 Territori, Una Comune Visione

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

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

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

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

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

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



FAMIGLIA CASTAGNEDI



SCAIA TÉLOS

MALTEMPO. Nelle Marche si contano i danni dopo l'alluvione. Disagi per diverse cantine. Imt: "In salvo due terzi del raccolto"

a cura di Gianluca Atzeni

Raccolto quasi totalmente in salvo grazie – paradossalmente – a una vendemmia anticipata per gli effetti della siccità e danni ad attrezzature e strutture di alcune imprese vitivinicole. Da Pergola a Matelica, da San Severino a Ostra, la tragica alluvione che ha interessato tra il 15 e il 16 settembre le province di Pesaro Urbino, Macerata e Ancona ha costretto molte aziende a cambiare decisamente i piani e a fare i conti con l'emergenza. Le violente piogge sono arrivate in piena fase di raccolta delle uve, che le alte temperature estive hanno fatto maturare rapidamente anticipando la vendemmia di qualche settimana. *"Circa i due terzi del prodotto sono stati portati in cantina e sono in salvo"*, ha sottolineato il direttore di Imt Marche, **Alberto Mazzoni**, che ha aggiunto: *"Sono poche decine le aziende vitivinicole che hanno subito danni ai vigneti, mentre i disagi ci sono per alcune cantine che hanno registrato l'allagamento dei locali"*.

A Pianello di Ostra, in provincia di Ancona, un'ondata di fango e melma, nella notte e in tempi brevissimi, ha invaso la cantina Boccafosca (nella foto). La furia dell'acqua ha allagato il piazzale, gli uffici e travolto i macchinari proprio nella fase di vendemmia. È scattata la corsa a salvare migliaia di bottiglie. Il blackout delle attività aveva fatto ipotizzare una deroga Mipaaf per dilazionare i tempi di vinificazio-



ne e la lavorazione fuori zona della Doc Lacrima di Morro d'Alba, ma **la cantina è riuscita a riprendere la piena operatività in tempi record**. A Senigallia, la storica Enoteca Galli si è allagata al piano terra per la piena del Misa e l'acqua ha danneggiato le etichette di circa 2mila bottiglie.

Si segnalano danni anche a Pergola (Pesaro Urbino) presso l'azienda Villa Ligi, produttrice della Doc Bianchello del Metauro, che è stata sfiorata dalla furia del fiume Cesano che ha spazzato via una parte del piazzale antistante la cantina. A Cantiano, sempre nel Pesarese, segnala la Coldiretti, un produttore di vino aromatizzato alla tradizionale visciola locale si è ritrovato il laboratorio sventrato, macchinari sommersi e i silos pieni portati via dalla corrente. Nel Maceratese, danneggiati i vigneti di alcune imprese che producono Verdicchio di Matelica Doc e diverse aziende, come ad

esempio Andrea Felici (Apiro) hanno dovuto, in una sola notte, spazzare fango e acqua dalla cantina. Resta complicato il nodo delle frane e dei numerosi smottamenti che hanno compromesso la viabilità locale, soprattutto a Cantiano, Frontone e Serra Sant'Abbondio.

Lo scenario del vitivinicolo, seppur complicato, non muta le stime produttive per la campagna 2022 avanzate dall'Imt Marche: *"Confermiamo qualità e quantità così come annunciato da Assoenologi, Uiv e Ismea una settimana fa"*, ribadisce Mazzoni, ricordando che è stata avviata la procedura per la richiesta dello stato di calamità eccezionale in agricoltura per le province di Pesaro Urbino e Ancona e che si lavorerà richiederla in provincia di Macerata. Sono 500 le aziende agricole danneggiate, secondo Coldiretti. **A Matelica, in particolare, come misura d'emergenza per le imprese vitivinicole in difficoltà potrebbe scattare il via libera all'arricchimento di vini e mosti.**

La vendemmia, intanto, prosegue più spedita in questi giorni. Le imprese stanno facendo gli straordinari per raccogliere le uve, superare gli ostacoli logistici ed evitare che l'umidità dei terreni provochi malattie fungine e muffe sui grappoli maturi, compromettendo una qualità che si annuncia molto buona.






BERSANO

BAROLO
DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA E GARANTITA
CANNUBI
RISERVA

BERSANO DAL 1907

una realtà di terre, uomini e tradizione



BERSANO

BERSANO - NIZZA MONFERRATO - www.bersano.it

FOCUS

GRAPPA. Export e Horeca in positivo. Assodistil: "Stop tasse sugli spirit"

a cura di Gianluca Atzeni

Bene l'export e l'Horeca, meno bene la distribuzione moderna e l'e-commerce. Per la Grappa made in Italy, il primo semestre 2022 segna un trend altalenante. Secondo i dati illustrati all'assemblea generale di AssoDistil da Nomisma, il segnale positivo arriva dalle vendite fuori confine, coi valori che crescono più dei volumi, a dimostrazione dell'incremento dell'immagine del valore percepito dai mercati esteri.

L'EXPORT. Nel dettaglio, tra gennaio e giugno 2022, l'export di Grappa ha fatto registrare 28 milioni di euro rispetto ai 24 dei primi 6 mesi 2021, vale a dire +17% in valore e +9% in volume. Tra i Paesi clienti, la Germania (che da sola concentra ben il 59% dell'export) segna un +11%, seguita da Svizzera (+20% col 14% delle quote a valore), Austria (+12%), Stati Uniti (+57%, col 3% di quote) e Spagna (+110% e 2% di quote). "Segnali incoraggianti" secondo il presidente del Comitato nazionale acquaviti di AssoDistil, **Cesare Mazzetti**, che ha ricordato l'importanza della riforma del Testo unico delle Indicazioni geografiche, su cui si sta discutendo in Ue e che comprende anche bevande spiritose e prodotti alcolici, con l'obiettivo di rafforzare il ruolo dei Consorzi di tutela.

I CANALI. Buoni i dati del segmento Horeca, canale strategico per il settore e dal quale, prima della pandemia, passava oltre metà dei consumi di spirit in Italia. Nel

primo semestre, nel cash&carry (format distributivo da cui si riforniscono ristoranti e bar, e che può essere considerato una proxy delle tendenze Horeca), le vendite di grappa hanno segnato un +31% a valore, un +24% a volume con prezzi medi a +5%. Il peso dell'Horeca sul totale dei consumi a volume di spirit è salito dal 47% del 2021 al 50%.

La ripresa dell'Horeca ha significato una contrazione degli acquisti di grappa nel canale retail. Pertanto, la distribuzione moderna nazionale, nei primi 6 mesi 2022, ha fatto segnare per la grappa un -7% in valore sul primo semestre 2021 (dati NielsenIQ) con volumi a -10%. Segno meno anche per l'e-commerce, con valori a -15%. In entrambi i casi, spiega Nomisma, si tratta di dinamiche trasversali all'intero comparto beverage: nel medesimo periodo, infatti, si sono ridotte nella Gdo anche le vendite di vino (-6%) e spirit (-3%). Emanuele Di Faustino (senior project manager di Nomisma) non esita a lanciare un avvertimento sui rischi di frenata dei consumi fuori casa nel secondo semestre 2022, per il combinato tra crisi energetica, inflazione e calo del potere d'acquisto.

LO SCENARIO. I dati di Format research dicono che metà delle imprese distillatorie lamenta un incremento di prezzi e servizi di



energia elettrica e gas superiore al 40%. **Accanto all'aumento dei costi delle materie prime, per un'impresa su quattro i rincari sono superiori al 20%.** Infine, per fronteggiare questo effetto, l'86% delle aziende ha rivisto o prevede di rialzare i prezzi praticati, mentre l'80% ha valutato o sta valutando nuovi fornitori. Sia AssoDistil, col presidente Antonio Emaldi, sia il Consorzio nazionale Grappa, con Sebastiano Caffo, chiedono una riduzione delle accise sulle bevande spiritose di 2,50 euro per litro anidro, in modo da "preservare la filiera ed evitare l'aumento dell'inflazione". Altra richiesta è l'apertura da parte della Gdo alla variazione infrannuale dei listini. "Permetterebbe almeno la copertura dei costi vivi, altrimenti" concludono "non vi saranno le risorse per garantire la continuità aziendale".



IL NOSTRO LATO ROSA FILDIROSE PINOT GRIGIO ROSÉ

Fildirose è come una passeggiata in un giardino di montagna, dove le profumate rose selvatiche ospitano e adornano la fauna dolomitica. Piacevolmente minerale e rinfrescante, delizia con le sue note floreali e i suoi aromi di frutti rossi.

CONSORZI 1. Primo produttore privato ai vertici del Consorzio Vini d'Abruzzo: eletto Alessandro Nicodemi. Gli obiettivi del nuovo mandato

È il primo produttore privato (e non un esponente del mondo della cooperazione) che sale sul gradino più alto del board del Consorzio vini D'Abruzzo, che lo ha scelto per la successione a Valentino Di Campi e per completare il lungo e delicato percorso di riforma dei vini abruzzesi. Alessandro Nicodemi (contitolare della Fattoria Bruno Nicodemi, a Notaresco, assieme a sua sorella Elena) **arriva alla presidenza dopo aver ricoperto la carica di vice negli ultimi sei anni.**

Classe 1972, Nicodemi per 15 anni ha guidato il Consorzio Colline Teramane e in questa nuova sfida ha già annunciato che il suo sarà un mandato all'insegna della continuità nel progetto di valorizzazione dell'enologia regionale. *"Ci aspettano sfide importanti che affronteremo con un percorso in cui confronto, dialogo e condivisione saranno valori imprescindibili"*, ha affermato il neopresidente, che intende raggiungere *"traguardi ambiziosi ma realizzabili, per garantire alle nostre*



aziende la più ampia capacità competitiva e un'adeguata redditività". Affiancheranno il presidente, con la carica di vice, Pino Candeloro (Sincarpa) e Franco D'Eusano (Chiusa Grande).

Il cambio ai vertici è definito epocale ma non cambiano gli obiettivi generali per gli oltre 210 associati: si procederà nel solco della continuità *"cogliendo tutte le opportunità offerte dai bandi europei e dal Pnrr, portando a compimento il Modello Abruzzo"*, con la riorganizzazione dei disciplinari di produzione (l'introduzione della

menzione Superiore per le Dop e il passaggio dalle attuali otto a un'unica Igt) e l'introduzione delle misure proposte per la regolamentazione del mercato. – **G.A.**

In cifre

210 soci

33mila ettari

1,5 mln hl a Doc

130 mln di bottiglie

70% export

fonte: Consorzio vini Abruzzo

CONSORZI 2. Presentato il marchio collettivo "Rocche di Romagna"

Presentato ufficialmente dal Consorzio vini di Romagna il marchio collettivo "Rocche di Romagna", che **identifica i Romagna Sangiovese prodotti nelle 16 sottozone, istituite tra 2011 e 2022 tramite la modifica del disciplinare di produzione.** Obiettivo del progetto, abbracciato finora da oltre 30 cantine, è *"dare un impulso alla conoscenza dell'identità molteplice del Sangiovese nella nostra area"* ha spiegato Ruenza Santandrea, presidente del Consorzio vini di Romagna *"e stimolare curiosità per le produzioni di sottozona, che sono in assoluto quelle dall'impronta più fortemente territoriale"*.

Le Rocche sono elementi di territorio altamente simbolici: edifici molto diffusi in Romagna. Il Consorzio ha scelto il mosaico come icona rappresentativa del marchio. Nello specifico, l'arte musiva del mausoleo di Galla Placidia a Ravenna (prima metà del V secolo). Si tratta di un'unione di tessere che creano una figura, così come le sottozone del Sangiovese. L'uso della menzione di sottozona per i Romagna Sangiovese è riservato a vini per almeno il 95% da vitigno sangiovese. Il marchio dovrebbe dare visibilità ai vini romagnoli sui mercati esteri *"mandando un chiaro messaggio in merito all'importanza di riconoscere le espressioni di territorio e mettendo in luce la serietà dei produttori"*, ha sottolineato l'esperta Kerin O'Keefe, madrina dell'iniziativa.



Le 16 sottozone

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

LIBRI. Vino e pregiudizio: il professor Scienza smonta le fake news della storia della viticoltura e guarda alle nuove scoperte genetiche

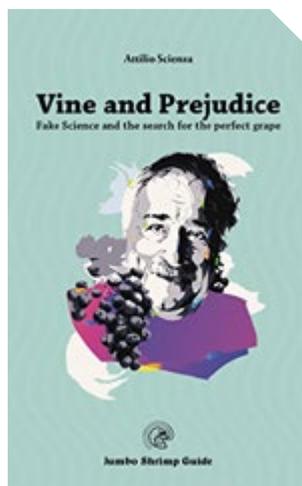
a cura di Loredana Sottile

“Vino e pregiudizio”: una provocazione già nel titolo, il nuovo libro del professor Attilio Scienza (Jumbo Shrimp Guide), che va alla ricerca di quei preconcetti che hanno fatto la storia sia umana sia vitivinicola. Attraverso il racconto e l'analisi di come il nostro pianeta sia cambiato nel tempo, Scienza “disegna” anche il viaggio **dai primi viticoltori agli scienziati che hanno capito come identificare, classificare e incrociare le viti, fino ai recenti progressi nella profilazione del Dna.**

Esplorando la storia spesso controversa, le fake news e i dibattiti etici di tema scientifico, viene fuori un “racconto” quasi sociologico che dà una nuova visione, a volte sorprendete, di fenomeni noti, come ad esempio il rapporto tra viti americane e viti europee. *“Tutto nasce da un falso mito che negli ultimi 200 anni ha contribuito alla creazione delle categorie botaniche (specie, genere, famiglie, classi), attualmente superata dalla moderna sintesi evoluzionistica”* scrive lo stesso Scienza. Il tema della comune origine delle specie americane e della vite europea, a cui fa riferimento il libro, è attualmente molto divisivo nella comunità scientifica che, in base alle classificazioni basate su caratteri ampelografici e geografici, differenzia in modo netto le specie, un po' come si è fatto nel passato con le razze umane, facendo riferimento alla presunta “purezza della vite europea”. Non è un caso che la legislazione italiana relativa alla coltivazione degli ibridi è stata la più severa del mondo. *“Purtroppo,”* si legge nel testo *“la retorica del vino ha, con la sua sacralità, fatto perdere alla viticoltura il contatto con la realtà e con i problemi della sua produzione. Quindi l'ostracismo verso le viti resistenti alle malattie create dall'incrocio tra specie americane e la vite europea non hanno ragione di esistere”.*

Ma quello di Scienza non è uno sguardo all'indietro, fine a sé stesso. Il professore, infatti, **ci invita anche a pensare al futuro, in particolare alle implicazioni dell'ingegneria genetica e della biotecnologia.** Riflette sulla morale dell'interferenza umana nel mondo naturale e chiede che cosa ci aspetta nella ricerca dell'uva perfetta.

Sul fronte della formazione, invece, ribadisce l'importanza del ruolo dell'Università che dovrebbe continuare a curarsi della buona salute delle singole discipline e della buona qualità degli studiosi che le professano. Per dirla con Toraldo Di Francia, (citato più volte anche da Piero Angela) *“non bisogna fare soltanto una tecnologia a misura d'uomo ma anche uomini ed intellettuali a misura di tecnologia”.*



NEUROMARKETING

Attenzione ed eye tracking



Il neuromarketing può contribuire efficacemente a valutare tre processi fondamentali del marketing del vino: l'attenzione, l'emozione e la memorizzazione. Concentriamoci sull'attenzione. Questa può avvenire in maniera guidata, top-down, e quindi direzionata dalle aspettative o dalla comunicazione stessa. Oppure in maniera spontanea, bottom-up, ovvero stimolata dal basso (come dal colore di un'etichetta) e dall'ambiente (i colori di una foto posta in un punto vendita).

I primi studiosi di psicologia delle forme (la Gestalt) avevano individuato gli elementi attrattori dell'attenzione. Oggi grazie a un eye tracker è possibile tracciare ciò che le persone osservano in maniera spontanea o ciò che li attira anche se alla fine del processo non ne sono pienamente consapevoli.

La misurazione del movimento oculare attraverso un eye tracker permette di analizzare le fasi di esplorazione oculare, i tempi di fissazione, il percorso di divisione ovvero cosa attira di più di una bottiglia in pochi millisecondi, la dilatazione pupillare strettamente connessa a una attivazione fisiologica e quindi all'emozione, e il blinking, ovvero la chiusura delle palpebre, anch'essa connessa a uno stato di attivazione e ai processi cognitivi. Sappiamo, infatti, che l'aumento del blinking è legato all'interesse verso uno stimolo. Il principio alla base della ricerca eye tracking è la cosiddetta ipotesi mente-occhio, secondo cui ciò che una persona sta osservando riflette anche ciò cui sta pensando o a cui è interessata. Dagli studi di eye tracking si evince che **anche se l'attenzione viene attirata da ciò che è ritenuto nuovo, l'eccesso di novità nel marketing potrebbe avere un effetto negativo.** Ecco perché occorre essere consapevoli delle eventuali “provocazioni” di marketing. Di certo attirano l'attenzione ma il cervello primitivo, timoroso delle novità, potrebbe attivare delle forme di resistenza. Le migliori soluzioni di comunicazione sono quelle che riescono a giocare in un perfetto equilibrio tra l'attrattività data dalla novità e il riconoscimento di ciò che è noto e familiare (la familiarità dell'oggetto o della situazione).

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

SICILIA 1. Calo medio del 15% ma produzioni di altissima qualità. Un bilancio del Consorzio

Primo bilancio, a raccolta in corso, da parte del Consorzio di tutela vini Doc Sicilia. L'ente presieduto da Antonio Rallo rileva un calo quantitativo sul 2021 ma una vendemmia "oltremodo soddisfacente dal punto di vista della qualità, che lascia presa-gire un prodotto eccellente". Il clima siccitoso, tuttavia, ha portato le stime sui volumi di uve a -15% con alcune aree in cui si scende anche oltre 20%. L'andamento climatico è stato caratterizzato da precipitazioni autunnali (dal primo ottobre 2021) superiori del 20-25%, ma **il forte caldo di giugno, in un momento delicato per lo sviluppo delle dimensioni dell'acino dell'uva, ha inciso sul suo calibro** e ha comportato cali di resa in termini di quantità. "Ci aspettiamo che la qualità, grazie alla gestione attenta dei vigneti e anche dell'irrigazione, sia certamente sopra la media", è il commento di Antonio Rallo. Le considerazioni del Consorzio sono in linea sull'aspetto qualitativo con le previsioni vendemmiali di Assoenologi, Ismea e Unione italiana vini.



L'andamento meteo

A un autunno piovoso e un inverno con minori precipitazioni, è seguita una fredda primavera, con alcuni eventi piovosi e quindi un'estate con poche precipitazioni, comunque localizzate. A fronte di queste considerazioni, la vendemmia in Sicilia si può al momento valutare qualitativamente eccellente proprio grazie alle condizioni climatiche.

L'andamento meteo

A un autunno piovoso e un inverno con minori precipitazioni, è seguita una fredda primavera, con alcuni eventi piovosi e quindi un'estate con poche precipitazioni, comunque localizzate. A fronte di queste considerazioni, la vendemmia in Sicilia si può al momento valutare qualitativamente eccellente proprio grazie alle condizioni climatiche.

CHAMPAGNE. La 2022 è "una annata perfetta". L'analisi del Comité

Un mese di vendemmia per un'annata definita perfetta dal Comité Champagne. Il **raccolto iniziato il 20 agosto e terminato il 21 settembre** per il grande distretto delle bollicine francesi (320 milioni di bottiglie vendute nel 2021), nonostante la siccità dell'estate ha trovato ossigeno grazie alle piogge cadute al momento giusto. Pertanto, la maturazione è stata ottimale e "il 2022" fa sapere il Comité "si presenta come un'annata perfetta, con volumi significativi, una stagione viticola intensa ma serena e uno stato sanitario ottimo". I mosti lasciano presa-gire un'ottima qualità, il livello medio di alcol potenziale è superiore a 10% vol e l'acidità è buona. Per quanto riguarda le quantità, pur essendo piuttosto etero-



genee a seconda dei settori, hanno permesso a ciascuno di raggiungere la resa commerciabile, fissata per l'anno a 12 000 kg/ettaro.

"Grazie a una vendemmia abbondante e di qualità, e con il consenso eccezionale dell'Inao, i viticoltori hanno potuto ricostituire la loro riserva interprofessionale, ampiamente utilizzata l'anno scorso per compensare le perdite della campagna 2021", sottolinea il presidente dei viticoltori, Maxime Toubart.

Secondo David Chatillon, presidente della Maison di Champagne, la vendemmia 2022 è provvidenziale: "La domanda del mercato è forte, con un +9% a fine agosto rispetto all'anno scorso, dopo una già notevole annata 2021". - G.A.

SICILIA 2. Assovin: "Trovare soluzioni immediate contro caro energia"



L'aumento dei costi di energia, vetro e packaging, così come la reperibilità di molti accessori, mettono a rischio la produttività delle aziende vitivinicole siciliane. Lo afferma Assovin Sicilia, secondo cui il caro bollette rischia di vanificare non solo il recupero post Covid ma anche di mettere in discussione la continuità di molte aziende.

Il presidente Laurent Bernard de la Gatinais osserva che il risparmio energetico e i tagli ai consumi elettrici possono rappresentare una risposta "non sempre praticabile" a livello aziendale. "Quello che conta è trovare soluzioni tampone per il breve periodo e **percorrere la strada della transizione ecologica per il medio-lungo termine**. Forse la tassazione sugli extra profitti delle compagnie attive in tale comparto" conclude "potrebbe essere una soluzione immediata per trovare coperture finanziarie alle manovre di sostegno alle imprese".

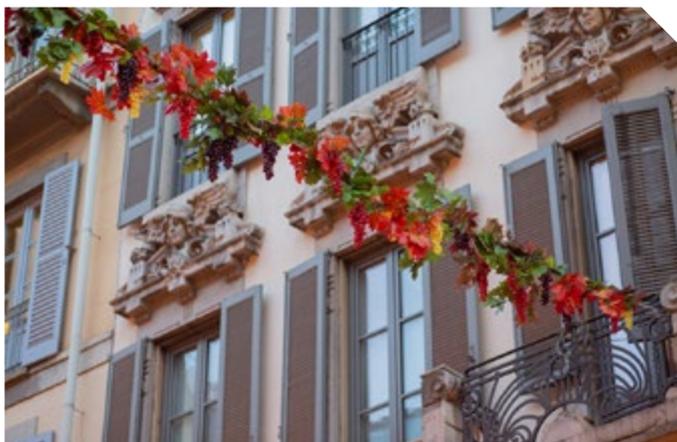
EVENTI. MonteNapoleone District inaugura l'autunno milanese dal 3 al 9 ottobre

Tredicesima edizione per La Vendemmia di MonteNapoleone, l'iniziativa ideata e promossa da MonteNapoleone District e diventata un must dell'autunno milanese. L'appuntamento con l'evento, che rende omaggio al connubio moda-vino, è dal 3 al 9 ottobre a Milano, quando il capoluogo lombardo si animerà con un palinsesto di eventi ed esperienze sensoriali a tutto tondo, tra visite guidate nei musei, wine tasting e menù gourmet. Spazio anche per l'impegno sociale: **mercoledì 5 ottobre è in programma l'Asta benefica "Italian Masters"** (29 lotti, composti da pregiate bottiglie appartenenti al Comitato Grandi Cru d'Italia, volumi a tiratura limitata ed experience enogastronomiche) in favore di Dynamo Camp, battuta da Christie's nella nuova venue dell'Hotel The Westin Palace. Inoltre, La Vendemmia si riconferma un'occasione per promuovere la cultura e le realtà museali del Quadrilatero abbinando delle visite guidate a ricer-

cate degustazioni sensoriali: la prima si terrà martedì 4 ottobre a Casa Manzoni con una degustazione di Cru Noa, Tenuta Presti e Pegni di Cantine Cusumano. Ultima tappa, invece, al Museo Poldi

Pezzoli, dove il 7 ottobre si potranno ammirare le straordinarie opere ed oggetti, dall'antichità al XIX secolo, collezionati da Gian Giacomo Poldi Pezzoli con una degustazione di Prosecco Doc Brut "Berto" di V8+.

Non mancheranno, poi, gli appuntamenti fuori città: nei week-end di ottobre l'esperienza de "La Vendemmia" si trasferirà a Calvisano, grazie alla collaborazione con Calvisius, in un viaggio alla scoperta del caviale italiano tra gli stabilimenti della



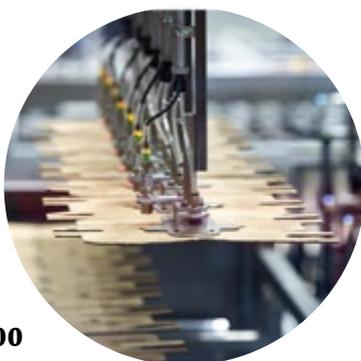
Agroittica Lombarda. A Castello di Roddi è, invece, prevista una cooking class a base di tartufo Bianco d'Alba. "Da sempre" è il commento del presidente di MonteNapoleone District Guglielmo Miani "lavoriamo per valorizzare la straordinaria arte del saper vivere italiana, attraverso la promozione di iniziative che creano partecipazione e condivisione della cultura del bello e del buono, quali ad esempio moda e vino, pilastri che hanno contribuito a renderci famosi e unici nel mondo".

FIERE 1. Tutti gli appuntamenti green al Sime di Milano

Si scaldano i motori per il Sime, il Salone internazionale di macchine per enologia e imbottigliamento di Unione italiana vini che si terrà a Fiera Milano dal 15 al 18 novembre. **Più di 400 espositori, delegazioni da 36 Paesi esteri e circa 25mila visitatori professionali attesi da tutto il mondo.**

Il fil rouge di questa 29esima edizione è la sostenibilità, a partire dagli appuntamenti in calendario. Si inizia il 15 novembre con il focus sulle soluzioni tecnologiche vitali per rendere la produzione vitivinicola veramente sostenibile a cura di The Sustainable Wine Roundtable (SWR). Il giorno seguente Uiv, Assobibe, Assobirra e Mineracqua faranno invece il punto sull'autosufficienza energetica nel liquid food, con una panoramica tra le best practice italiane.

Sempre in ottica sostenibile, esordirà il "Green Innovation Award Sime 2022", un riconoscimento alle soluzioni più efficaci e promettenti nell'ambito della mitigazione climatica, dell'economia circolare o dei consumi idrici ed energetici.



FIERE 2. Al via Wine South America e Wine to Asia di Veronafiere

Brasile e Cina nel mirino di Veronafiere.

Fino al 23 settembre, al Centro fieristico di Bento Gonçalves, è in corso la terza edizione della "Wine South America" (360

brand e buyer da 20 Paesi),

mentre il 24 settembre è in programma a Guangzhou (Cina) l'edizione speciale di "Wine to Asia" (130 cantine da 26 Paesi). Entrambe in collaborazione con Ice.

"Le politiche anti-Covid hanno fortemente limitato Wine to Asia: attualmente sono sospesi tutti i grandi eventi comprese le fiere" ha spiegato l'ad di Veronafiere, Maurizio Danese (foto) "ma abbiamo deciso di continuare a dare supporto alle cantine e agli importatori presenti in Cina".



ENOTURISMO. Il marketplace Winedering selezionato da un acceleratore californiano

a cura di Loredana Sottile

Vola in California Winedering, il tripadvisor italiano delle cantine. E lo fa per un percorso di accelerazione, dopo essere stato selezionato dal gruppo Runway Innovation Hub di San Francisco: un programma di due mesi, dall'8 ottobre al 3 dicembre, all'interno della terza edizione del Global Startup Program di Ice. Obiettivo, acquisire gli strumenti per presentare efficacemente il proprio business agli investitori americani e spingere sull'internazionalizzazione. "Siamo molto orgogliosi" è il commento a Tre Bicchieri del cdo e cofounder **Denis Seghetti** (a destra nella foto, insieme al socio Tulli) "la Silicon Valley è la mecca di ogni startup. Per la nostra, tutta italiana e verticale in un settore come l'enoturismo è sicuramente una delle cose migliori che ci potessero capitare. Saremo a pochi passi non solo da mostri sacri del digitale ma anche dalla Napa Valley, che rimane il nostro modello per quel che riguarda l'enoturismo".



Era il 2016, quando Winedering vedeva la luce, a partire proprio da un viaggio in Napa Valley di Denis Seghetti e Stefano Tulli alla scoperta delle cantine californiane. Da lì, l'idea dei due soci marchigiani di far incontrare domanda e offerta, diventando una sorta di aggregatore di aziende, eventi, wine tour e degustazioni, con tanto di commenti lasciati dagli utenti, sul modello Tripadvisor. Dal lato

cantine, la possibilità di inserire le proprie proposte. Per gli appassionati, invece, il vantaggio di poter scegliere il proprio pacchetto, pagando tutto online.

In pochi anni, secondo i dati rilasciati dalla società statunitense SemRush, è diventato il marketplace enoturistico più visitato d'Italia da italiani ed anglofoni. Oggi sono circa 1540 le esperienze disponibili online per oltre 750 cantine registrate. "L'obiettivo" rivela Seghetti "è raggiungere un milione di visite uniche entro un anno. E siamo già a buon punto".

DEAL. Intesa tra Collina dei Ciliegi e Meregalli, che entra in Advini Italia

Meregalli Giuseppe, holding di Gruppo Meregalli, entra nel capitale di Advini Italia, joint-venture costituita il 20 luglio del 2020 da La Collina dei Ciliegi e dal gruppo francese Advini SA (270 milioni di ricavi nel 2019), che cambia nome in Amc Vini Spa (Advini - Meregalli - Collina). **L'aumento di capitale effettuato dalla stessa Meregalli Giuseppe e dai soci di Advini Italia (il gruppo Advini e La Collina dei Ciliegi) porta i tre soci a partecipare con quote paritarie il capitale di Amc Vini.**

"La partnership che abbiamo costituito due anni fa con il gruppo Advini si rafforza e si amplia con l'entrata nel suo capitale del leader della distribuzione dei vini di alta gamma in Italia", afferma **Massimo Gianolli**, presidente de La Collina dei Ciliegi. L'intesa, come ha dichiarato il presidente di Amc Vini, **Antoine Leccia**, dà concretezza alla relazione storica che Advini intrattiene con la Famiglia Meregalli da più di quarant'anni, che si unisce alla partnership già in corso con La Collina dei Ciliegi. "Amc vini si occuperà di potenziare le rispettive possibilità commerciali delle nostre aziende verso l'estero e verso nuovi canali. Inoltre" annuncia **Marcello Meregalli** (Ad di Meregalli) "aprirà un esclusivo club in Piazza Duomo a Milano, Duomo 18, in cui il vino sarà protagonista e potrà fare da collante ai tanti eventi". L'inaugurazione è programmata per il primo trimestre 2023.

BILANCI. Ricavi Iwb a 179,6 milioni di euro nel primo semestre, ma caro energia e materie prime riducono i margini

Il Gruppo Italian Wine Brands chiude il primo semestre 2022 con ricavi di 179,6 milioni, raddoppiando il volume d'affari rispetto al 2021, principalmente per le operazioni di acquisizione degli ultimi 12 mesi (Enoitalia ed Enovation brands. All'estero, sono stati realizzati ricavi per 145,5 mln (+83% sul semestre 2021), mentre sul mercato domestico per 32,7 mln (+67,2%). Il canale wholesale (Gdo e monopoli statali) vale 127,2 mln di euro. In calo la divisione vendita diretta a privati, che scende da 42,5 a 31,1 mln di euro, dopo la forte crescita nel periodo pandemico. L'e-commerce segna 8,9 milioni di euro rispetto agli oltre 11 milioni di 2021 e 2020, ma ampiamente sopra il 2019 (5,5 mln/euro).

La marginalità operativa cresce in valore assoluto (ebitda a 14,3 mln in sei mesi rispetto a 11,8 mln del primo semestre 2021) ma scende in termini percentuali rispetto ai ricavi (8% nel 2022 contro 11,9% del 2021). Le ragioni sono, da un lato, la mutata fisionomia del Gruppo Iwb dopo le varie operazioni di acquisizione e, dall'altro, la maggiore incidenza dei costi delle materie prime, utenze e trasporti a seguito degli aumenti da settembre 2021 e non interamente ribaltati sui prezzi di vendita. Il risultato netto di periodo risulta in contrazione, fa sapere Iwb, da 6,3 mln di euro del primo semestre 2021 a 3,9 milioni di euro del primo semestre 2022.

Da luglio 2022, il Gruppo ha rinegoziato i contratti con le catene della Gdo internazionali per recuperare gli effetti dell'inflazione soprattutto su vetri e imballaggi. Le prime positive indicazioni sulla vendemmia 2022 lasciano presagire una generalizzata distensione sugli approvvigionamenti, con effetti positivi sui margini dell'ultimo trimestre 2022 e nel 2023.

GAMBERO ROSSO®



AvelVino

Wine Tasting dedicato alle diverse espressioni di
Greco di Tufo DOCG, Fiano di Avellino DOCG e Taurasi DOCG

SABATO 1 E DOMENICA 2 OTTOBRE 2022

Ore 18:00 – 22:30

Istituto Tecnico Agrario “Francesco De Sanctis” Scuola Enologica
Via Tuoro Cappuccini,44 | AVELLINO

INFO: WWW.GAMBEROROSSO.IT

EVENTI. Arriva AvelVino: tre giorni dedicati alle Docg irpine

Tre giorni di masterclass, degustazioni guidate e assaggi in vigna per conoscere l'enologia irpina. Si chiama AvelVino ed è la nuova manifestazione dedicata alle tre Docg locali – Greco di Tufo Docg, Fiano di Avellino Docg e Taurasi Docg - che si svolgerà ad Avellino dal 30 settembre al 2 ottobre.

L'evento nasce dall'incontro il Gambero Rosso e il sindaco di Avellino, Gianluca Festa: "L'Irpinia" ha detto quest'ultimo "ha un potenziale enorme, per molti versi ancora inespresso". Motivo per cui l'amministrazione comunale ha ritenuto di investire nell'organizzazione di un evento di caratura internazionale, dove si alterneranno momenti istituzionali, momenti di presentazione del territorio e dei suoi vini rivolti alla stampa e un grande wine tasting aperto al pubblico.

Taglio del nastro venerdì 30 settembre a Villa Amendola (ore 18) con una conferenza stampa di presentazione dell'evento e cena di gala con gli chef della regione. Sempre per i professionisti l'appuntamento prosegue sabato 1 e domenica 2 ottobre mattina al Teatro Carlo Gesualdo con e masterclass guidate da un esperto del Gambero Rosso.

Negli stessi giorni ma alle 18, il Wine Tasting aperto al pubblico, che si svolgerà all'Istituto Tecnico Agrario "Francesco De Sanctis" Scuola Enologica Avellino.

[Per maggiori info clicca qui](#)

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon, Lorenzo Ruggeri,

Vincenzo Russo

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

stevanzz/AdobeStock (cover)

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

FINO AL 23 SETTEMBRE

❖ TRAMONTO DI VINO

varie località
in Emilia Romagna
shop.emiliaromagnavini.it

FINO AL 2 OTTOBRE

❖ ANDAR PER CANTINE

Ischia (Napoli)
prolocopanaischia.it

FINO AL 22 NOVEMBRE

❖ GIRO DEL MONDO CON IL LAMBRUSCO

Torino, Milano, Firenze e Roma
gamberorosso.it/giro-del-mondo-con-il-lambrusco/

23 SETTEMBRE

❖ VIWINE FESTIVAL

Vicenza
piazza dei Signori
fino al 25 settembre
viwinefestival.it

23 SETTEMBRE

❖ FESTA DELL'UVA E DEL VINO DI CAREMA

Carema (Torino)
fino al 1 ottobre
comune.carema.to.it

24 SETTEMBRE

❖ SICILIA IN BOLLE

Agrigento
Scala dei Turchi
presso ristorante Madison
fino al 26 settembre
siciliainbolle.it

24 SETTEMBRE

❖ PIWIFEST

Bassano del Grappa
Enoteca Sant'Eusebio
Contrà Corte, 54
fino al 25 settembre
facebook.com/events/604489937971495/?ref=newsfeed

24 SETTEMBRE

❖ VENDEMMIATA ROMANA

Roma
Orto Botanico
Largo Cristina di Svezia, 23/A
fino al 25 settembre
senseventi.com/
vendemmiata-romana-2022/

25 SETTEMBRE

❖ ACETAIE APERTE

in provincia di Modena
acetaieaperte.com

26 SETTEMBRE

❖ VINI AD ARTE

Imola (Bologna)
Autodromo Enzo e Dino Ferrari
sala del Museo Checco Costa
piazza Ayrton Senna da Silva, 3
dalle 17.30 alle 20
viniadarte.it

26 SETTEMBRE

❖ OLTREPO - TERRA DI PINOT NERO

Casteggio (Pavia)
Antica tenuta Pegazzera
(per stampa e operatori del settore)
terradipinotnero.it

29 SETTEMBRE

❖ FESTA DELL'UVA E DEL VINO BARDOLINO

Bardolino (Verona)
Lungolago e centro storico
fino al 3 ottobre
bardolinotop.it

30 SETTEMBRE

❖ AVELVINO

Avellino
fino al 2 ottobre
store.gamberorosso.it/
it/eventi/901-4105-wine-tasting-avelvino.html#/1555-data-01_10_22

3 OTTOBRE

❖ LA VENDEMMIA DI MONTENAPOLEONE

Milano
fino al 9 ottobre
montenapoleonedistrict.it

7 OTTOBRE

❖ TRENTODOC FESTIVAL

Trento e provincia
fino al 9 ottobre
trentodoc.com



PARITÀ DI GENERE

DILETTA TONELLO – vignaiola e presidentessa del Consorzio Tutela Vini Lessini Durello

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

Più che ostacoli, sono sempre stata ‘costretta’ a fare di più degli altri, per potermi affermare o per farmi ritenere competente, all’interno di un gruppo prevalentemente maschile. Per esempio, durante una delle mie esperienze come cantiniera in un’azienda, durante i primi giorni, il mio unico ruolo era quello di lavare serbatoi e tenere pulita la cantina. I miei compagni di lavoro, della mia età, con le stesse esperienze alle spalle, stesse capacità, stessa corporatura, erano invece destinati a lavori di manovalanza, responsabilità e sicuramente lavori che li avrebbero portati a crescere. Solo con tenacia e una certa insistenza, sono riuscita a farmi dare il ruolo che sicuramente meritavo.

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

Io non voglio facilitare il mondo femminile, io voglio che il mondo femminile abbia le stesse opportunità e gli stessi diritti di quello maschile. Il fatto che siamo diverse fisicamente non è una scusa per ritenerci più o meno abili a fare un lavoro. Le leve gestionali sono quelle di trattare le persone con le loro competenze e ruoli. Forse la mia elezione a Presidente può essere considerata una leva gestionale, per dimostrare che le donne possono ricoprire ruoli dirigenziali e coordinare un gruppo dove vengono ritenute competenti per le proprie qualità.

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

Sarebbe bello poter prendere in mano la questione della maternità per esempio. Per non parlare della differenza dei salari tra uomo e donna. Comincerei quindi a dare un segnale importante a partire proprio dal mondo del lavoro in vista del raggiungimento della parità di genere.

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

Sicuramente è importante non pensare a tutto come



una competizione, non sono più brave le donne in quanto donne e gli uomini in quanto uomini. Se ci pensiamo alla pari, sappiamo che dobbiamo dimostrare le nostre capacità come soggetti.

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

Un aneddoto positivo che riguarda mio padre: da quando ho l’età per guidare un trattore me lo ha sempre fatto fare, da quando ho l’età per gestire una cantina da sola, me lo ha sempre fatto fare, quando ho scelto agraria era orgoglioso e quando ho scelto l’università di enologia, era già pronto a lasciare l’azienda a una giovane laureata di 23 anni. Non ha visto in me una ragazza e non mi ha mai trattato da ragazzo. Ha visto in me la voglia di fare, la passione, l’energia e la possibilità di fare quello che volevo. E ho fatto quello che volevo!

Le grandi cantine della Sicilia



VIA SALEMI, 3 | 91025 MARSALA (TP) | WWW.CARUSOEMININI.IT | 0923 982356

Caruso & Minini, due famiglie e due storie diverse che si intrecciano e si fondono quando Stefano, Francesco e Roberto Caruso, terza generazione di vignaioli, incontrano Mario e Francesco Minini, titolari di un'azienda di commercializzazione del Nord Italia. Insieme fondano, a Marsala, la Caruso & Minini, nell'estrema Sicilia Occidentale. È una ambiziosa scommessa, che vede protagonisti la tradizione agricola della famiglia Caruso e la competenza nelle vendite dei Minini. Scommessa vincente poiché, ad oggi, i vini raggiungono gli appassionati in più di 30 paesi in tutto il mondo. Tradizione e competenza, però, con uno sguardo al futuro. Infatti oggi Stefano è affiancato dalle due figlie Giovanna e Rosanna. Una gestione in rosa con l'ingresso delle due figlie che ha sicuramente portato una ventata di freschezza fra le botti.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Nino Rosso Sicilia Igt '12

Nasce da una selezione delle nostre migliori uve rosse e lo possiamo definire a tutti gli effetti il nostro vino "simbolo": Nino è il nonno di Giovanna e Rosanna ed in questo vino sono racchiusi tutti i valori da lui ricevuti: il rispetto della vigna, la cultura, l'amore per la propria terra. Quattro anni in tonnaux di legno francese ed americano, realizzate ad hoc da un mastro bottaio siciliano. Completa l'affinamento in cantina con 12 mesi in bottiglie accuratamente conservate in posizione orizzontale. Vino ricco e potente, solo per intenditori. Soprannominato da molti: L'Amarone siciliano.

Perricone Naturalmente Bio Igp Sicilia'20

Il Perricone è stato per decenni l'indiscusso dominatore tra le uve nere della Sicilia Occidentale. Il rigore di un'attenta vinificazione ne ha trasformato il carattere spigoloso e difficile in un'elegante, originale ed inimitabile personalità: unico nel suo genere. Ricco di frutta rossa, mista ad una nota di liquirizia tipica dell'espressione varietà-territorio. Grande armonia unita a vivace freschezza. Predilige gli incontri difficili come quello con il pesto alla trapanese.



Grillo Naturalmente Bio Sicilia Doc '20

Le viti di Grillo sono sempre state il fiore all'occhiello dei nostri vigneti. Per il Grillo abbiamo scelto la collina più alta per esaltarne la freschezza e gli aromi. Intensità ed eleganza sono il mix di questo vino. Ampio sa essere il suo panorama olfattivo e gustativo, mantenendo la sua innata finezza. Le meravigliose paste che associano pesce a verdure sono l'abbinamento prediletto dal grillo.

Le grandi cantine della Sicilia

*Feudo
Arancio*

C.DA PORTELLA MISILBESI | 92017 SAMBUCA DI SICILIA (AG)

WWW.FEUDOARANCIO.IT | 0925 579000

Oggi grande player internazionale, Mezzacorona, importante casa vinicola trentina nasce nel 1904. In Sicilia con Feudo Arancio ha fatto investimenti di grande rilievo in due aree, quella di Acate, in provincia di Ragusa dove si trova la tenuta Villa Albius e a Sambuca di Sicilia con la tenuta Solsicano. L'idea imprenditoriale è stata quella di ottenere vini di alta qualità e di carattere da due differenti e vocate aree dell'isola, in una logica di rispetto e custodia della tradizione, con il più basso impatto possibile. Notevole fattore estetico nella tenuta sambucese, adagiata su incantevoli medie e alte colline battute dai venti.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Hekate Passito '18

Aroma caratteristico fruttato che ricorda il gelsomino e l'albicocca. Chiude la degustazione un aroma spiccatamente tropicale con note di mango e papaia molto delicate. Vino di struttura, ampio con gusto fruttato spiccato e finale fresco agrumato. Equilibrato e armonico. Vino da dessert e meditazione.

Sicilia Dalila '19

Esprime delicate note aromatiche di pesca, albicocca ed agrumi, con un lievissimo sentore di fiori di campo e miele fresco. A fondere queste due anime c'è poi la componente sapientemente ed elegantemente dosata delle note vanigliate derivanti dalla maturazione in legno, nel massimo rispetto della tipicità varietale. Vino bianco aromatico che si apprezza con formaggi mediamente stagionati, antipasti a base di pesce e crostacei.



Sicilia Nero d'Avola '19

Intenso e avvolgente, spiccano le note di ribes, fragolina di bosco e melograno. Morbido e vellutato. Si distingue per le sue particolari caratteristiche di freschezza e fruttuosità. Si accompagna con pizza, risotti, primi piatti di pasta al forno.

CINA. Il Wine village aprirà nel 2024: seconda città del vino dopo Bordeaux



foto: @architecturestudio

Tradizione e modernità si fondono in quella che sarà la seconda città del vino al mondo dopo quella di Bordeaux. L'International wine village, la cui realizzazione ha subito un rallentamento per la pandemia, dovrebbe aprire i battenti nel 2024, in Cina, nella valle di Fangshan, a sud ovest di Pechino. Una struttura imponente, **un museo da 18.500 metri quadrati, che nasce su iniziativa franco-cinese** grazie a Fondation for wine culture and civilisations (Bordeaux) e Zhong Pu Hui Group (Pechino). Non sarà una copia di quello francese ma sarà adattato alla cultura cinese e dei suoi abitanti per i quali è appositamente pensato.

La struttura è concepita secondo il concetto di un villaggio in pietra adagiato sulle viti, capace di combinare i riferimenti tradizionali cinesi e francesi in un'ottica moderna. Alla stregua della città medioevale di Saint Emilion, in Francia, a cui è ispirato, il villaggio è costituito da una sequenza intrecciata di volumi e scatole di forme differenti. Secondo i progettisti di Architecture studio (Parigi), l'alternanza di ambienti consente ai visitatori di godere di prospettive e punti di vista ogni volta diversi.

All'interno del villaggio si troveranno sale espositive (il mu-

seo misura 3.500 metri quadrati), negozi, sale esperienziali, un anfiteatro da oltre 400 posti, un grande spazio di degustazione con circa mille referenze vinicole da tutto il mondo, ristoranti, un caffè in stile francese, gli uffici amministrativi, sale vip e una scuola di formazione dedicata al mondo del vino. Il cuore del villaggio è costituito, al centro, da un cortile circondato da una galleria e portici, che ricordano le piazze tipiche dei Paesi della Francia sud occidentale. Sarà questa zona a ospitare eventi e installazioni temporanee. I visitatori avranno anche la possibilità di conoscere direttamente le aree vitate nei dintorni di Pechino, una delle zone più importanti per la produzione di vino in Cina.

Da un punto di vista strategico, **per la Francia, nonostante la flessione delle vendite di vino sul mercato cinese dell'ultimo periodo, questa iniziativa rappresenta un'occasione per riaffermare la propria supremazia nel Paese del drago**, anche a seguito della lunga guerra commerciale tra Cina e Australia, che ha segnato la quasi uscita dei vini oceanici da questo promettente mercato asiatico. La fine dei lavori del Wine village, prima dell'inaugurazione nel 2024, è prevista nel dicembre del 2023, a cinque anni dall'avvio del progetto nel 2018. – G.A.

SICILIANAMENTE



Bevi responsabilmente

*Vini Feudo Arancio Sicilia Doc:
assapora la vera sicilianità.*

*Feudo
Arancio*

www.feudoarancio.it



CALENDAR 2022/2023

2022

OCTOBER

15 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
21 MIAMI - USA	Italian Wines 2023
23 SAO PAULO - Brazil	Top Italian Wines Roadshow

DECEMBER

01-03 NEW DELHI - India	trebicchieri Explorer - 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
22 HO CHI MINH - Vietnam	Top Italian Wines Roadshow
24 SINGAPORE	trebicchieri - Vinexpo Special

JUNE

5 VANCOUVER - Canada	trebicchieri
7 MONTREAL - Canada	trebicchieri
9 TORONTO - Canada	trebicchieri

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

www.gamberorossointernational.com

IL MIO EXPORT

Matteo Garrone – Cantine Garrone

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

Il 60% è export, il restante mercato interno. I principali Paesi dove esportiamo sono: Svizzera, Stati Uniti, Norvegia, Svezia, Australia e Regno Unito. Come mercati secondari, ove siamo presenti ma in piccole quantità: Austria, Cile, Danimarca.

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

Devo premettere piacevolmente che ci troviamo bene con tutti gli importatori dei mercati nei quali siamo presenti. Una volta che entriamo in un mercato poi gli ordini ci vengono fatti tutti gli anni. Il mercato dove si vende meglio sono gli Stati Uniti perché è un mercato dove ci sono molto appassionati di Piemonte. Regno Unito e Australia sono invece dei mercati “difficili”. Il primo perché ci sono davvero tanti produttori presenti; mentre per il secondo, si ha ancora un’idea di Nebbiolo del basso Piemonte quindi delle Langhe, tendendo a svalutare il nostro Nebbiolo, dell’alto Piemonte. Ad ogni modo, una volta che “scoprono” e provano gli eleganti nebbioli altopiemontesi se ne innamorano.

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

Fortunatamente l’onda dei lockdown non ha intaccato il volume di export. Noi siamo una azienda medio piccola (45-50mila bottiglie all’anno), abbiamo tanti mercati diversificati e veniamo scelti dagli importatori proprio per la peculiarità del nostro prodotto.

4 Come pensate che il sistema vino debba ripartire?

La strategia più efficiente secondo noi è quella della comunicazione, soprattutto della qualità del vino italiano. Molto importante per noi, è l’azione consortile, nel nostro caso Consorzio Tutela Nebbioli dell’Alto Piemonte, nel dare visibilità al territorio tramite l’organizzazione di fiere, eventi, incoming di giornalisti.

5 Come va con la burocrazia?

Diciamo che, come tutti in Italia, ci “adattiamo”. Sarebbero sicuramente auspicabili delle semplificazioni



nelle procedure. Basti pensare che è più macchinosa l’esportazione in Ue che fuori. Purtroppo, poi, a livello europeo è sempre più evidente il trend verso una mercificazione del vino attraverso leggi che vanno ad uniformare gli standard del settore vinicolo con quello dei beni di largo consumo. Mi riferisco soprattutto alla nuova legge sulle etichette.

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

Non abbiamo un export manager, piuttosto tutti noi abbiamo un contatto diretto con i nostri importatori. Siamo sempre tutti in contatto, vengono a trovarci in azienda per assaggiare le nuove annate e abbiamo sempre il piacere di accoglierli. Quando c’è l’occasione andiamo noi direttamente a trovarli. Ci piace avere un legame personale con le persone che lavorano con noi. Come si dice sempre, la passione unisce.

ENOTURISMO: DAL FORUM MONDIALE DI ALBA AL PIANO NAZIONALE PER IL SETTORE

▲ a cura di Loredana Sottile



foto: Enit

Nuovi trend ed esperienze a confronto alla Unwto Global Conference on Wine Tourism che per la prima volta si è tenuta in Italia. Tutela dell'ambiente e gestione dei rincari al centro del dibattito, mentre l'Italia annuncia investimenti per 60 milioni di euro. Occhio, però, alle comunità locali



Buona la prima per l'Italia, che ha appena ospitato il sesto Forum Mondiale dell'Enoturismo dell'Organizzazione Mondiale del Turismo dell'Onu. Dal 19 al 21 settembre ad Alba si è dato appuntamento il gotha del settore: 8 ministri e oltre 500 delegati internazionali e stakeholder del mercato enologico per parlare di futuro. Prossima destinazione Spagna (La Roja), nel 2023. Ma cosa è venuto fuori dall'incontro in Italia? Sicuramente la consapevolezza che le emergenze non sono finite e che, dopo lo stop legato al Covid, anche l'enoturismo dovrà fare i conti con la difficile situazione economica che caratterizzerà i prossimi mesi. Calmierare i costi sarà, quindi, una priorità. Per **Zurab Pololikashvili**, segretario generale dell'Unwto, tuttavia *“Le urgenze del settore non sono cambiate, anzi si sono rafforzate, dopo la pandemia”*. E sono *“la sostenibilità, la riduzione dell'impatto climatico del turismo e la formazione. Prima di tutto”* è il suo messaggio da Alba *“bisogna investire nelle risorse umane”*.

IL PIANO DELL'ITALIA PER IL TURISMO ENOGASTRONOMICO

Risponde alla chiamata di Pololikashvili, il ministro italiano del Turismo **Massimo Garavaglia**, che ha annunciato il Piano strategico per il settore. *“Nel turismo enogastronomico”* ha detto *“abbiamo investito come Ministero 30 milioni di euro, raddoppiati da altri 30 milioni dalle Regioni. In questo modo, con 60 milioni di euro, siamo uno dei Paesi che investe di più sul settore”*.

Tra gli obiettivi del Piano, quello di rendere l'enoturismo – che lo stesso Ministro ha definito “un turismo lento che corre veloce” - meno suscettibile agli shock esterni, che siano essi il Covid o i rincari, e quindi più stabile. *“Per farlo”* ha detto *“ci vogliono organizzazione, strategia e partnership. L'enoturismo”* ha concluso *“è la porta di accesso per capire come si vive in un paese. Intercetta la sostenibilità che va comunque declinata in azione concreta, come redistribuire i flussi turistici fuori dai normali percorsi e dalle normali stagioni”*. »

L'Italia si candida ad ospitare nel 2024 The World's 50 Best Restaurants

Dopo aver ospitato il Forum mondiale Onu sull'enoturismo, il Ministero del Turismo e Enit puntano a portare in Italia – a Torino - anche al The World's 50 Best Restaurants 2024, l'evento che premia i 50 ristoranti migliori al mondo.

“Un evento mondiale, che rientra nella programmazione condivisa con il Ministro del Turismo Massimo Garavaglia” dichiara l'ad di Enit Roberta Garibaldi *“che rafforzerà sul lungo periodo il ruolo della cucina italiana nel mondo e l'identità e la riconoscibilità della Penisola a livello internazionale”*.

» LE LINEE GUIDA DI ENIT

Ad occuparsi delle nuove linee guida che andranno a confluire nel Piano annunciato dal Ministro, sarà l'Agenzia Nazionale del Turismo-Enit, con l'obiettivo di valorizzare i prodotti agro-alimentari e vinicoli e la cultura agroalimentare con il brand Made in Italy. Quattro le ambizioni, rappresentate da altrettante parole-chiave, che il piano vuole raggiungere da qui al 2025, così come enunciate ad Alba dall'amministratrice generale Enit **Roberta Garibaldi**: "**Preservare** il patrimonio attraverso il turismo; **sviluppare** l'offerta, innovandola ed arricchendola; **fare rete**, per integrare prodotti e servizi turistici, connettere aree urbane e rurali; **comunicare** e promuovere, accrescendo l'attrattività e l'accessibilità dell'offerta italiana nel mondo".

La stessa Garibaldi ha, poi, stilato una lista dei nuovi trend in fatto di enoturismo di cui tener conto per incrementarlo e per attrarre anche quella generazione Z, ancora tutta da conquistare e meno avveza al vino. Si va dalla sostenibilità ambientale e sociale alla ricerca di esperienze uniche (glamping, trekking, yoga), fino a nuove offerte in linea con le più avanzate tecnologie (vedi elenco di fianco).

PETRINI: "L'ENOTURISMO NON RIMANGA IN UNA BOLLA"

Criticità e sfide future, al centro dell'intervento di Alba del presidente di Slow Food **Carlo Petrini** che si è focalizzato in particolare sulla "povertà dei borghi" e sulla necessità di ripartire da quelli per rendere il turismo del vino un'esperienza davvero autentica.

"Nei piccoli borghi" ha sottolineato "non è rimasto più niente: nessun luogo di ritrovo o piccolo negozio. E, allora a cosa serve il turismo del vino senza la comunità locale? A chi opera nel settore bisogna parlare chiaro: non ha senso parlare ogni anno di incremento dell'enoturismo, se non se ne misura anche la qualità. E la qualità passa dalla salvaguardia di tutte le altre cose che col vino hanno a che fare". Oltre alla comunità locale, anche il resto dell'agricoltura. "Il vino, negli ultimi 30 anni è diventata qua-

Acquisti in cantina per 6 italiani su 10

Quasi sei italiani su dieci (58%) in vacanza visitano frantoi, malghe e cantine per acquistare prodotti locali del territorio direttamente dai produttori. È quanto emerge da una analisi Coldiretti/Ixè divulgata in occasione del Forum mondiale sull'enoturismo di Alba.

"L'acquisto di un alimento direttamente dal produttore" sottolinea la Coldiretti "è una opportunità anche per promuovere il turismo e l'occupazione e combattere lo spopolamento nelle aree interne di una Italia considerata a torto "minore". Grazie ai piccoli centri con meno di cinquemila abitanti è infatti garantito il 79% dei vini più pregiati che rappresentano il Made in Italy nel mondo".

I nuovi trend dell'enoturismo

- 1 **attenzione alla sostenibilità sociale**: 7 turisti italiani su 10 si dichiarano più propensi a visitare un'azienda di produzione se anche questa ha in essere progetti di sostegno alla comunità locale;
- 2 **ricerca di spazi aperti**: i vigneti, dall'essere semplici luoghi produttivi, sono divenuti il vero cuore pulsante dell'esperienza che convoglia oltre la metà dei turisti italiani;
- 3 **nature bathing**: il viaggio enoturistico si è trasformato in un'occasione per rigenerarsi, riprogrammare le proprie abitudini, tanto che per il 50% dei turisti italiani sceglie le spa a tema vino e il 40% per corsi di pittura;
- 4 **ricerca degli hub enogastronomici**: i musei del gusto che diventano hub uniscono mondi geograficamente distanti, facilitando i turisti nella scoperta della cultura enologica e gastronomica con il 60% degli italiani che li ricerca nei propri viaggi;
- 5 **preferenza per accoglienza a 360 gradi**: il 48% degli italiani desidera pernottare in un albergo tematico, il 25% in glamping, il 68% pranzare o cenare in cantina;
- 6 **offerte personalizzate**: le cantine italiane si stanno muovendo nella direzione di diversificare le proprie esperienze, attivando crm e wine club per offrire proposte capaci di soddisfare i nuovi enoturisti, adottando un approccio data-driven;
- 7 **arte in cantina**: grande attrattività hanno le cantine costruite nelle dimore storiche e nei castelli così come in edifici contemporanei realizzati da architetti di fama nazionale ed internazionale;
- 8 **tecnologie**: nuove esperienze nel metaverso, nft, gaming e realtà aumentata sono le nuove sfide, senza dimenticare la potenza dei social e delle degustazioni virtuali.

si una commodity, staccandosi dal resto del settore primario" ha continuato Petrini "Tuttavia, il fatto che sia diventata un'eccellenza non può giustificare il fatto che i territori si siano plasmati sulla monocultura: oggi, più che mai, la biodiversità resta imprescindibile". Lo è per salvare il Pianeta, ma anche, più semplicemente per riuscire a rivolgersi ai giovani che, come sottolineato da Petrini "è dei temi ambientali che vogliono sentire parlare e non della promozione fine a sé stessa".

Da qui, il monito del fondatore di Slow Food a tutto il settore: "Se il turismo del vino si chiude in sé stesso, dentro ad una bolla, morirà per asfissia". Fare rete resta l'unica via per vincere la sfida. ❖



PIGHIN

Tour

GAMBERO ROSSO®



LE PROSSIMA CENA:

29 SETTEMBRE 2022 | GLOBE

Piazza Cinque Giornate, 1 MILANO

☎ 0255181969

Per info e prenotazioni contattare direttamente i locali ai numeri indicati

Scopri i menu su: www.gamberorosso.it

GELARDINI & ROMANI: “IL MERCATO DELLE ASTE IN ASIA? TOTALMENTE RINNOVATO”

▲ a cura di Lorenzo Ruggeri



AR
AZAKE RAHMAN
PHOTOGRAPHY

La fine della mobilità globale ha cambiato anche i gusti. Nelle auction, il Piemonte resta il territorio italiano preferito dai collezionisti, ma la scommessa è l'Etna. In questa intervista Raimondo Romani mette in guardia: "Chi compra vini del Belpaese cerca gli autoctoni, ma occhio ai prezzi o si fa la fine di Bordeaux".



Raimondo Romani. Poche persone conoscono le dinamiche asiatiche in fatti di vino come lui. Da oltre un decennio vive buona parte dell'anno a Hong Kong, con il socio Flaviano Gelardini è alla guida della Gelardini & Romani Wine Auction, l'unica casa d'asta specializzata sul vino italiano in Asia. Ci racconta un periodo di grandi trasformazioni tra chiusure, nuovi parametri gustativi e ponti culturali.



Partiamo dalle ultime aste. Cosa emerge?

Intanto, diciamo che le vendite del vino italiano continuano a crescere. Sale la domanda, Bordeaux è in netto calo, oramai il suo consumo è legato a una fascia di over 55-60. Tiene la Borgogna, ma il business gira sempre intorno a 10 nomi che si pagano ormai cifre folli, a partire da tutti i vini del Dcr (Domaine de la Romanée-Conti; ndr). In questo contesto s'inserisce l'Italia, ma attenzione ai prezzi. Ho visto aumenti esagerati, non si potrà crescere all'infinito a questi ritmi, come in qualsiasi settore prima o poi arriva una correzione. Dico ai produttori di fare attenzione o rischiamo di fare la fine di Bordeaux.

Su quale zona italiana scommetteresti?

Io continuo a puntare sull'Etna. Un territorio su cui c'è molta attenzione in Asia, perché i fondamentali (al pari di Piemonte e Borgogna) sono ottimi. In più ha ancora ampi margini di crescita.

Ci sono cambi stilistici o casi eclatanti da segnalare?

Il mercato punisce in base al rapporto qualità-prezzo (e per qualità non intendo la bontà del vino, che poi è soggetta a mode e gusti personali), Bordeaux era salito troppo e ora sta soffrendo. Lo stesso vale per i Supertuscans i cui prezzi saranno sempre ponderati su quelli dei corrispettivi francesi. La Borgogna, tallonata dal Piemonte - che al momento è la regione italiana preferita dai collezionisti - è salita ma ha raggiunto un tetto importante. Sta crescendo il consumo di >>

Gelardini&Romani

Fondata a Roma nel 2004, Gelardini & Romani Wine Auction è oggi l'unica casa d'asta specializzata sul vino italiano in Asia. Nel 2011, infatti i due soci - Flaviano Gelardini e Romano Romani - hanno deciso di spostare la propria sede ad Hong Kong.



VISIONARY CHEF

Un brainstorming di cucine, due esploratori di sapori e di prodotti locali per un menu che racconta un'altra Campania. La terza tappa del progetto Visionary Chef, inserita nell'atmosfera creativa di EDIT Napoli, arriva in Campania in collaborazione con il Gambero Rosso.

07.10.22

LUIGI SALOMONE
Ristorante Re Santi e Leoni

ROBERTO ALLOCCA
Ristorante Marennà (AV)

FEUDI DI
SAN
GREGORIO

GAMBERO ROSSO



» Champagne e sale la consapevolezza di chi compra: vogliono nome, annata matura. E se cercano l'Italia vogliono l'autoctono, anche sulle bollicine.

Chi sale e chi scende?

Molto semplice. Oggi Rinaldi si può vendere a 500 dollari, Voerzio e Altare no. Quel gusto non c'è più. I puristi sono andati avanti, emerge chi ha una storia, un'identità, chi valorizza la tradizione. Chi paga, vuole tutto questo. Non è un caso che in un'asta una Magnum di Magma di Cornelissen abbia superato l'aggiudicazione di un corrispettivo di Masseto. Coloro che comprano vini che finiscono in -aia hanno, mediamente, più di 50 anni. Ora sono passati al paradigma della Borgogna e quindi all'Italia.

Poi dobbiamo capire che sul mercato ci possono essere dei movimenti repentini e che molti acquisti sono legati anche alla persona. Penso a quanto si vendano meno i vini di Soldera, dopo la morte Gianfranco e l'uscita dal Consorzio, o i bianchi del Domaine Leflaive in Francia dopo l'annata 2007.

E a livello di denominazioni? Sui bianchi cambia qualcosa?

Rimane difficile vendere un bianco in asta, e sono pochissimi i lotti di bianchi italiani. Gli unici che vanno sono pochi Etna. In generale, sono disposti a pagare di più se una vigna è prephyloxera, c'è un cambiamento di ricerca. Altra novità, nel trade, il fenomeno Ribolla Gialla e i vini orange, quelli fatti bene, senza eccessi e puzze.

Tra i bordolesi italiani tengono solo Sassicaia, Ornellaia, Masseto e Fiorano, non si vende più nemmeno il Cabernet Franc di Quintarelli. In linea di massima non vogliono più vini italiani da varietà francesi, cercano purezza e tradizione. Ad esempio, sono cresciuti tantissimo Monteverdine ed i Produttori del Barbaresco.

Com'è cambiato il mercato in questi due anni di chiusura con l'Occidente?

Mi rendo conto che distanza tra Italia e Hong Kong è oggi siderale rispetto a pochi anni fa. La fine della mobilità globale low cost è un dato di fatto, si è interrotto uno scambio e una contaminazione continua. Ci sono etichette esplose in Italia qui del tutto sconosciute e alcuni vini famosi qui e non altrove. Da Hong Kong sono andati via centinaia di migliaia di expats, ci sono sempre meno occidentali, rimpiazzati dai cinesi.

Pensi sia una situazione temporanea?

No. È cambiato tanto e durerà. Molte aziende hanno ritirato le persone che presenziavano il territorio. Un occidentale per restare oggi deve avere forti motiva-

Prossima asta ad ottobre

La prossima asta in presenza ad Hong Kong si terrà il 23 ottobre. Tra i top lot, una selezione di grandinebbiolo: da Monfortino 1971 a Barolo Riserva Speciale Collina Rionda 1967 di Giacosa. Previste anche due cene, che si terranno in due delle più interessanti aperture di cucina piemontese in città: Castellana e Osteria Canubi di Umberto Bombana.

zioni. Dobbiamo creare sinergie con persone locali che lavorano con noi. Il produttore che viene e parla di sé un paio di volte l'anno non è più sufficiente. In questo, i francesi sono strutturati e hanno costruito così il loro successo in Asia. Cerchiamo di aumentare l'interconnessione con giovani che siano culturalmente compatibili e formiamo il personale locale.

Fai riferimenti alle associazioni e agli eventi?

Sì, sono fondamentali, penso all'esempio virtuoso dei Knights of Alba (Ordine dei Cavalieri del Tartufo e dei vini d'Alba; ndr) in forte ascesa non solo a Hong Kong ma anche a Taiwan e Singapore. L'importante è far sentire il "disciplinato e diffidente" pubblico asiatico parte di un'organizzazione, coinvolgerli, magari organizzando un evento al mese ma di alto profilo. Ormai anche i sommelier sono sempre più asiatici, va creato un ponte - ottimo il progetto VIA di Vinitaly a riguardo.

E lo ripeto: se impari a Hong Kong, puoi farlo in Cina. È un trampolino: formiamo le persone qui che poi vanno a replicare il messaggio nella Cina continentale, ma come si dice a Roma "non so' fiaschi che s'abbottano": ci vuole una presenza costante e di lungo periodo.

Che momento sta vivendo il mondo delle aste?

Continua a funzionare e sono sempre più le aste online. Noi troviamo tanta merce direttamente a Hong Kong, qui non ci sono dazi e arriva di tutto. È un buon momento per vendere, visto anche il cambio, per chi ha acquistato in euro.

E poi, speriamo di aprire in Cina. Ma per il momento nessuno può fare aste in Cina, non si entra con le vecchie annate, così come nel resto dell'Asia: l'ingresso può farlo, solo l'annata corrente, corredata dai documenti. Per cui Hong Kong non può che continuare ad essere l'unico hub per il mercato dei fine wines del continente più popoloso del mondo. Si può aprire una grande opportunità per il vino italiano, ma i produttori si devono mettere in testa che occorre un approccio diverso e specifico. ❖

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice

S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	Var% settimanale 0,10	Var% inizio anno -0,79
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	Var% settimanale -4,15	Var% inizio anno -13,54
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	Var% settimanale -1,42	Var% inizio anno -8,70

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-0,57	-5,43	-4,66	650
Campari	Italia	-3,82	-28,79	-23,11	10.633
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-3,57	-21,74	-22,41	37
Marr	Italia	-8,33	-44,13	-45,00	702
Newlat Food	Italia	-0,52	-13,98	-12,14	251
Orsero	Italia	-6,29	28,27	56,38	268
Valsoia	Italia	-3,45	-28,73	-30,00	105
Anheuser Bush I	Belgio	-1,27	-7,04	1,18	85.860
Danone	Francia	-3,86	-9,27	-15,92	33.471
Pernod-Ricard	Francia	-2,25	-12,70	-0,73	47.629
Remy Cointreau	Francia	-3,21	-18,22	7,10	9.021
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-0,15	-0,15	-1,05	2.701
Dsm	Olanda	-7,38	-41,67	-37,09	20.187
Heineken	Olanda	-4,47	-9,73	-1,11	51.402
Jde Peet S	Olanda	-3,62	10,11	8,16	15.001
Ebro Foods	Spagna	0,00	-5,45	-2,92	2.455
Viscofan	Spagna	-1,74	-0,97	-4,09	2.620
Barry Callebaut N	Svizzera	-2,90	-13,90	-13,59	10.859
Emmi N	Svizzera	-3,48	-27,88	-21,93	4.304
Lindt N	Svizzera	-5,98	-18,90	-12,22	13.882
Nestle N	Svizzera	-5,34	-16,57	-6,56	303.172
Associated British Foods	Gran Bretagna	-2,87	-34,21	-29,95	11.966
Britvic Plc	Gran Bretagna	-4,55	-17,99	-14,55	2.275
Cranswick Plc	Gran Bretagna	-7,07	-21,88	-19,84	1.771
Diageo	Gran Bretagna	-1,33	-7,00	9,21	97.848
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	-4,31	4,62	1,34	3.161
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	0,46	28,35	43,34	48.696
Beyond Meat	Stati Uniti	-24,10	-75,40	-85,72	1.021
Boston Beer `A`	Stati Uniti	0,82	-34,17	-36,59	3.401
Brown-Forman B	Stati Uniti	-0,32	-2,54	2,41	22.038
Bunge Ltd	Stati Uniti	-2,94	-3,37	16,97	13.721
Campbell Soup	Stati Uniti	1,04	9,92	12,14	14.378
Coca-Cola Co	Stati Uniti	-0,94	1,17	10,80	259.408
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	0,98	-0,50	2,26	16.336
Constellation Brands	Stati Uniti	0,71	-3,73	14,99	38.552
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-0,72	8,82	3,50	12.109
Flowers Foods	Stati Uniti	-0,61	-5,61	12,64	5.500
Freshpet Inc	Stati Uniti	-3,95	-58,13	-72,86	1.910
General Mills	Stati Uniti	1,43	11,92	28,36	44.985
Hershey Company	Stati Uniti	-0,19	14,99	28,28	32.720
Hormel Foods	Stati Uniti	-0,35	-5,74	10,34	25.165
Ingredion Inc	Stati Uniti	0,02	-13,39	-3,55	5.492
Kellogg Co	Stati Uniti	0,92	10,94	12,75	24.341
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-0,69	1,55	9,06	53.077
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	0,53	22,37	26,07	11.163
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	-1,15	0,39	-1,59	4.580
Mccormick & Co	Stati Uniti	-2,67	-19,93	-9,68	19.403
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-2,56	7,70	10,69	10.016
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	-0,22	-9,89	-1,13	82.006
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-2,04	-8,68	-5,49	46.272
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-3,71	-8,85	-20,49	3.861
Nomad Foods	Stati Uniti	-5,78	-35,21	-39,92	2.842
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	-10,13	-65,45	-82,87	1.629
Pepsico Inc	Stati Uniti	0,90	-2,76	9,97	233.419
Performance Food Gr	Stati Uniti	-2,65	6,54	8,16	7.602
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-5,41	-10,64	-10,83	6.031
Post Holdings	Stati Uniti	-2,26	-48,23	-45,08	5.120
Seaboard Corp	Stati Uniti	-2,18	-8,14	-9,61	4.201
Smucker, J.M.	Stati Uniti	-0,10	2,49	13,85	14.853
Sysco Corp	Stati Uniti	-1,40	1,25	4,45	40.306
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-10,53	-59,54	-55,22	1.541
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	-3,19	-5,46	-6,27	41.649
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-1,91	-17,59	-5,11	20.832
Us Foods Holding	Stati Uniti	-2,40	-14,70	-11,13	6.680

FINE WINE AUCTIONS

Sui vini bordolesi soffia ancora il vento del ribasso. L'esempio di Chateau Pétrus

Non era mai successo che questa rubrica dedicasse una puntata alle quotazioni ottenute alle aste da Chateau Pétrus in bottiglie di formato speciale extra large, dalla Doppia Magnum all'Imperial: per avere dati a sufficienza se ne occupava, quand'era possibile, insieme alle Magnum.

Il problema, che si pone per tutti i grandi rossi di Bordeaux, è particolarmente acuto per Pétrus, che ha una produzione media piuttosto limitata di 54 mila bottiglie all'anno. Difatti anche questa volta, nonostante la moltiplicazione delle aste e dei loro risultati che c'è stata negli ultimi due anni, di bottiglie extra large di Pétrus, quotate alle aste sia nel 2021 che nei primi otto mesi del 2022, ce ne sono (per ora) soltanto 12 invece delle 15 che completerebbero l'indagine. Si è deciso di pubblicare ugualmente la puntata perché segnala un fenomeno molto importante per chi investe denaro nel vino: **mentre il Pétrus sia in bottiglia standard che in Magnum ha beneficiato quest'anno di aumenti di quotazione, sia pure in misura molto varia, nelle bottiglie di formato speciale ha visto diminuire tutti i suoi prezzi.** Il vento del ribasso, che fino al 2020 aveva intaccato i prezzi di tutti i grandi rossi bordolesi, accusati d'essere gonfiati dalla speculazione, sembrava essersi spento dopo aver realizzato l'obiettivo di ripulire il listino e invece soffia ancora. Soffiando sul Pétrus in Doppia Magnum ne ha limato le quotazioni del 5%, soffiando sul Jeroboam ne ha decurtato il prezzo del 14%, e sull'Imperial gli ha tagliato il 22%.

– Cesare Pillon

Château Petrus - Pomerol

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
1975	1 dm	Hk\$ 75.100	Sotheby's, Hong Kong	24/04/22	€ 8.906,86	€ 11.285,88	-21%
1979	1 dm	Sfr 6.875	Christie's, Ginevra online	26/05/22	€ 6.685,94	€ 7.113,84	-6%
1982	1 dm	\$ 32.500	Sotheby's, New York	21/05/22	€ 30.725,50	€ 27.235,00	+13%
1985	1 dm	Hk\$ 93.375	Zachys, Hong Kong	14/01/22	€ 11.074,28	€ 11.390,26	-3%
1989	2 dm	Hk\$ 398.400	Zachys, Hong Kong	23/07/22	€ 24.900,00	€ 26.239,29	-5%
1990	2 dm	Hk\$ 448.200	Acker Wines, Hong Kong	22/01/22	€ 25.368,12	€ 32.256,00	-21%
1994	1 dm	\$ 10.625	Sotheby's, New York	16/10/21	€ 9.157,26	€ 6.854,73	+34%
2000	1 dm	Hk\$ 249.000	Acker Wines, Hong Kong	22/01/22	€ 28.186,80	-	-
1975	1 j	\$ 27.390	Zachys, New York	11/03/22	€ 24.922,16	€ 21.832,00	+14%
1975	1 i	Hk\$ 174.300	Zachys, Hong Kong	23/07/22	€ 21.787,50	-	-
1982	1 i	Hk\$ 398.400	Acker Wines, Hong Kong	22/01/22	€ 45.098,88	€ 62.850,00	-28%
1988	1 i	Hk\$ 149.400	Zachys, Hong Kong	23/07/22	€ 18.675,00	€ 19.391,85	-4%
2003	1 i	Hk\$ 273.900	Zachys, Hong Kong	14/05/22	€ 33.607,53	€ 42.713,46	-21%
2005	1 i	Hk\$ 448.200	Acker Wines, Hong Kong	22/01/22	€ 50.736,24	€ 66.024,34	-23%
2012	1 i	\$ 37.500	Sotheby's, New York	21/05/22	€ 35.452,50	-	-

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

