



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



TAGLIARE I VOLUMI PER AUMENTARE IL VALORE? DILEMMA ITALIANO

MIPAAF

Promozione e politiche Ue: le richieste del vino al nuovo Governo. Chi sarà il nuovo Ministro?

IRLANDA

Consultazioni chiuse per la proposta di health warning sulle bottiglie degli alcolici. Le prossime tappe

ANTEPRIME

Ad ottobre torna Barolo en Primeur: annunciata asta solidale ed etichetta firmata Pistoletto

IMPRESE

Il polo Botter-Mondodelvino cambia nome e diventa Argea: investimenti per 50 mln di euro

BIO

L'Italia produce tanto, ma spende poco. Esportazioni trainate dal vino con una quota del 19%





1 italiano su 3 pronto a tagliare gli sprechi

Più di un italiano su 3 taglierà gli sprechi nei prossimi mesi, adottando a casa soluzioni per salvare il cibo e recuperare quello che resta a tavola. È quanto emerge da una analisi della Coldiretti su dati Coop sui comportamenti diffusa in occasione della Giornata internazionale della Consapevolezza sugli Sprechi e le Perdite Alimentari che si celebra il 29 settembre.

A spingere gli italiani verso questi comportamenti responsabili, c'è soprattutto il caro-vita scatenato dalla crisi energetica e dalla guerra in Ucraina. Se si guarda alle abitudini adottate fin qua, però, il quadro non è così idilliaco: ogni anno nel mondo viene sprecato complessivamente quasi un miliardo di tonnellate di cibo, pari al 17% di tutto quello prodotto, con un impatto devastante sull'ambiente e sul clima, oltre che su un'economia già duramente colpita dall'emergenza Covid, secondo una analisi della Coldiretti su dati Onu.

In particolare, **nelle case italiane si gettano mediamente ogni anno circa 67 kg di cibo all'anno per abitante**. E il Belpaese resta comunque più responsabile di Francia (85 kg a testa), Germania (75 kg) e Regno Unito (77 kg). Più virtuosi sono russi (appena 33 chili di cibo buttato), sudafricani (40 chili) e indiani (50 chili).

foto: Marek Studzinski/Unsplash

MIPAAF. Promozione, riorganizzazione delle Do e politiche Ue tra le priorità del vino, in attesa del nuovo Governo

a cura di Loredana Sottile

Non vuole perdere tempo il mondo agricolo. All'indomani delle elezioni politiche e ancora in attesa di capire se la nuova premier sarà Giorgia Meloni (il 13 ottobre la Camera dovrebbero dare ufficialmente avvio alla XIX legislatura), le associazioni di settore hanno già stilato le priorità per il settore.

Per Unione Italiana Vini sono quattro i punti all'ordine del giorno: **riorganizzazione delle Dop/Igp** in ottica di razionalizzazione, passando dalla modifica del Testo Unico del Vino; politica di **promozione** Ocm vino nel futuro piano nazionale di sostegno, con individuazione dei criteri di priorità e flessibilità sulle modifiche dei progetti in corso, senza dimenticare gli accordi di libero scambio e i rapporti con gli Usa, nostro primo Paese di sbocco a valore; politica Ue su **vino e salute**, promuovendo il modello mediterraneo per difendere il settore dai continui attacchi degli ultimi mesi (vedi Cancer Plan e risoluzione Oms) e istituendo un comitato permanente e inter-istituzionale di difesa e promozione del food & wine, tra Mipaaf, Mise, MinSalute e Maeci; dare seguito allo standard nazionale di **sostenibilità**, attraverso l'adozione di un logo unico e implementando la misurazione dei tre pilastri presi in considerazione.

Dal canto suo, Cia-Agricoltori Italiani, chiede il riconoscimento all'agricoltura come settore strategico, cruciale per la transizione energetica e green e l'adozione di **misure strutturali anticrisi** che possano ridare fiducia a imprese e cittadini, senza dimenticare le aree interne che restano quelle più a rischio. Dello stesso avviso Confagricoltura che mette tra le priorità la **stabilizzazione del reddito degli**

Il Mipaaf aspetta il nuovo ministro. Sparisce Comagri Senato

In 76 anni di Repubblica, l'Italia ha cambiato 40 ministri dell'Agricoltura, con una durata media di 21 mesi. Di certo non un modello di stabilità. Ma stavolta c'è chi è pronto a scommettere che, per il post Patuanelli, sulla poltrona di via XX Settembre, in ottica di continuità, potrebbe tornarci il leghista Gian Marco Centinaio, già a capo del Mipaaf ai tempi del Governo Conte 1 e sottosegretario con deleghe al vino del Governo uscente. Il toto nomi, però, non esclude neppure l'arrivo di Marco Cerreto, già coordinatore della segreteria tecnica della Piuè (l'ufficio Mipaaf che si occupa di Politiche internazionali) eletto nelle file di Fratelli d'Italia. Così come Luca De Carlo, il responsabile del dipartimento Agricoltura e Eccellenze Italiane di FdI.

Al di là delle ipotesi, quel che, però, è sicuro è che la modifica alla Costituzione che ha visto il taglio dei Parlamentari, vedrà sparire la Commissione Agricoltura in Senato. **Le competenze della IX Commissione e della X, confluiranno in un'unica Commissione denominata 9A** dedicata a industria, commercio, turismo, agricoltura e produzione agroalimentare. Andrà avanti, invece, la Comagri alla Camera.

agricoltori e l'incremento della potenzialità produttiva del comparto, per farsi garante della sicurezza alimentare a favore dei consumatori italiani ed europei.

UE. All'Agrifish in 17 Paesi chiedono verifiche sul piano di riduzione dei fitofarmaci

Non va già all'Italia e ad altri 16 Paesi membri dell'Ue il piano della Commissione europea per l'uso sostenibile dei fitofarmaci in agricoltura, che rientra nel più ampio obiettivo della transizione ecologica sotto l'ombrello del Green deal. Al recente consiglio Agrifish, che lunedì 26 settembre ha riunito i ministri agricoli europei, **si è allargato decisamente il fronte del no al piano per la riduzione dei pesticidi in agricoltura**. Il cosiddetto "no paper", che vede in prima fila la Polonia e altri nove Stati europei, conta quindi 17 Paesi (comprese Francia e Spagna) che hanno chiesto un'analisi e una valutazione di impatto ulteriore, alla luce della conseguente diminuzione della produzione

agricola del Vecchio Continente determinata dal taglio all'uso dei prodotti fitosanitari chiesto da Bruxelles.

Come ha spiegato lo stesso ministro Stefano Patuanelli, occorre garantire reciprocità e parità di condizioni competitive tra i prodotti europei e quelli extra europei. Infatti, **un eccesso di regole sulle spalle dei Paesi Ue favorirebbe l'import di produzioni agricole extra europee** che non sottostanno agli stessi regolamenti, con rischi per la sicurezza alimentare generale. I diciassette, pertanto, lamentano come il piano Ue sia carente nell'analisi delle conseguenze economiche sull'agricoltura, invitano Bruxelles a rivedere gli obiettivi e le tempistiche dell'iter legislativo e a considera-

re i recenti effetti sull'economia agricola derivanti dalla guerra in Ucraina.

La proposta di revisione del regolamento sui pesticidi della Commissione europea dal taglio del 50% previsto entro il 2030 arriverebbe a un taglio del 62% dell'uso degli agrofarmaci chimici e al -54% delle sostanze attive candidate alla loro sostituzione nella protezione delle colture. Come hanno osservato sia la Commissione agricoltura dell'Europarlamento (di "tagli irrealistici" aveva parlato Paolo De Castro) sia diverse associazioni di categoria, a cominciare dalla Cia-Agricoltori italiani, la sostenibilità economica delle imprese, in un simile contesto di crisi, andrebbe anteposta a quella ambientale. – G.A.



BERSANO DAL 1907
una realtà di terre, uomini e tradizione



BERSANO

BERSANO - NIZZA MONFERRATO - www.bersano.it

ETICHETTATURA. Chiuse le consultazioni per la proposta irlandese sugli health warning. L'Italia presenta opposizione, la Commissione Ue no. Cosa succederà adesso?

a cura di Loredana Sottile

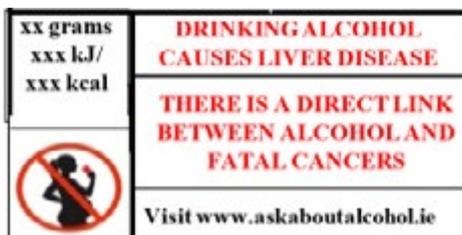
Si è chiusa il 22 settembre [la consultazione Ue](#) per la controversa iniziativa irlandese che punta ad [introdurre gli health warning sulle etichette degli alcolici, vino compreso](#). Intenzione che il governo di Dublino ha notificato alla Commissione europea lo scorso 21 giugno, all'interno del regolamento nazionale sulla salute. **L'Italia è stata tra i primi Paesi ad aver presentato la sua detailed opinion (parere circostanziato-opposizione)**, attraverso cui, sostanzialmente prova a spiegare la differenza tra consumo e abuso, tentando di evitare che la decisione irlandese possa diventare un precedente pericoloso per tutti. Insieme al nostro Paese, hanno presentato le loro opposizioni la Repubblica Ceca, la Francia, l'Ungheria, il Portogallo, la Romania, la Slovacchia e la Spagna. Grecia e Polonia, invece, hanno solo lasciato il loro commento.

"Nessun commento o parere circostanziato, invece, da parte della Commissione Europea" fa sapere Unione Italiana Vini *"nonostante l'iniziativa irlandese abbia notevoli profili di incompatibilità con il diritto comunitario (es. indicazione della gradazione alcolica) e con la libera circolazione all'interno del mercato unico"*.

Ad ogni modo, chiuse le consultazioni, **l'Irlanda dovrà necessariamente aspettare il 22 dicembre prima di poter eventualmente adottare la normativa**. Come spiega Uiv, l'iter prevede che *"Dublino risponda alle questioni sollevate dagli Stati membri nei loro commenti e pareri. E, a seconda delle modifiche che le autorità irlandesi do-*

vranno introdurre per affrontare le preoccupazioni sollevate, potrebbe essere necessaria una nuova notifica Tris. Sebbene solo un intervento della Commissione Europea avrebbe potuto limitare o bloccare l'iniziativa di Dublino".

Nel dettaglio, la proposta irlandese prevede degli alert che mettono in relazione il bere con le malattie del fegato e con i tumori mortali, oltre al pittogramma barrato della donna incinta, la quantità di grammi di alcol e il numero di calorie contenuti nel prodotto. Infine, il riferimento al sito web askaboutalcohol.ie per trovare informazioni sulla salute pubblica in relazione al consumo di alcol.



Tutte misure che si inseriscono all'interno di quadro generalizzato di neo-proibizionismo che sembra voler dipingere il vino come responsabile di dipendenze e malattie, quali ad esempio il cancro. Lo scorso febbraio si era evitato il peggio, riuscendo in extremis a far inserire dei [correttivi all'interno del Piano anticancro dell'Ue](#). Stessa cosa era successo nel mese di maggio con la risoluzione Oms, che punta a ridurre i consumi nel giro di dieci anni. Infine, due settimane fa, [l'approvazione della risoluzione dell'Oms Ue](#), che si dà l'obiettivo di tagliare del 10% i consumi pro-capite di alcol entro il 2025. Praticamente un tiro al bersaglio che, se passasse anche la proposta irlandese, avallerebbe ulteriormente la tesi secondo cui il vino fa male alla salute al di là delle quantità assunte, e potrebbe portare altri Paesi ad adottare misure simili, ancora prima di una decisione comunitaria.

Otto consumatori europei su 10 promuovono l'etichetta digitale

Etichette digitali? I consumatori europei sono favorevoli. È quanto emerge dal sondaggio della società di ricerche Appinio per conto di spiritsEUROPE, svolta su 5mila consumatori in cinque Paesi europei (Germania, Francia, Italia, Spagna e Repubblica Ceca), secondo **cui l'80% degli intervistati è abituato a scansionare le informazioni e oltre il 95% ritiene che sia un modo utile per ottenere informazioni**.

"I consumatori in tutta Europa vedono un chiaro valore ag-

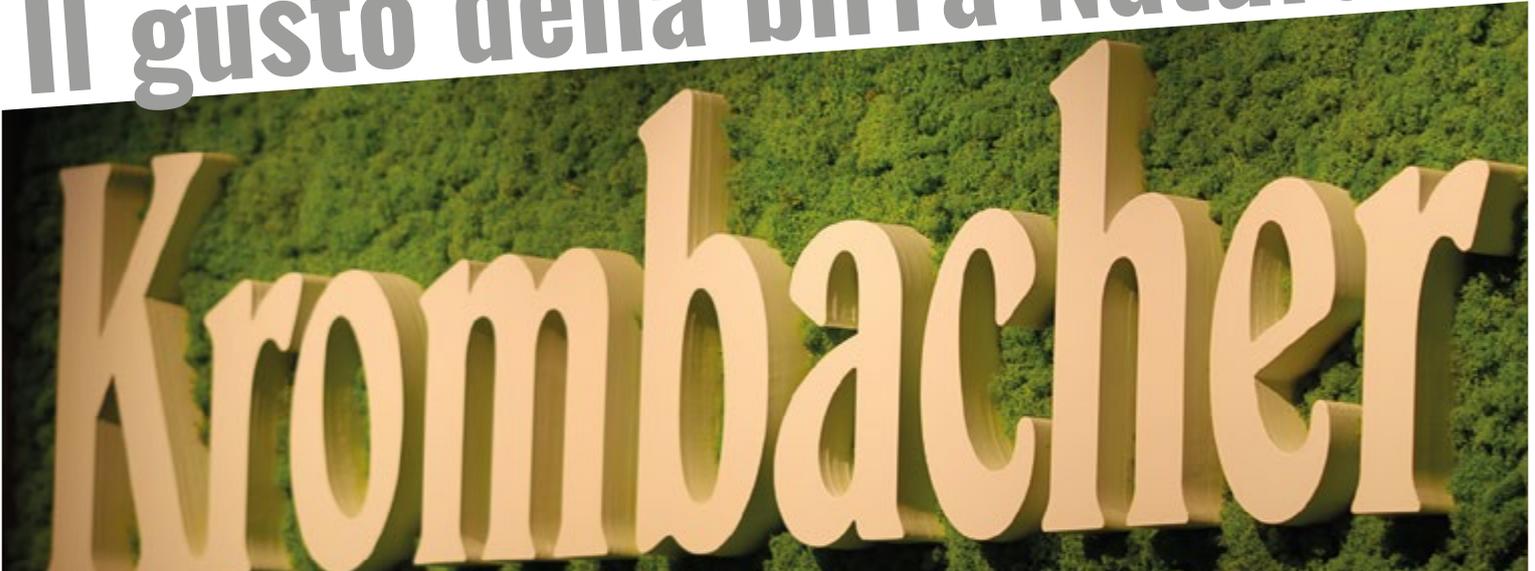
giunto nell'accesso alle informazioni sui prodotti tramite etichette digitali, ed è esattamente quello che fanno a migliaia ogni singolo giorno" ha affermato **Ulrich Adam**, direttore generale di spiritsEUROPE che, in vista della revisione dell'Ue sull'etichettatura di bevande e industria alimentare chiede alla Commissione europea di non perdere questa opportunità.

A tasl proposito, un anno fa, il settore dei vini e delle bevande alcoliche ha lanciato la piatta-

forma U-label, che consente ai consumatori di tutta Europa di accedere alle informazioni tramite la tecnologia del codice Qr. "Oggi" ha concluso Adam "le soluzioni di etichettatura digitale sono prontamente disponibili. Abbiamo solo bisogno di linee guida e regole politiche per sviluppare ulteriormente questo approccio innovativo e lungimirante e garantire che le informazioni digitali dei consumatori siano veritiere, affidabili e accurate".



Il gusto della birra Naturale.



EXPORT REGIONI. Le performance del primo semestre 2022: chi sale e chi scende. Segno meno per Trentino-Alto Adige e Liguria

Prosegue anche nel primo semestre dell'anno il momento positivo per l'export di vino italiano, dopo il +18,3% del primo trimestre. Tra gennaio e giugno 2022, **l'Italia ha esportato 3,78 miliardi di euro di vino, con un incre-**

Export vini gennaio-giugno 2022 (migliaia/euro)

Regioni	2021 quote %	2021 gen-giu	2022 gen-giu	var %
Piemonte	17,2	572.366	598.891	4,6
Valle d'Aosta	...	1.741	1.861	6,9
Lombardia	4	128.752	145.030	12,6
Trentino Alto Adige	8,6	304.427	301.778	-0,9
Veneto	35,1	1.141.853	1.355.492	18,7
Friuli Venezia Giulia	2,0	59.631	92.656	55,4
Liguria	0,3	13.692	7.771	-43,2
Emilia-Romagna	5,8	186.215	201.520	8,2
Toscana	15,9	535.954	624.418	16,5
Umbria	0,5	17.504	19.417	10,9
Marche	0,8	26.401	36.805	39,4
Lazio	1,2	42.440	47.226	11,3
Abruzzo	2,9	102.667	106.798	4,0
Molise	0,1	2.321	3.485	50,1
Campania	0,8	28.229	33.669	19,3
Puglia	2,5	86.691	100.513	15,9
Basilicata	...	1.868	1.896	1,5
Calabria	0,1	2.714	3.035	11,8
Sicilia	2,0	66.810	88.861	33,0
Sardegna	0,3	11.539	13.449	16,6
Regioni diverse e non specificate	...	973	845	-13,1
ITALIA	100%	3.334.790	3.785.417	13,5

fonte: Istat

mento del 13,5% sullo stesso semestre dell'anno 2021. Analizzando, su base Istat, l'andamento dei valori per singola regione, il Veneto conferma la prima posizione (con 1,35 miliardi di euro e un +18,7% a valore), seguito dalla Toscana (624 mln e +16,5%) e dal Piemonte (598 mln e +4,6%).

Le crescite percentuali più importanti si registrano per il Friuli-Venezia Giulia (+55,4%), il Molise (+50,1%), le Marche (+39,4%) e la Sicilia (+33%, con 88 milioni di euro esportati). In doppia cifra positiva (come si legge in tabella) anche Campania, Sardegna, Puglia, Lombardia, Umbria, Lazio e Calabria. Meno sostenute le progressioni per Emilia-Romagna, Abruzzo, Valle d'Aosta e Basilicata. Mentre sono due le regioni in terreno negativo: Trentino-Alto Adige (-0,9%) e Liguria (-43,2%). – G.A.

IMPRESE. Un piano di interventi grazie a Crédit Agricole Italia e Ismea

Si rafforza la collaborazione di Crédit Agricole Italia con Ismea per sostenere le imprese agricole, attraverso un piano comune di interventi, per fronteggiare i rincari dei costi energetici e delle materie prime. In particolare, le aziende che decidono di convertire il debito per cambiali agrarie e della pesca (Cap) emesse durante il periodo della pandemia da Covid e che necessitano di liquidità straordinaria per supportare i recenti rincari potranno accedere, previa valutazione del merito creditizio, a un finanziamento a medio lungo termine che consentirà di estinguere il 65% delle cambiali agrarie Ismea, convertendo il restante 35% in sovvenzione diretta, senza necessità di rimborso.

La garanzia U35

È la nuova garanzia Ismea rilasciata a fronte di finanziamenti bancari destinati alle Pmi agricole colpite dai rincari di energia e materie prime. Copre al 100% le operazioni di credito non superiori a 35mila euro e comunque entro il valore dei costi per l'energia del 2021. Ha durata fino a 10 anni, è gratuita e cumulabile con le altre garanzie Ismea.

PNRR. Pubblicato il bando da 500mln per la logistica agroalimentare

Dal 12 ottobre al 10 novembre, per le imprese agroalimentari italiane, **sarà possibile presentare domanda per le agevolazioni per lo sviluppo della logistica, attraverso la piattaforma di Invitalia** (www.invitalia.it). Il Mipaaf, dopo la firma del decreto del 13 giugno scorso, ha pubblicato il bando che mette a disposizione 500 milioni di euro nell'ambito della misura del Pnrr "Sviluppo logistica per i settori agroalimentare, pesca e acquacoltura, silvicoltura, floricoltura e vivaismo".

I programmi di investimento potranno riguardare la creazione di una nuova unità produttiva, l'ampliamento della capacità, la riconversione o la ristrutturazione di un'unità produttiva esistente, o l'acquisizione di un'unità produttiva. L'ammissibilità dei progetti è subordinata alla destinazione di una quota minima dell'investimento, alternativamente a ridurre gli impatti ambientali e alla transizione ecologica (almeno 32%) o alla digitalizzazione delle attività (27% dell'investimento).

Almeno il 40% delle risorse finanziarie progetti da realizzare in Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia.

3 FOGLIE
GAMBERO
ROSSOGOLD AWARD
NYIOOCGOLD AWARD
OLIVE JAPANPLATINUM
AWARD
BERLIN GOOAGOLD PRIZE
JOOPGOLD AWARD
DUBAIOOC

VINI&SCIENZA

Il centro di comando di ogni vite è nelle radici



Lo diceva il filosofo Democrito nel IV secolo avanti Cristo, che aveva in qualche modo immaginato che le radici sono in grado di "comunicare" con le foglie e i grappoli. Recentemente questo rapporto è stato dimostrato: avviene attraverso molecole piccole ma potenti come alcuni frammenti di RNA messaggero, che sono trasportate all'interno della pianta e sono in grado di silenziare l'espressione di alcuni geni, interferendo con la fioritura o assicurando maggiore resistenza agli stress. Questa relazione è legata alle caratteristiche genetiche del vitigno ma soprattutto del soggetto e dimostra che quindi la creazione di nuovi portinnesti sia fondamentale per rendere possibile una viticoltura davvero sostenibile, in grado di ridurre gli sprechi di acqua, fertilizzanti ed energia.

Partendo da queste considerazioni, la rete di imprese Wine Research Team ha intrapreso un progetto, realizzando 14 vigneti sperimentali sparsi in tutta Italia dove, dal 2017, sono monitorate le risposte vegeto-produttive di altrettante varietà e, dal 2019, sono microvinificate le relative uve. Sono messi a confronto quattro nuovi portinnesti (M1, M2, M3 e M4) dell'Università di Milano con i tradizionali come Kober 5 BB, SO4 ,110 R, 420 A. **I primi riscontri sperimentali hanno dimostrato che in annate siccitose come quella in corso le prestazioni produttive delle diverse varietà e la composizione dell'uva dipendono dalla scelta del portinnesto.** Importante è apparso peraltro anche il vigore dei vitigni deve essere considerato nella scelta dei portinnesti. Inoltre, le singole combinazioni vitigno/portinnesto richiedono una potatura e la gestione della chioma personalizzati per raggiungere l'equilibrio della pianta e ottimizzare la composizione del mosto. Anche al di fuori dell'Italia, la Spagna ha evidenziato per le varietà produttive quali l'Airen dei vantaggi produttivi su M2 e M4, in Ribera del Duero per il Tempranillo con M1 e M3 per la produzione di vini di alta qualità. L'M2 e l'M4 si stanno diffondendo anche in Nord Africa in sostituzione al 1103 P e il 110 R.

– **Attilio Scienza**, Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

501

Altitudo

monovarietale Itrana



AGRESTI 1902

Olivicoltura eroica, sostenibile, nutraceutica

agresti1902.it

FOCUS

COLLINE TERAMANE. La Docg abruzzese punta sul legame vino-territorio

a cura di Gianluca Atzeni

Quattrocentomila bottiglie medie annue, un potenziale da quasi 2 milioni di pezzi e uno spirito identitario che sta provando a rafforzarsi ulteriormente attorno alla Docg e al Consorzio di tutela, ente che riunisce 32 soci, con tre giovani aziende che hanno aderito nell'ultimo anno.

LA PROMOZIONE. Per il distretto delle Colline Teramane, dopo un periodo pandemico in cui si è lavorato a campagne di promozione basate sul dialogo con la stampa specializzata e il lancio dell'Anteprima, il 2023 registrerà un'ulteriore novità: "Oltre a riproporre l'appuntamento" annuncia il presidente **Enrico Cerulli Irelli** "stiamo costruendo un tour a tappe nelle principali città italiane, per instaurare un rapporto diretto con gli operatori e continuare a parlare alla stampa anche di life style". Un impegno che si combinerà, da un lato, con iniziative di incoming di operatori stranieri nel teramano, più che su iniziative dirette fuori confine dove oggi finisce il 40% della produzione e, dall'altro lato, con lo sviluppo di sinergie in materia di comunicazione congiunta e promozione assieme al grande Consorzio vini d'Abruzzo.

L'IDENTITÀ. La Docg Colline Teramane, che si fonda sul vitigno montepulciano d'Abruzzo, ha l'esigenza di distinguere, caratterizzare e specificare ulteriormente il legame vino-territorio e renderlo comunicabile. Rientra in questa strategia la stretta collaborazione con l'Università di Te-



ramo in materia di ricerca e innovazione: "Così come l'Alto Adige, la nostra è la provincia d'Abruzzo meglio identificabile dal punto di vista geografico. Dobbiamo sfruttare questo elemento, rafforzando il senso di identità di chi produce vino nelle nostre colline" spiega Cerulli Irelli "che vogliamo promuovere come improntate alla sostenibilità". **Oggi, un terzo delle aziende ha una certificazione sostenibile, mentre il 40% delle cantine pratica l'agricoltura biologica.** Pertanto, dopo i lavori sulla zonazione che risalgono al 2010, si ragiona oggi su tematiche come l'identità genetica delle viti, le peculiarità dei cloni, le proprietà nutrizionali del Colline Teramane Montepulciano Docg. "Stiamo anche predisponendo" aggiunge il presidente "uno studio sulla storia della vitivinicoltura moderna nel nostro territorio".

LA PRODUZIONE. La Docg ha un ricco potenziale da sfruttare, ma è necessario che le imprese investano e ci credano. "I 172 ettari rivendicati oggi a Docg potrebbero attingere a

quei 250 ettari attualmente rivendicati a Doc dai produttori", rileva Cerulli Irelli, ricordando gli spazi offerti dal disciplinare aggiornato del Colline Teramane Montepulciano d'Abruzzo Docg, che prevede una Docg di base (110 quintali/ettaro), un superiore (95 q/ha) e una riserva con lungo affinamento. Nel frattempo, **la vendemmia 2022 si annuncia con volumi quasi in linea con gli anni precedenti** (nel 2021 ci fu una lieve contrazione), grazie a provvidenziali piogge e temperature più basse registrate nelle ultime settimane, che hanno mitigato gli effetti del caldo e della totale assenza di precipitazioni.

In cifre

32 soci

172 ettari

400mila bottiglie

40% export

40% az. bio certificate

30% az. sostenibili certificate

fonte: Consorzio Colline Teramane

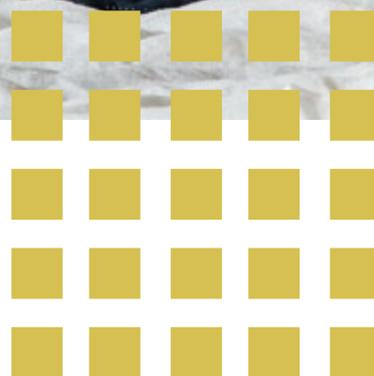
TESSERE DI MAESTRIA

MUSIVUM — *latino per "MOSAICO"* —

è un progetto di valorizzazione dei vigneti più pregiati del Trentino — Alto Adige, per dare vita a vini che esprimano al meglio l'incanto del territorio e la sua secolare arte di fare il vino.



Bevi Mezzacorona Responsabilmente



(MUSIVUM)

TESSERE DI MAESTRIA

MEZZACORONA

*I vini Musivum sono irripetibili, preziosi,
capaci di esprimere nel tempo profumi sempre
diversi e sorprendenti.*

www.mezzacorona.it



TOSCANA. Avito conferma Francesco Mazzei alla presidenza

Il superconsorzio toscano Avito sceglie di rinnovare la fiducia a Francesco Mazzei, attuale presidente del Consorzio vini Maremma Toscana. L'assemblea elettiva dell'Associazione vini toscani Dop e Igp, costituita nel 2016, **raggruppa 24 Consorzi in rappresentanza di circa 6.000 imprese**, per una produzione annua di circa 285 milioni di bottiglie, un giro di affari stimato inoltre un miliardo di euro e una quota export superiore al 60%.

“È necessario portare avanti la linea intrapresa” ha dichiarato il presidente *“e lavorare per dar voce a quella pluralità di esperienze che è il patrimonio della viticoltura toscana, ma anche per affrontare tematiche delicate che si potrebbero riflettere con conseguenze gravi sulla filiera”*. In particolare, secondo Mazzei, l'associazione deve schierarsi compatta in difesa della viticoltura *“di fronte alla guerra all'alcol portata avanti dall'Oms, che non tiene conto della cultura che sta dietro al prodotto vino e dei risvolti che tali provvedimenti avrebbero sull'economia di molti Paesi come l'Italia”*. Altro impegno di Avito sarà l'azione a difesa delle imprese *“dalla deriva speculativa sui prezzi di produzione, aggravati da quelli del settore energetico. Vanno concordate azioni per affrontare il cambiamento climatico”* conclude Mazzei *“che sta mettendo a dura prova le vigne, aggiungendosi alle criticità causate dalla fauna”*.

ROMA. La vigna del Colosseo entra a far parte degli Iter Vitis europei e vince il premio come miglior pratica enoturistica

Vento in poppa per il vigneto di Vi-

gna Barberini, impiantato nel cuore del Parco archeologico del Colosseo. La direttrice Alfonsina Russo ha, infatti, annunciato l'adesione all'itinerario Iter Vitis: uno degli itinerari culturali del Consiglio d'Europa nato per promuovere e preservare il patrimonio tangibile e immateriale europeo del vino e della viticoltura,



ra, valorizzandone la sua unicità nel mondo globalizzato. Ma non è finita. **Il 19 ottobre, a Santiago de Compostela, la Vigna sarà anche premiata come miglior pratica enoturistica legata all'archeobotanica all'interno degli Iter Vitis Awards 2022.**

Nell'area di Vigna Barberini - così denominata dall'omonima famiglia romana che nel XVII secolo ne deteneva la proprietà - due anni fa, grazie all'azienda Cincinnato, sono state messe a dimora le barbatelle della varietà Bellone, un vitigno antichissimo e autoctono che lo storico Plinio il Vecchio chiamava "uva pantastica", coltivato ancora oggi nelle province di Roma. Tale progetto è parte del più ampio programma PArCo Green che prevede differenti iniziative per la valorizzazione, anche in chiave sostenibile, dell'eccezionale ambiente monumentale e paesaggistico che il Parco racchiude.

PIEMONTE. Le novità di Barolo en primeur 2022

Torna con alcune novità, il 28 ottobre prossimo, Barolo en primeur, progetto della Fondazione cassa di risparmio di Cuneo e Fondazione Crc donare, in collaborazione con il Consorzio Barolo Barbaresco Langhe e Dogliani. Per l'asta del vino solidale, dopo l'ottimo de-



butto dello scorso anno (660mila euro devoluti a 17 cause benefiche), alle 15 barriques della Fondazione si aggiungono 1.200 bottiglie donate da oltre 70 produttori del Consorzio. **Sarà Michelangelo Pistoletto a firmare l'etichetta d'artista.**

L'obiettivo dell'iniziativa è finanziare 15 progetti di interesse sociale, ognuno abbinato alle 15 barriques che tra quattro anni si trasformeranno, ciascuna, in 300 bottiglie di Barolo della vendemmia 2021. Come per la prima edizione, l'appuntamento è duplice: venerdì 28 ottobre al Castello di Grinzane Cavour saranno battute da Christie's, in contemporanea con New York, 14 barriques della vendemmia 2021; la quindicesima barrique sarà battuta nel corso dell'Asta mondiale del tartufo bianco d'Alba, sempre a Grinzane Cavour e in live streaming con Hong Kong. A ogni barrique, inoltre, sarà annesso un Nft (Non fungible token), certificato di autenticità digitale.

Il 41esimo Premio Masi va a due istituzioni

Sono la Procuratoria della Basilica di San Marco a Venezia, "per il suo contributo alla preservazione dei valori della Civiltà Veneta", e il Great Wine Capitals Global Network (rete delle Grandi capitali del vino mondiali nata a Bordeaux nel 1999) "per l'attuale fondamentale contributo alla 'Civiltà del Vino'" i vincitori del 41esimo Premio Masi.

L'edizione che si celebra venerdì 14 ottobre, nell'anno della 250esima vendemmia nel Vaio dei Masi, è straordinaria perché conferisce solo due riconoscimenti con il Premio internazionale Grosso D'Oro Veneziano, la massima onorificenza assegnata dalla Fondazione Masi. A entrambe le istituzioni va la moneta aurea veneziana "per aver contribuito a diffondere un messaggio di cultura nel mondo, generando solidarietà, progresso civile e pace", ha spiegato la presidente della Fondazione Masi, Isabella Bossi Fedrigotti.

BRAND. Il polo Botter-Mondodelvino cambia nome e diventa Argea: previsti investimenti per 50 milioni di euro

a cura di Gianluca Atzeni

La sfida è di quelle importanti: competere sui mercati esteri e portare la qualità dell'Italia nel mondo. A circa un anno e mezzo dalla nascita, su iniziativa del fondo Clessidra, il polo Botter-Mondodelvino si presenta con un nuovo nome. Si chiamerà Argea, dall'unione delle parole arte e gea (terra): arte della terra. Considerando i conti economici, **si tratta del primo gruppo vitivinicolo privato italiano, con quasi 420 milioni di euro di ricavi nel 2021 (+18%), realizzati per oltre il 90% all'estero.** Il 2022 dovrebbe chiudere a quota 440 mln. La holding, partecipata e gestita dal fondo Clessidra (56% del capitale), dalle famiglie Botter (40,5%) e Martini (2%) e dal management (1,5%), ha annunciato con il suo ad, Massimo Romani, un piano di investimenti da 50 milioni di euro che consentirà di crescere sia in maniera organica sia con acquisizioni in Italia e all'estero: *"Vogliamo rappresentare una grande opportunità per il vino italiano"*.

Entro il 2025, Argea prevede di portare i ricavi da 420 a 550 milioni di euro, con uno sviluppo in Nord

In cifre
440 mln stima ricavi 2022
170 mln bottiglie
95% export
6 siti in 4 regioni
 oltre **500** collaboratori

America ed Europa che porterà i fatturati da 210 a 270 mln, con 220 milioni di bottiglie prodotte rispetto ai 170 mln attuali. Il piano prevede anche *"ingenti investimenti di marketing"*, ha annunciato il responsabile marketing, Enrico Gobino. Tra le azioni del piano, il consolidamento degli attuali mercati: Usa, Germania, Nord Europa e Far East. L'Horeca sarà un canale su cui agire: i ricavi di Argea, infatti, sono oggi legati a Gdo e retail per l'84%, con l'Horeca ad appena 14%, con un 1% di e-commerce stimato entro il 2025 a 30 mln di euro dai 5 attuali.

Il Gruppo ha 6 sedi produttive distribuite tra Romagna, Piemonte e Veneto, conta numerosi partner viticoli da Friuli-Venezia Giulia, Abruzzo, Puglia e Sicilia, e intende puntare sulla sostenibilità. L'intenzione è raggiungere in pochi anni gli obiettivi dell'Ue per il 2030. Previsti monitoraggio e promozione in tutte le aziende: da Barone Montalto, a Cuvage, da Ricossa a Poderi Dal Nespoli, Botter, Masseria Doppio Passo e al marchio Mondodelvino. Tutti elementi che contribuiranno a costruire quella *"massa critica indispensabile"* ha dichiarato Andrea Ottaviano, ad di Clessidra *"per competere su un mercato globale ogni giorno più complesso"*.

Genius in vino



Dagli studi e dalle osservazioni del Genio nascono i vini firmati con il **Metodo Leonardo®**, dove tutto il suo sapere prende corpo. Trovi la nostra selezione nei migliori supermercati e sul nuovo e-commerce.

Leonardo da Vinci

VINI ISPIRATI DAL GENIO



Leonardo da Vinci wines

www.leonardodavinci.it
shop.leonardodavinci.it

EVENTI. Il primo ottobre è la Giornata Nazionale dei Locali Storici

Torna sabato 1 ottobre la Giornata Nazionale dei Locali Storici, l'evento diffuso organizzato dall'omonima associazione, che vedrà alberghi, ristoranti, pasticcerie, confetterie e caffè cult di 16 Regioni svelare aneddoti, ricette e frequentazioni illustri a visitatori e curiosi. In totale, da Nord a Sud, sono previsti 100 appuntamenti tra degustazioni, visite guidate e iniziative culturali, con **Torino che conquista il titolo di capitale, con ben 13 locali coinvolti**.

La Giornata rilancia il tema dell'edizione 2022-2023 della Guida ai Locali Storici d'Italia, dedicata alla straordinaria resilienza degli oltre 200 locali cult del Belpaese. Sopravvissuti alle guerre mondiali e alle cannonate, a crisi economiche e a catastrofi naturali, i Locali storici d'Italia non si sono arresi alle difficoltà della pandemia e si confermano dimore senza tempo del fascino del Made in Italy. Inoltre, i Locali storici d'Italia supportano la Rete delle Comunità del Rito del Caffè espresso nel promuovere la candidatura dell'espresso italiano a patrimonio immateriale dell'umanità. In alcuni dei locali coinvolti sarà quindi possibile firmare per vedere riconosciuta la ritualità del caffè espresso patrimonio Unesco.

Per il programma completo www.localistorici.it; per le prenotazioni è necessario rivolgersi ai singoli locali aderenti.

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon, Tiziana Samari, Attilio Scienza

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Stefan Schauburger/Unsplash (cover)

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

FINO AL 1 OTTOBRE

❖ **FESTA DELL'UVA E DEL VINO DI CAREMA**
Carema (Torino)
comune.carema.to.it/

FINO AL 2 OTTOBRE

❖ **ANDAR PER CANTINE**
Ischia (Napoli)
prolocopanaischia.it

FINO AL 3 OTTOBRE

❖ **FESTA DELL'UVA E DEL VINO BARDOLINO**
Bardolino (Verona)
Lungolago e centro storico

FINO AL 22 NOVEMBRE

❖ **GIRO DEL MONDO CON IL LAMBRUSCO**
Torino, Milano, Firenze e Roma
gamberorosso.it/giro-del-mondo-con-il-lambrusco/

30 SETTEMBRE

❖ **VINO AL VINO**
Bertinoro (Forlì-Cesena)
fino al 2 ottobre
consorziovinidiromagna.it

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

8 OTTOBRE

❖ **MONZA IN VINO**
Monza
Reggia di Monza
fino al 9 ottobre
it-it.facebook.com/arteDelVino

8 OTTOBRE

❖ **GUSTUS - VINI E SAPORI DI VICENZA**
Vicenza
Conservatorio di musica Arrigo Pedrollo
Contra' San Domenico, 33
fino al 9 ottobre
gustus-vicenza.it

8 OTTOBRE

❖ **MILANO WINE WEEK**
Milano
fino al 16 ottobre
milanowineweek.com

10 OTTOBRE

❖ **WINE CUBE - A GREAT EXPERIENCE**
Milano
Spazio Antologico
via Mecenate, 84/10
dalle 10.30 alle 20.00
fino all'11 ottobre
partesaforwine.it

12 OTTOBRE

❖ **WEB SHOW ALLA SCOPERTA DEL CHIANTI CLASSICO**
con Rocca di Castagnoli
ore 16.30
sulla pagina Facebook del Gambero Rosso
facebook.com/ilgamberorosso/live

15 OTTOBRE

❖ **TRE BICCHIERI 2023 - DEGUSTAZIONE**
Roma
Palazzo dei Congressi
Piazza J.F. Kennedy, 1
dalle 16 alle 20
store.gamberorosso.it/it/eventi/892-4100-tre-bicchieri-2023-evento-degustazione.html#/25-sede-roma/1569-data-15_10_22

16 OTTOBRE

❖ **CHAMPAGNE EXPERIENCE**
Modena
Modena Fiere
fino al 17 ottobre
champagneexperience.it

CUVÉE 28

METODO CLASSICO.
EMOZIONE
CONTEMPORANEA.



Bevi Rotari responsabilmente.

Con i suoi 36 mesi di affinamento sui lieviti, Rotari Cuvée 28 ha i numeri giusti per farsi amare. Nato da sole uve Chardonnay coltivate sulle pendici più soleggiate del Trentino, ha un profumo intenso ed elegante di frutta gialla matura, oltre a un perfetto equilibrio tra struttura e acidità. Per una purezza che sboccia in ogni calice.

   [rotari.it](https://www.rotari.it)


ROTARI
TRENTODOC



THE BEST IN LOMBARDY EXPERIENCE

Il tour del gusto in Lombardia

Dodici appuntamenti che valorizzano
le diverse anime dell'enogastronomia lombarda

Antica Osteria Del Cerreto

Abbadia Cerreto (LO)

Bazzini - Canneto Pavese (PV)

Caffè La Crepa - Isola Dovarese (CR)

Il Sole di Ranco - Ranco (VA)

Lanterna Verde

Villa di Chiavenna (SO)

Locanda delle Grazie - Curtatone (MN)

Osteria del Cavolo

Monza (MB)

Osteria dell'Orologio - Salò (BS)

Osteria del Treno - Milano

Osteria Sali e Tabacchi

Mandello del Lario (LC)

Tira, Mola e Meseda - Como

Trattoria Visconti dal 1932

Ambivere (BG)

PER INFO E PRENOTAZIONI

www.gamberorosso.it/the-best-in-lombardy-experience/

In collaborazione con





PARITÀ DI GENERE

GIOVANNA PRANDINI – Ad Perla del Garda

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

Nella mia esperienza aziendale non ho trovato ostacoli per il fatto di essere donna. Semmai un po' di stupore da parte dei miei collaboratori in vigneto, quando ho deciso di estendere la direzione aziendale dalla cantina a tutta la filiera fino alla produzione delle uve. Nella mia storia io penso sia stato premiante aver avuto sin da subito un atteggiamento di ascolto nei confronti dei collaboratori con maggiore esperienza rispetto alla mia sugli aspetti agronomici. Sul piano commerciale devo riconoscere che il mercato è molto laico: il merito viene premiato quasi sempre, Soltanto sul piano culturale talvolta esistono ancora alcune reticenze.

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

Oggi sono presidente del Consiglio di amministrazione e nella mia attività ho sempre riconosciuto alle dipendenti donne condizioni di flessibilità coerenti con gli impegni familiari o scolastici dei figli. In cantina la capo ufficio e responsabile accoglienza è una giovane donna, mamma di due bambini.

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

Personalmente sono favorevole alle quote rosa. Nella mia esperienza il mercato è molto più onesto nel valorizzare il merito rispetto alle istituzioni che nominano per cooptazione. Prevedere pertanto una quota minima di donne in Parlamento o nel Consiglio di amministrazione di un ente plurale è probabilmente ancora oggi una necessità in Italia, perché ancora non è stata conseguita una cultura diffusa che riconosca pari dignità.

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

Mi capitò anni fa di essere invitata come relatrice ad un importante convegno: ero la più giovane dei relatori e per di più donna. Ricordo molto bene l'atteggiamento di supponenza di chi intervenne sul tema pri-



ma di me e la sorpresa di ascoltare una voce fuori dal coro. Uscii dal "mood" delle lamentele sul sistema Paese e sulla drammaticità delle migrazioni di giovani neolaureati all'estero, auspicando che si intervenisse sulla educazione civica dei giovani nonché sulla libertà di scelta per le giovani ragazze desiderose di approfondire gli studi in discipline Stem o di misurarsi con il mercato del lavoro in altri Paesi.

Dopo diversi mesi ricevetti una mail di una imprenditrice agricola che aveva letto le mie dichiarazioni sulla stampa e seguito con curiosità il mio percorso professionale. Quella lettera personale di ringraziamento mi commosse e fu uno dei doni più grandi del mio percorso lavorativo.

THE BEST IN LAZIO EXPERIENCE

Un Tour tra le Province

Dal 6 ottobre al 5 novembre

sei cene degustazione per scoprire i sapori del Lazio

IN ABBINAMENTO AI VINI DI

CASALE DEL GIGLIO®

PER INFO E PRENOTAZIONI

www.gamberorosso.it/the-best-in-lazio-experience/

LA CANTINA SI RACCONTA/Tenute del Leone Alato

V8+ alla scoperta delle bellezze di Trieste



LA STORIA

Si chiamano Toni, Piero, Carlo, Gino, Sandro, Berto e Lele: **7 nomi per 7 diverse tipologie di Prosecco sotto il brand V8+**. Si va dal pregiato Cartizze Docg al sofisticato Valdobbiadene Docg, passando per i Millesimati nelle diverse versioni dry e brut, fino ad arrivare alla tipologia rosata. Ce n'è per tutti i gusti. La linea, pensata per essere divulgatrice della cultura del Prosecco, nasce nelle Tenute del Leone Alato, lo spin-off vitivinicolo di Genagricola, holding agroalimentare del Gruppo Generali, che è anche la più estesa azienda agricola italiana, con oltre 8000 ettari coltivati sul territorio nazionale.

IL PACKAGING

Alla base del progetto V8+ la voglia di coinvolgere il consumatore, informandolo. Da qui l'idea di ricorrere al cosiddetto "packaging parlante". Sull'etichetta, infatti, vengono indicate i giorni di fermentazione, il metodo di produzione Martinotti, la tipologia del Prosecco, il grado zuccherino. Inoltre, a ciascuna delle sette referenze del Brand, corrisponde un colore e un nome proprio maschile, che ne rappresenta la personalità, mentre ogni capsula contiene una breve frase che suggerisce le caratteristiche del vino, quasi a voler instaurare un dialogo diretto con il consumatore.

GLI EVENTI

Dialogare con i winelover significa anche creare e a partecipare ai momenti di socialità. E per questo autunno V8+, dopo il successo di Milano Meraviglia e Verona Meraviglia, ha lanciato il suo progetto Trieste

V8+ in cifre

7 etichette

1,9 mln bottiglie

20% export

Meraviglia: un tour aperto che, **dal 3 al 9 ottobre, in occasione della settimana della Barcolana, propone un itinerario alla scoperta della città** in modo originale ed insolito. Sono 7 le meraviglie cittadine a cui corrispon-

dono altrettanti locali dove poter degustare un calice di bollicine, accompagnato da un finger food dedicato. L'iniziativa vuole farsi promotrice di bellezza e cultura, rendendole accessibili a tutti, proprio nello spirito di V8+, che con il suo storytelling informale e democratico, racconta le bollicine italiane che hanno conquistato il mondo.



Le grandi cantine della Sardegna



**ANTONELLA
CORDA**

di madre in vigna

S.S 466 KM 6,800 | 09040 SERDIANA (SU) | WWW.ANTONELLACORDA.IT | 070 7966300

La storia della Cantina Antonella Corda non può prescindere da quella della sua fondatrice. Un'infanzia vissuta tra le vigne, una famiglia di viticoltori da generazioni, una madre che le trasmette l'amore per la terra e un padre che le insegna la passione per il lavoro. Antonella eredita nel 2010 la tradizione di famiglia e prende le redini dell'azienda, trasformandola in un grande progetto, innovativo rispetto al suo passato: dar vita ad una boutique winery capace di produrre vini sardi pregiati per rappresentare nel mondo la terra di Serdiana.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Vermentino di Sardegna '20

Intenso e fragrante, questo Vermentino riunisce le essenze dei giardini del mediterraneo, fiori d'arancio, pompelmo, limone, salvia e capperi. Un'acidità vibrante contrasta i toni caldi e la sua morbidezza. Si abbina gradevolmente con primi piatti a base di pesce ed i crostacei. Ottimo come aperitivo servito con i capperi sotto sale.

Cannonau di Sardegna '19

Grazie all'uso di macerazioni delicate e al discreto impiego di botti non tostate, la finezza degli aromi varietali resta intatta. Ciliegia, lampone, mora, rosa e una delicata nota speziata di pepe bianco. La freschezza decisa si armonizza con le note calde e l'eccezionale morbidezza dei tannini. Ideale con carni rosse.



Ziru '19

Un complesso bouquet floreale, si sposa con una spiccata nota fruttata e minerale, uniti da un corpo inteso dai riflessi d'orati. Il tannino levigato dalla terracotta e l'acidità decisa si contendono la scena ad ogni sorso. Ideale con pesce crudo.

LE PROSSIME CENE DEGUSTAZIONE

23 SETTEMBRE 2022

10 Diego Vitagliano

DIEGO VITAGLIANO

Via Nuova Agnano, 1 - NAPOLI

☎ 081 1858 1919

13 OTTOBRE 2022

turno 1: ore 20.00 | turno 2: ore 22.00

180g Pizzeria Romana

JACOPO MERCURO

Via Tor de' Schiavi, 53 - ROMA

prenotazioni su

<https://180gpizzeriaromana.com/>

Pizza
& Falanghina

Tour

La Falanghina del Sannio
in abbinamento
alla pizza d'autore

Per partecipare è necessario contattare direttamente
le pizzerie ai recapiti indicati

Scopri i menu su
www.gamberorosso.it

RICERCA. Arriva il primo Champagne pensato per i viaggi nello Spazio



foto: Mumm

Quando si dice un vino spaziale. Maison Mumm, in collaborazione con Axiom Spa, ha presentato la prima bottiglia progettata per i viaggi nello spazio: il Mumm Cordon Rouge Stellar. Il lancio (per ora sulla Terra) è avvenuto all'International Astronautics Congress, ospitato all'Osservatorio di Parigi lo scorso 21 settembre.

Avviato nel 2017, il progetto ha portato il Mumm Cordon Rouge Stellar a raggiungere la conformità sia alle condizioni spaziali sia alle normative Aoc dello Champagne, prestando attenzione a particolari vincoli, come ad esempio il liquido gassoso in assenza di gravità, la pressione contenuta nella bottiglia, la compatibilità alimentare, l'utilizzo di specifici materiali. La bottiglia, quindi, è stata progettata per far fronte all'ambiente a gravità zero: realizzata in vetro, presenta un guscio in acciaio ed è

assicurata da un dispositivo di apertura-chiusura in acciaio inox, che le danno un aspetto da astronauta. Per quanto riguarda lo Champagne all'interno, il master of cellar Laurent Fresnet ha creato una miscela speciale tenendo conto del cambiamento dei parametri durante la degustazione nello spazio, puntando sul Pinot Nero (vendemmia 2016), integrato con altri vini di riserve. *"Il mio obiettivo"* ha spiegato *"era mantenere la freschezza e la potenza del Mumm Cordon Rouge e aumentare l'intensità dei suoi aromi con un maggiore invecchiamento e un liquore a dosaggio fatto con vini invecchiati in botti di rovere"*.

Prossimo step, prendere parte alle imminenti missioni Axiom nell'orbita terrestre bassa. Una nuova sfida tecnologica che contribuirà a scrivere la cultura terrestre nella nuova era che si sta aprendo a noi: i viaggi interstellari. Il tutto senza dover rinunciare ad un buon calice di vino.

GAMBERO ROSSO®



PODERE

CASISANO®

MONTALCINO · TOSCANA



Brunello on the road

da Roma a Torino

*Alla scoperta
del grande vino
di Montalcino*

6 OTTOBRE | Roma | Almatò
13 OTTOBRE | Milano | Locatelli Milano
10 NOVEMBRE | Firenze | Cibreo
17 NOVEMBRE | Torino | Opera

Per info e prenotazioni contattare direttamente i locali.

Scopri di più su: www.gamberorosso.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

Robert Princic – Azienda Gradis'ciutta

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

In questi ultimi anni la quota export è salita di molto. In passato si attestava sul 30%, ad oggi siamo arrivati al 55%. Il primo mercato export è quello Usa, seguono poi Germania, Belgio, Canada, Australia, Giappone, Svizzera, Olanda, Norvegia, Austria e Repubblica Dominicana.



2 Guerra, inflazione, aumenti dei costi, rallentamenti dei trasporti: in che modo state subendo le conseguenze?

Sicuramente non è un momento facile. Siamo usciti, forse, dal Covid ed è iniziata una guerra. Chiaramente il Covid ha inciso e continua a sbilanciare alcune dinamiche legate all'approvvigionamento di materie prime, ma anche la guerra in Ucraina sta facendo la sua, portando a speculazioni di vario genere, a partire dai costi di energia, che porta ad un aumento dei costi generalizzato su tutte le materie prime.

3 Come va con la burocrazia?

Va fatta una chiara distinzione fra quelli che sono i mercati comunitari ed i mercati extra Ue. Se nei primi si hanno delle regole pressoché uniche, i mercati extra Ue hanno un panorama molto più variegato. Abbiamo riscontrato in particolare nei mercati più piccoli e, soprattutto, in quelli meno maturi, una ampia gamma di modelli e richieste di analisi diverse per ciascun Paese, che di certo non semplificano il lavoro.

4 Come sono cambiati l'atteggiamento e l'interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano?

L'interesse dei consumatori stranieri nei confronti del vino italiano non è mai mancato, ma anzi si posiziona sempre in modo stabile fra i prodotti più ricercati nel mondo del vino. Quello che posso dire è che negli ultimi anni sta aumentando l'interesse verso le varietà autoctone o meno conosciute: laddove prima erano poche varietà a fare da padrone assoluto, oggi vediamo un aumento di interesse continuo, nel nostro caso, per la ribolla gialla ed il friulano.

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

In passato le dimensioni della azienda, più piccole, mi consentivano di gestire tutto autonomamente. Oggi l'azienda è cresciuta ed è presente sui principali mercati globali; pertanto, mi avvalgo della collaborazione di un "export manager" giovane e cresciuto all'interno dell'azienda. Ho sempre creduto che bisognasse investire sulla crescita e la formazione dei propri dipendenti, in questo come in altri casi.

❖ Azienda Gradis'ciutta - San Floriano del Collio - Gorizia
gradisciutta.eu

NEL PROSSIMO NUMERO
TENUTA L'IMPOSTINO

LIMITARE I VOLUMI PER FAR CRESCERE IL VALORE?

 a cura di Tiziana Sarnari



foto: Agrintesa

Con un'annata da 50 milioni di ettolitri, adesso l'Italia deve trovare una strategia per guadagnare spazio nelle fasce più alte di mercato. Anche se si tratta di rivedere le scelte vendemmiali. L'export dei sei mesi è andato meglio dei competitor. Intanto le prime battute della campagna di commercializzazione 2022/23 evidenziano i primi cali



C'è gran fermento nel mondo del vino e non poteva essere diversamente visto il periodo dell'anno e la situazione economica che pesa come un macigno.

Con settembre, sono arrivate puntuali le previsioni produttive elaborate da Ismea, Assoenologi e Uiv ([vedi approfondimento del 15 settembre](#)), proponendo uno scenario probabilmente inatteso fino a qualche settimana prima. Si è arrivati, infatti, alla vigilia della vendemmia 2022 con grande apprensione, a causa degli ormai cronici mutamenti climatici e di un andamento meteorologico molto incerto, che ha creato anche in territori limitrofi importanti differenze qualitative e quantitative. A riportare la situazione su un piano decisamente più ottimistico sono arrivate le piogge di agosto che, in taluni casi, hanno cambiato radicalmente il quadro previsionale. Da tenere in considerazione anche l'entrata in produzione dei nuovi impianti e le scelte vendemmiali fatte.

I 50 milioni stimati, alla luce di quanto accade a Francia e Spagna, permette all'Italia di detenere saldamente il primato produttivo mondiale. Il Paese transalpino, infatti, sembrerebbe attestarsi a 44 milioni di ettolitri (+16%), mentre la produzione iberica potrebbe fermarsi poco sopra la soglia dei 35 milioni di ettolitri con un calo del 12% sull'anno prima. Tenendo conto anche delle flessioni di Portogallo e Germania a livello Ue, quindi, non ci si dovrebbe discostare molto dai livelli dello scorso anno mentre nell'Emisfero Sud i dati della vendemmia della primavera scorsa indicano una decisa flessione.

COME CREARE VALORE?

L'Italia, quindi, è ancora leader mondiale nella produzione. Statisticamente, quindi, è un'altra medaglia ma praticamente questa leadership cosa comporta? Poco o nulla, sembrerebbe, perché il problema vero resta il mercato e la capacità di creare valore o, meglio, di aumentare il valore delle produzioni nostrane. Da considerare, che l'Italia resta ancora molto lontana dalla Francia in termini di valore delle esportazioni: 8 euro in media per il vino francese a fronte dei 3.6 euro di quello italiano. Su questo, **molti si stanno già interrogando da tempo e ci si chiede se non fare una seria riflessione nell'adozione di scelte vendemmiali che limitino i volumi.** Da una parte, quindi, c'è da elaborare una strategia commerciale di medio termine, che possa permettere all'Italia di guadagnare spazio nelle fasce più alte di mercato, soprattutto in quelli esteri e, dall'altra, su politiche di contenimento delle produzioni. Sulle sorti del mercato, infatti, pesano anche le scorte che, in attesa del dato ufficiale delle dichiarazioni di giacenza al 31 luglio, Cantina Italia »

» colloca a 47,5 milioni di ettolitri rispetto ai 45,3 milioni del 2021.

I PREZZI DI INIZIO CAMPAGNA 2022/23

Intanto, **le prime battute della campagna di commercializzazione 2022/23 evidenziano per il vino italiano un lieve calo soprattutto sul mercato dei comuni**, proseguendo un po' sulla scia di quanto è accaduto negli ultimi mesi della campagna precedente. Segnali di stanchezza nelle contrattazioni dei vini da tavola si erano già avuti alla fine della primavera con problemi dovuti alle difficoltà di gestire ritiri a singhiozzo di merce di fatto già venduta. Il mercato non è ancora entrato nel vivo. Nelle uve è difficile trovare un punto di intesa tra domanda e offerta, soprattutto nella fascia non coperta dalla cooperazione, mentre sul vino si fa ancora un po' di difficoltà in alcune piazze a definire un prezzo di "inizio" campagna.

Mentre l'attuale mercato italiano sembra essere, quindi, su fondo cedente, con acquirenti che restano alla finestra per capire meglio lo sviluppo futuro, in Spagna i listini seguono la più classica delle leggi dell'economia. A una minor disponibilità si sta rispondendo, infatti, con una lieve crescita dei prezzi sia sui rossi che sui bianchi. Anche sulle Igt italiane si cominciano a registrare ribassi a partire da Emilia, Puglia e Lazio, mentre in Toscana e Veneto si evidenziano dei lievi rincari. Sulle Dop è ancora presto per fare delle considerazioni, perché le contrattazioni difficilmente coincidono con l'inizio della campagna.

Passando ad analizzare la domanda, si evidenzia una buona tenuta dell'export mentre, sul fronte consumi, si osserva una decisa frenata degli acquisti nei canali della Distribuzione moderna, complice anche l'ormai totale riapertura dell'Horeca.

L'EXPORT IN UN CONTESTO DI CRISI

In tema di export, i primi sei mesi del 2022, secondo elaborazioni Ismea su dati Istat, mostrano una sostanziale stabilità dei volumi a fronte di una crescita del 14% dei valori, che ha portato a introiti pari a 3,8 miliardi euro che fanno ben sperare in un ulteriore record a fine anno. Da segnalare comunque che il secondo trimestre ha rallentato notevolmente la domanda estera di vino italiano se messo a confronto con i primi tre mesi. L'effetto aumento dei costi, già in atto da tempo, combinato con l'invasione Ucraina da parte della Russia, hanno rappresentato un mix deleterio per gli scambi. A trainare l'export in volume sono ancora una volta gli spumanti (+11% in volume e +26% in valore) con il Prosecco in prima linea (+13% in volume e +29% in valore) ma anche l'Asti e le altre bollicine dop sembrano difendersi bene. In termini quantitativi, invece, hanno sofferto un po' i vini comuni e i vini fermi Dop, mentre per i fermi Igp si ha un +4% in volume.

SEMESTRE ITALIA MEGLIO DI FRANCIA E SPAGNA

Intanto, sempre in un'ottica di confronto con i principali competitori si segnala che la performance dell'Italia fuori confine sembrerebbe essere la migliore, combinando volumi e valori. Nei primi sei mesi del 2022, infatti, la Francia ha incassato 5,9 miliardi di euro, con una progressione del 13% sullo stesso periodo dell'anno precedente, spedendo fuori dai propri confini nazionali 7,2 milioni di ettolitri, il 3% in meno rispetto al primo semestre 2021. La perdita in volume della Spagna è, addirittura, a doppia cifra, -12% con un incremento del valore del 4%. ❖

Prezzi alla produzione dei vini da tavola in Italia e Spagna (euro/ettogrado)



fonte: Ismea per l'Italia e Semana Vitivinícola per la Spagna; prezzi alla produzione, prodotto sfuso in cisterne, iva esclusa.

Export italiano per segmenti qualitativo

Ettolitri			
	gen-giu '21	gen-giu '22	Var. %
Dop	5.384.730	5.514.647	2,4%
Fermi	3.275.917	3.193.095	-2,5%
Frizzanti	315.868	317.561	0,5%
Spumanti	1.792.945	2.003.991	11,8%
Igp	2.669.047	2.676.989	0,3%
Fermi	2.242.377	2.325.118	3,7%
Frizzanti	390.124	321.610	-17,6%
Spumanti	36.546	30.262	-17,2%
Comuni	1.994.555	1.907.542	-4,4%
Fermi	1.544.920	1.449.366	-6,2%
Frizzanti	193.192	180.864	-6,4%
Spumanti	256.444	277.311	8,1%
Varietali	262.436	288.663	10,0%
Fermi	196.884	219.078	11,3%
Frizzanti	7.895	11.232	42,3%
Spumanti	57.657	58.353	1,2%
Altre			
Dop+Igp	39.882	46.603	16,9%
Mosti	113.378	69.345	-38,8%
TOTALE	10.464.026	10.503.789	0,4%

Migliaia di euro			
	gen-giu '21	gen-giu '22	Var. %
Dop	2.167.314	2.524.191	16,5%
Fermi	1.411.244	1.568.629	11,2%
Frizzanti	84.058	99.793	18,7%
Spumanti	672.013	855.769	27,3%
Igp	782.372	846.143	8,2%
Fermi	687.902	764.148	11,1%
Frizzanti	83.640	70.905	-15,2%
Spumanti	10.829	11.089	2,4%
Comuni	263.079	291.403	10,8%
Fermi	149.060	158.555	6,4%
Frizzanti	35.363	41.046	16,1%
Spumanti	78.656	91.802	16,7%
Varietali	52.821	60.772	15,1%
Fermi	32.718	38.909	18,9%
Frizzanti	2.530	2.778	9,8%
Spumanti	17.572	19.085	8,6%
Altre			
Dop+Igp	39.147	43.984	12,4%
Mosti	28.954	18.389	-36,5%
TOTALE	3.333.686	3.784.882	13,5%

fonte: Ismea su dati Iscat



VINVENTIONS

WEBINAR
SERIES

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

Iscriviti gratuitamente

Venerdì 25 febbraio
alle ore 14:00



BIOLOGICO: L'ITALIA PRODUCE TANTO, MA SPENDE POCO

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Bene l'export, con il vino che vale il 19%, ma arrivano i primi segnali di rallentamento nell'off trade, dopo il boom del periodo pandemico. Intanto, Nomisma indaga sulle previsioni di fatturato delle imprese: il 40% di quelle vitivinicole si aspetta una crescita nell'Horeca



Momento delicato per il settore del biologico sia italiano sia europeo. Il caro energia e la conseguente e generalizzata inflazione stanno inducendo questa promettente categoria agroalimentare a rimodulare le strategie e adattarsi alla nuova congiuntura economica. Dopo il buon momento vissuto tra 2020 e 2021, nel periodo più duro della pandemia da Covid, sull'onda delle forti spinte salutistiche e ambientaliste, una riduzione del potere d'acquisto dei consumatori sta determinando qualche segnale di rallentamento e la necessità di rilanciare la comunicazione, attraverso nuove iniziative che rafforzino la percezione sul valore del marchio di questi prodotti premium. L'Unione europea, che annualmente registra un giro d'affari del biologico pari a 44,4 miliardi di euro (2021), ha scelto di insistere su campagne che riguardino l'alta qualità dei prodotti agricoli. **L'obiettivo della strategia Farm to fork, come è noto, è raggiungere il 25% di superficie coltivata entro il 2030.** E l'istituzione da parte della

Commissione Ue della giornata del biologico (celebrata il 23 settembre scorso) rientra nel programma del Piano d'azione europeo per il bio.

IN CALO L'OFF TRADE

In Italia, nei 12 mesi terminanti a luglio 2022, le vendite alimentari biologiche nel mercato interno (consumi fuori casa e consumi domestici) hanno toccato i 5 miliardi di euro e rappresentano il 3,5% delle vendite al dettaglio biologiche mondiali. I consumi fuori casa (away from home) hanno fatto da traino alla crescita, superando il miliardo di euro: +53% sul 2021 grazie sia alla ristorazione collettiva (+20%) sia alla ristorazione commerciale (+79%). Dopo anni di crescita, invece, i consumi domestici (at home) segnano una flessione dello 0,8% a valore (con 3,9 miliardi di euro) sullo stesso periodo del 2021.

Top 10 mercati bio (% sul giro d'affari)

- 41 Usa
- 12 Germania
- 11 Francia
- 8 Cina
- 4 Canada
- 3 Italia
- 3 Svizzera
- 2 Uk
- 2 Spagna
- 14 Altri

fonte: Nomisma

Considerando i canali, secondo dati Nomisma resi noti al recente Sana di Bologna, a soffrire è la rete di negozi specializzati: -8% rispetto allo stesso periodo 2021, il cui fatturato scende sotto il miliardo di euro. La distribuzione moderna (che rappresenta il 57% del mercato) si mantiene sulle dimensioni del 2021 (+0,8% a valore, a 2,26 mld euro) mentre crescono del 5% (a 761 mi- >>



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



» lioni di euro) gli altri canali (vendita diretta in mercatini e aziende, gruppi di acquisto solidale, farmacie, parafarmacie ed erboristerie).

EXPORT IN SALUTE: IL VINO PESA PER IL 19%

Guardando oltre confine, continua la crescita dell'export bio Made in Italy: +16% rispetto allo scorso anno, a 3,4 miliardi di euro di vendite. Rispetto al 2008, la progressione è del 181%. L'incidenza dell'export bio sul totale agroalimentare dell'Italia nel 2022 è del 6%, rispetto al 3,8% di dieci anni fa. **Considerando il ruolo dei prodotti, il vino resta una voce preponderante.** *“Gran parte delle esportazioni, l'81% del totale, riguarda il food per un valore di 2,7 miliardi di euro nel 2022, anno terminante a giugno 2022, con un +16% rispetto al 2021”* rileva **Emanuele Di Faustino**, senior project manager Nomisma, che si sofferma sul ruolo del vino: *“È rilevante e pesa per il restante 19% dell'export bio, ossia una quota ben maggiore di quanto avviene con l'export agroalimentare in generale, dove l'incidenza del wine è del 13%”*. In termini assoluti, si tratta di 626 milioni di euro di vino bio Made in Italy venduto sui mercati internazionali, con una crescita del 18% sul 2021 (quando era a 533 mln euro) e una quota sul totale dell'export vitivinicolo italiano dell'8%, rispetto al food (fresco + trasformato) che si colloca più in basso, al 6%.

I CLIENTI DEL FUTURO

La fotografia dei Paesi acquirenti del food&wine bio italiano, secondo un'indagine condotta tra luglio e agosto 2022 da Nomisma per Ice e Federbio (campione di 290 imprese alimentari e vitivinicole), vede in testa la Germania col 63 per cento. A seguire, la Francia (46%) e Benelux (34%). **Per il vino, in particolare, il mercato tedesco prevale ancora una volta (67%), seguito dai Paesi Scandinavi (61%),** che apprezzano da sempre il vino bio italiano, e dal Benelux (59%). Nell'extra Ue, guidano la classifica Svizzera, Stati Uniti e Regno Unito sia per il food sia per il wine, per il quale risultano strategici, scrive Nomisma, anche Canada e Giappone.

Guardando al futuro, per le imprese intervistate, i Paesi più promettenti in chiave export di alimenti bio, nel prossimo triennio, saranno Germania (56%), Nordics (32%) e Stati Uniti (25%). Per il vino, in particolare, Nordics (58%), Stati Uniti e Canada entrambi citati da un terzo delle aziende.

LE STIME SUI FATTURATI: VINO TRAINANTE

In materia di fatturato, le previsioni delle aziende bio italiane, secondo Nomisma, vedono nell'export un elemento trainante. **Il 50% delle aziende food bio, in**

I numeri del bio in Europa

In Europa, nel 2021, si contano quasi 15 milioni di ettari di superficie coltivata con agricoltura biologica, il 9,2% della superficie agricola europea utilizzata (sau). In tutto il mondo, sono 75 milioni di ettari gli ettari coltivati (l'1,6% della sau), con un mercato da 120,6 miliardi di euro, di cui 44,4 nella sola Europa, dove operano 350mila aziende. **L'Italia conta 2,2 milioni di ettari di agricoltura biologica e vanta una delle più alte percentuali di superfici coltivate: il 17,4% sul totale nazionale.** Gli operatori sono oltre 86mila (il 6,8% sul totale degli agricoltori) e il giro d'affari delle vendite supera i 5 miliardi di euro. Il trend generale su lungo termine è crescente. Rispetto al 2010, quando era di 1,1 mln/ha, la superficie italiana è aumentata del 96%, così come sono aumentati gli operatori (+5,4% sul 2020) e la dimensione del mercato che, rispetto al 2012, segna una progressione del 132%.

particolare, prevede di aumentare nei prossimi 12 mesi il fatturato estero. E tale quota sale al 75% con riferimento al vino. Sul mercato interno, almeno per il food, le previsioni sono più contenute: nelle aziende alimentari, il 23% si aspetta un aumento delle vendite nella ristorazione (26% nel caso della Gdo). Diverso il discorso del vino: ben 4 aziende vitivinicole su 10 prevedono una crescita del fatturato in Horeca, mentre 3 imprese su 10 prevedono un aumento delle vendite nella grande distribuzione organizzata.

IN ITALIA SPESA BIO SOTTO LA MEDIA EUROPEA

Il quadro generale, al di là dei buoni risultati, resta però complesso. Un particolare elemento di criticità per il settore è legato alla spesa pro capite. Nonostante il biologico sia presente sulle tavole di 23 milioni di italiani e nonostante la forte crescita dal 2012 a oggi, pari a 10 milioni di famiglie che almeno una volta hanno acquistato bio nell'ultimo anno, la spesa pro capite italiana per il biologico resta molto bassa. **I 64 euro all'anno sono nettamente inferiori a quelli di mercati come Svezia (418 euro pro capite) Danimarca (383 euro), Francia (188), Germania (180).** La media Ue è di 84 euro, quella mondiale di 16 euro pro capite.

“Siamo buoni produttori (17% dei terreni, rispetto alla media europea ferma al 9%), bravi esportatori (+16%), primi al mondo alla pari con gli Stati Uniti, ma possiamo migliorare dal punto di vista dei consumi, cresciuti di un solo 5% con una buona spinta del comparto fuori casa. »

» *Formazione, comunicazione e ricerca saranno al centro delle nostre azioni per favorire lo sviluppo del settore*” è stato il commento del presidente di AssoBio, **Roberto Zanoni**, che ha lanciato al Sana “La settimana del Bio”, in programma nella primavera 2023 in tutte le catene della grande distribuzione e dello specializzato, insieme alla ristorazione. “In coerenza con questo, ci auguriamo” ha proseguito “che venga creata al più presto una piattaforma di tracciabilità validata dal Mipaaf, per rendere trasparente, anche al consumatore, il percorso dei prodotti bio dal campo alla tavola. Le emergenze e la guerra non possono essere un pretesto per fare clamorosi passi indietro e allontanarci dal percorso virtuoso che abbiamo costruito finora”.

Biologico e carte dei vini

Un'indagine Nomisma dell'estate 2022 (campione di 250 esercizi) evidenzia che quasi 8 ristoranti su 10 e 6 bar su 10 utilizzano ingredienti biologici, soprattutto latte, ortofrutta, farine e uova. Estremamente diffusa la presenza di vini bio nella carta dei vini: **l'85% dei ristoratori e più di 7 baristi su 10 affermano di proporre almeno un vino bio**. A spingerli a possedere prodotti bio è principalmente una scelta etica (62% ristoratori e 38% baristi). Più della metà dei ristoratori e il 35% dei baristi usa prodotti bio perché conferiscono innovatività e distintività al locale grazie al posizionamento premium e le caratteristiche organolettiche. Tra i motivi, anche il crescente interesse dei clienti: 25% ristoratori e 34% dei baristi.

La prossima sfida è la formazione. Un ristoratore su 4 e il 41% dei baristi ritengono di non possedere abbastanza informazioni su metodo di produzione e caratteristiche dei prodotti bio. Le modalità di controllo sui prodotti, i benefici sul benessere degli animali e le caratteristiche di sostenibilità sono i temi su cui ristoratori e baristi ritengono di doverne sapere di più. I baristi chiedono visite ai luoghi di produzione (23%) o degustazioni proposte dai fornitori (22%), mentre i ristoratori preferirebbero una formazione diretta da parte dei produttori (24%).

Nei prossimi anni, il mondo Horeca vedrà crescere l'interesse dei clienti nel comprendere le caratteristiche degli ingredienti (23% ristoratori e 20% baristi) e aumenterà l'attenzione alla sostenibilità, perché i consumatori saranno sempre più attenti all'impatto ambientale dei prodotti che consumano. La principale barriera per il successo del bio è il costo del prodotto: 4 ristoratori su 10 ritengono che sia troppo elevato.

Secondo **Maria Grazia Mammuccini**, presidente FederBio, la decisa crescita dell'export conferma la scelta fondamentale di inserire il marchio Made in Italy bio nella legge recentemente approvata dal Parlamento: “*La qualità del cibo italiano, intesa anche come identità e legame con i territori attestata dalle denominazioni di origine, si sposa perfettamente con il biologico. Lo conferma il significativo incremento delle vendite all'estero di vino bio che, con +18%, registra un tasso di crescita superiore alla media di tutti gli altri prodotti bio esportati. Il vino è un esempio eccellente di come si crei valore abbinando la denominazione di origine col marchio biologico*”. Secondo la federazione italiana, occorre tenere presente anche le attuali criticità. “*Non possiamo puntare tutto il nostro impegno sull'export, dobbiamo stimolare un investimento strategico per rilanciare anche il mercato interno. Inoltre, vanno sostenute le imprese bio, in questo momento difficile che vede, oltre a un aumento vertiginoso dei costi di energia e materie prime, anche una difficoltà nell'approvvigionamento e nella logistica*”.

COMUNICAZIONE E PROFILO BIO: LE SFIDE APERTE

Definire il profilo di sostenibilità del biologico e costruire una comunicazione chiara sui valori che il bio interpreta sono le sfide aperte e le strade da percorrere “*soprattutto in uno scenario evolutivo dove le famiglie stanno rimodellando gli schemi di acquisto spinti dalla dinamica inflattiva*”, ha avvertito **Silvia Zucconi**, responsabile market intelligence di Nomisma.

L'istituto ha realizzato per Sana 2022 un monitoraggio che ha individuato alcune aree di lavoro per incrementare conoscenza, consapevolezza e interesse verso la categoria. Quasi 6 consumatori su 10 vorrebbero avere informazioni più dettagliate su caratteristiche, metodo di produzione e valori nutrizionali degli alimenti biologici. Nello specifico, il 58% vuole sapere di più sui benefici che il prodotto può apportare a dieta e salute; la stessa percentuale chiede anche ulteriori dettagli sulla distintività del bio rispetto al metodo convenzionale. Più di 6 consumatori su 10, inoltre, vogliono avere informazioni più dettagliate sul contributo alla sostenibilità (ambientale, sociale ed economica) legate al bio. Considerando, poi, il mercato interno, il successo del bio sarebbe legato ad alcune azioni definite fondamentali, come disporre di informazioni chiare sull'origine delle materie prime e sulle caratteristiche del marchio, come spiega Zucconi, che illustrino ai consumatori gli elementi distintivi del bio in modo semplice ed efficace. Secondo Nomisma, oltre metà (52%) degli utenti chiede alle istituzioni (italiane ed europee) di intervenire con una campagna di comunicazione e di coinvolgere le giovani generazioni con meccanismi di apprendimento »

» in ambito scolastico e sperimentazione del prodotto nelle mense scolastiche.

L'APPELLO DELLE ASSOCIAZIONI

La necessità di agire in fretta e meglio è condivisa anche dalle organizzazioni dei produttori. Alleanza delle cooperative punta sulla necessità di procedere al più presto con campagne di comunicazione per famiglie e giovani *“e per tutti coloro che, per mancanza di conoscenza o scetticismo, non hanno ancora mai comprato bio”*.

Per Confagricoltura, l'adozione del Piano d'azione nazionale sul biologico deve essere un'occasione per aumentare la competitività delle filiere e garantire un'equa remunerazione e redditività alle aziende. **Col-diretti, dal canto suo, attende l'introduzione del logo del bio Made in Italy**, previsto dalla legge 23, approvata dal Parlamento quest'anno e chiede che sia applicata con urgenza la riforma del sistema di certificazione europeo per il bio, che rende più stringenti i controlli alle importazioni da Paesi terzi.

REGIONI IN RITARDO

Tuttavia, anche le Regioni dovranno fare la loro parte evitando i ritardi e il rischio di far camminare l'Italia

23 settembre:

la prima giornata europea

Promossa da Ifoam Oe e istituita dalla Commissione europea, la “Giornata europea del biologico” ha celebrato il 23 settembre il suo esordio nel calendario agroalimentare. Una data non casuale, come ha spiegato lo stesso commissario all'Agricoltura, Janusz Wojciechowski, perché coincide con l'equinozio d'autunno, per ricordare l'indispensabile equilibrio quando si lavora con la natura.

a due velocità rispetto all'obiettivo del 25% di superficie coltivata entro il 2030. Ben 9 Regioni (Basilicata, Calabria, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Umbria e Sardegna) hanno destinato al biologico meno dei 90 milioni previsti dal recente accordo siglato in Conferenza Stato-Regioni. *“Mentre le organizzazioni agricole attendono la nuova versione del Piano strategico nazionale per la Pac”* è l'invito di Confeuro *“è importante che tutte diano il loro contributo alla transizione ecologica della nostra agricoltura”*. ❖

L'informazione

Quando fa la spesa per sé e per la famiglia ritiene di avere tutte le informazioni necessarie per valutare le caratteristiche dei prodotti biologici?

	No	Sì ma vorrei saperne di più
Sostenibilità dei prodotti bio	25%	64%
Differenze tra bio e convenzionale	26%	58%
Benefici per dieta e salute	24%	58%
Tracciabilità	30%	56%
Legame tra protezione ambientale e dieta	29%	55%
Controlli sui prodotti biologici	35%	52%

fonte: Nomisma Consumer survey per Sana 2022

Bio e distribuzione moderna

Nella distribuzione moderna, ipermercati e supermercati veicolano la maggior parte delle vendite bio: 1,4 miliardi di euro a luglio 2022 (dati NielsenIQ), in leggero calo sullo scorso anno (-2%). Al secondo posto per dimensioni i discount, con vendite di bio a 272 milioni di euro, in crescita del +14% rispetto all'anno precedente. Al terzo posto, i liberi servizi con 159 milioni di euro e un segno negativo (-4,6% anno terminante luglio). Come nel 2021 anche nel 2022 gli specialisti drug mostrano segno positivo (+5,7%). L'e-commerce continua a crescere, ma con ritmi minori rispetto allo scorso anno (+5%, stima Nomisma), e vendite per 78 milioni di euro.

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice

S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	Var% settimanale -4,02	Var% inizio anno -4,78
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	Var% settimanale -0,58	Var% inizio anno -14,04
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	Var% settimanale -3,52	Var% inizio anno -11,91

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-0,57	-5,98	-3,89	647
Campari	Italia	-1,07	-29,55	-25,22	10.519
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-1,85	-23,19	-22,51	37
Marr	Italia	-6,72	-47,88	-50,23	655
Newlat Food	Italia	-10,84	-23,31	-22,14	224
Orsero	Italia	-3,29	24,05	51,86	259
Valsoia	Italia	-5,71	-32,80	-34,00	99
Anheuser Bush I	Belgio	-3,97	-10,73	-6,29	82.455
Danone	Francia	-2,21	-11,27	-18,29	32.731
Pernod-Ricard	Francia	-0,14	-12,81	-4,08	47.565
Remy Cointreau	Francia	-2,11	-19,95	1,84	8.830
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-7,11	-7,25	-11,20	2.509
Dsm	Olanda	-2,60	-43,18	-35,75	19.663
Heineken	Olanda	1,01	-8,82	-0,29	51.920
Jde Peet S	Olanda	-0,27	9,82	11,71	14.961
Ebro Foods	Spagna	-3,63	-8,89	-7,57	2.366
Viscofan	Spagna	-0,62	-1,58	-3,03	2.604
Barry Callebaut N	Svizzera	-2,04	-15,66	-13,39	10.794
Emmi N	Svizzera	-2,71	-29,83	-22,56	4.250
Lindt N	Svizzera	-2,42	-20,87	-11,93	13.747
Nestle N	Svizzera	0,00	-16,57	-4,65	307.671
Associated British Foods	Gran Bretagna	-3,33	-36,40	-34,58	11.324
Britvic Plc	Gran Bretagna	-3,31	-20,71	-18,99	2.152
Cranswick Plc	Gran Bretagna	-5,19	-25,93	-24,34	1.644
Diageo	Gran Bretagna	2,77	-4,42	10,28	98.426
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	-3,52	0,94	-3,81	2.985
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-6,84	19,57	33,02	46.976
Beyond Meat	Stati Uniti	-8,11	-77,39	-87,01	972
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-2,35	-35,72	-38,03	3.438
Brown-Forman B	Stati Uniti	-4,94	-7,36	-0,95	21.691
Bunge Ltd	Stati Uniti	-8,87	-11,94	2,33	12.948
Campbell Soup	Stati Uniti	-1,44	8,33	11,41	14.614
Coca-Cola Co	Stati Uniti	-5,88	-4,78	5,17	252.821
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	-2,53	-3,02	-1,98	16.487
Constellation Brands	Stati Uniti	-3,68	-7,27	9,95	38.906
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-11,91	-4,14	-10,98	11.044
Flowers Foods	Stati Uniti	-3,47	-8,88	7,06	5.498
Freshpet Inc	Stati Uniti	15,22	-51,76	-68,93	2.278
General Mills	Stati Uniti	3,39	15,72	30,71	47.985
Hershey Company	Stati Uniti	-0,47	14,45	29,57	33.721
Hormel Foods	Stati Uniti	0,85	-4,94	13,34	26.278
Ingredion Inc	Stati Uniti	-1,09	-14,33	-8,00	5.624
Kellogg Co	Stati Uniti	0,74	11,77	12,50	25.392
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-3,90	-2,41	5,76	52.816
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	-0,50	21,76	25,42	11.500
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	-6,75	-6,39	-9,36	4.423
Mccormick & Co	Stati Uniti	-3,76	-22,94	-11,74	19.335
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-4,67	2,68	-2,48	9.887
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	-3,63	-13,17	-3,18	81.830
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-0,40	-9,05	-4,84	47.722
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-2,49	-11,12	-22,67	3.899
Nomad Foods	Stati Uniti	-11,91	-42,93	-48,05	2.592
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	-2,18	-66,21	-83,22	1.650
Pepsico Inc	Stati Uniti	-1,72	-4,43	8,70	237.533
Performance Food Gr	Stati Uniti	-10,96	-5,14	-11,54	7.008
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-7,18	-17,06	-18,93	5.797
Post Holdings	Stati Uniti	-4,46	-50,54	-49,12	5.065
Seaboard Corp	Stati Uniti	-6,77	-14,36	-17,51	4.055
Smucker, J.M.	Stati Uniti	-1,88	0,57	13,89	15.091
Sysco Corp	Stati Uniti	-8,24	-7,09	-10,63	38.298
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-6,21	-62,05	-59,32	1.496
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	-2,92	-8,22	-10,56	41.868
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-4,55	-21,34	-10,80	20.589
Us Foods Holding	Stati Uniti	-10,47	-23,63	-26,64	6.192

FINE WINE AUCTIONS

Le vecchie annate di Mouton. Ecco come i nuovi collezionisti dettano la linea

Alla ribalta sono questa settimana le vendemmie più remote di Château Mouton-Rothschild, quelle precedenti il 1970, mentre la prossima puntata sarà riservata alle bottiglie delle annate più giovani, per sfruttare al meglio l'abbondanza di dati messi a disposizione dalla moltiplicazione delle vendite all'incanto.

Il confronto delle quotazioni che Mouton ha ottenuto alle aste di quest'anno con quelle che aveva spuntato l'anno scorso è risultato possibile per 17 millesimi che vanno dal 1924 al 1969 (ridotti a 16 in tabella per motivi di spazio). Come sempre avviene quando le bottiglie sono così vecchie, i risultati sono estremamente vari: complessivamente nove annate sono state pagate di più e otto di meno che nel 2021. Ma l'entità delle diminuzioni di prezzo è stata ben diversa da quella dei rincari, visto che le 17 bottiglie, che l'anno scorso valevano 73.376 euro, si possono avere adesso con 56.307, cioè con 17.069 euro in meno.

Come si può spiegare la perdita di oltre il 23%, quasi un quarto del valore complessivo? Un indizio lo fornisce la quarta colonna della tabella: in 13 casi su 17 all'asta c'era una sola bottiglia. Costrette dalla pandemia di Covid 19 a spostare il baricentro della loro attività su Internet, le aste dei vini hanno ampliato la loro clientela. Che tipi sono i nuovi frequentatori? Difficile stabilirlo: è evidente che ritengono le vecchie annate di Mouton mediamente sopravvalutate, ma per una di esse giudicata meritevole hanno pagato il 160% in più che nel 2021.

– Cesare Pillon

Mouton Rothschild - Pauillac

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 21/22	Prezzo 2020	+ / -
1924	2 b	\$ 4.000	Sotheby's, New York	21/05/22	€ 1.890,80	€ 2.703,08	-30%
1928	1 b	\$ 4.000	Sotheby's, New York	21/05/22	€ 3.781,60	€ 3.534,74	+7%
1945	1 b	Hk\$ 21.2500	Christie's, Hong Kong	21/05/22	€ 25.606,25	€ 40.342,46	-37%
1947	1 b	€ 3.660	Bonhams, Parigi	24/03/22	€ 3.660,00	€ 3.085,79	+19%
1949	1 b	\$ 5.603	Acker Wines, Usa	10/02/22	€ 4.898,14	€ 4.140,62	+18%
1953	1 b	Hk\$ 21.2500	Zachys, Hong Kong	23/07/22	€ 1.556,25	€ 1.245,42	+25%
1955	1 b	\$ 2.739	Zachys, New York	25/02/22	€ 2.442,09	€ 2.671,23	-9%
1957	11 b	€ 8.125	Sotheby's, Beaune online	01/03/22	€ 738,64	€ 846,58	-13%
1959	1 b	Hk\$ 21.2500	Sotheby's, Hong Kong	20/01/22	€ 4.248,75	€ 6.912,75	-39%
1960	1 b	£ 475	Sotheby's, Londra	08/03/22	€ 571,00	€ 500,00	+14%
1961	1 b	Hk\$ 24.900	Acker Wines, Hong Kong	22/01/22	€ 2.818,68	€ 3.764,57	-25%
1962	1 b	£ 563	Sotheby's, Londra	22/07/22	€ 661,24	€ 492,30	+34%
1964	1 b	\$ 349	Zachys, New York online	11/07/22	€ 345,61	€ 738,86	-53%
1966	6 b	£ 4.375	Sotheby's, Londra	08/03/22	€ 876,53	€ 1.020,97	-14%
1967	3 b	\$ 2.375	Sotheby's, New York	21/05/22	€ 748,44	€ 287,87	+160%
1969	1 b	Hk\$ 5.229	Zachys, Hong Kong	14/01/22	€ 586,69	€ 238,50	+146%

