



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



## GDO

# L'EFFETTO INFLAZIONE TAGLIA GLI ACQUISTI DEL 7%

### EXPORT

Commercio mondiale di vino sopra 36 miliardi di euro a giugno. E l'Italia supera la Spagna

### FIERE

Gli appuntamenti da non perdere ❖ a Simeì. Ecco chi sono i 13 vincitori dell'Innovation Challenge

### DEAL

Importante scalata sull'Etna ❖ per Renzo Rosso: alla Red Circle il 40% di Cantine Benanti

### ESTERI

Primi segnali di rallentamento ❖ anche per il Liv-ex. Italia in ripresa rispetto ai mesi scorsi

### SCENARI

Canali di vendita e nuove sfide: ❖ gli spunti del talk del Gambero, nel giorno dedicato alla guida Vini d'Italia





## Due italiane nella top 10 delle destinazioni europee vitivinicole di Airbnb

Ci sono due italiane nella classifica delle più gettonate destinazioni europee, nella categoria vigneti, secondo l'americana Airbnb, piattaforma globale di viaggi che ha introdotto la categoria vigneti (120mila alloggi, di cui oltre 4mila in Italia) e ha considerato i guadagni generati dalle diverse destinazioni nel trimestre aprile-giugno 2022.

Gli host italiani hanno generato, nel periodo in questione, un giro d'affari complessivo di quasi 10 milioni di euro. Si tratta di un dato che consente all'Italia di posizionarsi nella top 10 europea (*vedi box*), dopo la Spagna e prima della Francia, con due regioni che rientrano tra le eccellenze. **La Toscana, infatti, è terza regione del continente europeo per guadagno generato** (circa 2.600 euro di ricavi in media per host) e il Veneto al nono posto con circa 2.400 euro tra aprile e giugno. In particolare, a livello nazionale, le zone del Chianti e la sponda veronese del Lago di Garda, sono le prime per ricavi totali degli host; a seguire ci sono l'Umbria e la Campania con la Costiera Amalfitana.

### Top 10 località Europa

- 1 Isole Baleari, Spagna
- 2 Catalogna, Spagna
- 3 Toscana, Italia
- 4 Andalusia, Spagna
- 5 Provenza, Francia
- 6 Aquitania, Francia
- 7 Borgogna, Francia
- 8 Isole Canarie, Spagna
- 9 Veneto, Italia
- 10 Rodano, Francia

fonte: Airbnb - guadagno totale host vigneti (apr-giu 2022)

## EXPORT. Commercio mondiale sopra 36 miliardi di euro a giugno 2022. E l'Italia supera la Spagna. Ma ci sono i primi segnali di rallentamento

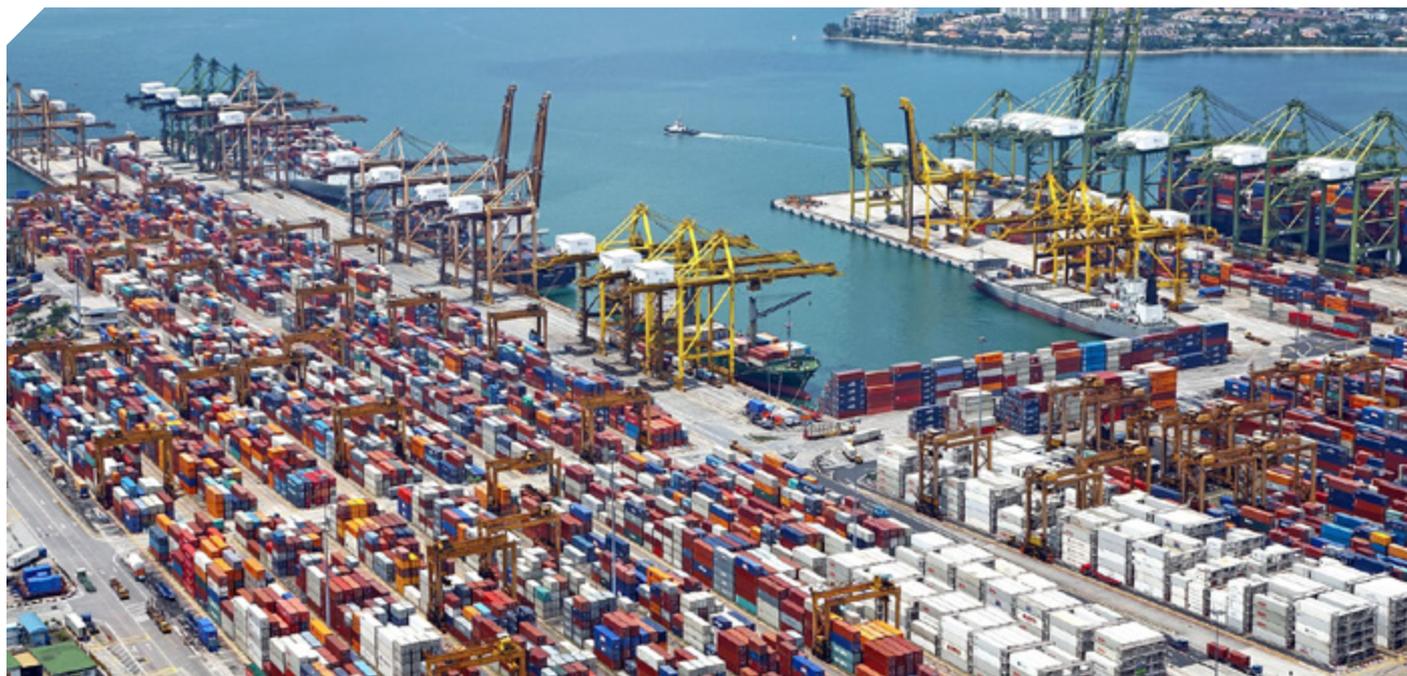


Foto Jason Golt/pixabay

Ancora un record per il valore degli scambi mondiali di vino. Considerando i 12 mesi terminanti a giugno 2022, il giro d'affari è salito del 10,9% toccando i 36,25 miliardi di euro (3,56 miliardi di euro in più rispetto a giugno 2021), spinto da prezzi medi che per i 17 mesi consecutivi hanno registrato un incremento, attestandosi a 3,36 euro al litro (+11,8%). **Di contro, il volume di vino scambiato è sceso dello 0,9%, a 10,8 miliardi di litri** (perdendo 92,8 milioni di litri), secondo i dati delle dogane dei diversi Paesi, elaborati dall'Osservatorio spagnolo sul mercato del vino.

Gli analisti di Oemv evidenziano che il commercio mondiale di vino ha recuperato in tutto il 2021 quanto perso durante il 2020, anno più duro della pandemia, e ha raggiunto il massimo storico quanto a valori, volumi e prezzo medio. Tuttavia, i dati degli ultimi mesi del 2022 mostrano un trend ribassista sui volumi, con ben 5 mesi consecutivi di calo, tra febbraio e giugno, a fronte di un giro d'affari che prosegue la sua crescita, spinto da prezzi che lievitano ogni mese, in un contesto di forte inflazione dovuta all'incertezza generata dalla guerra in Ucraina, dalla crisi di trasporti e forniture e dall'aumento dei costi energetici. I prossimi mesi potrebbero registrare anche una stabilizzazione della crescita a valore.

Considerando i formati, il mercato globale di vino è spinto dai fermi in bottiglia (valgono il 52,5% dei volumi e il 68% dei valori complessivi) che aumentano dell'8,1% a

24,6 miliardi di euro, con un prezzo medio passato da 3,95 euro/litro a 4,34, ma calano in volume dell'1,7% a 5,6 miliardi di litri. **Gli spumanti, invece, non conoscono flessioni** e segnano +14% in volume e +27,8% in valore a 8,25 miliardi di euro, che porta la loro quota al 22,8% del giro d'affari totale. Tra le altre voci, segno meno sia per il vino sfuso (-1,9% in quantità e -2,5% in valore) sia per il bag in box, formato che registrò le migliori performance durante la pandemia, e che perde l'11% in volume (a 375 milioni di litri) ma resta stabile in valore a 672 milioni di euro, con un peso dell'1,9% sul valore totale di vino esportato nel mondo. Perde, infine, il 20% in volume e il 13,9% in valore (a 116 milioni di euro) il commercio di mosti.

C'è una novità nel ranking dei grandi esportatori. Grazie a un +3,8% in volume, a giugno 2022, **l'Italia sale sul gradino più alto dei Paesi esportatori di vino: 2,22 miliardi di litri contro i 2,19 della Spagna che perde il 3%**. Nei valori, la Francia conferma il primato con 11,7 miliardi di euro (+14,7% e un prezzo medio salito del 15,5% a 8,16 euro al litro), seguita dall'Italia (7,56 miliardi e +11,6% con un prezzo medio a litro di 3,4 euro e +7,5%) e dalla Spagna (2,96 miliardi di euro e +4,1%). Quarto posto per il Cile (1,7 miliardi di euro, con +8,1% in 12 mesi) e quinta posizione per l'Australia (1,4 miliardi di euro e una diminuzione del 13,1% nei valori di vino esportato). – **G.A.**



### La soluzione logistica avanzata per il mercato Wines & Spirits

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



## NEUROMARKETING

### La bassa attenzione è sufficiente per memorizzare un messaggio pubblicitario



Il cervello umano è stato definito da Gerald M. Edelman, biologo e premio Nobel per la medicina nel 1972 come "uno tra gli oggetti materiali più complicati nell'universo conosciuto".

I progressi scientifici in ambito elettronico e neurologico hanno condotto allo sviluppo di differenti tecniche non invasive di misurazione e visualizzazione dell'attività cerebrale umana che sfruttano le variazioni di campo elettromagnetico rilevate tramite sensori elettrici (EEG) o magnetici (MEG), le variazioni del consumo di glucosio da parte dei neuroni (PET) e le risposte emodinamiche cerebrali con la Risonanza Magnetica Funzionale (fMRI). **In realtà questa si chiamava Risonanza Magnetica Nucleare ma l'accezione negativa alla parola nucleare ha costretto gli esperti a trovare un nuovo vocabolo.**

Numerosi studi hanno ormai dimostrato come alla base del controllo cerebrale ci sia una complessa attività elettrica. Già nel 1875, si è dimostrato che segnali elettrici, nel range dei microvolt, potevano essere registrati sulla corteccia cerebrale di cani e conigli. Diversi anni più tardi, nel 1924 Hans Berger (1929) registrava per la prima volta le forme d'onda del segnale elettrico cerebrale mediante l'applicazione degli elettrodi sullo scalpo umano. L'elettroencefalografia (EEG) è la registrazione non invasiva dell'attività elettrica dell'encefalo. L'EEG riflette l'attività globale del cervello o di aree cerebrali estese ed è indicativo dello stato di attivazione del soggetto. La possibilità di misurare direttamente l'attività corticale in specifiche aree del cervello ha portato all'affermarsi dell'utilizzo dell'EEG in psicologia e soprattutto nel neuromarketing per lo studio di specifici processi cognitivi utili a comprendere l'efficacia della comunicazione e delle soluzioni di marketing. Il primo studio psicofisiologico sull'effetto dei mass media che ha utilizzato l'EEG si è concentrato sull'analisi di pubblicità e sul loro impatto sull'attenzione e sulla memoria ed è stato realizzato da H. Krugman, nel 1971. **Krugman riuscì a dimostrare che esiste una forma di memorizzazione a bassa attenzione (ovvero senza la necessaria focalizzazione e riflessione, tipica di un modello razionalistico) di alcuni messaggi pubblicitari** aprendo il fronte ad un duplice cambiamento di paradigma: 1) si può misurare direttamente un processo cognitivo utile al marketing come la memoria con l'EEG, 2) esistono processi cognitivi a bassa attenzione, ovvero inconsapevoli, capaci di guidare i comportamenti.

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

### CONSUMI. Federvini e Università Sapienza promuovono il bere moderato

Si chiama "No Binge - Comunicare il consumo responsabile" ed è il progetto che Federvini e Università Sapienza di Roma hanno presentato il 17 ottobre scorso, che vedrà gli studenti della laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa impegnati nella sensibilizzazione contro l'abuso di bevande alcoliche. L'ateneo capitolino e l'associazione aderente a Confindustria hanno scelto di promuovere un corretto stile di vita, la moderazione e la responsabilità (secondo i principi dell'agenda Onu 2030) partendo dal concetto che vino e spiriti sono parte integrante dell'identità culturale e gastronomica italiana. **Gli studenti, in particolare, lavoreranno a definire un piano di comunicazione integrata per prevenire l'abuso di alcol tra i giovani**, ha ricordato Micaela Pallini, presidente di Federvini, che per la prima volta collabora col mondo accademico su un tema molto sentito, ribadendo il divieto di consumo per alcune categorie (minori, conducenti, donne in gravidanza). *"I dati mostrano che in Italia le bevande alcoliche vengono consumate per lo più in modo corretto e responsabile dagli adulti"* afferma Pallini *"secondo i principi e la tradizione dello stile di vita mediterraneo, in occasioni di condivisione e socialità e sempre in accompagnamento al cibo"*.



Per Alberto Mattiacci (ordinario di Economia e gestione delle imprese alla Sapienza), mettere assieme le giovani menti degli studenti, il sapere dei docenti e l'esperienza diretta delle imprese è il miglior modo per sviluppare il concetto di Università come luogo di civiltà, prima ancora che un centro di ricerca e formazione. La collaborazione Federvini-Sapienza si concluderà con un evento di premiazione il primo febbraio 2023, nel quale i finalisti avranno modo di presentare il loro lavoro.

## FOCUS

# ORVIETO. La Dop sopra 11 mln di bottiglie E ora il Consorzio cerca l'alta qualità

a cura di Gianluca Atzeni

**S**upera gli 11 milioni di bottiglie la produzione dell'Orvieto Doc. **Il dato 2021 è in crescita sia sul 2020 (10 mln) sia sul periodo pre-Covid (9,5 mln nel 2019)**. La denominazione, coi suoi quasi 2.100 ettari, in 18 comuni tra Umbria e Lazio, è riuscita in parte a intercettare la ripresa post pandemia, basandosi soprattutto sull'intensificazione delle azioni promozionali, a partire da iniziative sul territorio come Benvenuto Orvieto di Vino (confermata) fino alle attività di incoming e al programma degli Ambasciatori dell'Orvieto negli Stati Uniti (in corso), che punta a formare annualmente un gruppo di narratori con l'occhio alle nuove generazioni. Tuttavia, il Consorzio predica prudenza e sceglie di contenere e governare le quantità per alzare gradualmente i valori ed evitare deprezzamenti del prodotto.

**IL MERCATO.** L'export del distretto (34 cantine e 400 soci), riferisce a tre Bicchieri **Vincenzo Cecci**, presidente dell'ente consortile, è aumentato fino

## L'annata 2022

I volumi prodotti sono in linea col 2021. La siccità aveva preoccupato i produttori ma, ai primi di agosto, diversi temporali hanno agevolato la maturazione delle uve che sono giunte in cantina molto sane, favorendo una produzione ottimale. La gradazione zuccherina e l'acidità, fa sapere il Consorzio, sono giudicate ottime, così come la componente aromatica.



al 75% dei volumi. Merito anche di una Dop che **vanta uno dei migliori rapporti qualità-prezzo. La forbice al dettaglio oscilla tra 4 euro della Gdo e i 12/14 euro dell'Horeca**. *“Negli ultimi anni le carte dei vini della ristorazione locale hanno una forte presenza dei vini del Consorzio”*, afferma Cecci. Lo step successivo, come emerso dal convegno “L'Orvieto allo Specchio” dello scorso 26 settembre, è inserire meglio le denominazioni del Consorzio nel mondo dell'alta ristorazione. *“Tutto questo”* aggiunge *“sarà possibile grazie a un percorso formativo sulle nostre denominazioni”*.

**LE NOVITÀ.** L'iter verso una Dop di maggiore qualità, del resto, è iniziato in vigna da alcuni anni. Da un punto di vista agronomico, il Consorzio ha scelto di ridurre le produzioni rispetto al passato. **Nelle ultime tre vendemmie, la resa per ettaro è scesa da 110 a 75 quintali, a fronte di superfici invariate per via del blocco degli impianti.** La decisione ha migliorato lo stato di salute della Dop. *“Nel periodo Covid abbiamo notato una certa stabilità nel mercato dell'Orvieto, le scorte sono lievemente diminuite, ma poi”* rileva Cecci *“lo scoppio della guerra nel 2022 non ci ha agevolato e, ad esem-*

*pio, abbiamo visto saltare diversi contratti coi distributori esteri”*.

Tuttavia, al netto dei problemi congiunturali, i produttori mostrano ambizione e stanno riflettendo su come intervenire per favorire un ingresso più capillare nell'alta ristorazione. L'idea – in discussione all'interno della filiera – è mettere paletti molto più restrittivi ad alcune produzioni al vertice della piramide qualitativa.

**IL DISTRETTO DEL CIBO.** La recente costituzione del locale Distretto del cibo, con capofila il Gal Trasimeno-Orvietano, darà una spinta ulteriore. *“Avremo la possibilità di realizzare progetti condivisi con altri settori e disporre dei bandi con risorse in cofinanziamento per fare promozione ricerca e sviluppo. Insomma, soddisferemo l'esigenza da noi più sentita”* conclude il presidente Cecci *“ovvero quella di farci conoscere, sul territorio e specialmente all'estero”*.

## In cifre

**34** associati  
**2.100** ettari  
**18** comuni  
**11,3 mln** bottiglie  
**75%** export

fonte: Consorzio vini Orvieto (dati 2021)

# 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

## TECNOLOGIA. Ecco chi sono i 13 vincitori dell'Innovation Challenge del Simei. La premiazione il 15 novembre a Milano



A meno di un mese dall'appuntamento meneghino (15-18 novembre), il Simei-Salone internazionale leader mondiale delle macchine per enologia e imbottigliamento di Unione italiana vini annuncia i vincitori dell'“Innovation Challenge Lucio Mastroberardino Simei 2022”, che verranno premiati durante l'evento inaugurale di questa 22esima edizione (ore 11 Sala Convegni Pad 2 della Fiera di Milano).

Sono quattro le tecnologie che si aggiudicano il premio di **Technology Innovation Award**, le novità più innovative per il comparto selezionate dal Comitato tecnico-scientifico. Nello specifico, c'è la “tecnologia Naturity® per tappi in sughero naturale monopezzo” di **Amorim Cork Italia**, che consente di combattere il tricloroanisolo (il fungo responsabile del sentore di “tappo”), grazie a una combinazione ottimizzata di pressione, temperatura, vapore acqueo e tempo. C'è, poi, il “Safi” di **Della Toffola**, un nuovo filtro tangenziale green&smart basato sull'intelligenza artificiale e in grado di garantire un sensibile risparmio di energia, acqua e prodotti chimici. Tra i premiati anche **Diemme Enologia** in collaborazione con WineGrid e G3 Enterprises, con il sistema di controllo della pressatura “Digital Juice”, capace di rilevare la composizione del mosto in tempo reale e di regolarne la lavorazione. È, invece, di **Gai Macchine** la “Valvola di riempimento elettropneumatica ibrida” che permette di adattare un solo tipo di attrezzatura per riempimenti, di

solito richiedenti diverse macchine.

Sotto i riflettori del **Green Innovation Award**, che premia invece le soluzioni più sostenibili attraverso la valutazione del ciclo di vita, l'impegno nella riduzione dell'impatto ambientale di **Enoflex**, che nei suoi “Pet+” e “R-derma®” impiega un nuovo materiale con il 35% di plastica riciclata, e il “BioM COORE” di **Tmci Padovan**, una tecnologia che recupera la CO2 prodotta dalla fermentazione alcolica per la produzione di biomasse algali destinate alle filiere alimentari.

Infine, per la categoria **New Technology**, dedicata alle proposte più promettenti per comparto, sono state scelte sette tecnologie. Due sono di **Bucher Vaslin**: la tecnica di filtrazione tangenziale Flavy FGC, ha la possibilità concreta di ridurre il consumo di energia, oltre ad avere un modulo per la concentrazione delle fecce che contribuisce a recuperare elevate percentuali di vino; X Pert IT è un sistema di pressatura che consente un miglioramento della resa in mosto fiore e una sensibile diminuzione dei tempi di pressatura. Due menzioni anche per **Parsec** con Quadr@ oenologic software, che permette la tracciabilità e la gestione dei processi di vinificazione, e con il sistema Smarttrace per la movimentazione dei liquidi e dei relativi parametri analitici. **Bertolaso** viene premiato grazie a “S.C.S. - The smart corking system”, una nuova tecnologia per il controllo della tappatura a sughero, con un implementato monitoraggio

### Gli appuntamenti della 29esima edizione

Più di 450 espositori, delegazioni da 36 Paesi esteri e circa 25mila visitatori professionali attesi da tutto il mondo. Sono i numeri della 29esima edizione di Simei, dal 15 al 18 novembre, a Fiera Milano. **La parola d'ordine di questa edizione è sostenibilità, a partire dagli appuntamenti in calendario.**

Tra questi, martedì 15 novembre (ore 15, sala convegni pad.2) The Sustainable Wine Roundtable presenterà un focus sulle soluzioni tecnologiche vitali per rendere la produzione vitivinicola veramente sostenibile. Mercoledì 16 novembre (ore 15, sala convegni pad.2), Unione Italiana Vini, Assobibe, Assobirra e Mineracqua faranno invece il punto sull'autosufficienza energetica nel liquid food, con una panoramica tra le best practice italiane. Il 17 novembre (ore 11.00, sala convegni pad. 3) Unione Italiana Vini parlerà del Sistema nazionale di certificazione della sostenibilità, con la partecipazione del presidente del Gambero Rosso Paolo Cuccia. [Per il programma completo dei convegni clicca qui.](#)

Inoltre, per l'occasione il settimanale Tre Bicchieri proporrà una sua versione cartacea dedicata alle tecnologie premiate nell'ambito dell'Innovation Challenge.

della qualità delle chiusure. **Diemme Enologia**, invece, si aggiudica il riconoscimento per la “Canalina Filtrante Lesslees”, che garantisce mosti più puliti con minori lavorazioni successive. Infine, il riutilizzo del “gas di fermentazione”, usato in questo caso “in pressatura” per l'esaurimento delle vinacce, vale il premio a **Siprem International**. – L.S.

# MUSIC



## LA FAMIGLIA MUZIC

Ivan ed Orieta con a fianco i loro figli Elija e Fabijan, lavorano oggi con passione ed artigianalità più di 26 ettari di vigneto. Quattro generazioni di fatiche che con tenacia hanno saputo tramandare il "saper fare" la vigna ed il vino, e che oggi trovano piena espressione nella qualità dei loro prodotti.



## DEAL. Alla Red Circle investments il 40% di Cantine Benanti. Per Renzo Rosso una scalata di alta qualità sull'Etna

Nel suo miglior momento dalla storia della sua fondazione, 35 anni fa, Cantine Benanti cede una parte del suo capitale e punta a nuovi investimenti. Lo farà a fianco a Renzo Rosso, a capo Red circle investments (società di investimenti che già detiene il 10% del capitale di Masi Agricola), che ha acquisito una partecipazione di minoranza dell'azienda siciliana (il 40%, con 7,5 milioni di euro), considerata tra le protagoniste del rilancio dell'Etna. L'operazione conferma l'importanza di questo distretto vulcanico, diventato da anni oggetto di attenzione e un forte attrattore di investimenti.

Benanti, fondata nel 1988 da Giuseppe Benanti, è oggi guidata dal 2012 dai suoi figli Antonio e Salvino. Unica produttrice presente sui quattro versanti della Doc Etna, la cantina ha sede a Viagrande e ha una produzione di 250mila bottiglie annue. "Ci è sembrato questo il



*momento ideale per accogliere nuovi investimenti, per dare ulteriore impulso alla nostra crescita attraverso la realizzazione di importanti progetti già in cantiere, e per aprire nuove prospettive",* ha dichiarato Salvino

Benanti. **"Porteremo avanti insieme progetti di potenziamento strutturale e fondiario e di sostenibilità ambientale"** ha aggiunto Antonio Benanti *"ambito nel quale siamo concretamente impegnati da tempo. Metteremo sempre al centro la nostra identità, i nostri ideali e l'artigianalità della nostra produzione esclusiva e di eccellenza"*.

*"Sono entrato nel mondo del vino da amatore ma negli anni ho sviluppato conoscenze e competenze che, unite alla mia esperienza imprenditoriale, hanno dato forma alla mia visione di questo settore"* ha dichiarato Renzo Rosso, presidente di Red circle investments *"e mi piace pensare a una cantina come a un atelier in cui vengono usate tradizioni millenarie assieme alle tecnologie più avanzate, per creare prodotti unici, a volte perfino customizzati"*. Renzo Rosso è nel vino da circa 30 anni con Diesel Farm, azienda di Marostica, in provincia di Vicenza.

## BILANCI. Fantini Group stima ricavi stabili oltre i 91 milioni di euro



A vendemmia conclusa, Fantini Group, società di Ortona da 2020 nell'orbita di Platinum equity, stila un primo bilancio previsionale sulla chiusura del 2022. Sul fronte dei volumi, dopo aver prodotto circa 28 milioni di bottiglie nel 2021, **la previsione per fine anno è di**

**26,5 milioni di bottiglie, in virtù del calo della domanda nel segmento off trade.** Sul fronte dei ricavi, come ha fatto sapere il general manager, Carlo Piretti, il gruppo ritiene di poter confermare quantomeno i 91 milioni di euro del 2021, con un possibile lieve incremento *"tra i 91 e i 93 milioni di euro"*.

Il rallentamento nel numero di bottiglie prodotte non dovrebbe intaccare la marginalità del gruppo fondato da Valentino Sciotti (attuale ceo) che riunisce 12 grandi realtà enologiche del Sud e Centro Italia. *"Non dovremmo essere penalizzati, nonostante l'incremento dei costi e grazie alle politiche di variazione dei prezzi concordate coi nostri clienti"*, aggiunge Piretti, sottolineando che nel 2021 l'Ebitda era quasi al 21% sul prodotto imbottigliato e nel 2022 passerà attorno al 20,1%. *"Con un terremoto in corso, non è davvero poco"*, chiosa il manager, ricordando come Fantini Group (che basa il proprio modello produttivo basato su accordi di medio-lungo periodo coi partner e le cantine consociate) abbia scelto di agire sull'efficientamento delle risorse, in un contesto in cui i prezzi dell'energia hanno incrementato la loro incidenza sulle voci di costo.

GAMBERO ROSSO®

BENI DI  
BATASIOLO



Alla **Scoperta**  
dell'innovazione  
in **cucina**

LA PROSSIMA CENA DEGUSTAZIONE

16 novembre 2022

LE CICALI IN CITTÀ

Via Macaggi, 53 | Genova

☎ 010 592581

✉ ristorante@lecicalegenova.it

Per info e prenotazioni contattare direttamente i locali ai numeri indicati  
Info e menu: [www.gamberorosso.it/batasiolo-tour/](http://www.gamberorosso.it/batasiolo-tour/)

## BIODIVERSITÀ. Vini da lieviti autoctoni in un progetto del Parco della Maiella e di Cantina Orsogna



Parco Nazionale della Maiella e Cantina Orsogna assieme per un progetto di ricerca che punta alla produzione di vini con lieviti autoctoni, salvaguardando gli impollinatori della flora locale. I lieviti necessari al normale iter di produzione del vino **vengono selezionati dal polline di specie vegetali autoctone nelle aree montane non ancora contaminate dai fitofarmaci dall'agricoltura**, perché la montagna rappresenta una delle poche zone di rifugio della biodiversità microbica e dove è possibile reperire lieviti ancestrali selvaggi. In un ciclo virtuoso che parte dall'ape, passa per fiori e lieviti e sfocia nel vino, la direzione del Parco della Maiella, affidata a Luciano De Martino, punta a combattere la moria delle api negli ultimi 20 anni, determinata anche *“dall'agricoltura convenzionale e intensiva, che contribuisce alla drastica riduzione della sua popolazione”*.

Api e apoidei, come spiega Di Martino, hanno un'importanza che va oltre il loro ruolo di impollinatori e nel caso delle fermentazioni *“riguarda la conservazione e la diffusione del patrimonio microbico che influenza la composizione del vino: il sapore, la qualità e la tipicità (terroir)”*. A Cantina Orsogna, il compito di selezionare i lieviti sulla flora della Maiella (frutti e fiori). L'altitudine condiziona la temperatura e determina negli ambienti montani un graduale mutamento della flora, fauna e anche della vita microbica. I lieviti in natura si trovano un po' ovunque, su fiori e frutta e sopravvivono, ricorda il direttore del Parco della Maiella, all'interno dell'apparato digerente di calabroni, api, vespe ed altri insetti impollinatori.

## CALABRIA. Bando da oltre 800mila euro per la misura Investimenti

La Regione Calabria ha messo a disposizione risorse dell'Ocm vino (misura "Investimenti") pari a 884mila euro per la campagna 2022/23. I fondi serviranno a migliorare il rendimento globale delle imprese vitivinicole regionali, accrescere la competitività e valorizzare le produzioni di qualità. La dotazione potrà subire un incremento, fa sapere l'ente regionale, nel caso di eventuali economie derivanti dalle altre misure del Piano nazionale di sostegno, che dovranno essere utilizzate per investi-

menti materiali e/o immateriali in impianti di trattamento e in infrastrutture vinicole, in strutture e strumenti di commercializzazione del vino e per migliorare i risparmi energetici e l'efficienza energetica globale.

*“D'intesa con il presidente Occhiuto”* ha spiegato l'assessore all'Agricoltura, Gianluca Gallo (foto) *“miriamo a far compiere un ulteriore salto di qualità alle*



## UMBRIA. Presentato il nuovo brand regionale per promuovere il turismo

La Regione Umbria ha presentato alla Ttg travel experience di Rimini il suo nuovo logotipo creato, nato per promuovere le sue eccellenze e accorpando le diverse anime: turismo, musica, agricoltura, cultura, artigianato, trasporti e attività produttive.

**Creto dall'agenzia Armando Testa, il nuovo logo punta a esprimere, in tutte le future attività di marketing, i diversi valori umbri:** la tradizione, valorizzata dal colore verde acceso dei prati che abbraccia il colore delle olive mature; il territorio, con le linee ondulate delle sue colline; l'abbraccio accogliente dei suoi abitanti; l'arte espressa attraverso le citazioni di elementi architettonici dei rosoni di alcune basiliche e, infine, il cuore raffigurato nell'elaborazione grafica della lettera "M" ricorda lo storico pay-off "Cuore verde d'Italia". Nei prossimi mesi, la Regione Umbria prevede una serie di eventi promozionali in Italia e, soprattutto, all'estero.



*produzioni regionali, già molto apprezzate fuori dai confini regionali e nazionali e per le quali l'export è in continuo aumento”*. Il termine per presentare le domande (attraverso rilascio telematico su Sian) è fissato al 15 novembre 2022. Il contributo può arrivare fino al 50% della spesa sostenuta.

Il bando è disponibile sul sito [regione.calabria.it](http://regione.calabria.it)

## Le grandi cantine della Sardegna



Loc. SIDDÙRA | 07020 LUOGOSANTO (SS) | WWW.SIDDURA.COM | 079 6573027

**S**iddùra nasce dalla fusione tra l'esperienza professionale e la passione di due imprenditori che nel 2008 si innamorarono di una meravigliosa tenuta immersa nei boschi di Luogosanto. Questa cantina rappresenta la realizzazione di un sogno che presto è diventato realtà con la proposta, fin da subito, di una linea di nove vini di altissima qualità. Siddùra, che in gallurese significa sella, dalla forma delle colline su cui si arrampicano i filari dei vigneti, è nata raccogliendo l'eredità di una antica produzione vinicola che già negli anni Cinquanta dello scorso secolo imbottigliava Vermentino da vendere sul vicino e florido mercato dell'isola di La Maddalena. Quaranta ettari di vigneto che danno vita a una collezione di nove vini: i vermentini di Gallura Spèra, Maìa e Bèru, il cannonau rosato Nudo, i cannonau – DOC e Riserva – Èrema e Fòla, l'autoctono Bàcco, l'internazionale Tiros e il passito Nùali.

### I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



#### Vermentino di Gallura Spèra '20

Fine ed intenso. Delicate note fruttate di agrumi e di macchia mediterranea. Secco, sapido e fresco, dal buon equilibrio gustativo e dalla piacevole persistenza organolettica. Si sposa con crudi pesce.

#### Cannonau di Sardegna Fola Ris. '18

Ricco bouquet di frutta matura, prugna e amarena che si fondono con note speziate e un finale di ciliegia sotto spirito. Caldo, morbido e armonico. Dalla buona persistenza aromatica e con una setosa trama tannica. Ideale con agnello e carni arrosto.



#### Cannonau di Sardegna Nudo Rosé '20

Intenso, caratterizzato da note di frutta esotica, pompelmo rosa e ananas. Lievemente agrumato e caratterizzato da sentori di piccoli frutti rossi. Secco, con un'impronta sapida e fresca, ben equilibrato, moderatamente caldo e persistente. Ottimo con i crostacei e gli antipasti di mare.

## ALTO ADIGE. "Annata molto promettente". Il focus del Consorzio sul 2022



Vini bianchi rotondi, armoniosi ed equilibrati e vini rossi robusti e corposi. È, in sintesi, il bilancio della vendemmia 2022 per il Consorzio vini Alto Adige, realtà che lo scorso anno portò in cantina 450mila quintali di uve, che dovrebbero essere confermati. Il raccolto 2022, **iniziato con ben 18 giorni di anticipo**, non ha tradito le attese: "Raramente i viticoltori hanno raccolto uve così sane, mature e belle come quest'anno", ha dichiarato il presidente **Andreas Kofler**. La siccità è stata fronteggiata dai viticoltori con l'irrigazione ben diffusa sul territorio attraverso impianti a goccia. E in vigna i grappoli sono stati protetti dalla luce solare eccessiva con precise manipolazioni del fogliame.

Per quanto riguarda i vini rossi, le uve di tutte le varietà mostrano una maturazione eccezionalmente buona e una minore acidità. I vini presentano un maggiore grado alcolico e sono un po' più corposi e ampi. "L'elevato grado di maturazione rappresenta un enorme vantaggio, soprattutto per Lagrein, Cabernet e Merlot", spiega **Stephan Filippi**, enologo di Cantina Bolzano. "Nelle zone più elevate, anche il Pinot Nero è molto promettente". Sul fronte dei bianchi, il buon contenuto zuccherino e la bassa acidità tenuta sotto controllo fanno pensare a degli Chardonnay, Pinot Bianco e Pinot Grigio "armonici, rotondi e dall'acidità equilibrata". Ma anche il Gewürztraminer potrebbe beneficiarne.

Guardando al futuro, i produttori si dicono ottimisti: "Operare nel segmento premium e avere un posizionamento più ampio a livello globale si rivela importante soprattutto in un contesto difficile come quello attuale" spiega Kofler "e per questo, vogliamo continuare a perseguire questa strategia con coerenza".

## COLLIO. Vendemmia conclusa: "Anticipata e di ottima qualità"

Si chiude la fase di raccolta per il Consorzio Collio, che tira le somme e presenta un bilancio molto positivo dell'annata 2022, nonostante le difficoltà climatiche che hanno contrassegnato l'estate. "La vendemmia ha superato le aspettative di tutti. È stata impegnativa per quanto riguarda la mancanza di acqua, ma abbiamo avuto piogge providenziali nei momenti più critici tra luglio e agosto", racconta **David Buzzinelli**, che guida il Consorzio Vini Collio e parla di quantità generali in linea con lo scorso anno (97mila quintali; 86mila nel 2020) e di varietà come sauvignon e friulano che sono state caratterizzate da una certa abbondanza rispetto al 2021.

Un clima eccezionalmente caldo e ventilato ha determinato un anticipo di dieci giorni sul 2021. La raccolta si è conclusa ai primi di ottobre. **Lo stato fitosanitario delle uve è ottimo, con scarsissima incidenza di problematiche come peronospora, oidio e botrite tradizionalmente legate alle piante crittogame.** "I primi dati analitici" scrive il Consorzio "fanno registrare livelli di gradazione alcolica tendenzialmente sostenuti, ma non esagerati. In generale, il quadro acidico risulta buono per i vini bianchi, mentre i tenori polifenolici delle uve a bacca rossa presentano aspettative interessanti per i vini da invecchiamento". Nel complesso, per il Collio l'annata è "qualitativamente ottima con delle punte di eccellenza".



## TOSCANA. Morellino di Scansano: "Premesse per un 2022 da ricordare"

A pochi giorni dalla fine della raccolta delle uve, il Consorzio del Morellino di Scansano Docg traccia un primo punto sul 2022 parlando di premesse per un'annata da ricordare: "In cantina sono arrivate uve particolarmente integre con ottime potenzialità aromatiche. Le rese per ettaro sono state superiori rispetto alle ultime annate: si prospetta un millesimo con una qualità interessante". Come spiega **Alessio Durazzi**, direttore del Consorzio, le piogge di fine agosto e inizio settembre hanno rinverito le piante e consentito una piena maturazione. E le escursioni termiche giorno-notte hanno consentito un buon accumulo di polifenoli. **Il tenore zuccherino risulta più elevato rispetto alla media degli ultimi anni e l'acidità è buona.** In particolare, l'ottimo rapporto polpa buccia "fa presagire nei vini un colore dalla trama fitta e interessante e lo sviluppo di un corredo aromatico intenso". Primi bilanci anche in materia di posizionamento in Horeca. Dai dati raccolti dall'Osservatorio del Consorzio emerge che la buona reputazione costruita negli ultimi anni, unita alla spinta nei canali distributivi innovativi, ha sostenuto la domanda del Morellino di Scansano anche in questa particolare congiuntura economica. "Non registriamo sostanziali perdite in valore", spiega **Bernardo Guicciardini Calamai**, presidente del Consorzio, che sottolinea come il trend di rallentamento dei consumi in Gdo è stato compensato da una maggior presenza all'interno del circuito Horeca.



GAMBERO ROSSO®



PODERE

CASISANO®

MONTALCINO · TOSCANA



# Brunello on the road

da Roma a Torino

*Alla scoperta  
del grande vino  
di Montalcino*

**LA PROSSIMA CENA:**

**10 NOVEMBRE 2022**

**ore 20:30**

**CIBREO**

**FIRENZE**

Via del Verrocchio, 8r

☎ 055 234 11 00

Scopri le cene in programma e i menu su [www.gamberorosso.it](http://www.gamberorosso.it)

## WEBSHOW. Il Gambero Rosso vi porta alla scoperta dei vini di Rocca di Castagnoli



Pronti ad una degustazione guidata con i vini di una delle cantine più rinomate del Chianti Classico? L'appuntamento è sulla pagina Facebook del Gambero Rosso all'indirizzo [www.facebook.com/ilgamberorosso/live](http://www.facebook.com/ilgamberorosso/live) dove il curatore della guida Vini d'Italia Giuseppe Carrus presenterà la cantina Rocca di Castagnoli insieme al ceo dell'azienda Rolando Bernacchini.

Rocca di Castagnoli è tra le tenute più antiche e nobili del Chianti Classico. La sua missione è di creare vini unici, riconoscibili per la loro tipicità, e dal rispetto per il territorio circostante. Sei i vini in degustazione nel corso del webshow: Molino delle Balze 2020; Chianti Classico Rocca di Castagnoli 2020; Chianti Classico Riserva Poggio a' Frati 2018; Chianti Classico Gran Selezione Stielle 2017; Pratola Colorino 2018; Buriano Cabernet Sauvignon 2017.

### supervisione editoriale

Paolo Cuccia

### coordinamento contenuti

Loredana Sottile - [sottile@gamberorosso.it](mailto:sottile@gamberorosso.it)

### hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon, Vincenzo Russo

### progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

### foto

Gabrielle Ribeiro/unsplash (cover)

### contatti

[settimanale@gamberorosso.it](mailto:settimanale@gamberorosso.it) - 06.55112201

### pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

[dammicco@gamberorosso.it](mailto:dammicco@gamberorosso.it)

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

[persi@gamberorosso.it](mailto:persi@gamberorosso.it)

## ENO MEMORANDUM

**FINO AL 22 NOVEMBRE**

### ❖ GIRO DEL MONDO CON IL LAMBRUSCO

Torino, Milano, Firenze e Roma  
[gamberorosso.it/giro-del-mondo-con-il-lambrusco/](http://gamberorosso.it/giro-del-mondo-con-il-lambrusco/)

**21 OTTOBRE**

### ❖ APPASSIMENTO - RITORNO AL FUTURO

convegno - incontro  
La collina dei ciliegi - Ca' del Moro wine retreat  
Grezzana (Verona)  
località Erbin, 31  
dalle 10  
[consorziovalpolicella.it](http://consorziovalpolicella.it)

**21 OTTOBRE**

### ❖ REBORO TERRITORIO E PASSIONE

Valle dei Laghi (Trentino)  
fino al 22 ottobre  
[vinosantotrentino.it/reboro2022/](http://vinosantotrentino.it/reboro2022/)

**22 OTTOBRE**

### ❖ BOLOGNA IN VINO

Bologna  
presso Fico Eatlyworld  
Via Paolo Canali, 8  
fino al 23 ottobre  
[fb.me/e/2X7TcwYgY](https://fb.me/e/2X7TcwYgY)

**23 OTTOBRE**

### ❖ INCONFONDIBILE

Milano  
The Westin Palace hotel  
domenica 10.30/19.30  
lunedì 11.00/18.30  
fino al 24 ottobre  
[inconfondibile.wine](http://inconfondibile.wine)

**23 OTTOBRE**

### ❖ LIFE OF WINE

Roma  
Hotel Villa Pamphili  
via della Nocetta, 105  
[lifeofwine.it](http://lifeofwine.it)

**23 OTTOBRE**

### ❖ FERMENTO MILANO

Milano  
Grand Hotel Visconti Palace  
Viale Isonzo, 14  
dalle 11 alle 21  
[fermentomilano.it](http://fermentomilano.it)

**28 OTTOBRE**

### ❖ GIOVINBACCO IN PIAZZA

Ravenna  
Piazza del Popolo,  
Piazza Garibaldi  
centro storico  
fino al 30 ottobre  
[giovinbacco.it](http://giovinbacco.it)

**30 OTTOBRE**

### ❖ VINI DI VIGNAIOLI

Fornovo di Taro (Parma)  
presso il Foro Boario  
via Tommasi, 3  
fino al 31 ottobre  
[vinidivignaioli.com](http://vinidivignaioli.com)

**4 NOVEMBRE**

### ❖ MERANO WINE FESTIVAL

Merano (Bolzano)  
fino all'8 novembre  
[meranowinefestival.com](http://meranowinefestival.com)

**5 NOVEMBRE**

### ❖ VAN - VIGNAIOLI ARTIGIANI NATURALI

Roma  
Città dell'altra economia  
Largo Dino Frisullo  
fino al 7 novembre  
[vignaioliantigianinaturali.it/eventi](http://vignaioliantigianinaturali.it/eventi)

**13 NOVEMBRE**

### ❖ THE WINE REVOLUTION

Sestri Levante (Genova)  
Baia del Silenzio  
ex convento dell'Annunziata  
fino al 14 novembre  
[thewinerevolution.it/it/](http://thewinerevolution.it/it/)

**21 NOVEMBRE**

### ❖ WORLD BULK WINE EXIBITION

Amsterdam (Olanda)  
fino al 22 novembre  
[worldbulkwine.com/en/](http://worldbulkwine.com/en/)

**21 NOVEMBRE**

### ❖ BIENNALE INTERNAZIONALE DEL VINO

Sovizzo (Vicenza)  
presso Villa Curti  
fino al 22 novembre  
[biennaledelvino.com/](http://biennaledelvino.com/)

Alla scoperta del Chianti Classico con



ROCCA di CASTAGNOLI

*dal 1730*

**WEBSHOW**

Guarda il video sulla Web Tv di Gambero Rosso  
per conoscere Rocca di Castagnoli e degustare insieme i vini:

Molino delle Balze 2020

Chianti Classico Rocca di Castagnoli 2020

Chianti Classico Riserva Poggio a' Frati 2018

Chianti Classico Gran Selezione Stielle 2017

Pratola Colorino 2018

Buriano Cabernet Sauvignon 2017

**GUARDA IL WEBSHOW**

## LA CANTINA SI RACCONTA/Duca di Salaparuta

### Quei vini figli del Suolo siciliano

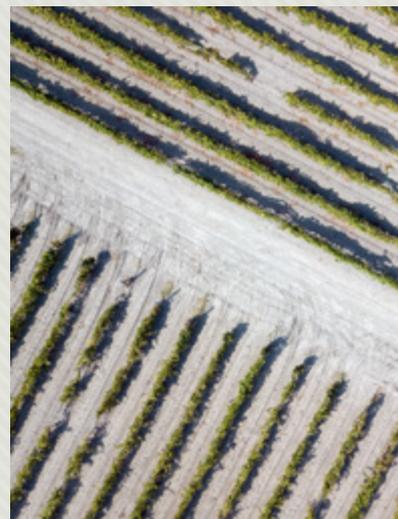


foto Benedetto Tarrantino

Se ogni vino è frutto del territorio in cui nasce, il progetto Suòlo di Duca di Salaparuta ha le radici letteralmente attaccate al “suolo” siciliano. A partire dal nome.

Infatti, **la scelta di porzioni specifiche di vigneto, riportate in etichetta, è l'evoluzione estrema del concetto di zonazione** e della profonda intimità con la terra.

Un progetto nato con la vendemmia 2020 che, anno dopo anno, continua ad evolversi e arricchirsi. Dopo Suòlo n.3 Sauvignon Blanc e Suòlo n. 5 Zibibbo, c'è un nuovo arrivato: Suòlo n. 7 Cabernet Franc, che è anche il primo rosso della linea.

#### L'INFLUENZA DEL TERRITORIO

Siamo a Riesi (Caltanissetta), nel centro della Sicilia a pochi chilometri dal mare. Ed è qui, **nelle assolate campagne della Tenuta di Suor Marchesa**, che l'agronomo e l'enologo Duca di Salaparuta hanno scelto le uve provenienti da una piccola parcella di 3 ettari (la n.7) di un vigneto con esposizione sud, dove il sole più caldo matura prima le uve, per produrre il nuovo Suòlo Cabernet Franc.

La particolare composizione del terreno, prevalentemente calcarea ma con una percentuale di argilla, l'ottima esposizione e la media altitudine, sono gli elementi di un insieme armonioso, che permettono di creare un vino dai profumi sontuosi e con una decisa propensione alla longevità.

#### SUOLO N. 7 CABERNET FRANC NEL BICCHIERE

Dal colore rosso rubino inteso con riflessi violacei, questo Cabernet Franc Suòlo N.7 presenta al naso

#### IL MARCHIO DUCA DI SALAPARUTA

Valorizzare la Sicilia e le peculiarità di ogni suo singolo territorio è sempre stata la missione di Duca di Salaparuta, il gruppo che riunisce tre brand storici (Corvo, Duca di Salaparuta e Florio) in un'unica realtà. Le nuove sfide non hanno mai spaventato questo storico marchio, come dimostra anche il lancio della linea Suòlo, che mette i suoli dei singoli territori al centro delle scelte aziendali e dell'enologo Barbara Tamburini. La Tenuta di Suor Marchesa, particolarmente vocata per l'allevamento della vite a bacca rossa, è stata acquistata dalla Duca di Salaparuta nel 2003.



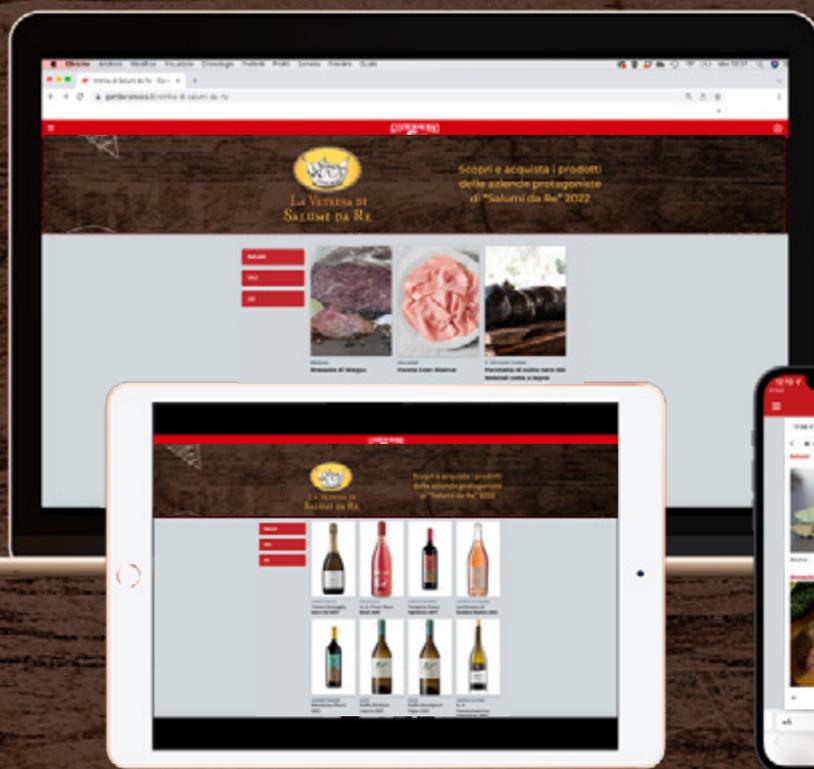
delle note fruttate di mora, mirtillo e confettura di lamponi che si fondono con i profumi di liquirizia, legno di sandalo, vaniglia e spezie nobili.

Il palato è ricco, caratterizzato da una buona freschezza e una grande struttura. I tannini si presentano maturi, morbidi e vellutati. Ideale per accompagnare piatti a base di carni rosse e formaggi stagionati.

❖ Duca di Salaparuta - Marsala (Trapani) - via Vincenzo Florio, 1 - [duca.it/duca-di-salaparuta](http://duca.it/duca-di-salaparuta)



# LA VETRINA DI SALUMI DA RE



Scopri e acquista i prodotti delle  
aziende protagoniste di "Salumi da Re" 2022

## ESTERI. Liv-ex, il mercato rallenta: preoccupa la recessione



foto: Uwe Baumann/pixabay

Dopo aver passato indenne la tempesta del Covid e della crisi economica globale nel 2020 e 2021, il Liv-ex, mercato dei vini di pregio, vede all'orizzonte momenti più complicati rispetto al periodo di spese folli di un anno fa. Il bilancio del terzo trimestre 2022, alla luce di scenari economici recessivi, con perdite di capitali stimate solo per le azioni statunitensi pari a 12 mila miliardi di dollari, suona come un campanello di allarme per il futuro. **I segnali di debolezza si sono mostrati chiaramente, dal momento che l'indice dei fine wine per la prima volta a luglio 2022 (non accadeva da giugno 2020) ha registrato un calo, per poi risalire ad agosto e settembre**, favorito dal deprezzamento e dalla estrema volatilità della sterlina, che ha intaccato la stabilità del mercato secondario dei vini. Il sottoindice Fine Wine 1000 ha registrato un progressivo rallentamento nella crescita fino a fermarsi a luglio e agosto, a testimonianza del fatto che lo slancio dei mesi precedenti è acqua passata. Gli esperti di mercato segnalano come il rapporto domanda/offerta di vini pregiati, che esprime il sentiment degli operatori, nel terzo trimestre 2022 è ulteriormente diminuito (a 0,56) dopo un inizio anno a

quota 1,0 e uno 0,8 alla fine di giugno. Pertanto, c'è molta più cautela.

Nel dettaglio, per il Liv-ex 1000 ha osservato un andamento contrastante. Il sottoindice Borgogna 150 ha continuato a rallentare, con un +3% nel terzo trimestre, rispetto al +14,6% del primo e al +8,1% del secondo, anche se rispetto a un anno fa è cresciuto di oltre il 27%. L'indice Champagne 50 e l'indice Italia 100 sono cresciuti rispettivamente dell'8,7% tra luglio e settembre, e del 3,7%. **I vini italiani, in particolare, si sono ripresi dopo un secondo trimestre ad appena +0,5%**. L'indice dei vini di Bordeaux segna un +2,5% sul trimestre e un +6,5% in un anno, guidato da una domanda costante di annate di alta qualità e dai brand più classici. Domaine Armand Rousseau's Chambertin 2011 è stato il vino con la migliore performance di prezzo tra luglio e settembre 2022 (+56%). Quinto posto (+34,6%) per il brand toscano Soldera (Case basse) annata 2011. Il terzo trimestre ha registrato un'ottima performance dei vini Champagne. A brillare, tra i più scambiati a valore e volume il Cristal di Louis Roederer (annate 2008 e 2014) ma anche Dom Pérignon 2012 (terzo a volumi). Buona anche la richiesta di Tignanello (2019) al sesto posto tra le etichette maggiormente vendute.

## IL MIO EXPORT

### Tommaso Alessandri – Campo alla Sughera

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

Attualmente la quota export di Campo alla Sughera è pari al 50%. I Paesi esteri per noi più importanti sono la Svizzera, la Germania e il Canada. Nell'ultimo anno abbiamo aperto diversi nuovi mercati tra cui gli Stati Uniti.

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

I nostri vini, poiché di fascia di prezzo medio-alta, sono venduti meglio in Paesi più predisposti al consumo di vini di qualità: penso per esempio alla Svizzera. Più difficile lo sviluppo delle vendite in mercati tipo Inghilterra o Germania nei quali la leva del prezzo è più rilevante.

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

La situazione attuale è particolarmente complessa e già da tempo stiamo facendo i conti con gli aumenti del vetro, capsule, tappi ed energia elettrica. Già da un paio di anni abbiamo operato una attenta politica di riposizionamento dei prezzi di vendita, aumento che coprono solo in parte i maggiori costi che stiamo sostenendo.

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

Siamo fortunati poiché rappresentiamo una delle denominazioni più apprezzate ed acclamate in Italia e all'estero: la Bolgheri Doc. Notiamo infatti un



sempre crescente interesse verso la nostra denominazione e conseguentemente verso i nostri vini.

**5 Come promuovete normalmente i vostri vini all'estero e come lo avete fatto durante l'emergenza Covid-19?**

Negli ultimi due anni è stato pressoché impossibile viaggiare e ci siamo, quindi, dovuti arrangiare. Uno strumento che si è rivelato molto utile per presentare i nostri vini ai nostri clienti potenziali è stato il Virtual Tasting. Abbiamo anche investito in attività media e social focalizzate sulle aree geografiche per noi più strategiche.

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

Sono entrato in Campo alla Sughera come winery director ad aprile del 2020, nel mezzo del primo lockdown dovuto al Covid. Per oltre un anno e mezzo ho conosciuto virtualmente i clienti di Campo alla Sughera attraverso la videocamera del mio Laptop. Di sicuro non il periodo migliore per cambiare azienda...

❖ Campo alla Sughera  
Castagneto Carducci - Livorno  
[campoallasughera.com/it/](http://campoallasughera.com/it/)

NEL PROSSIMO NUMERO  
**BULICHELLA**

# L'INFLAZIONE ABBATTE I CONSUMI IN GDO E RETAIL. IN 9 MESI PERSI 55 MILIONI DI BOTTIGLIE

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Atteso e annunciato da tempo, arriva tra gli scaffali l'effetto pesante della crisi economica. I dati Nielsen, elaborati da Uiv-Ismea, dicono che le famiglie sono ora meno disposte a spendere per prodotti come il vino nel canale moderno. Non si salvano nemmeno gli spumanti. Mentre resistono solo poche tipologie e denominazioni



segnali c'erano tutti già a cavallo tra 2021 e 2022, gli analisti lo avevano ampiamente annunciato e anche le grandi insegne della distribuzione moderna erano pronte alla retromarcia dei consumi. Ora, dopo nove lunghi mesi in cui - tassello dopo tassello - si sono accavallate, sovrapponendosi, le conferme di un raffreddamento della crescita registrata nel biennio pandemico, il canale Gdo e retail sembra aver voltato le spalle all'industria vitivinicola.

In questo, **l'inflazione ha giocato un ruolo fondamentale, determinando quel temuto effetto trading down da parte del consumatore**, che ha scelto di tirare la cinghia a spese del prodotto vino. Certamente, va evidenziato che 2020 e 2021 sono stati anni eccezionali, quasi drogati dall'effetto Covid sugli acquisti nella grande distribuzione organizzata, favorita dai semi lockdown del comparto Horeca. Non era possibile, inoltre, credere a un 2022 capace di ripetere le performance di un 2021 che è riuscito a toccare quota tre miliardi di euro di spesa nei 12 mesi terminanti a dicembre scorso. Di fatto, Gdo e retail hanno perso nei nove mesi successivi ben 55 milioni di bottiglie equivalenti. E a giocare a sfavore sono stati l'incremento delle materie prime e la crisi energetica che hanno spinto in su i prezzi scoraggiando gli acquisti.

Inoltre, secondo le stime rilasciate dall'Osservatorio Uiv-Ismea, l'autunno-inverno 2022-23 non sarà molto diverso da quanto visto in questa prima parte dell'anno. Il rischio, quindi, è che la filiera si trovi in deficit, per la prima volta dopo anni, proprio sul mercato interno. >>

### **Fipe: "In Horeca aumenti più bassi dell'inflazione"**

A settembre 2022 i prezzi della ristorazione (bar, ristoranti, pizzerie, ecc.) fanno registrare una variazione dell'1% rispetto ad agosto e di +5,9% rispetto allo stesso mese di un anno fa "mantenendosi abbondantemente al di sotto dell'inflazione generale che arriva a +8,9%", secondo dati Istat. Lo scrive la Fipe-Confcommercio, sottolineando che la ristorazione italiana, anche nel confronto europeo sulla base dell'indice armonizzato dei prezzi di agosto, mostra segni di forte moderazione collocandosi al quart'ultimo posto per intensità di aumento dei prezzi, tra i 27 Paesi Ue. "La dinamica inflazionistica della ristorazione" scrive la Fipe "mostra una certa difficoltà delle imprese a gestire la fase di aggiustamento dei listini, resa necessaria dall'aumento straordinario dei costi dei prodotti alimentari e soprattutto dell'energia".

» **PREZZI IN ALTO****SOLO PER EFFETTO DELL'INFLAZIONE**

L'off trade comincia a mostrare i segni di difficoltà, scrivono Uiv e Ismea che, tra gennaio e settembre 2022, rilevano una perdita di 5,6 milioni di ettolitri – al di sotto anche dei livelli pre-Covid – equivalenti a 55 milioni di bottiglie, vale a dire un 6,9% in meno rispetto ai nove mesi del 2021. Anche la spesa nei supermercati è scesa del 3,5% a quota 2 miliardi di euro, nonostante il prezzo medio sia lievitato progressivamente del 7% nel secondo e nel terzo trimestre.

Secondo l'Osservatorio, l'incremento dei prezzi, dettato esclusivamente da una spinta inflazionistica "ancora sottostimata rispetto al reale surplus di costi accusati dalle imprese del vino" ([vedi Tre Bicchieri del 13 ottobre](#)) ha creato un effetto zavorra per le vendite di vino "in attesa di un inverno ancora più difficile per gli italiani".

**I VINI DOP SONO I PIÙ COLPITI**

Che cosa è successo, in particolare, alle tipologie? I nove mesi del 2022 segnano un calo dei volumi per tutti vini.

**Giù anche gli spumanti**

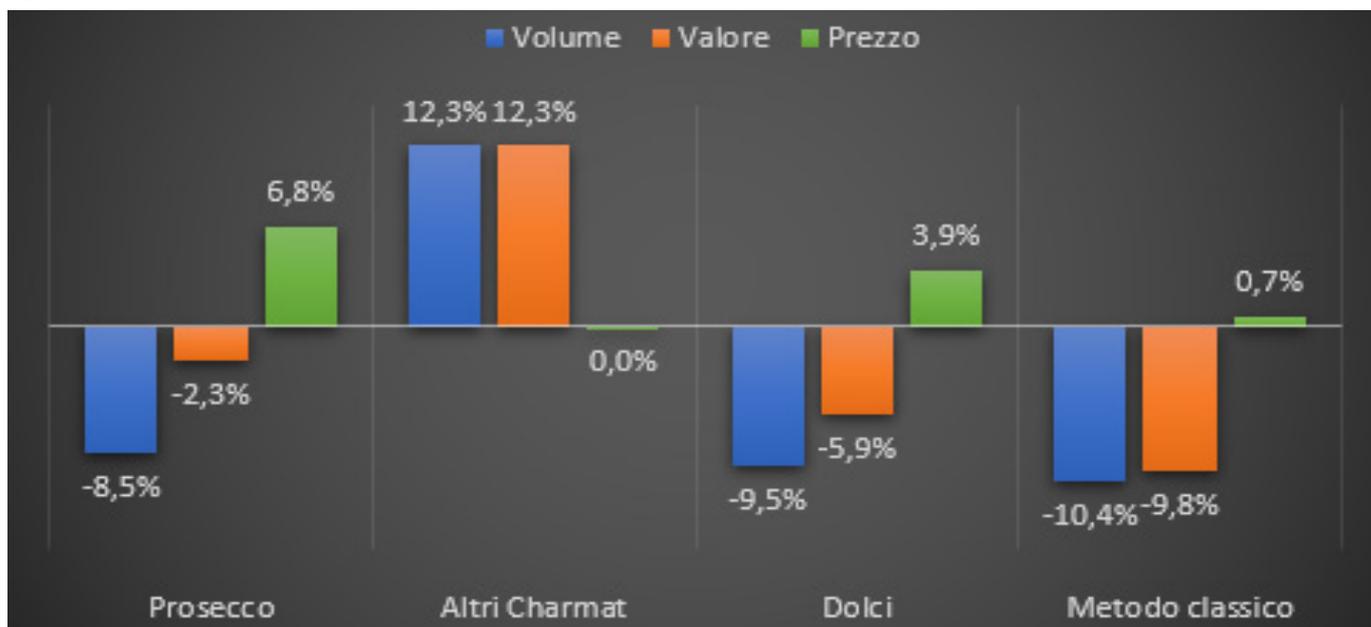
Anche gli spumanti soffrono il difficile momento in Gdo. I dati Nielsen tra gennaio e settembre 2022 segnalano un -8,5% a volumi e -2,3% a valore per il Prosecco (prezzo aumentato del 6,8% rispetto al 2021), un +12,3% a volumi e valori per il segmento "altri Charmat", un -9,5% a volumi e un -5,9% a valore per gli spumanti dolci (prezzo a +3,9%) e un -10,4% a volumi e -9,8% a valore per gli spumanti Metodo classico (prezzi su dello 0,7%).

Nel dettaglio, **i fermi perdono il 7,5%, gli spumanti sono meno colpiti (-2,2%)** grazie alla crescita in doppia cifra del segmento degli spumanti secchi "low cost" ([vedi box](#)), che ha passato questo difficile periodo con un prezzo medio invariato e, soprattutto, inferiore del 30% rispetto alla media di categoria. Nel segmento specifico dei vini fermi, Uiv e Ismea segnalano perdite quasi in doppia cifra per i rossi (-9,2%), a fronte di un -6% dei bianchi e di un -3,8% dei rosati.

"I più colpiti dalle riduzioni di consumo risultano i vini Dop" scrive l'Osservatorio. I primi nove mesi si chiudono, infatti, a -8,7% in quantità (che diventa -11,5% per i rossi Dop), a fronte di un -8,1% per i vini Igt, mentre i vini comuni chiudono il saldo del periodo gennaio-settembre a -6 per cento in quantità e -2% a valore.

**CHI SALE E CHI SCENDE**

Sono molto poche le denominazioni che passano indenni questo periodo. Tra le vendite in volume, mantengono invariati – o diminuiscono – i propri listini: Castelli Romani, Oltrepò Pavese Barbera, Nobile di Montepulciano e Vermentino di Sardegna. Mentre segnano il passo alcune denominazioni altamente rappresentative del panorama enologico nazionale. **L'Osservatorio Uiv-Ismea rileva cali oltre la media sui volumi per il Prosecco (-8,5%)**, per gli spumanti Metodo classico (-10,4%, protagonisti di un boom in tutto il 2021, [vedi Tre Bicchieri del 7 aprile 2022](#)), il Chianti Docg (-11,5%, dopo un ottimo 2021), il Montepulciano d'Abruzzo (-9,7%, terzo vino più venduto lo scorso anno), la Barbera (-15,9) e i Lambruschi. Tra i vini a Indicazione geografica tipica, le riduzioni significative sono segnalate per Puglia Igt, Terre Siciliane, Lambrusco Emilia, Rubicone Trebbiano. »

**Spumanti: variazioni settembre 2022/21**

fonte: Osservatorio Uiv-Ismea su dati Nielsen

## » E-COMMERCE

## E BIO IN CADUTA LIBERA

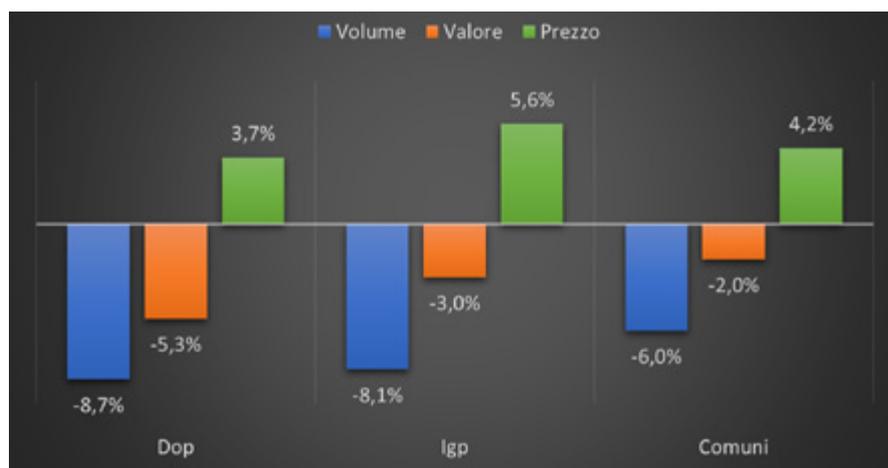
Il segmento dei biologici, che si colloca in una fascia di prezzo mediamente più alta, non poteva che subire l'effetto dei rincari e un certo arretramento della capacità di spesa dei consumatori. Negli scaffali della Gdo e del retail – va ricordato – questa voce incide per poco più dell'1% sul totale del vino acquistato. In ogni modo, **il vino bio perde sia a volume sia a valore**, rispettivamente il -2,3% sul numero di bottiglie acquistate e il -5,9% in valore, malgrado una limatura sui listini del 4% (a 5,19 euro al litro).

Il grande tonfo, però, lo realizza uno dei canali che più è stato sotto la luce dei riflettori nel periodo pandemico: l'e-commerce. In nove mesi, i volumi sono scesi del 15% e, soprattutto, sono scesi i valori con un -23% che porta il giro d'affari nei nove mesi 2022 a 34,7 milioni di euro.

## GIÙ IL CLIMA DI DIFUCIA

“I dati sulle vendite dicono che la reattività degli acquisti di vino al prezzo si è fatta elevata”, ha dichiarato **Fabio Del Bravo**, responsabile servizi per lo sviluppo rurale di Ismea, che ha rilevato il sentiment delle imprese del settore vitivinicolo, nell'ambito dell'indagine trimestrale sul clima di fiducia tra gli operatori. Ebbene, il sondaggio evidenzia un “peggioramento dei giudizi sull'evoluzione futura dell'economia e anche sulla tenuta degli ordinativi futuri. E se la pressione lato costi non dovesse allentarsi, nell'impossibili-

## Vendite per tipo: variazioni settembre 2022/21



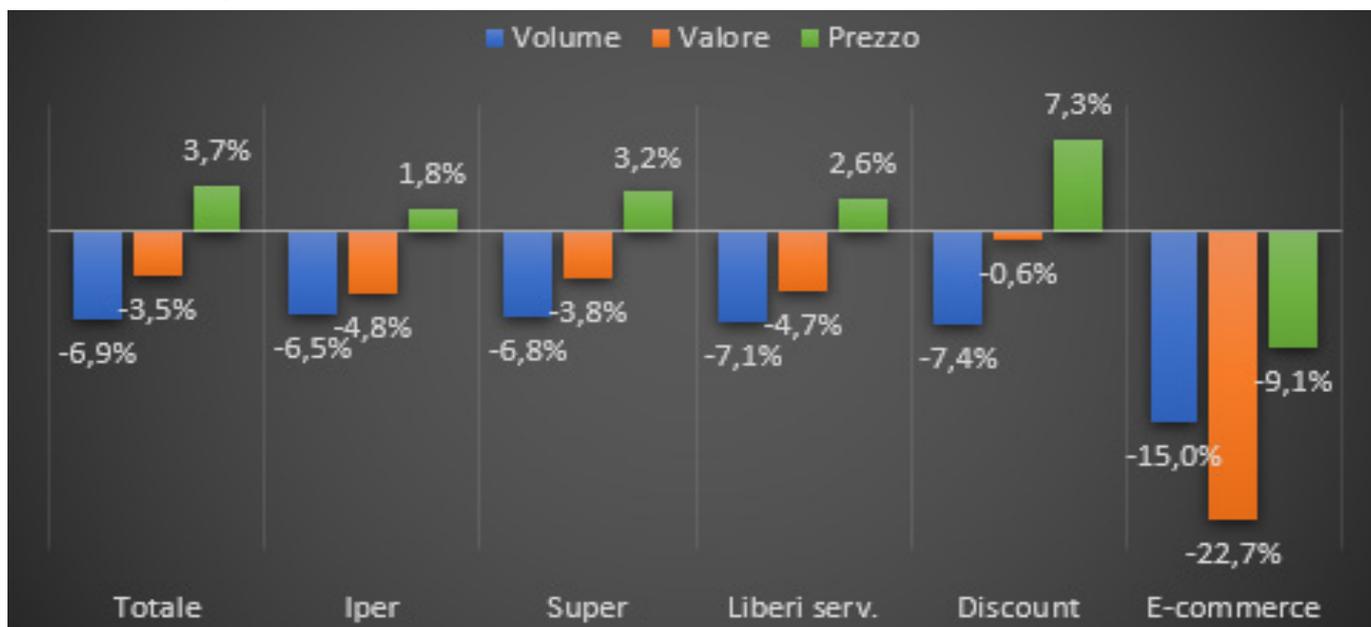
fonte: Osservatorio Uiv-Ismea su dati Nielsen

tà di trasferire a valle i rincari, la filiera potrebbe per la prima volta dopo anni entrare in difficoltà sul fronte domestico”.

## L'INCOGNITA SUI FUTURI LISTINI

Quali sono allora le possibili contromisure? **Paolo Castelletti**, segretario generale di Unione italiana vini, è stato molto chiaro nell'analizzare la congiuntura, in vista del rinnovo dei contratti di fornitura sull'annata 2022 che dovranno essere discussi a breve. Se la grande distribuzione organizzata e la filiera hanno fatto, dai rispettivi campi d'azione, degli sforzi importanti nei mesi scorsi per cercare di tenere il più possibile invariati i prezzi del vino, **bisognerà fare un ulteriore passo per governare l'inflazione futura**. “Sarebbe più che mai auspicabile” è il monito di Castelletti “mantenere in equilibrio i listini anche nei prossimi mesi, quando il potere di acquisto delle famiglie sarà ulteriormente ridotto a causa dei costi energetici, dei beni alimentari e di prima necessità”. ❖

## Vendite totali e per canale: variazioni settembre 2022/21



fonte: Osservatorio Uiv-Ismea su dati Nielsen

# VINI D'ITALIA 2023: QUALITÀ AL TOP. ORA LAVORARE SU PREZZI E CANALI DI VENDITA

▲ a cura di Loredana Sottile



Nei Vini DOC il parco acquirente della GDO è in lieve flessione  
particolare nei riacquirenti

DOC+DOCG

Acquirenti (.000)



	Totale Italia 4H 09/2022	Umanità	TOTALE CA
Acquirenti (.000)	23.020	19.140	19.140
	% Acquirenti	% Acquirenti	% Acquirenti
<b>AREA GEOGRAFICA</b>			
Area 1	997	100	100
Area 2	10,9	0,5	0,5
Area 3	250	1,1	1,1
Area 4	28,9	0,1	0,1
<b>NUMERO COMPONENTI</b>			
1 Componente	52,4	2,3	2,3
2 Componente	29,0	1,3	1,3
3 Componente	16,5	0,7	0,7
4 Componente	16,1	0,7	0,7
5+ Componente	6,7	0,3	0,3
<b>ETÀ RESPONSABILI ACQUISTI</b>			
18-24 anni	14,2	0,6	0,6
25-34 anni	16,7	0,7	0,7
35-44 anni	20,3	0,9	0,9
45-54 anni	17,9	0,8	0,8
55+ anni	20,9	0,9	0,9
<b>AFFILIATION (E)</b>			
Utile	20,0	0,9	0,9
Senior Average	20,0	0,9	0,9
Junior Average	20,0	0,9	0,9
High	20,0	0,9	0,9

La guida del Gambero Rosso certifica l'ottimo stato di salute della produzione italiana. Ma sul fronte vendite bisogna fare i conti con i rincari, con una Gdo in flessione e con una ristorazione vessata dalle bollette. Di questo e non solo si è parlato nel talk che ha preceduto la premiazione



**P**remiare i migliori vini dell'anno; farli conoscere a operatori e appassionati attraverso il grand tasting più atteso dell'anno; incontrare i produttori, tutti sotto lo stesso tetto.

L'appuntamento con la presentazione della 36esima guida Vini d'Italia del Gambero Rosso, che si è svolta lo scorso 15 ottobre al Palazzo dei Congressi di Roma ([qui il link per vedere il video](#)), è questo, ma anche molto di più: un momento di confronto e di riflessione sullo stato di salute del settore per accompagnarlo verso il prossimo futuro. Sia fisicamente attraverso il Worldtour, pronto a partire (prima fermata Tokyo il 25 ottobre), sia idealmente attraverso tutta una serie di incontri e convegni (a partire da quello che si è tenuto in apertura della premiazione) per non perdere di vista l'attualità in cui il vino si trova ad operare.

*“L'evento di premiazione della guida e la diffusione dei suoi risultati sono diventati veicoli di apprezzamento da parte dei canali distributivi e dei consumatori finali”* ha sottolineato il presidente del Gambero Rosso **Paolo Cuccia** *“Grazie all'infaticabile opera delle aziende produttive e al nostro impegno, il vino italiano di qualità, anno dopo anno, ottiene riconoscimenti di mercato, ma in particolare di prezzo”*. Non sono in Italia, ma anche all'estero, come ricorda l'amministratore delegato **Luigi Salerno**: *“Quello che consiglio sempre ai produttori è: andate a vedere cosa succede all'estero, perché il nostro mercato è il mondo. Ed è quello che facciamo anche noi, promuovendo il meglio della produzione italiana, attraverso il nostro Roadshow internazionale che tocca oltre 30 capitali mondiali”*.

### **DAL TALK DEL GAMBERO ROSSO, LUCI E OMBRE DEL SETTORE**

Se la produzione vitivinicola – come certifica la Guida – continua a viaggiare a livelli altissimi, sui mercati, invece, il vino è costretto a fare i conti con il contesto storico ed economico in cui ci troviamo.

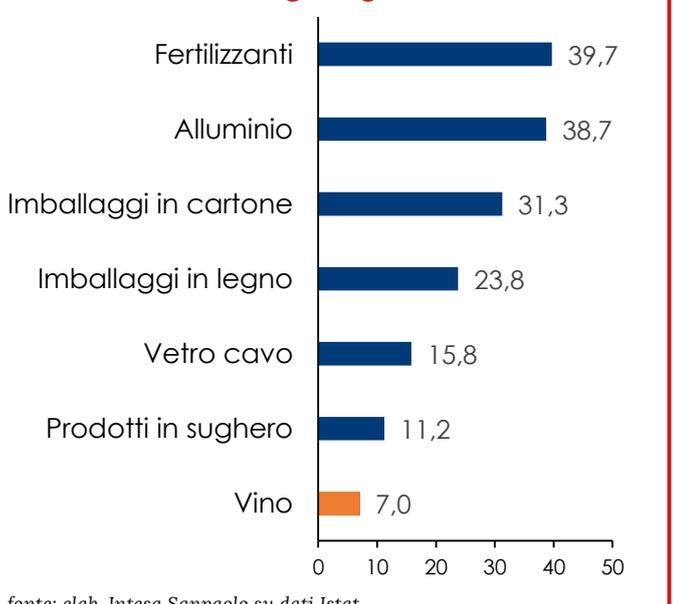
È quanto è emerso durante il talk, moderato dal giornalista **Gianluca Semprini**, dal titolo “Economia, canali distributivi, rischi e opportunità per il mondo del vino”, che ha preceduto la cerimonia di premiazione. La situazione nel primo semestre di quest'anno, ha registrato luci (da cui ripartire) e ombre (da affrontare): crescita in doppia cifra del valore delle esportazioni sostanzialmente per effetto dei maggiori costi; volumi piatti; Horeca in terreno positivo; vendita diretta stabile; Gdo negativa sia in Italia sia all'estero. Si aspettano, poi, gli effetti dei rincari sui consumi, sulla ristorazione e sulle stesse imprese vitivinicole. Come affrontarli? >>

## » L'ESTERO COME ANCORA DI SALVEZZA

"Il momento è molto complesso" ha esordito **Stefania Trenti**, head of industry research direzione studi e ricerche Intesa Sanpaolo "E per il 2023 ci aspettiamo un ulteriore aumento dei prezzi per gas e petrolio, soprattutto in Europa. Uno shock energetico che dovremo finire per considerare normalità. Tuttavia" ha continuato Trenti "come Istituto, continuiamo a rimanere ottimisti".

In particolare, per il vino si registra una notevole ripresa sui mercati esteri, ha sottolineato Trenti: "Dopo un leggero ripiegamento nel 2020 (-1,6), l'export di vino italiano ha ripreso la sua crescita con un progresso del 12,4% nel 2021 (+10,6% vs. 2019) e, nei primi sei mesi del 2022,

### Evoluzione dei prezzi alla produzione sul mercato interno (var. % tendenziale gen ago. 2022)



fonte: elab. Intesa Sanpaolo su dati Istat

ha sfiorato i 3,8 miliardi, in crescita del 13,5% rispetto allo stesso periodo del 2021, solo in parte spiegato dalla dinamica inflazionistica (+4,1% l'indice dei prezzi sui mercati esteri per la produzione di vino)". Sul fronte interno, non si sono ancora riscontrati aumenti dei prezzi a valle, ma il problema di riduzione potenziale dei consumi rimane e continuerà a pesare soprattutto sulle famiglie più in difficoltà. Cosa consigliare, quindi, alle imprese per conservare una buona marginalità? "Bisogna puntare soprattutto su canale Horeca, che permette maggiori aggiustamenti dei listini, e sul canale estero" ha spiegato Trenti "soprattutto guardando ai mercati extraeuropei, che sono meno schiacciati dagli aumenti energetici. Prima di tutto gli Stati Uniti che, al momento, grazie ad un dollaro forte rispetto all'euro, hanno una maggiore capacità di acquisto. Senza perdere di vista l'Asia - Cina in primis - che è in grande ripresa dopo il Covid".

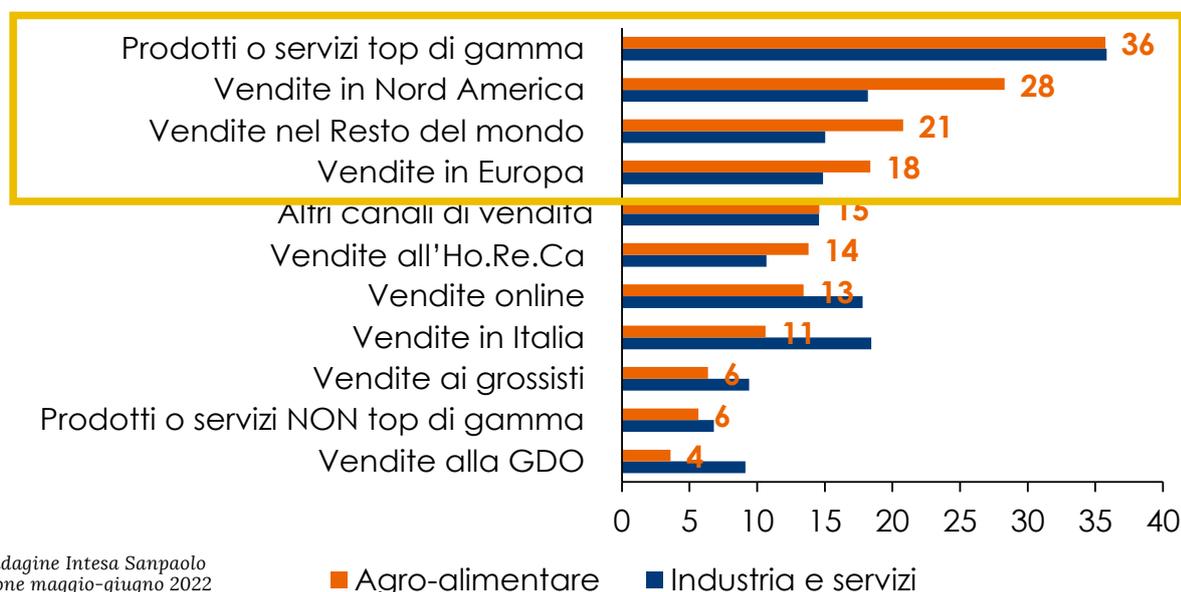
Guardando in avanti, Trenti ha ricordato come, anche e soprattutto in questa situazione critica, rimangano centrali le grandi sfide epocali. Tra tutte: "proposte di nuove tipologie di prodotto, come alcohol free o rosati, investimento sulla sostenibilità e sulla formazione".

### IN CALO LA GDO: VINO IN CONTROTENDENZA RISPETTO ALLE ALTRE BEVANDE

Meno brillante al momento - specie se confrontata al periodo d'oro dei lockdown - la performance della Gdo (vedi approfondimento a pag. 22), dove il fatturato del vino vale 1,3 miliardi di euro.

"Il vino al momento è in controtendenza rispetto al mondo del beverage con un trend negativo (-5,1% a valore fino ad agosto 2022), mentre tengono le acque e il reparto degli analcolici" ha evidenziato il direttore commerciale di Nielsen **Marco Paoletti** "Da notare, però, che il trend è »

### Segmenti, mercati e canali in cui le imprese riusciranno molto probabilmente a rivedere al rialzo i prezzi di vendita nel 2022 (% risposte)



fonte: indagine Intesa Sanpaolo edizione maggio-giugno 2022



# 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

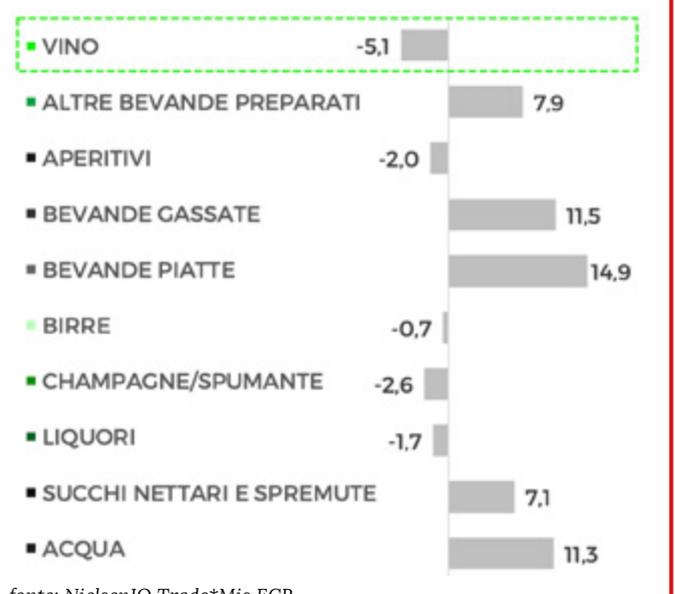
5 VANCOUVER - Canada	trebicchieri
7 MONTREAL - Canada	trebicchieri
9 TORONTO - Canada	trebicchieri

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

[www.gamberorossointernational.com](http://www.gamberorossointernational.com)

» positivo di un +9%, se lo si confronta al prima pandemia, ovvero al 2019". Andando a considerare i singoli segmenti, soffre maggiormente quello dei vini Doc (52% della quota totale), che registra a valore un calo del 6%. Per i prossimi mesi si dovrà lavorare sui listini. "Se al momento i volumi sono piatti" spiega Paoletti "il driver di crescita resta il prezzo, su cui si dovrà intervenire nei prossimi mesi, anche attraverso un efficientamento delle promozioni".

### Beverage in Gdo. Trend per tipologie (gennaio-agosto 2022/21)



fonte: NielsenIQ Trade\*Mis ECR

### TIENE LA RISTORAZIONE. MA FINO A QUANDO?

Come evolverà, invece, il rapporto del vino con l'Horeca? La festa è già finita? A Palazzo dei Congressi ne ha parlato il presidente di Unione Italiana Vini **Lamberto Frescobaldi**, che ha fatto riferimento ad una nuova tempesta perfetta: "I ristoranti nel post lockdown hanno funzionato benissimo e lo si è visto, soprattutto quest'estate, con una stagione che si è chiusa in maniera positiva. Ma anche qui" ha evidenziato "le prospettive non sono rosee: gli incrementi dei costi energetici stanno mettendo a dura prova i locali, e il rischio di nuove chiusure dopo quelle del 2020 causa pandemia è più che reale. A questo si aggiunga il fatto che, se il caro-bollette andrà a incidere sui risparmi delle famiglie, il ristorante diverrebbe un lusso davvero per pochi. In definitiva, potremmo ritornare di colpo in un nuovo 2020, ma senza la capacità di accumulare risparmi che aveva contraddistinto quell'anno pur funesto".

### QUANTO PESA IL VETRO SUI RINCARI?

Infine, uno sguardo alle cantine che, come il settimanale *Tre Bicchieri* ha scritto la scorsa settimana, devono far fronte a costi energetici che hanno già registrato un surplus di 1,5 miliardi di euro. Come affrontare il momento? "Credo" ha detto Frescobaldi "che bisogne-

### Dal Palazzo dei Congressi le richieste al Governo



Alla nuova squadra di Governo, che si sta componendo in questi giorni, Unione Italiani vini, dal palco del Palazzo dei Congressi ha chiesto "taglio del cuneo fiscale per le famiglie, sostenibilità misurabile e revisione del titolo quinto per ridare centralità al Governo in tema agricolo".

Per Federvini, tra le priorità ci sono anche "gli incentivi per favorire l'aggregazione delle imprese, ancora troppo piccole, e una spinta per l'internazionalizzazione, anche attraverso la defiscalizzazione delle aziende che decidessero di aprire delle filiali commerciali nei mercati esteri".

» restare con i piedi per terra, facendo quello che, come produttori, non abbiamo fatto negli ultimi decenni, ovvero stare molto attenti ai costi e tagliare quelli possibili. Penso ad esempio al peso delle bottiglie, a volte davvero esagerati e poco funzionali al prodotto. Senza dimenticare anche le strade alternative all'utilizzo così massiccio di questo materiale: dal vuoto a rendere all'uso dei dispenser soprattutto per i vini di prossimità e quelli di largo consumo. Questo abbatterebbe i costi di imbottigliamento e trasporto per le imprese e quelli di acquisto e successiva rivendita da parte della distribuzione". Così come i problemi di reperibilità di questi mesi.

Tagli a parte, non ha dubbi **Ettore Nicoletto**, vicepresidente del gruppo vini di Federvini: "Nella situazione attuale, gli aumenti dei prezzi saranno ineludibili. Certo dipenderà dalla tipologia di vino e dal segmento di cui fa parte, ma parliamo di una soglia minima di cinque punti percentuali. Ad ognuno la sua partita". ❖

»

## ITALESSE, ZIGNAGO VETRO E COLGED A FIANCO DEI PREMI SPECIALI

Momento clou della giornata della guida Vini d'Italia è stata la premiazione dei 455 Tre Bicchieri e dei 12 Premi Speciali (vedi approfondimento sul numero del 13 ottobre). Questi ultimi, in particolare, hanno avuto tre sponsor d'eccezione chiamati a premiarli sul palco. Vediamoli nel dettaglio.

### ITALESSE, SPONSOR DEI MIGLIORI VINI DELL'ANNO



Hanno ricevuto lo speciale calice d'oro realizzato da Italesse, i migliori sei Vini dell'anno della Guida (vedi sotto). Una collaborazione quella tra Italesse e il Gambero Rosso che ha visto anche l'utilizzo dei calici T-ma-

de 55 (scelti per la loro leggerez-

za, maneggevolezza ed eleganza) per la grande degustazione Tre Bicchieri che ha fatto seguito alla premiazione. Un modo per far conoscere e diffondere la filosofia del gruppo triestino: il rispetto dell'unicità di ogni singolo vino. L'osservazione dei cambiamenti dei consumi e dell'andamento dei mercati su scala internazionale hanno portato Italesse, da sempre consapevole dell'importanza del binomio forma/funzione, ad avviare all'inizio del 2018 Senses, un progetto che — partendo dallo studio dei terroir del vino, dei vitigni, delle componenti aromatiche e delle sensazioni organolettiche — ha inteso progettare, attorno al vino, **calici professionali in grado di valorizzare l'uni-**

#### I premi

**Rosso dell'anno** Chianti Classico Petignano '19  
DI DIEVOLE

**Bianco dell'anno** Castelli di Jesi Verdicchio Classico San Paolo Riserva '19  
DI PIEVALTA

**Bollicine dell'anno** Franciacorta Pas Dosé Parosé '16 DI MOSNEL

**Rosato dell'Anno** Riviera del Garda Classico Valtenesi Chiaqretto Lettera C '20  
DI PASINI SAN GIOVANNI

**Dolce dell'anno** Orvieto Classico Superiore Muffa Nobile Pourriture Noble '20  
DI DECUGNANO DEI BARBI

**Miglior qualità prezzo** Abruzzo Pecorino '21  
DI TENUTA TERRAVIA

**cità di ogni etichetta superando il concetto di bicchiere varietale.** I calici vengono dunque progettati e proposti in base

alle specifiche caratteristiche di ogni singolo vino perché possa essere valorizzato al meglio: intensità, complessità, eleganza, freschezza, morbidezza, struttura.

Per la realizzazione dei propri bicchieri, Italesse sceglie solo il miglior vetro cristallino che garantisce massima lucentezza, trasparenza e rifrangenza, per apprezzare al meglio il colore e la limpidezza del vino. Il vetro utilizzato è rigorosamente privo di piombo in modo da rispettare l'ambiente e la salute di tutti.



ria, ha patrocinato per il secondo anno consecutivo il premio per la Vitivinicoltura Sostenibile, stavolta con un'iniziativa particolare: la Bottiglia Sostenibile di vetro decorata con il disegno delle foglie, metafora di un'agricoltura che rispetta l'ambiente. **Di questa stessa bottiglia, 10mila esemplari**

**verranno consegnati alla cantina pre-**

**miata: Arnaldo Caprai.**

La partnership con Gambero Rosso esprime l'impegno di Zignago Vetro a sostegno del territorio e delle iniziative che riguardano la sostenibilità ambientale. "Questa collaborazione certifica la volontà del nostro Gruppo di far squadra con il mondo vinicolo per continuare assieme un percorso di innovazione e sviluppo sostenibile", ha sottolineato l'amministratore delegato di Zignago Vetro Roberto Cardini. In ottica di sviluppo sostenibile, la partnership aiuta la filiera del settore vitivinicolo a porre maggiore attenzione al vetro: materiale principe per l'imbottigliamento e assoluto campione di economia circolare. Riciclabile al 100% per un numero infinito di volte, il vetro mantiene inalterati i sapori e i gusti dei contenuti, valorizzandoli con la chiave fondamentale per la vendita di prodotti vitivinicoli: il packaging.

**Il premio**  
**Premio per**  
**la Vitivinicoltura**  
**Sostenibile**  
Arnaldo Caprai

### COLGED PREMIA LA CANTINA DELL'ANNO 2023



Dal 1957 ad oggi, Colged ha prodotto più di un milione di lavabicchieri, lavapiatti e lavastoviglie per uso professionale. Consapevoli del fatto che **l'esperienza della degustazione di un vino passa anche attraverso un altissimo standard qualitativo di deter-**

**genza** del 'giusto' bicchiere, Colged

è diventata partner della Guida, premiando la Cantina dell'Anno.

In primo piano nei piani del gruppo c'è la riduzione dell'impatto ambientale attraverso sistemi di recupero del calore dai fumi, pompe a doppia mandata, boiler atmosferici, sistemi avanzati di scarico e filtraggio dell'acqua. Tutti fattori che contribuiscono a ridurre il consumo energetico rispetto ai prodotti di vecchia concezione anche del 50%. A questo si aggiungono altre caratteristiche fondamentali: spazio, ergonomia, abbattimento del rumore e dei vapori.

**Il premio**  
**Cantina dell'Anno**  
Bertani

### ZIGNAGO VETRO PREMIA LA VITIVINICOLTURA SOSTENIBILE

L'azienda veneta leader nel settore della produzione di vetro cavo per l'industria alimentare, cosmetica e profume-



# LA FORZA DEL TERRITORIO

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

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

## LA PROSSIMA CENA DEGUSTAZIONE

MERCOLEDÌ 26 OTTOBRE 2022

FUORIMODENA CUCINA  
VICENZA

## GLI ALTRI APPUNTAMENTI

TRATTORIA  
AI DUE PLATANI  
Parma  
3 NOVEMBRE

ABRAXAS  
OSTERIA  
Pozzuoli [NA]  
9 NOVEMBRE

  
ALBINEA CANALI  
VITICOLTORI DAL 1936

 GAMBERO ROSSO®

Per info e prenotazioni contattare direttamente i locali  
Scopri i menu su: [www.gamberorosso.it/la-forza-del-territorio/](http://www.gamberorosso.it/la-forza-del-territorio/)



Alcuni momenti della giornata dedicata alla presentazione della guida Vini d'Italia 2023 al Palazzo dei Congressi di Roma. Ad aprire la mattina, il talk "Economia, canali distributivi, rischi e opportunità per il mondo del vino", seguito dalla cerimonia di premiazione. Il pomeriggio, invece, è stata la volta della grande degustazione aperta ad operatori e appassionati.

## INDICI FOOD AND BEVERAGE

### Indice

<b>S&amp;P 500 Food &amp; Beverage &amp; Tobacco</b>	Var% settimanale 3,24	Var% inizio anno -2,06
<b>Stoxx Europe 600 Food &amp; Beverage</b>	Var% settimanale 1,53	Var% inizio anno -14,82
<b>Dow Jones Sector Titans Food &amp; Beverage</b>	Var% settimanale 2,91	Var% inizio anno -9,99

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-1,65	-2,99	1,42	667
Campari	Italia	-1,18	-29,58	-29,25	10.514
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-0,78	-25,80	-26,65	35
Marr	Italia	5,20	-45,40	-49,61	686
Newlat Food	Italia	-1,07	-30,53	-29,89	202
Orsero	Italia	-1,63	22,53	51,57	256
Valsoia	Italia	-0,41	-29,89	-31,14	103
Anheuser Bush I	Belgio	2,38	-10,17	0,18	82.968
Danone	Francia	1,86	-10,84	-15,10	32.896
Pernod-Ricard	Francia	2,25	-14,00	-7,66	46.920
Remy Cointreau	Francia	1,89	-22,10	-3,75	8.630
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-1,28	-6,94	-8,19	2.517
Dsm	Olanda	6,10	-38,48	-33,79	21.288
Heineken	Olanda	0,69	-8,23	-0,35	52.254
Jde Peet S	Olanda	4,53	12,32	20,36	15.303
Ebro Foods	Spagna	1,67	-6,16	-7,04	2.437
Viscofan	Spagna	3,19	5,10	7,26	2.780
Barry Callebaut N	Svizzera	2,71	-16,25	-13,75	10.403
Emmi N	Svizzera	3,32	-27,60	-21,23	4.256
Lindt N	Svizzera	1,44	-19,15	-11,71	13.630
Nestle N	Svizzera	2,06	-15,30	-6,14	303.140
Associated British Foods	Gran Bretagna	4,12	-33,89	-27,34	12.090
Britvic Plc	Gran Bretagna	1,90	-18,42	-16,93	2.263
Cranswick Plc	Gran Bretagna	5,47	-25,01	-21,71	1.709
Diageo	Gran Bretagna	0,51	-8,82	2,01	96.426
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	1,95	3,52	1,35	3.144
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	1,70	29,86	37,57	50.026
Beyond Meat	Stati Uniti	-3,90	-79,19	-87,34	877
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-0,73	-29,85	-30,12	3.680
Brown-Forman B	Stati Uniti	1,69	-9,77	-5,22	20.716
Bunge Ltd	Stati Uniti	3,60	-4,35	4,23	13.792
Campbell Soup	Stati Uniti	3,97	16,31	23,72	15.386
Coca-Cola Co	Stati Uniti	3,60	-4,68	4,63	248.178
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	3,07	2,28	5,37	17.021
Constellation Brands	Stati Uniti	2,30	-9,75	5,05	37.128
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	0,96	6,78	-2,21	12.064
Flowers Foods	Stati Uniti	6,12	-1,57	8,68	5.823
Freshpet Inc	Stati Uniti	-0,98	-39,56	-60,67	2.799
General Mills	Stati Uniti	1,14	16,16	27,23	47.236
Hershey Company	Stati Uniti	0,82	17,49	27,18	33.944
Hormel Foods	Stati Uniti	-0,50	-6,23	8,67	25.418
Ingredion Inc	Stati Uniti	2,53	-13,11	-12,90	5.593
Kellogg Co	Stati Uniti	2,13	14,08	19,53	25.413
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	2,18	4,10	10,39	55.246
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	4,83	34,55	53,66	12.471
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	4,12	1,86	-1,24	4.725
Mccormick & Co	Stati Uniti	-1,62	-22,77	-6,04	19.011
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	3,08	6,19	9,45	10.027
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	3,68	-12,00	-2,34	81.314
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	1,14	-5,79	5,91	48.472
National Beverage Corp.	Stati Uniti	6,18	-4,90	-24,00	4.091
Nomad Foods	Stati Uniti	0,71	-44,31	-47,75	2.480
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	-9,31	-71,86	-84,31	1.347
Pepsico Inc	Stati Uniti	7,67	0,78	10,73	245.619
Performance Food Gr	Stati Uniti	2,27	2,09	0,39	7.415
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	2,80	-21,88	-23,67	5.354
Post Holdings	Stati Uniti	3,86	-47,14	-43,38	5.309
Seaboard Corp	Stati Uniti	4,12	-6,87	-12,37	4.324
Smucker, J.M.	Stati Uniti	0,56	4,73	17,10	15.411
Sysco Corp	Stati Uniti	4,82	-1,97	-5,29	39.675
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	3,96	-60,57	-62,63	1.525
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	3,23	0,47	-2,20	44.943
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	2,74	-24,62	-17,29	19.346
Us Foods Holding	Stati Uniti	4,01	-20,36	-25,25	6.333

## FINE WINE AUCTIONS

### Château Mouton-Rothschild: dalla mezza bottiglia alla Imperial

Si completa con questa puntata l'analisi delle quotazioni a cui è arrivato quest'anno Château Mouton-Rothschild quand'è proposto in bottiglie di formato speciale: sotto esame sono un sottomultiplo, la mezza bottiglia, e l'Imperial, il multiplo XL più diffuso.

Succede molto raramente che le aste siano in grado di fornire per le mezze bottiglie le quotazioni di due anni consecutivi e infatti in tabella c'è un solo caso, quello di Mouton 1967, che si è visto decurtare del 35% il prezzo rispetto al 2021. Essendo un caso unico non se ne possono trarre indicazioni valide sul piano generale, mentre lo si può fare, al contrario, a proposito delle Imperial, in gioco con 14 millesimi. E qui cominciano le sorprese, perché il loro valore complessivo è in perdita rispetto al 2021, come quello di quasi tutti i formati speciali di Château Mouton, ma è **una perdita talmente irrisoria, di 16 euro su 89.962, cioè dello 0,02%, che assomiglia di più a una parità**. Difficile però capire i motivi di questo risultato controcorrente, che fa pensare a un ritorno alla normalità dopo i disordinati ribassi e rialzi provocati prima dalla pandemia da Covid 19 poi dalla guerra in Ucraina. L'indagine così minuziosa delle variazioni di prezzo realizzata da questa rubrica ha lo scopo di fornire gli elementi necessari per comprendere le motivazioni dei frequentatori delle aste. Compito reso ancora più complesso dal fatto che questi sono aumentati di numero, non appartengono più esclusivamente alle tradizionali categorie e manifestano preferenze diverse.

– Cesare Pillon

### Château Mouton Rothschild

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2022	Prezzo 2021	+ / -
1967	12x1/2b	£ 600	Christie's, Londra	28/04/22	€ 59,28	€ 91,65	-35%
1975	1 i	\$2.988	Zachys, New York	25/02/22	€ 2.664,10	€ 3.492,78	-24%
1982	1 i	HK\$106.250	Christie's, Hong Kong	23/05/22	€ 12.696,88	€ 20.780,63	-39%
1988	1 i	\$3.984	Acker Wines, Usa	12/05/22	€ 3.827,83	€ 4.298,80	-11%
1989	1 i	HK\$43.750	Christie's, Hong Kong	13/04/22	€ 5.153,75	€ 4.573,20	+13%
1990	1 i	\$4.233	Zachys, New York	25/02/22	€ 3.774,14	€ 4.401,62	-14%
1995	1 i	HK\$49.800	Acker Wines, Hong Kong	22/01/22	€ 5.637,36	€ 4.912,32	+15%
1996	1 i	£5.250	Sotheby's, Londra	26/05/22	€ 6.171,38	€ 6.552,00	-6%
1998	1 i	HK\$32.500	Sotheby's, Hong Kong	20/07/22	€ 4.059,25	€ 3.285,25	+24%
1999	1 i	\$ 4.731	Zachys, New York	11/12/21	€ 4.181,54	€ 5.104,83	-18%
2000	1 i	\$22.410	Zachys, New York	25/02/22	€ 19.980,76	€ 14.146,40	+41%
2003	1 i	HK\$42.330	Zachys, Hong Kong	14/05/22	€ 5.193,89	€ 4.181,54	+24%
2005	1 i	£5.625	Sotheby's, Londra	25/05/22	€ 6.594,75	€ 5.061,87	+30%
2006	1 i	HK\$37.500	Sotheby's, Hong Kong	24/04/22	€ 4.447,50	€ 4.549,21	-2%
2008	1 i	HK\$47.500	Christie's, Hong Kong	13/04/22	€ 5.595,50	€ 4.621,70	+21%

