



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



L'ITALIA DELLE 500 DOP-IGP. UNA RIDUZIONE È POSSIBILE? LE PROPOSTE

CONSUMI

Si va verso una chiusura d'anno sopra gli 8 miliardi di export. Le previsioni dell'Osservatorio Federvini

L'ALLARME

Quarto aumento del costo del vetro in un anno: da gennaio tariffe a +20%. Uiv chiede interventi al Governo

GUIDE

In arrivo la guida Berebene del Gambero Rosso. Tra le novità, i ristoranti dove mangiare sotto i 40 euro

E-COMMERCE

Ora Tannico è al 100% di Campari e Moët Hennessy. Magnocavallo diventa presidente onorario

ENOTECHÉ

Metodo classico, bianchi e territorialità guidano gli acquisti di Natale. L'indagine di Vinarius





Per l'Immacolata 11 milioni di italiani in viaggio

Si apre un lungo periodo di vacanza per molti italiani che hanno scelto il ponte dell'Immacolata per un viaggio. Ma saranno prevalentemente spostamenti a corto e medio raggio. La destinazione estera è, infatti, decisamente meno preferita rispetto a quella nazionale. Saranno 11 milioni gli italiani tra i 18 e i 74 anni che si metteranno in viaggio, per un giro di affari stimabile in 4,4 miliardi di euro, secondo la Confcommercio, alla luce di una spesa media procapite di 400 euro tutto compreso.

I vacanzieri si indirizzeranno quasi esclusivamente in Italia.

Quattro su 10 non si allontaneranno oltre i confini della propria regione di residenza e addirittura 6 su 10 limiteranno a meno di 3 giorni il periodo di vacanza.

Un italiano su dieci (11%) si recherà all'estero, facendo una vacanza presumibilmente di 5 o più giorni. La prima meta è la Francia, tipicamente Parigi, seguita da Austria e Germania, dove il Natale è fortemente sentito. Infine, a seguire, la Spagna. Secondo Confcommercio, la ricerca dell'atmosfera natalizia (luci, shopping e mercatini) è in 3 casi su 10 il driver principale, l'esperienza alla base del progetto di viaggio. Da questo mix risultano in vetta alla classifica delle destinazioni nazionali quelle che più evocano le atmosfere del periodo: Trentino, Alto Adige, Lombardia, Toscana, Lazio e Campania. Mete che offrono ai visitatori numerose attività enogastronomiche, dalla Valtellina e dalla Franciacorta al Chianti, dalla Valle di Cembra fino alla Costiera Amalfitana.

foto: Consorzio Franciacorta

CONSUMI. Export vino 2022 a 8 miliardi di euro: + 12%. Gdo in calo e cautela sulle prospettive del 2023. L'Osservatorio Federvini

Export di vino da record a 8 miliardi di euro, forte ripresa dei consumi fuori casa anche per gli spirits, Gdo in flessione, alte aspettative per le festività e molta cautela in vista del 2023. È in sintesi il quadro offerto dall'Osservatorio Federvini, assieme a Nomisma e TradeLab, sulla chiusura d'anno e sulle prospettive per quello nuovo. **Innanzitutto, il 2022, per tutto l'agroalimentare dovrebbe chiudersi a 59 miliardi di euro**, con una crescita del 16% sul 2021, grazie alla spinta decisa di vini, spirits e aceti fuori confine. Il settore vitivinicolo, in particolare, grazie a un +12%, dovrebbe registrare un nuovo primato per l'export con 8 miliardi di euro nel 2022. Bene anche gli spirits, a 1,7 miliardi di euro, e gli aceti (soprattutto balsamici) con +15%. A favore delle esportazioni ha giocato un processo di diversificazione che si osserva nel decennio. Il peso dell'Ue è sceso dal 57% al 39%, l'Asia è salita al 7% per il vino. Sul fronte spirits, i primi cinque mercati valgono oggi il 53,7% circa rispetto al 65,8% del 2011. *“Tale strategia può essere*



coadiuvata dalla leva promozionale e da una maggiore proattività dell'Ue nel concludere ulteriori accordi di libero scambio coi Paesi extra Ue” è il commento di **Micaela Pallini**, presidente di Federvini, che parla di un 2023 in cui *“non si escludono rallentamenti economici in alcuni mercati”*.

La forte inflazione ha determinato una propensione al risparmio dei consumatori. **Tra gennaio e settembre 2022, nella grande distribuzione, i dati Nomisma parlano di**

flessione del 3,5% per il vino. Anche gli spirits segnano un -1,8% sul 2021, con distillati e acquaviti che pesano per il 45% del valore. Lieve calo (-1,4%) anche per gli aceti mentre prosegue il momento positivo per il balsamico, con valori a +1,6%.

Vini e spirits hanno beneficiato della ripresa dei consumi fuori casa. Nei 9 mesi 2022, secondo Tradelab, la crescita è del 38% sul 2021, con 1,1 miliardi di consumazioni che saranno 1,5 entro dicembre. Dati particolarmente positivi per spirits lisci (+152%) e cocktail alcolici (+40%), tipici del consumo serale. Nella ristorazione, protagonista di un recupero da maggio 2021, le crescite sono in doppia cifra: +34% amari e dopo pasto, +30% vino e +31% bollicine. Per dicembre, le attese degli operatori sono importanti. Le stime di chiusura 2022 per il fuori casa parlano di 90 miliardi di euro (+38% sul 2021; +6% sul 2019).

Fattori di crescita

- cambio euro-dollaro favorevole
- ripresa del turismo globale
- diversificazione dei mercati esteri

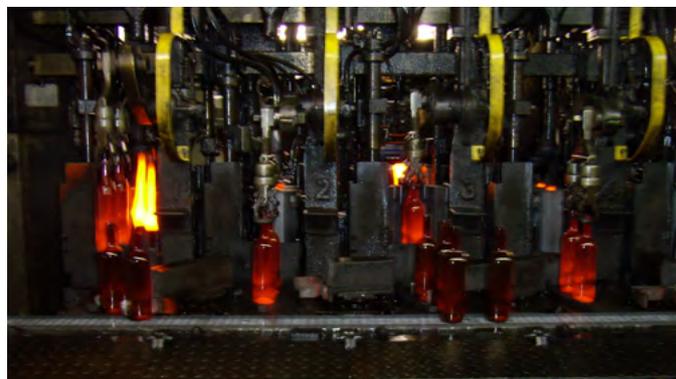
Le preferenze natalizie

Sono alte le aspettative dei consumi degli italiani a Natale, secondo Nomisma. Il vino è tra i prodotti più regalati ad amici e parenti (36% degli italiani). Lo spumante è ritenuto immancabile per il 45% degli intervistati. Il Prosecco domina soprattutto tra i giovani (gen Z e Millennials), seguito dai rossi del Sud (Primitivo di Manduria e Montepulciano d'Abruzzo col 18%) e dai bianchi dell'Alto Adige (8%), preferiti soprattutto dai baby boomer.

IMPRESE. “Vetro più caro del 20% da gennaio 2023”. La denuncia Uiv

Quarto aumento del costo del vetro in un anno. La denuncia arriva da Unione italiana vini che segnala come l'industria del vetro stia inviando alle imprese vitivinicole nuove modifiche unilaterali dei contratti. Uno scenario già vissuto lo scorso anno. Le tariffe da gennaio saranno più alte di un 20%. Pertanto, il costo del vetro sale in media del 70% in 12 mesi, fa sapere il segretario generale Uiv, Paolo Castelletti: *“È un ulteriore fardello difficile da sostenere ma anche da comprendere, sia in ragione di tariffe energetiche stabili che soprattutto per il credito di imposta del 40% accordato ai comparti energivori anche per calmierare i prezzi”*.

Uiv, pertanto, chiede al Governo un aiuto ad hoc, di natura fiscale, nella Legge di bilancio per supportare un aumento dei costi che rischia di compromettere la competitività delle imprese del vino. Energia e materie



prime secche hanno provocato aumenti nel 2022 dell'83% per 1,5 miliardi di spese aggiuntive a carico dell'industria italiana del vino, con effetti più pesanti sulle fasce basic e popular dei prodotti in commercio.



La Tordera
VALDOBBIADENE PROSECCO

CARTIZZE
VALDOBBIADENE D.O.C.G.
SUPERIORE DI CARTIZZE

La Tordera

La Tordera

DA OLTRE **100 ANNI** CUSTODI
DEL **PROSECCO DI VALDOBBIADENE** DOCG

NATURAL
BALANCE



E-COMMERCE. Nuove stime Iwsr: giro d'affari alcolici a +34% entro il 2026



Malgrado un quadro macroeconomico debole, il valore globale delle vendite su internet di bevande alcoliche è destinato a crescere. Nei prossimi cinque anni, secondo recenti stime dell'Iwsr, la progressione sarà di circa il 34% entro il 2026, con un apporto di 10 miliardi di dollari in più sul giro d'affari totale del mercato degli alcolici e un valore assoluto di 40 miliardi di dollari. Si tratta di un incremento che prosegue un trend positivo sia del 2019 (+12%) sia del 2020 (+43%), anno più importante per la pandemia. L'analisi dell'istituto londinese ha riguardato 16 mercati tra cui Cina, Stati Uniti, Italia, Giappone, Uk, Sud Africa.

In linea generale, Iwsr prefigura un quadro in cui, a fronte di un incremento del costo della vita, gli acquisti via internet vireranno, da un lato, su marchi ritenuti affidabili e, dall'altro, su prodotti ad alto valore. Dopo il boom nel periodo pandemico il mercato online degli alcolici è destinato a rallentare, come spiega Guy Wolfe, strategic insights manager di Iwsr drink market analysis, che però aggiunge: "Resta un canale importante e un elemento chiave della crescita del mercato globale delle bevande. Quasi tutti gli incrementi a volume nell'off-trade tra 2021 e 2026 proverranno dall'e-commerce, nonostante tassi di crescita più lenti".

I mercati che saranno il motore della crescita sono la Cina (che manterrà la leadership di mercato) e gli Stati Uniti. Sul lato basso della classifica, è prevista una rapida ascesa di Messico e Nigeria, così come del Brasile.

Considerando le tipologie, **il vino rappresenta uno dei segmenti più maturi ed entro il 2026 vedrà le proprie quote di mercato scendere sotto il 33%. Parallelamente, saliranno quelle della birra, del sidro e dei ready to drink (rtd).** Assieme, queste tre categorie varranno il 25% delle vendite di alcolici online entro il 2026. Gli spirits, guidati dal whisky e dalle bevande a base agave (soprattutto negli Stati Uniti), varranno circa metà di tutte le vendite di alcolici online entro il 2026.

In generale, la convenienza sarà uno dei driver dei comportamenti d'acquisto dei clienti online nei prossimi anni. Se, infatti, circa il 33% degli acquirenti nei 16 mercati ha fatto acquisti per "coccolarsi" nel corso del 2021, in fase di uscita dalla pandemia, questa percentuale si è abbassata nel 2022 a favore di chi ha acquistato su internet con l'intenzione di fare scorte, spinto dall'abitudine e anche dalle offerte promozionali. Elementi da tenere presente anche nel mercato degli alcolici, per il quale, secondo l'Iwsr, le prospettive di business sono molto interessanti.

DEAL. Ora Tannico è interamente di Campari e Moët Hennessy



Si completa il percorso di acquisizione di Tannico da parte di Campari e Moët Hennessy. L'enoteca online aveva siglato un accordo nel 2020 per la cessione del 49% del capitale alla multinazionale italiana, che nel 2021 aveva fatto entrare i francesi al 50%. Ora, dopo aver rilevato il 100% del capitale, l'obiettivo di costruire un player di e-commerce paneuropeo di fascia alta si avvicina. **Dal primo gennaio 2023, l'attuale amministratore delegato, Marco Magnocavallo (nella foto), diventerà presidente onorario mentre nel ruolo di ad ci sarà Thierry Bertrand-Souleau.**

L'ad di Campari, Bob Kunze-Concewitz, conferma quindi l'impegno nel "rendere Tannico la piattaforma leader europea nella vendita di vini e premium spirits". "Moët Hennessy" afferma il suo presidente Philippe Shaus "è lieta di rafforzare la sua partnership con Campari Group che, attraverso Tannico e Ventealapropriete.com, mira a sviluppare eccezionali esperienze di shopping online nel mondo dei vini e degli spirit". Marco Magnocavallo si è detto certo del potenziale di crescita del Gruppo Tannico a lungo termine, grazie alle basi costruite in questi dieci anni.

Quasi 10 anni di tannico

Il Gruppo Tannico è attivo in Italia dal 2013 e in Francia dal 2021 grazie all'acquisizione di Valap (ventealapropriete), uno dei principali operatori e-commerce di vino e spirit premium in Francia. Le due società nel 2021 hanno gestito oltre 600mila ordini e consegnato 4,5 milioni di bottiglie nel mondo, chiudendo l'anno con ricavi sopra i 76 milioni di euro (+105% sul 2020).

NEUROMARKETING

Il suono del tappo incide sull'emozione dell'assaggio



Già nel 2019 avevamo svolto una ricerca neuroscientifica sull'influenza del suono del tappo di sughero rispetto a uno a vite sulla percezione di sapore e qualità di un vino. Avevamo coinvolto non esperti. Qualche mese fa abbiamo ripetuto l'esperimento, in collaborazione con Apcor (Associazione portoghese del sughero) e Amorim, su un campione di professionisti del settore enologico, utilizzando strumenti neuroscientifici più sofisticati: elettroencefalogramma (Eeg) a 52 canali. Uno dei più potenti per l'analisi emozionale e dell'engagement nel neuromarketing.

L'obiettivo era analizzare le differenze percepite tra un vino che si credeva provenire da una bottiglia con tappo in sughero rispetto a un tappo a vite. **Il vino era lo stesso e composto al 50% da vino proveniente da una bottiglia con chiusura in sughero e al 50% da vino con chiusura a vite.** Dei 40 partecipanti il 50% del campione era composto da esperti. Ogni soggetto ha ascoltato il sound del tappo di sughero e di un tappo a vite con ordine cronologico differente. Successivamente, è stato fatto prima annusare (smelling experience) e poi assaggiare (tasting experience) un bicchiere di vino, facendo credere in modo indiretto che questo provenisse proprio dalla bottiglia relativa all'audio appena ascoltato.

I risultati hanno confermato i dati della prima sperimentazione. I valori di engagement cognitivo misurato con EEG e di attivazione emotiva misurato con un indicatore che incrocia il battito cardiaco e la sudorazione (Emotional Index) dei partecipanti, convinti di bere vino da una bottiglia con tappo in sughero, sono stati nettamente maggiori rispetto a quando ritenevano di bere vino da una bottiglia con tappo a vite. A ulteriore conferma, il maggior punteggio dato in maniera "dichiarata" alla qualità percepita e alla disponibilità di spesa per l'acquisto di quello specifico vino. Infine, si è registrata una coerenza di dati sia durante la smelling che durante la tasting experience. E il trend si è confermato sia tra i consumatori tradizionali che tra gli esperti. Inoltre, con un eye tracker, si è rilevato come la visibilità a eventuali bollini dipenda in gran parte dalla capacità attrattiva della immagine del tappo. L'80% del campione visualizza effettivamente il bollino mentre il 60% ne legge il testo, indipendentemente dal livello di wine expertise.

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



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



Bianco Stare Brajde '20 MUZIC

In provincia di Gorizia, più precisamente a San Floriano del Collio, troviamo l'azienda Muzic. L'azienda della famiglia Muzic nasce negli anni '60, ormai da trent'anni l'azienda è gestita Ivan Muzic con la moglie Orieta, accompagnato oggi dai figli Elija e Fabijan, Oggi l'azienda conta 26 ettari vitati. Con Lorenzo Ruggeri assaggiamo il Collio Bianco Stare Brajde '20. Dal colore giallo paglierino con riflessi verdolini, al naso è ricco di note fruttate di frutta bianca, note floreali di fiori di arancio e note di frutta secca. In bocca è fresco, strutturato, ricco di note erbacee, agrumate e di frutta secca, con un finale lungo persistente che chiude su note fruttate e floreali. Ottimo in abbinamento al friccò oppure con delle carni bianche.

Visita il sito:
www.cantinamuzic.it/

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/reel/C132Gres5KN/



gambero rosso
channel



on air su piattaforma
sky canale **133 e 415**



Il primo canale italiano
interamente dedicato al food & wine

GAMBERO ROSSO

sky

LE BREVI

GUIDE. In arrivo la guida Berebene del Gambero Rosso. La presentazione a Roma il 18 dicembre, nella giornata Top Italian Food & Wine



Torna il Berebene, la guida del Gambero Rosso che premia i vini dal miglior rapporto qualità prezzo. Quella di quest'anno è un'edizione ancora più corposa, con le schede di ben 881 vini da acquistare in enoteca, on-line o sugli scaffali della Gdo a un prezzo che rimane entro i 15 euro: la soglia di prezzo si è alzata rispetto alla scorsa edizione ma è stato un atto necessario a fronte degli aumenti dei costi delle materie prime e dell'energia che hanno costretto tante cantine a rincari sui loro listini. Tra

questi 881 vini, abbiamo scelto sei etichette d'eccellenza che per noi sono i migliori rapporto qualità prezzo del Berebene, Premi Nazionali che vanno a un rosso, un bianco, un rosato, una bollicina, un dolce e al miglior vino entro i 5 euro.

Come di consueto, poi, ci sono i 20 Premi Regionali, uno per ogni regione. Si è arricchita anche la sezione riguardante le Migliori Enotecche d'Italia: abbiamo recensito 388 esercizi e abbiamo premiato con il nostro massimo riconoscimento, i Tre Cavatappi, 47 enoteche. Infine, **abbiamo aggiunto, alla fine di ogni regione ristoranti, ma soprattutto trattorie e osterie, dove si può ancora sperimentare un pasto autentico e completo entro i 40 euro**, in piena sintonia con la filosofia di questa nostra pubblicazione.

La presentazione, insieme alla premiazione, si terrà a Roma, alla Nuvola di Fuksas il 18 dicembre. Si inizia la mattina alle 10, quando contestualmente a Berebene, verranno presentate le guide Top Italian Food 2023 e Grandi Salumi, con la possibilità di seguire la diretta sulla pagina Fb del Gambero Rosso. Il pomeriggio, invece, spazio per le degustazioni dei migliori prodotti delle tre guide (per gli abbonati Atac, sconto speciale, tramite codice inviato dalla stessa azienda per la mobilità).

Ma non finisce qua. La giornata prevede anche il convegno "Roma e il suo territorio. Qualità dell'Ospitalità e dell'Offerta Enogastronomica" (ore 12), mentre la sera sarà il momento di "Vi cuciniamo per le feste", la cena dei talent di Gambero Rosso Channel. La cena sarà ripresa dalle telecamere di Gambero Rosso Channel, per poi andare in onda durante le festività natalizie.

GAMBERO ROSSO®



TOP ITALIAN FOOD&WINE

18 Dicembre

ore 10.00

PRESENTAZIONI E PREMIAZIONI DELLE GUIDE:

TOP ITALIAN FOOD 2023 - GRANDI SALUMI (nuova edizione) - BEREbene 2023

Ore 12.00

CONVEGNO

Roma e il suo territorio. Qualità dell'Ospitalità e dell'Offerta Enogastronomica

ore 16.00

DEGUSTAZIONE

dei migliori prodotti delle guide:

TOP ITALIAN FOOD 2023 - GRANDI SALUMI (nuova edizione) - BEREbene 2023

ore 20.00

"VI CUCINIAMO PER LE FESTE"

cena dei talent di Gambero Rosso Channel

Roma Convention Center - La Nuvola Eur
Viale Asia, 25 | ROMA

INFO E BIGLIETTI: www.gamberorosso.it



PARTNER ISTITUZIONALI

MOBILITY PARTNER

PARTNER AUTOMOTIVE

ROMA 

Assessorato ai Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda

**COESIONE
ITALIA 2022
LAZIO** 

 **Cofinanziato
dall'Unione europea**



 **REGIONE
LAZIO**

atac



 **HONDA**

FOCUS

VINI PICENI. Il 2022 verso i 10 milioni di bottiglie. Presto la nuova sede

a cura di Gianluca Atzeni

Il 2022 del Consorzio Vini Piceni potrebbe portare le produzioni a quota 10 milioni di bottiglie. Soprattutto se il trend del primo semestre (a 4,9 mln di bottiglie) troverà conferme in quest'ultima parte dell'anno. Il dato non è ancora disponibile ma il presidente **Giorgio Savini** è ottimista, soprattutto considerando l'incremento che si sta registrando sui prodotti di punta come Offida Pecorino Docg e Rosso Piceno superiore. *“Ci auguriamo di consolidare l'aumento registrato finora”*, afferma a Tre bicchieri. La denominazione marchigiana, intanto, incrementa gli associati al Consorzio (12 in più) e può ritenersi soddisfatta per il raccolto 2022 concluso pochi mesi fa: *“Le produzioni hanno avuto un buon riscontro mantenendosi nelle media, con aumenti in alcune zone. La qualità è eccellente”* spiega Savini *“e non è stata intaccata dall'andamento climatico. I prodotti sono equilibrati sia per le Dop bianche sia per le rosse”*.

LE NOVITÀ. Il Consorzio, tuttavia, dovrà ancora aspettare per vedere operative le **modifiche al disciplinare, tra cui il via libera al confezionamento in formato bag in box per i vini Doc**: *“Siamo in attesa che la nostra richiesta venga evasa dagli organi competenti. In ogni modo, la strada della modernizzazione della nostra Doc è segnata”*. Parallelamente, l'ente è in attesa di trasferire la propria sede istituzionale a Offida, presso l'enoteca regionale (di proprietà del Comune) i cui spazi sono gestiti da Vinea: *“Stiamo concordando le modalità e i tempi per*



57 Soci
9,5mln bottiglie
1.665 ha ettari
55% export
46 aziende bio

fonte: Consorzio vini Piceni (dati 2021)

la ristrutturazione di una parte dell'immobile”.

LA PROMOZIONE. In materia di promozione interna, la linea consorziale è quella di *“puntare sui canali canonici, per far conoscere meglio il nostro territorio”*. La campagna radiofonica di due settimane lanciata lo scorso anno sulle reti Rai ha avuto riscontri molto positivi e il Cda sta studiando un eventuale bis per il 2023. Sul fronte estero, sono confermati gli investimenti sul Psr (circa 800 mila euro annui) e sull'Ocm vino (circa 1,2 mln): *“Non siamo ai livelli pre-crisi, con 1,8 milioni, ma stiamo cercando di investire per consolidare i mercati”*, sottolinea Savini. Le destinazioni dei Vini Piceni

si chiamano Stati Uniti, Canada, Cina, ma anche Giappone, Indonesia e Albania, oltre ai tradizionali Uk, Germania e Scandinavia.

Ci sarà da lavorare, invece, per migliorare la penetrazione dei vini sul circuito Horeca (dove oggi finisce oltre il 60% del prodotto), specie in Italia. *“Il nostro rapporto con la ristorazione locale è discreto ma un sano campanilismo da parte degli operatori non guasterebbe”*, osserva il presidente Savini con una punta polemica.

LA SOSTENIBILITÀ. Il distretto piceno è green, con ben 46 aziende su 57 certificate bio: *“Il dato è superiore alla media nazionale ma nei prossimi anni intendiamo aumentare il livello di sostenibilità dei nostri associati”*, osserva Savini. Un biglietto da visita importante, collegato a doppio filo alla legge sull'enoturismo approvata dalla Regione Marche: *“Il Consorzio ha sensibilizzato i soci a iscriversi nell'elenco degli operatori enoturistici. Questo darebbe una spinta ulteriore per un'attività che calza a pennello”* conclude il presidente *“con il nostro territorio del sud delle Marche”*.

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
TRENTO DOC

PUGLIA. Fascette di Stato per il Primitivo di Manduria Doc

Passo in avanti importante verso la qualità e la lotta alle contraffazioni per il Primitivo di Manduria Doc che, dal primo gennaio 2023, adotterà la fascetta di Stato per tracciare tutte le fasi di vita di ciascuna bottiglia. Lo ha reso noto il Consorzio di tutela pugliese che ha specificato come **i vini interessati saranno quelli a marchio Doc e Doc riserva**. Non è la prima volta per le aziende associate, che già appongono il sigillo di Stato alla versione Docg dolce naturale.

L'iniziativa è stata fortemente voluta dal consiglio di amministrazione presieduto da **Novella Pastorelli**: *“Si tratta di un percorso obbligato”* afferma *“che ha come obiettivo la massima tutela della nostra denominazione”*. Si completa, quindi, un iter che mira al tracciamento delle produzioni dalla vigna alla messa in commercio. *“Vogliamo innalzare al massimo il livello di tracciabilità del nostro primitivo in funzione anti-contraffazione, fornendo la massima garanzia al consumatore finale”*.

Attualmente, sono 67 i soci del Consorzio e 160 gli im-



bottigliatori. La misura adottata dal Consorzio servirà soprattutto a difendere il vino all'estero. Il nuovo sistema sarà gestito da Agroqualità, società di certificazione del Gruppo Rina e del sistema delle Camere di commercio italiane. La serie alfanumerica e il numero di identificazione progressivo nelle fascette consentirà di identificare ogni singola bottiglia immessa al consumo.

TOSCANA. Consorzio Nobile e Comune Montepulciano rinnovano "pacchetto promozione"



Rinnovato il pacchetto di investimenti tra Comune di Montepulciano e Consorzio del Nobile di Montepulciano per la promozione del territorio. Il plafond, rispetto a quanto disposto per l'anno in corso, è stato portato a 266.500 euro. La somma è pronta a essere spesa in attività, eventi ed iniziative già avviate alla fine di quest'anno e da completare nel 2023.

Obiettivo è comunicare il brand "Montepulciano" attraverso attività che mettano assieme promozione del vino e del territorio, con iniziative rivolte al turismo che, nella città del Poliziano, vive di arte, cultura, ambiente ed enogastronomia. **I fondi copriranno anche l'attesa anteprima di febbraio 2023.**

Tra i contenuti più importanti dell'intesa c'è un video pubblicitario che andrà in onda sui canali Rai tra febbraio e marzo, con passaggi nel prime time. Tra le novità del 2023, il progetto del "Salotto letterario Nobili Parole": quattro appuntamenti (da maggio a ottobre) con scrittori che, oltre a presentare le loro ultime opere, parleranno del viaggio e della voglia di scoprire le eccellenze italiane.

SICILIA. Oltre 5 milioni per la promozione extra-Ue



Quasi 5,3 milioni di euro sono stati stanziati dall'assessorato dell'Agricoltura della Regione Siciliana per l'internazionalizzazione e la valorizzazione sui mercati extra-europei dei vini di Sicilia.

Nove i progetti ammessi nella graduatoria Ocm Vino sul sito dell'assessorato e sul portale istituzionale regionale. *“Una misura molto attesa da tutto il comparto vitivinicolo”* commenta l'assessore Luca Sammartino *“che abbiamo sbloccato in tempi record. È nostra ferma intenzione continuare a sostenere e promuovere concretamente tutte le produzioni di qualità agroalimentari (Dop, Igp, Biologico) che rappresentano un elemento strategico per la nostra agricoltura”*.



55th Wine and Spirits Trade Show

WORLD WINE BUSINESS

SINCE 1967

DDMBRANDING.COM

TRADE ONLY

WELCOME
TO VINITALY:
THE **WORLD**
WINE BUSINESS
CENTER.

Verona, ITALY
2/5 April 2023

vinality.com



Organized by
veronafiere
Trade shows & events since 1898

In collaboration with



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Together with



ENOLITECH
TECHNOLOGY & INNOVATION



SOL & AGRIFOOD
TASTE OF BUSINESS



FINEST ITALIAN WINES
OperaWine
01 APRILE 2023

BILANCI 1. Bottega festeggia 45 anni con ricavi a 82 mln di euro. Nel 2023 nuova cantina in Chianti Classico e liquorificio in Friuli

Quarantacinque anni di storia per Bottega, gruppo veneto con sede a Bibano di Godega (Treviso) che è allo stesso tempo una cantina e una distilleria, nata nel 1977 grazie ad Aldo Bottega, mastro distillatore, e a sua moglie Rosina Zambon. Tra le prime 20 aziende private italiane, Bottega dovrebbe chiudere il 2022 con ricavi a 82 milioni di euro, rispetto ai 67 mln del 2021, grazie a performance particolarmente positive nei mercati Italia (+29%), Canada (+18%), Germania (+8%), Giappone (+33%) e Svizzera (+42%), secondo i dati preliminari degli 11 mesi, che segnano un rallentamento per Uk (-5%) e Usa (-27%). Le stime sull'andamento del 2023 restano positive, con un +3% di ricavi.

In campo vitivinicolo, l'azienda presieduta da Sandro Bottega (che produce oltre 10 milioni di bottiglie di spumanti, e che conta 32 Prosecco bar in tutto il mondo) ha allargato i suoi orizzonti in Valpolicella (a Valgatarà nel 2018) e a Montalcino (2019). E nel triennio 2020-2022 non ha smesso di investire, col centro logistico a Fontanafredda (12mila mq), con l'acquisto di 20 nuovi ettari a Prosecco Doc, Docg e Valpolicella, con impianti di distillazione per il gin e per il whisky.

Nei prossimi anni, **con fondi per circa 7 milioni di euro,**



l'obiettivo di Bottega è dotarsi già dal 2023 di una nuova cantina nel Chianti Classico (con 21 ettari vitati e una struttura di mille metri quadrati) e aprire un nuovo liquorificio in Friuli. Si lavorerà anche a incrementare la capacità produttiva degli spumanti. Previsto un impianto fotovoltaico da 200 kwh nell'ambito di azioni per la sostenibilità. Oggi l'azienda può autoprodurre il 40% dell'energia consumata nelle ore di luce. Secondo il report di sostenibilità, risparmia oltre 1.200 tonnellate di Co2. Curioso il recente progetto "api in vigna", grazie al quale a maggio scorso 300mila api sono state immesse nei vigneti a glera di Vittorio Veneto, per il mantenimento della biodiversità. - **G.A.**

SOSTENIBILITÀ. Ruffino annuncia 8 milioni di investimenti entro il 2025

Otto milioni di euro di investimenti nella sostenibilità entro il 2025. Sandro Sartor, presidente e amministratore delegato di Ruffino, ha annunciato che un terzo delle risorse in capital investment saranno dedicate a questo segmento.



Il gruppo vitivinicolo, che ha registrato un valore della produzione di 123,2 milioni di euro nel corso del 2022, presentando a Milano il bilancio sociale ha reso noto che le risorse finora impiegate su politiche sostenibili sono state di 855mila euro nel 2019, di 790mila euro nel 2020 e di 860mila nel 2021. Per il 2022, la cifra è cresciuta decisamente a oltre 2,5 milioni di euro. **Altri obiettivi dichiarati sono il 100% di vendemmia biologica entro il 2024, rispetto all'attuale 53%.** Mentre altri numeri testimoniano l'impegno del brand toscano su temi ambientali, come la certificazione "biodiversity friend" per la totalità delle nove tenute (6 in Toscana e 3 in Veneto), l'uso di energia elettrica da rinnovabili al 100% in Ruffino srl e al 65% in Tenute Ruffino, la riduzione del 13% del quantitativo di rifiuti prodotti nel 2022.

BILANCI 2. Cantina Kurtatsch sale a 11 milioni di euro di ricavi. Kofler confermato presidente

Un 2022 in forte crescita quello di Cantina Kurtatsch, realtà altoatesina che riunisce 190 famiglie di viticoltori per altrettanti ettari di vigneto. I ricavi risultano in crescita del 27%, a quota 11,1 milioni di euro. Risultati molto positivi che sono valsi la conferma alla presidenza di Andreas Kofler, il quale ha potuto anche ricordare come negli ultimi nove anni il lavoro sulla qualità e sul ri-posizionamento verso l'alto dei vini (soprattutto in Usa, Svizzera e Germania) abbia consentito di incrementare del 73% il prezzo medio al litro. **In termini di giro d'affari, inoltre, l'aumento dei ricavi è del 110% a parità di volumi prodotti.** "Nel 2015 abbiamo stabilito coi nostri viticoltori visioni e obiettivi iniziali col progetto 'KGK 2020', che abbiamo terminato con successo. Poi" osserva il presidente "abbiamo fissato i traguardi da raggiungere entro il 2027. E possiamo dire che si sono già ottenuti ottimi risultati, soprattutto nell'aumento di valore della produzione".



Guardando al futuro, la cooperativa di Cortaccia intende lavorare sui temi ambientali: "Stiamo progettando un impianto fotovoltaico per generare da soli il 60-70% dell'elettricità" dice il presidente "mentre per quanto riguarda l'approvvigionamento idrico siamo già indipendenti da un secolo. Un'altra sfida è certamente la riduzione dell'impronta di Co2, che dobbiamo affrontare in modo ancora più intensivo per rendere la nostra produzione il più neutrale possibile". In parallelo, si lavorerà a fornire un miglior sostegno agli associati, specie i più anziani e i più piccoli, per poter coltivare ancora meglio e in modo sostenibile.



BADIA DI MORRONA



Territori che raccontano storie

Via del Chianti, 6 - 56030 Terricciola - TOSCANA
Tel. +39 0587658505 - email: info@badiadimorrone.it

CALABRIA. Etichette d'artista per il restauro di opere territoriali: il progetto Taste the Art di Ippolito 1845



L'arte aiuta l'arte. E lo fa attraverso il vino. È questo in estrema sintesi Taste the Art, il nuovo progetto di responsabilità sociale d'impresa della storica azienda calabrese Ippolito 1845. L'idea prende vita dall'incontro con il talento artistico di Enrico Focarelli Barone, in arte Frelly, giovane illustratore calabrese in grado di reinterpretare in maniera nuova e originale i vini dell'azienda mediante illustrazioni in cui passato e futuro si fondono in una visione creativa, scanzonata e surreale. La vendita di queste bottiglie d'autore contribuirà alla raccolta di fondi a sostegno del restauro di opere artistiche e storiche del territorio calabrese. **Si inizia dalla Fontana del Principe di Cirò Marina.**

“*Appartenuta ai principi Spinelli*” racconta Vincenzo Ippolito “*questa fontana monumentale con 3 archi è oggi abbandonata e in completo stato di degrado. L'obiettivo è crearvi intorno un'oasi verde aperta al pubblico ma soprattutto dare un segnale forte, dimostrare che la sinergia tra pubblico e privato può e deve cambiare la mentalità del territorio e che questo cambiamento porterà a benefici non solo economici ma soprattutto sociali e culturali*”. Come sottolinea Gianluca Ippolito “*è un progetto nato durante la pandemia, quando di fronte alle difficoltà del periodo abbiamo voluto rispondere con una visione positiva ed energica, attraverso una voglia di spensieratezza che si è concretizzata in una linea di sei vini in edizione limitata, i più iconici dell'azienda*”. “*Vogliamo restituire qualcosa al territorio nel quale la nostra azienda opera e lavora da più di 170 anni*” aggiunge Paolo Ippolito “*Una forma di sostenibilità sociale mediante la restituzione di una parte dei profitti alla comunità nella quale viviamo*”. La visione territoriale, infatti, emerge anche dalle etichette di Frelly. “*Ho voluto creare delle illustrazioni che nascessero dalle etichette dell'azienda*” spiega lo stesso artista “*che ne mantenessero la riconoscibilità, ma che al contempo la reinterpretassero attraverso il linguaggio dell'arte e veicolassero elementi simbolici del nostro territorio per far conoscere ancora di più la bellezza e la straordinarietà della Calabria*”.



PUGLIA. Varvaglione1921 lancia l'etichetta musicale con la playlist di Natale

Dopo l'etichetta gratta e vinci, quella in realtà aumentata e il video game a tema vitivinicolo, Varvaglione1921 lancia l'etichetta musicale con la playlist di Natale. Sui vini della linea 12eMezzo (Negramaro, Primitivo e Malvasia Bianca) campeggia un QR code che rimanda a una playlist su Spotify creata ad hoc dall'azienda vinicola pugliese, in cui ritrovare tutte le versioni dei brani natalizi più amati, nella versione di diversi Paesi nel mondo.

“*È un modo per abbracciare tutti coloro che scelgono i nostri vini, ad ogni latitudine e longitudine*”, spiega Marzia Varvaglione, responsabile marketing e mercati esteri dell'azienda “*Crediamo molto nello slogan pensa globale, agisci locale*”. **Spazio, quindi, alle classiche Jingle Bells, White Christmas e Silent Night, ma anche alla Pastorale tarantina:** “*Un modo per omaggiare la nostra città, certi che farà breccia nei cuori che battono a più di 10mila Km da qui*”.

LIBRI. Un volume illustrato racconta le Cantine storiche d'Italia

Un viaggio attraverso l'architettura e la storia di alcune delle più antiche cantine d'Italia, per conoscerne i vini più rappresentativi, ma soprattutto i luoghi di produzione e conservazione. È uscito in libreria “Cantine storiche d'Italia. Un viaggio tra architettura ed enologia”, un volume illustrato di grande formato, con un ricco apparato di foto, scritto a quattro mani da Margherita Toffolon, architetto e giornalista, e Paolo Lauria, sommelier professionista, edizioni 24 Ore Cultura.

Da oltre cinquecento antiche cantine ne sono state selezionate trentotto, che meglio testimoniano il genius loci del loro territorio. Il racconto di questi luoghi spesso segreti, datati tra il X e il XIX secolo, diventa l'occasione per omaggiare le abilità dei nostri antenati e per esaltare il savoir-faire italiano che, ha saputo creare una perfetta armonia tra pietre e frutti, terroir e rapporto con il paesaggio. Dentro c'è, quindi, la storia di famiglie, ordini religiosi, produttori spesso sperimentatori o visionari e altre volte veri imprenditori, non solo legati al mondo del vino, è strettamente intrecciata a quella degli edifici che ne sono ancora oggi l'abitazione o la sede aziendale.



COLLIO BIANCO STARE BRAJDE

VINO DA UVE AUTOCTONE

Azienda Agricola MUZIC
Località Bivio 4, 34070
San Floriano del Collio (GO)
Tel. 0481 884201
www.cantinamuzic.it



MUZIC

EVENTI. In Trentino la Notte degli alambicchi accesi



Il piccolo borgo di Santa Massenza (Trento), si appresta a ospitare ancora una volta "La notte degli alambicchi accesi", **evento collettivo che consente ai visitatori di passeggiare per le vie del borgo, degustare la preziosa grappa trentina (tutelata dall'omonimo Istituto) e assistere a spettacoli teatrali itineranti.**

L'appuntamento, in programma da giovedì 8 a domenica 11 dicembre, è organizzato dall'Associazione culturale Santa Massenza piccola Nizza de Trent, col supporto di Trentino Marketing, il coordinamento della Strada del vino e dei sapori del Trentino, nell'ambito di #trentinowinefest. Centinaia i visitatori da tutta Italia attesi in Valledaghi che assisteranno alle interpretazioni artistiche degli attori della compagnia Koinè all'interno delle cinque distillerie aperte. Sono 7 le performance previste nei 4 giorni. Ogni tappa prevede una piccola degustazione, con assaggi delle varie versioni del distillato artigianale prodotto con metodo a bagnomaria in alambicchi discontinui, secondo un'antica arte tramandata da generazioni.

Per maggiori info www.gardatrentino.it/it/experience/la-notte-degli-alambicchi-accesi_48926

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon, William Pregentelli,

Vincenzo Russo, Marco Sabellico

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

cover

freepik

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

PER TUTTO DICEMBRE

❖ CANTINE APERTE

A NATALE

in tutta Italia

www.movimentoturismo

vino.it/it/eventi/1/cantine-

aperte-a-natale

FINO AL 11 DICEMBRE

❖ HAPPY TRENTODOC

Trento e provincia

www.visittrentino.info/

it/guida/eventi/happy-

trentodoc_e_959260

FINO ALL'8 GENNAIO

❖ NOVANT'ANNI

DI BOLLICINE

Museo Nazionale

del Risorgimento Italiano

Torino

piazza Carlo Alberto, 8

museorisorgimentotorino.it

8 DICEMBRE

❖ LA NOTTE DEGLI

ALAMBICCHI ACCESI

Santa Massenza (Trento)

fino all'11 dicembre

www.gardatrentino.it/

NotteAlambicchi

8 DICEMBRE

❖ STAPPA

CON GAMBERO ROSSO

Perla del Garda

Lugana Superiore Madonna

della Scoperta '19

sui canali social del

Gambero Rosso

9 DICEMBRE

❖ STAPPA

CON GAMBERO ROSSO

Dosio

Barolo Bussia '17

sui canali social del

Gambero Rosso

12 DICEMBRE

❖ STAPPA

CON GAMBERO ROSSO

Trentodoc

sui canali social del

Gambero Rosso

12 DICEMBRE

❖ ROMA INCONTRA IL

SALICE SALENTINO DOP

Roma

Palazzo Brancaccio

Viale del Monte Oppio 7

dalle 20.00 alle 23.00

store.gamberorosso.it/

it/eventi/917-4239-roma-

incontra-il-salice-salentino-

dop.html#/25-sede-

roma/1626-data-12_12_22

13 DICEMBRE

❖ STAPPA

CON GAMBERO ROSSO

Badia di Morrona

Terre di Pisa Sangiovese

VignaAlta '19

sui canali social del

Gambero Rosso

14 DICEMBRE

❖ STAPPA

CON GAMBERO ROSSO

Varvaglione

Primitivo di Manduria

Collezione Privata

Cosimo Varvaglione

Old Vines '19

sui canali social del

Gambero Rosso

15 DICEMBRE

❖ STAPPA

CON GAMBERO ROSSO

Ronco Margherita

Ovalis '19

sui canali social del

Gambero Rosso

18 DICEMBRE

❖ DEGUSTAZIONE

TOP ITALIAN FOOD&WINE

Centro Congressi La Nuvola

Roma

16-20

store.gamberorosso.it

18 DICEMBRE

❖ VI CUCINIAMO PER LE

FESTE

Con gli chef di Gambero

Rosso Channel

Centro Congressi La Nuvola

Roma

20.00 - 23.00

store.gamberorosso.it



**Lugana Superiore DOC
Madonna della Scoperta.**

Prezioso per natura.

Grinder

Lonato del Garda (BS)
Via Fenil Vecchio 9

Tel. 030 910 3109
www.perladelgarda.it



PERLA DEL GARDA

WORLDTOUR. São Paulo brinda con il Gambero Rosso



Dopo alcuni anni di assenza (giustificata!) Gambero Rosso e il Roadshow sono tornati a San Paolo, dove nella spettacolare cornice dell'Hotel Unique s'è svolto l'ultimo evento del 2022. Per tutto il pomeriggio del 23 novembre il salone grande dell'avveniristico hotel progettato dall'archistar Ruy Ohtake – una immensa nave ormeggiata nel verde del quartiere Jardim Paulista – è stato gremito di appassionati e professionisti del settore.

“Negli ultimi anni non si erano più viste, per ovvie ragioni, grandi manifestazioni a tema vino” ci ha detto **Ferdinando Fiore**, direttore di ITA San Paolo “e gli ultimi mesi sono stati dominati dalla campagna elettorale per le elezioni del presidente. Oggi è una vera festa italo-brasiliana...”. E così con grande gioia dei paulisti - e degli invitati degli altri stati intervenuti – una nutrita pattuglia di produttori – cinquanta - ha versato e discusso con gli ospiti caratteristiche e terroir delle oltre 200 etichette presenti. “È un momento positivo” ci ha detto **Marcello Gomes** di Fecomex GO, la federazione del commercio del vicino stato di Goiás, che abbraccia anche il distretto federale di Brasilia “**prevediamo stabilità politica, il real sta recuperando terreno dopo la svalutazione degli ultimi anni, e i consumi sono ripartiti con entusiasmo forti di un pil nuovamente in crescita dopo la pandemia**”.

Neanche a dirlo hanno fatto segnare il tutto esaurito le tre masterclass tenute da Marco Sabellico, un intrigante percorso tra i terroir più significativi dell'Italia del vino, assistito dal collega Ricardo Castilho, celebre firma di Prazeres da Mesa e gran conoscitore dei vini italiani, appena rientrato in patria dalle manifestazioni organizzate da Gambero Rosso per la Tre Bicchieri Week in Italia. “I consumi del vino, e del vino italiano in particolare, sono cresciuti durante la pandemia e i lockdown” ha confermato **Rodolfo Chaves**, dirigente e docente dell'Associazione Brasiliana dei Sommelier, che ha coordinato il servizio dei vini nel walkaround tasting e nelle masterclass “e il palato brasiliano si

conferma sempre più curioso. Oltre la crescita della produzione locale non possiamo non registrare il successo dei vini italiani, così variati, affascinanti e diversi. Vini che sono trainati da una cucina italiana sempre più arretrante...”.

“Per vicinanza e per la politica di prezzi aggressiva Cile e Argentina rappresentano storicamente i maggiori fornitori del Brasile, ma al di fuori dell'area LatAm le importazioni da Portogallo e Italia sono in crescita costante” ci conferma **Marcello Copello**, una delle firme più autorevoli della scena enogastronomica brasiliana “ed eventi come quelli del Gambero Rosso, ormai conosciuto ed apprezzatissimo da noi in Brasile - non possono che favorire, insieme alla crescita costante della ristorazione italiana – la conoscenza e la diffusione di quel miracolo di biodiversità che è la scena enologica italiana”.

Una ristorazione spumeggiante

Ovviamente alla kermesse del Roadshow del Gambero Rosso non poteva mancare proprio la ristorazione made in Italy. Nel corso dell'evento, infatti, s'è svolta anche la consegna degli Awards di Top Italian Restaurants e del Villa Sandi Award per la Best Contemporary Wine List, ben 10, a conferma di una scena gastronomica paulista più che spumeggiante: Temperani Cucina (2 spicchi), Leggera Pizza Napoletana (3 spicchi), Tre Bicchieri (2 bottiglie), Piselli Sud (1 forchetta), Vecchio Torino (1 forchetta), Nino e Cucina (1 forchetta), Supra di Mauro Maia (1 forchett), Fasano (2 forchette), Fame Osteria (2 forchette) e Picchi (2 forchette). Proprio a quest'ultimo è andato il premio Premio Villa Sandi Best Contemporary Wine List Award, grazie ad una carta dei vini che parla tutte le lingue del mondo, con dentro anche tanta Italia ed etichette di culto, insieme a varie ricercatezze come orange wines e piccoli artigiani.



CALENDAR 2023

JANUARY

26 CAPE TOWN - South Africa **Top Italian Wines Roadshow**

FEBRUARY

13 STOCKHOLM- Sweden **trebicchieri**

15 OSLO - Norway **trebicchieri**

17 COPENHAGEN- Denmark **Vini d'Italia**

20 ZURICH - Switzerland **Vini d'Italia**

23 LONDON - U.K. **trebicchieri**

MARCH

01 LOS ANGELES - USA **trebicchieri**

03 SAN FRANCISCO - USA **trebicchieri**

08 CHICAGO - USA **trebicchieri**

10 NEW YORK - 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

10-12 DUBAI - E.A.U. **Best of Italy**

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

05 TORONTO - Canada **trebicchieri**

07 MONTREAL - Canada **trebicchieri**

09 VANCOUVER - Canada **trebicchieri**

OCTOBER

ROME - Italy **trebicchieri 2024 premiere**

26 TOKYO - Japan **trebicchieri**

30 SEOUL - South Korea **Top Italian Wines Roadshow**

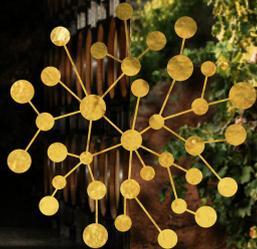
NOVEMBER

SAO PAULO - Brazil **Top Italian Wines Roadshow**

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

www.gamberorossointernational.com

GAMBERO ROSSO®



SAN MARZANO

On Tour

SAN MARZANO

LA PROSSIMA CENA IN PROGRAMMA:

15 DICEMBRE 2022 | ore 20:30

SanBrite

Località Alverà

Cortina d'Ampezzo (BL)

INFO E PRENOTAZIONI: 0436 863882

www.gamberorosso.it

IL MIO EXPORT

Andrea Contucci – Contucci

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

Esportiamo circa il 30% della produzione. Il primo Paese di esportazione sono gli Usa, ma ci sono anche molte nazioni europee (Uk primo cliente del Vecchio Continente). E, poi, ancora Canada, Giappone, Sud Corea, Cina e Thailandia..

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

Europa occidentale e nord America sono i mercati migliori, perché hanno una buona cultura del vino, hanno medio-alti consumi di vini di qualità e legislazioni che agevolano gli scambi commerciali nell'ambito del vino. Noi abbiamo grandi difficoltà a trovare sbocchi in tutta l'America Latina (incluso un mercato importante come il Brasile), perché l'altissima tassazione dei vini importati dall'Europa crea un grosso ostacolo, a vantaggio delle produzioni sudamericane.

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

Tutti questi fattori stanno incidendo fortemente nel rallentare l'esportazione. In modo particolare, la carenza di alcune materie prime (bottiglie, cartoni, etichette) e le difficoltà che stanno avendo gli spedizionieri internazionali nel supportare adeguatamente la richiesta degli importatori stanno mettendo a rischio alcuni ordini da Paesi europei e del nord America.

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

Il sistema vino, nonostante la pandemia e la guerra, non ha mai smesso di funzionare, in modo particolare se si parla di esportazione. Ovviamente ci sono state difficoltà importanti, ma la richiesta di vino italiano non si mai fermata. Per denominazioni storiche e importanti, come il Vino Nobile di Montepulciano, deve essere sempre perseguita la ricerca di una sempre maggiore qualità dei vini, in combinazione con la valorizzazione del territorio, perché l'enoturismo è un volano fortissimo e vincente.

❖ Cantina Contucci - Montepulciano - Siena
www.contucci.it



5 Come va con la burocrazia?

Non va bene assolutamente, perché è un ostacolo che ci pone in posizione di svantaggio competitivo, nei confronti di viticoltori di nazioni dove la burocrazia è molto meno opprimente (Francia e Spagna) o quasi del tutto assente (Usa, Australia e altri Paesi nuovi produttori).

6 Come promuovete normalmente i vostri vini all'estero e come lo state facendo in questo periodo?

Promuoviamo i nostri vini partecipando a fiere, wine tasting e missioni commerciali organizzate dal Consorzio del Vino Nobile e con la presenza aziendale al fianco dei nostri importatori, in occasione di wine dinners ed eventi che hanno i vini Contucci come protagonisti. Anche l'attività del Wine Club aziendale fortifica e fidelizza la clientela internazionale.

NEL PROSSIMO NUMERO
'A VITA

Le grandi cantine del Piemonte



VINCHIO VAGLIO

FRAZ. REG. SAN PANCRAZIO, 1 | S.DA PROV.LE 40 KM 3,75 | 14040 VINCHIO (AT)

WWW.VINCHIO.COM | 0141 950903

La storia di Vinchio Vaglio s'intreccia con quella di due Comuni rivali da secoli (Vinchio e Vaglio Serra) i cui produttori hanno deciso di lavorare insieme una terra difficile, caratterizzata da ripidi pendii. L'azienda è una realtà vitivinicola che vede l'inizio della sua storia moderna e della sua crescita qualitativa a partire dagli anni '50 ma che è stata fondata nel 1959 da 19 viticoltori. Oggi questa cooperativa conta quasi 200 soci e 480 ettari di vigna (336 dei quali coltivati a Barbera). Ci troviamo nell'Alto Monferrato, tra le colline riconosciute come patrimonio dell'Unesco anche grazie all'opera Bdi questa cooperativa senza la quale i vigneti sarebbero stati espianati per mancanza della redditività che invece hanno. La Barbera è ovviamente l'uva che più caratterizza la produzione anche se non mancano fragranti bianchi e spumanti.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Barbera d'Asti Sup. I Tre Vescovi

Da ormai vent'anni questa Barbera è il vino bandiera della cantina e un'ottima espressione del vitigno. Prodotta in 150-200.000 bottiglie è il vino che fa conoscere l'azienda nel mondo. Chiodi di garofano, pepe, eucalipto, vaniglia si sposano con un sorso fresco e di grande finezza. Da provare con pin al ragù e lasagne e più in generale con primi piatti abbastanza saporiti o secondi semplici.

Barbera d'Asti Vigne Vecchie 50

Prodotto con uve di vigne ultra-cinquantenarie è nato nel 2009 per festeggiare i primi 50 anni dell'azienda; è un vino che riporta alla memoria profumi e sapori delle migliori Barbera "di una volta". L'assenza di passaggi in legno da origine ad un vino di grande freschezza ed equilibrio. Ideale per arrosti non troppo saporiti.



Nizza Laudana Riserva

Agronomo ed enologo hanno individuato i migliori vigneti dei soci che si trovano nell'area della DOCG Nizza e che di più sono, ogni anno, in grado di caratterizzare questa Barbera Riserva. Il risultato è un vino rosso rubino con leggeri riflessi granata. Al naso svela piacevoli note fruttate e un delicato sentore di vaniglia. Il sorso è sapido e si avvale di una bella freschezza e persistenza, caratteristiche che ne fanno un vino adatto a brasati e formaggi stagionati e più in generale a secondi molto saporiti.

Roma incontra il Salice Salentino DOP



12 DICEMBRE 2022

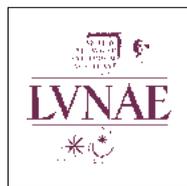
ore 20:00 - 23:00 - Wine Tasting

dedicato alle diverse espressioni di Salice Salentino

ROMA | Palazzo Brancaccio

INFO: www.gamberorosso.it

Le grandi cantine della Liguria



VIA BOZZI, 63 | 19034 LUNI (SP) | WWW.CANTINELUNAE.COM | 0187 669222

Questa storica azienda del territorio ligure, si trova a Luni, in provincia di La Spezia, all'interno dello straordinario paesaggio dei Colli di Luni. Un progetto iniziato nel 1966 da Paolo Bosoni e portato avanti oggi dalla quarta generazione della famiglia. Oltre 65 ettari di proprietà sono suddivisi in piccoli appezzamenti di due o tre ettari tra la pianura e la collina. Al vermentino, vitigno simbolo di questo territorio, si affiancano varietà autoctone e ormai divenute rare come la pollera nera e la massareta, il vermentino nero e l'albarola. Nel tempo la famiglia Bosoni si è distinta per la produzione di vini di alta qualità e un'attenzione verso il rispetto e la salvaguardia del territorio, diventando una delle più importanti aziende vitivinicole nel panorama italiano.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Colli di Luni Vermentino Et. Nera

Per questo vino vengono selezionate le parcelle che esprimono le migliori potenzialità organolettiche del vermentino. Sentori di albicocca e pesca fanno da contrappunto a note di fiori d'acacia e macchia mediterranea. Il sorso è pieno, verticale, bilanciato da una bella sapidità e un lungo finale ammandorlato. Ottimo con primi di pesce.

Colli di Luni Albarola

Giallo paglierino con riflessi verdi. A note di ananas e lime si avvicinano sentori balsamici e fiori bianchi. La freschezza al palato è ben sostenuta da una rotondità dovuta a una sosta sui lieviti e nel finale tornano sentori agrumati di scorza di lime. Da provare con una tartare di ricciola.



Colli di Luni Vermentino Cavagino

Cavagino è uno dei primi cru di vermentino del territorio. Giallo paglierino intenso e brillante. Il naso è complesso con note di albicocca matura, pesca, frutta tropicale, miele e arancia candita. Il sorso rivela una struttura calda e cremosa, con un ampio finale dalle note salmastre. Ideale con pesce alla griglia.

Soplaya.

DAL PRODUTTORE ALLO CHEF

INGREDIENTI UNICI IN POCHE MOSSE

DISTINGUITI DALLA CONCORRENZA

Soplaya mette a tua disposizione un'ampia scelta di prodotti di **qualità superiore**, provenienti dalle **migliori aziende** locali e italiane. Autentiche specialità, che potrai acquistare ad un **prezzo vantaggioso**, grazie all'assenza di intermediari.

UNA VARIETÀ MAI VISTA

Naviga tra **migliaia ingredienti unici**: freschi, genuini, tipici e stagionali, biologici, **Slow Food** e senza glutine. **Prodotti d'eccellenza, impossibili da trovare altrove**. Ogni settimana ne inseriamo di nuovi!

PREZZI TRASPARENTI E RISPARMIO FINO AL 20%

Accorciamo la filiera, **eliminando gli intermediari**, per garantirti il miglior rapporto qualità prezzo, una freschezza mai vista e una shelf life dei prodotti superiore. Con Soplaya, inoltre, hai sempre un **prezzo certo e trasparente** prima di acquistare e **un'unica fattura** al mese per tutti i produttori.

“ Soplaya mi propone quei prodotti che trovi andando dal contadino, dal macellaio... prodotti che di solito non trovo in ristorazione ”

Chef **Stefano Mocellin**
Ristorante "Al Padovanino"



“ Con Soplaya ordino quando voglio e senza muovermi dal ristorante per fare la spesa. Praticamente una persona in meno nella brigata ”

Chef **Andrea Spina**
Ristorante "Al gallo"



“ Nonostante i costi di gestione in aumento Soplaya mi ha permesso di mantenere alta la qualità delle materie prime ”

Chef **Sabina Joksimovic**
Ristorante Veg "Caffè Tomaso"



CONSEGNE PUNTUALI AL MINUTO

DIRETTAMENTE AL TUO RISTORANTE

Scegli l'orario di consegna che preferisci e **ricevi gli ordini sempre a quell'ora**. Riceverai una notifica con l'orario d'arrivo, preciso al minuto. La consegna avviene entro **12/24 ore** dall'evasione dell'ordine, per garantirti prodotti di assoluta freschezza e genuinità.

UN CONSULENTE DEDICATO, PER UNA SCELTA OCULATA

Non un commerciale ma un vero **consulente dedicato, preparato e reattivo**, sempre a tua disposizione, che ti aiuterà a selezionare i prodotti più adatti e calcolare il **food cost**.

RIORDINI VELOCI IN POCCHI SECONDI

Collegati quando vuoi, dal tuo smartphone o dal computer, per un'esperienza d'acquisto unica nel suo genere. **Riordina in un click** i tuoi prodotti preferiti. E sull'App di Soplaya, puoi trovare lo storico dei tuoi ordini, per **tenere sotto controllo le tue spese**, in modo facile e veloce.

Registrati gratuitamente su **soplaya.com**



AVERE 526 DOP-IGP È DAVVERO UN VALORE AGGIUNTO PER LA VITICOLTURA ITALIANA?

▲ a cura di Loredana Sottile



Solo le prime 50 Do coprono il 95% del valore economico complessivo: è tempo di razionalizzare il sistema? E in che modo? Tre Bicchieri lo ha chiesto alle principali associazioni di categoria. La risposta quasi unanime è stata di trasformare le denominazioni meno rappresentative in sottozone di quelle di punta. Ma non solo ...



D a una parte c'è l'Italia della grande ricchezza varietale con 526 denominazioni, dall'altra quella che guarda ai grandi numeri e al valore; da una parte le grandi Dop territoriali dall'altra le piccolissime nicchie: dove sta il giusto equilibrio? Il tema non è di certo nuovo, ma in un contesto sempre più competitivo dove la quantità sembra non pagare, ritorna ancora una volta di grande attualità, tanto che Unione Italiana Vini lo ha inserito nell'agenda delle priorità presentate al nuovo Governo (vedi box a pag. 32). Ma non è l'unica associazione di settore a pensarla così. Alleanza Cooperative ha detto di essere pronta al confronto, anche per venire

526
denominazioni

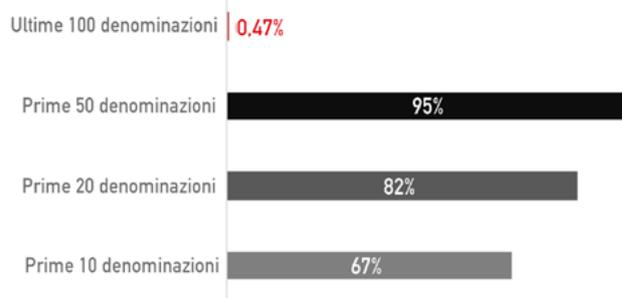
408 Dop

118 Igp

incontro al consumatore, subsistato da informazioni sulle troppe denominazioni. Federvini parla dell'esigenza di fare "massa critica". L'ente di certificazione Valoritalia, presentando il suo annuale bilancio, ha voluto sottolineare come siano solo le

prime 50 denominazioni a coprire il 95% del valore economico complessivo, mentre le ultime 100 appena lo 0,47%.

Concentrazione del valore dell'imbottigliato nel 2021



fonte: Valoritalia

UN PATRIMONIO TERRITORIALE SFUGGITO DI MANO

"Crediamo fermamente che le nostre Denominazioni di Origine rappresentino un patrimonio collettivo inestimabile, tuttavia, la varietà del nostro territorio si è tradotta in un numero eccessivo di Do, una proliferazione che è sfuggita di mano" è il parere del presidente di **Federdoc** Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi: "**Sappiamo bene di avere troppe denominazioni con bassi livelli produttivi, che andrebbero cancellate secondo la disciplina vigente e altre che non hanno mercato**, di cui i consumatori non hanno mai sentito parlare ma i cui costi di certificazione gravano comunque sul sistema. Spesso queste De- >>





#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



Montepulciano D'Abruzzo I Vasari Old Vines '19 F.LLI BARBA

In Abruzzo, più precisamente a Pineto in provincia di Teramo, troviamo l'azienda Fratelli Barba. La storia vitivinicola dell'azienda ha inizio negli anni '50 per opera del Cavalier Luigi, l'azienda oggi è gestita dai fratelli Barba Domenico, Vincenzo e Giovanni e si estende sui territori di Colle Morino, Casal Thaulero e Villa Franca. Con Lorenzo Ruggeri assaggiamo il Montepulciano D'Abruzzo Old Vines '19. Dal colore rosso rubino impenetrabile, al naso è ampio ricco di frutti rossi di prugna, mora ciliegie e note speziate di pepe. In bocca è strutturato, ricco, sorretto da una bella acidità che dona un finale lungo persistente che chiude su note di legno e tabacco. Ottimo in abbinamento con delle carni rosse, agnello al forno o con dei piatti etnici del tipo il pollo tandoori.

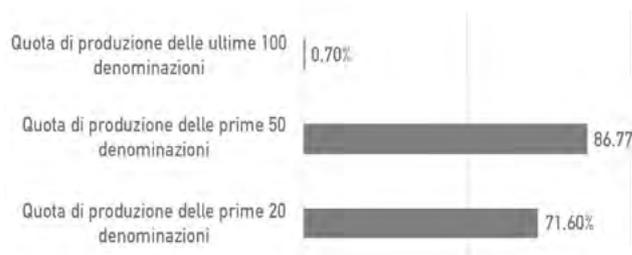
Visita il sito:

www.fratellibarba.it/

Per guardare la puntata:

www.instagram.com/reel/CloZX1_sWyH/

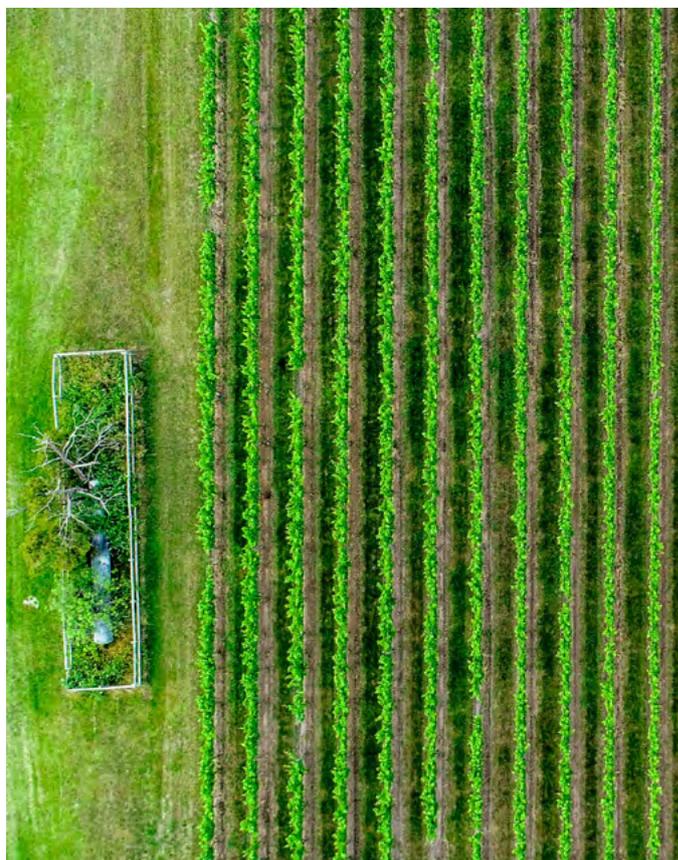
Concentrazione della produzione nel 2021



fonte: Valoritalia

» *nominazioni sono frutto di azioni politiche o campanilismi territoriali". Il tutto si riversa sull'impossibilità di valorizzare il territorio come meriterebbe, sottolinea la Confederazione dei Consorzi: "L'attuale scenario di fatto rende più difficile la valorizzazione della nostra ricchezza ampelografica ed eccessivamente complesso comunicare al consumatore i tratti distintivi di ogni realtà, con una conseguente perdita di fatturato rispetto a nostri competitor. Infatti, il consumatore, sempre più attento, pur apprezzando la diversità, vuole comprendere ciò che acquista".*

Insiste sul valore di questo patrimonio tutto italiano anche **Federvini**, attraverso la presidente del Gruppo Vini Albiera Antinori "Prima di pensare alla reale utilità di una semplificazione, dobbiamo capire il perché di 526 denomina-



Il percorso non lineare di Dop e Igp verso la bottiglia

Come rileva l'Osservatorio del Vino Uiv, una buona metà del vino italiano parte da una rivendicazione in vigneto a Dop o Igp ma non arriva alla bottiglia con la stessa denominazione, attraverso declassamenti o riclassificazioni. Un'altra metà viene commercializzata sfusa sul mercato interno o anche all'estero. In numeri, su 31 milioni medi potenziali a Dop e Igp, ne vengono imbottigliati circa 22 milioni.

zioni registrate. L'Italia è ricca di microclimi: abbiamo viticoltura di montagna, dove il terroir molto spesso cambia da versante a versante, abbiamo una straordinaria viticoltura di collina, una viticoltura di entroterra e una viticoltura di territori che si affacciano sul mare, siano essi di pianura o a strapiombo sul mare. Le tante denominazioni sono uno specchio di questa ricchezza. La seconda domanda da farsi, essendo noi un settore economico fatto da imprese magnifiche e, fortunatamente, dinamiche è: come possiamo far rendere al meglio il nostro patrimonio?"



LAVORARE ALLA CREAZIONE DI PIÙ SOTTOZONE

La prima risposta che sembra mettere d'accordo tutte le associazioni di settore è il "raggruppamento". "Crediamo che una soluzione potrebbe essere individuata nel trasformare alcune delle nostre denominazioni meno rappresentative sul mercato, in "sottozone" di denominazioni più grandi, raggiungendo una razionalizzazione del sistema senza intaccare la peculiarità di cui queste realtà sono espressione", è la proposta di Federdoc, da sempre in prima fila in questa battaglia.

Sulla stessa lunghezza d'onda Federvini: "Bisognerebbe favorire l'avvio di riflessioni sui territori con la prospettiva di creare valore" spiega a Tre Bicchieri Albiera Antinori "Ecco allora che potremmo accorgerci che alcune denominazioni confinanti potrebbero trasformarsi in sottozone o unità geografiche aggiuntive, puntando su un nome di territorio più ampio per arrivare, anche con una maggiore massa critica, al grande pubblico, straniero, che a volte ha dimostrato difficoltà nel comprenderci. Un lavoro in questo senso non lascerebbe nessuno indietro. Poi è chiaro" continua Antinori "che, **se nel corso di questa riflessione dovesse emergere che effettivamente ci sono nomi che non hanno più senso di esistere, i produttori opteranno per un loro superamento.** A livello formale è necessario presentare domande di modifica di disciplinari di produzione e, nel caso di cancellazione, la strada da intraprendere parte dal basso, attraver- »



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



Orcia Rosso Cenerentola '18 DONATELLA CINELLI COLOMBINI

Nella zona del Val d'Orcio, più precisamente a Trequanda, troviamo l'azienda Donatella Cinelli Colombini. La Fattoria del Colle fu riacquistata da Livio Socini nel 1919, in seguito nel 1998 Donatella Cinelli Colombini crea una nuova azienda, di 376 ettari, chiamandola con il suo nome. Con Lorenzo Ruggeri assaggiamo il Orcia Rosso Cenerentola '18. Dal colore rosso rubino, al naso è ricco di frutti rossi, note floreali di viola, note speziate di pepe nero. Al palato è ricco di frutto, avvolgente, dinamico, armonico, con un finale che chiude su note balsamiche e speziate di pepe nero appena macinato e noce moscata. Ottimo in abbinamento con dei picci con un ragù di chianina o cinghiale oppure una zuppa di fagioli

Visita il sito:
shop.cinellicolombini.it/it/

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/reel/Clq-J5zMPST/

Riorganizzazione delle DOP/IGP. Proposte Uiv

- Accorpamento in macro-DO, anche tramite sottozone e/o uga, delle denominazioni di origine esistenti con tassi medi di imbottigliato/rivendicato inferiori a determinate percentuali (non inferiori al 50%).
- Definizione di una soglia minima di imbottigliamenti annui per le Igt e accorpamento in Igt regionali di quelle con scagioni produttivi inferiori.
- Ridefinizione della vocazionalità dei vigneti a Do/Ig e riduzione delle promiscuità produttive.
- Definire con maggiore chiarezza gli elementi oggettivi che definiscono la rinomanza commerciale di un vino a DO.
- Profondo ripensamento delle regole di riclassificazione tra DO.

» so una sensibilizzazione dei produttori. Solo da loro può partire questo percorso: è chiaro che in questo, le associazioni devono stimolare la discussione, con il supporto di Regioni e Ministero perché la necessaria burocrazia non diventi un ostacolo al cambiamento”.

CRITERI PIÙ STRINGENTI NEL TESTO UNICO

Per **Unione Italiana Vini** la strada delle sottozone è senz'altro una via da seguire, ma non l'unica. “Il ricorso alle sottozone o alle Uga permetterebbe



di lavorare sulla piramide qualitativa del territorio” spiega a Tre Bicchieri il segretario generale Paolo Castelletti “Si tratterebbe di una riclassificazione che, in ogni caso, dovrebbe partire dal basso, senza imposizioni dall'alto”. Sta, quindi, ai

singoli Consorzi capire il vantaggio e le opportunità di riorganizzarsi attorno alla denominazione più performante. Stesso discorso dovrebbe valere per Igt, con la definizione di una soglia minima di imbottigliamenti annui e l'accorpamento in Igt regionali di quelle con scagioni produttivi inferiori.

C'è, però, anche un secondo filone di intervento da seguire, che passerebbe dalla modifica del Testo Unico del Vino: **“Si tratterebbe di evitare la proliferazione futura della Do, attraverso dei criteri più stringenti e oggettivi che definiscono la rinomanza commerciale e la reputazione di un vino a Denominazione. Inoltre”** continua Castelletti **“sempre intervenendo sul Testo Unico, si potrebbe lavorare sulla gestione delle riclassificazioni verticali e orizzontali e sui declassamenti, facendo in modo che l'eventuale Doc ricevente, prima di assorbire un'altra denominazione possa avere il quadro chiaro e la possibilità di organizzarsi per la gestione del mercato”**.

I TERRITORI SI STANNO GIÀ ORGANIZZANDO

Intanto, molti Consorzi sembrano aver iniziato a seguire la strada della razionalizzazione, affidandosi alle sottozone. Un tema in auge da diverso tempo: Tre Bicchieri lo aveva affrontato nel 2019 ([vedi articolo Unità geografiche aggiuntive. Ecco perché i consorzi scommettono sui cru all'italiana](#)). E la lista, nel frattempo si è allungata, con Montepulciano d'Abruzzo, Nobile di Montepulciano, Romagna Sangiovese.

Rispetto ad allora, però, bisogna fare un passo in avanti. La moltiplicazione delle sottozone, infatti, non deve essere intesa come un ulteriore “sbriciolamento”, bensì come una vera e propria aggregazione. Va in questa direzione, ad esempio, la richiesta della Igt Salemi che, rinunciando alla propria Indicazione geografica, per entrare a far parte della Doc Sicilia come sottozona. “La raccolta firme, partita qualche mese fa, si è conclusa”, ha annunciato a Tre Bicchieri il presidente della cooperativa Colomba Bianca **Leonardo Taschetta**, nonché promotore dell'iniziativa. “L'obiettivo” spiega “è ottenere la sottozona entro la prossima vendemmia. Comunicare un'intera regione non è semplice. In tal senso, la Doc Sicilia è stato un gran traguardo, ma adesso c'è l'esigenza di costruirci attorno, attraverso delle microaree. Mi auguro che il percorso dell'Igt Salemi possa essere un esempio da seguire per tanti altri territori”. Il modello, va da sé, è quello francese. “Anzi” aggiunge Taschetta “fosse per me introdurrei l'obbligo, per chi fa viticoltura, di fare un viaggio formativo in Francia per capire come funzioni da quelle parti”. Pochi territori di punta, tante menzioni specifiche. ❖



La soluzione logistica avanzata per il mercato Wines & Spirits

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



A DHL company



Wine and spirits logistics



GAMBERO ROSSO®

presenta



VILLA SALETTA

Prima che una cantina Villa Saletta è un borgo nato più di mille anni fa.
Andiamo alla scoperta dei suoi segreti assieme a David Landini - direttore generale della tenuta
e Giuseppe Carrus - curatore della guida Vini d'Italia,
in un appassionante tour che ci racconta la sua storia e i suoi grandi vini



[GUARDA IL VIDEO](#)

CAMPAGNA FINANZIATA AI SENSI DEL REG. UE N. 1988/2013
CAMPAGNA FINANCED ACCORDING TO EU REG. N. 1988/2013



I CONSUMI IN ENOTECA A NATALE? VINARIUS SVELA I TREND DEL 2022/23

 a cura di Gianluca Atzeni



L'associazione enoteche italiane, nella sua indagine, disegna un quadro eterogeneo rispetto alle vendite: ci sono aziende che si sono riprese ma altre ancora in sofferenza. Intanto, le previsioni sulle festività di fine anno rilevano una forte richiesta di vini territoriali e di bianchi fermi, per oltre il 50% degli esercizi commerciali



È molta voglia di territorio nelle scelte dei consumatori italiani che si stanno affacciando nelle enoteche a dicembre. E ci sono i grandi classici, che non tramontano mai, ad attenderli per i più importanti eventi in questa fine del 2022. Il nuovo sondaggio di Vinarius, l'associazione delle enoteche italiane, con un giro d'affari di circa 50 milioni di euro, arriva a pochi giorni dall'inizio ufficiale (l'8 dicembre) del periodo festivo, in uno dei mesi decisivi per la categoria, dal momento che vale una buona fetta dei guadagni di un intero anno.

C'è la volontà di valorizzare il territorio, si diceva, ma anche qualche bella sorpresa nelle più recenti tendenze d'acquisto, rilevate in un questionario che ha coinvolto oltre 110 aziende, tra soci e non soci, che ruotano attorno all'ente presieduto da **Andrea Terraneo**. *“Quello delle enoteche è un punto di vista privilegiato sul mercato del vino, capace di osservare e anticipare il comportamento e le scelte del consumatore finale grazie al dialogo diretto. È per*

questo motivo che il contributo degli enotecari è prezioso e fondamentale”, commenta il presidente, sottolineando come i dati raccolti potrebbero diventare sempre più un punto di riferimento autorevole (e attendibile) per il settore. Veniamo ai dati, appunto. Vinarius ha voluto vederci chiaro, innanzitutto, sulla ripresa post-Covid ed è andata a sondare l'andamento dei volumi movimentato dalle enoteche italiane nel periodo estivo. Il quadro che è scaturito è definito eterogeneo e, allo stesso tempo, altalenante.

I rossi più acquistati in enoteca

- **BAROLO**
- **BRUNELLO**
- **PRIMITIVO**
- **AMARONE**

Le bollicine più richieste

- **CHAMPAGNE**
- **FRANCIACORTA**
- **TRENTODOC**
- **ALTA LANGA**

I “dolci” più gettonati

- **MOSCATO D'ASTI**
- **PASSITO DI PANTELLERIA**
- **ZIBIBBO**

fonte: Vinarius

FATTURATI ESTATE 2022

I postumi dello schiaffone del Covid e della crisi economica innescata dalla pandemia e, successivamente, dall'inflazione non sembrano essere stati assorbiti del tutto. Tuttavia, ci si è messo di mezzo anche il caldo. Nell'indagine condotta da Vinarius, infatti, c'è un 43% di imprese che la scorsa estate ha lamentato cali di vendite tra il 20% e il 40% rispetto allo stesso periodo del 2021, principalmente per via delle ondate di caldo anomalo e prolungato che hanno influito negativamente sulle vendite di alcolici, spingendo i clienti verso le bevande analcoliche. Poco meno di un terzo degli intervistati, il 27%, non ha rilevato sensibili »



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



Brunello di Montalcino '17 LA PALAZZETTA

Nella zona di Montalcino, più precisamente a Castelnuovo dell'Abate, troviamo l'azienda La Palazzetta. L'azienda della famiglia Fanti nasce nel 1984, al timone dell'azienda troviamo fin dall'inizio Flavio con la moglie Carla e successivamente i figli Luca e Tea. Oggi l'azienda si estende per 28 ettari. Con Lorenzo Ruggeri assaggiamo il Brunello di Montalcino '17. Dal colore rosso rubino brillante, al naso è ricco di frutti di pesca, ciliegia e marasca, note speziate di cannella e noce moscata. In bocca è morbido, avvolgente, ricco di frutto, sorretto da una freschezza acida che dona un finale lungo che chiude su note di arancia sanguinella e melograno. Ottimo in abbinamento con una bistecca alla fiorentina oppure con una zuppa di legumi.

Visita il sito:

www.palazzetafanti.com/

Per guardare la puntata:

www.instagram.com/reel/C11RUBYMnUk/

Come sono andate le vendite a volume nell'estate 2022?

quota aziende	var. % su 2021
43%	-20% / -40%
27%	stabile
30%	+10% / +30%

fonte: Vinarius (campione di oltre 110 imprese)

» differenze sul 2021, mentre il 30% ha registrato un aumento compreso tra 10% e 30%.

I CONSUMI A NATALE

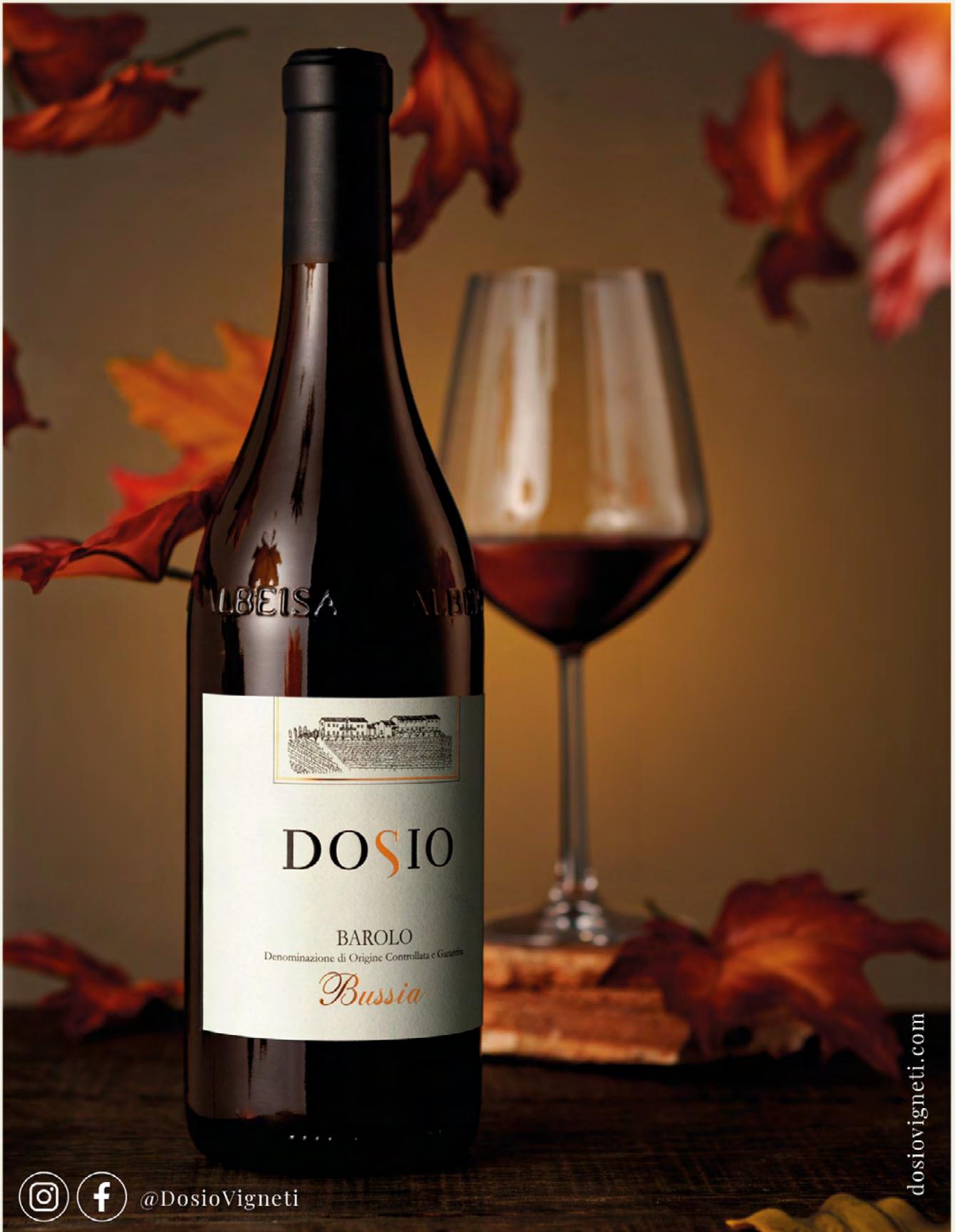
Le stesse enoteche hanno, poi, risposto al sondaggio in merito alle previsioni sui volumi di vendita nella stagione invernale e durante il periodo natalizio. *“Le opinioni sono molto contrastanti”* commenta Vinarius *“e il quadro che ne emerge è quello di generale incertezza”*. Per metà del campione (50%) non ci saranno significative variazioni nelle vendite rispetto all'anno precedente, mentre c'è **un 32% che ritiene e prevede che ci saranno dei miglioramenti sul piano delle performance economiche del periodo**. Ma c'è anche un 18% che teme che le vendite di vino subiranno dei cali, anche a causa del periodo di crisi economica che *“sicuramente”* sottolinea l'associazione *“influenzerà le scelte d'acquisto degli italiani durante le festività”*.

In un clima di incertezza generalizzata per l'economia, Vinarius ha provato a tracciare trend e orientamenti d'acquisto dei consumatori. L'analisi ha compreso un arco temporale ampio, l'ultimo triennio, in modo da formulare delle previsioni sui vini più gettonati a Natale e nell'inverno 2022/23. In generale, fa sapere l'associazione, emerge una *“costante crescita del consumo dei vini rossi”*. In particolare, tra quelli maggiormente richiesti ci sono il Barolo, il Brunello, il Primitivo e l'Amarone (in ordine di segnalazione).

Il Metodo classico domina le scelte d'acquisto degli italiani in materia di bollicine di fine anno. La richiesta di spumanti è in costante aumento, scrive Vinarius, e il trend registrato nel sondaggio parla di un +30%. Considerando i gusti dei consumatori, al primo posto nella categoria spumanti c'è lo Champagne, seguito dal Franciacorta, dal Trentodoc e dall'Alta Langa. *“Resta significativa anche la vendita di altri Metodo classico di piccole cantine locali”* scrive Vinarius »

Il Campione

L'indagine di Vinarius rientra nelle attività di studio condotte in questi anni. Il questionario è stato inviato ai soci Vinarius (oggi 110 in tutta Italia) e anche ai non soci. Il campione è considerato sensibile in quanto gli enotecari, fa sapere l'associazione, hanno il polso del mercato, sono sensibili ai cambiamenti e hanno un contatto diretto col pubblico.



Preservare e valorizzare le tipicità del nostro territorio, insieme all'accoglienza, sono tra i nostri principali valori. Ti aspettiamo nel cuore delle Langhe, dove tutto ha inizio.

DOSIO

REGIONE SERRADENARI 6,
LA MORRA (CN), ITALIA



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



Chardonnay Grafin de La Tour '16 VILLA RUSSIZ

Nella zona del Collio più precisamente a Capriva del Friuli, troviamo l'azienda Villa Russiz. L'azienda nasce nel 1969 per opera del Theodor La Tour, successivamente alla fine del 800 l'azienda viene devoluta in beneficenza. Oggi l'azienda conta circa 45 ettari vitati. Con Lorenzo Ruggeri assaggiamo il Collio Chardonnay Grafin de La Tour '16. Dal colore dorato dai riflessi luminosi e verdolini, al naso è ricco di frutto di cedro, scorza di limone e pesca bianca, note di vaniglia. In bocca è morbido, equilibrato, agrumato, sorretto da una freschezza acida che dona un finale lungo agrumato e persistente. Ottimo in abbinamento con un risotto con lo zafferano oppure con una zuppa di pesce.

Visita il sito:

www.villarussiz.it/it/

Per guardare la puntata:

www.instagram.com/reel/ClyshpQomV9/

VINARIUS

Vinarius è l'Associazione delle Enotecche Italiane. Rappresenta oltre 110 associati (con un fatturato totale vicino ai 50 milioni di euro) nell'intero territorio nazionale. Oggi presieduta da Andrea Terraneo, Vinarius è stata fondata nel 1981. I suoi scopi sono la promozione, la valorizzazione e la tutela delle enoteche quali attività commerciali specializzate nella proposta del vino di qualità.

L'associazione si occupa anche della formazione dell'enotecario, dei suoi collaboratori e dipendenti, degli aggiornamenti professionali (con viaggi studio, stage nei luoghi di produzione, convegni, mostre, fiere). Ogni due anni Vinarius organizza e promuove il "Premio Vinarius al Territorio" giunto nel 2020 alla nona edizione. Effettua sondaggi tra gli associati per monitorare le tendenze, le richieste dei consumatori, gli andamenti di mercato.

"presenti sugli scaffali degli enotecari che propongono vini del loro territorio".

VINI DA DESSERT STABILI

Negli ultimi tre anni, l'andamento delle vendite dei vini da dessert nelle enoteche italiane non ha registrato particolari movimenti. In base a questi elementi, anche per il 2022 l'andamento delle bottiglie acquistate dagli italiani è previsto stabile. Guardando alle tipologie più richieste si rilevano tre vini, in particolare: il Moscato d' Asti, il Passito di Pantelleria e lo Zibibbo. Anche in questo caso, al di là di questi classici prodotti, l'espercente predilige lasciare ampio spazio a prodotti locali e regionali confermando, pertanto, secondo Vinarius, quel trend verso la territorialità che si sta via via affermando.

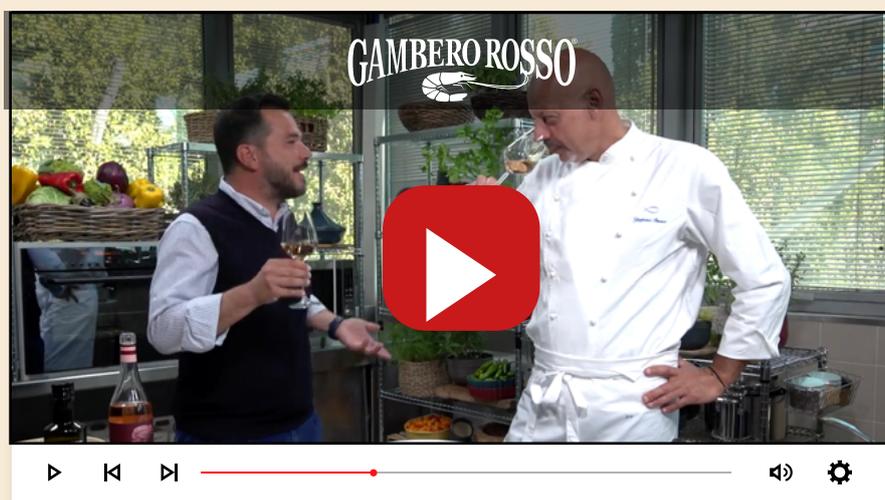
BIANCHI FERMI SUGLI SCUDI

C'è un ultimo punto che l'associazione delle enoteche ha voluto evidenziare nel suo sondaggio. Ed è la crescita dei vini bianchi fermi. Per oltre metà del campione, (51,5%) si prevedono aumenti delle vendite per questa specifica categoria compresi tra 10% e il 20%. Tra quelli maggiormente richiesti, si segnalano lo Chardonnay (o i vini con uvaggi a base Chardonnay) e, in seconda battuta, il Gewürztraminer. Assieme questi due vini valgono il 35% dei volumi di vendita della categoria. Mentre il 65% rimanente si distribuisce tra le referenze più disparate di bianchi autoctoni e semi aromatici. Appare dunque chiaro come, ancora una volta e ancor di più per i bianchi fermi, quello della territorialità sia un vero e proprio trend in forte crescita. ❖



PRESENTA

LE RICETTE DI GIANFRANCO PASCUCCI E CRISTINA CONTE



Giuseppe Carrus, curatore della guida Vini d'Italia del Gambero Rosso
ci accompagna a scoprire gli abbinamenti dei vini **Menhir Salento**
con le ricette degli chef

Gianfranco Pascucci e Cristina Conte

MENHIR FILO CON IL GERMANO ALGHE E OLIVA
MENHIR FILO NEGROAMARO '19 CON LO STRACCOTTO
MENHIR NINA ROSATO CON LA ZUPPA DI PESCIACCI
MENHIR ORA CON IL POLPO IN SCAPECE E ZAFFERANO

GUARDA I VIDEO



INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice

S&P 500 Food & Beverage & Tabacco	Var% settimanale 1,32	Var% inizio anno 7,16
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	Var% settimanale -0,59	Var% inizio anno -11,34
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	Var% settimanale 0,40	Var% inizio anno -1,19

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-2,06	3,53	9,17	712
Campari	Italia	0,00	-20,65	-19,49	11.848
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-0,41	-29,57	-28,53	34
Marr	Italia	1,98	-40,11	-38,71	753
Newlat Food	Italia	-1,55	-32,93	-26,89	195
Orsero	Italia	1,60	17,81	15,85	246
Valsoia	Italia	0,00	-28,73	-28,73	105
Anheuser Bush I	Belgio	0,43	6,11	13,38	98.012
Danone	Francia	0,38	-7,53	-4,56	34.116
Pernod-Ricard	Francia	0,72	-11,23	-8,28	48.429
Remy Cointreau	Francia	1,80	-23,46	-18,75	8.482
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-2,27	3,77	8,10	2.807
Dsm	Olanda	0,44	-37,10	-34,55	21.769
Heineken	Olanda	1,13	-9,59	1,18	51.483
Jde Peet S	Olanda	-5,46	2,21	11,78	13.926
Ebro Foods	Spagna	1,72	-9,12	-8,47	2.360
Viscofan	Spagna	2,17	7,64	9,38	2.848
Barry Callebaut N	Svizzera	-6,90	-18,46	-16,73	10.025
Emmi N	Svizzera	-3,09	-24,26	-19,23	4.407
Lindt N	Svizzera	-3,71	-21,36	-13,66	13.123
Nestle N	Svizzera	-1,60	-12,37	-6,01	310.443
Associated British Foods	Gran Bretagna	5,90	-16,91	-14,19	15.311
Britvic Plc	Gran Bretagna	1,37	-11,41	-8,79	2.468
Cranswick Plc	Gran Bretagna	-2,00	-15,24	-14,22	1.951
Diageo	Gran Bretagna	0,94	-5,31	-0,65	100.901
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	-1,40	11,16	15,67	3.409
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-5,69	34,30	45,16	48.061
Beyond Meat	Stati Uniti	10,31	-78,99	-78,81	824
Boston Beer `A`	Stati Uniti	1,12	-24,83	-17,53	3.668
Brown-Forman B	Stati Uniti	2,91	1,59	2,27	21.668
Bunge Ltd	Stati Uniti	-8,85	-0,04	7,73	13.204
Campbell Soup	Stati Uniti	0,72	22,64	29,59	15.071
Coca-Cola Co	Stati Uniti	1,23	7,19	18,55	259.264
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	3,27	12,01	21,93	17.315
Constellation Brands	Stati Uniti	-1,03	1,55	12,68	38.811
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-13,12	-11,85	-5,60	9.252
Flowers Foods	Stati Uniti	1,24	9,68	17,06	6.008
Freshpet Inc	Stati Uniti	-5,85	-36,16	-40,54	2.758
General Mills	Stati Uniti	4,06	28,08	34,36	48.382
Hershey Company	Stati Uniti	0,27	20,56	29,86	32.379
Hormel Foods	Stati Uniti	-3,91	-3,32	10,44	24.346
Ingredion Inc	Stati Uniti	1,95	2,97	5,74	6.161
Kellogg Co	Stati Uniti	0,87	13,86	16,43	23.564
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-0,63	2,98	10,12	50.779
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	2,59	38,34	62,43	11.912
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	-0,35	23,05	36,03	5.303
Mccormick & Co	Stati Uniti	0,36	-13,00	-5,07	19.895
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-0,78	17,58	19,13	10.314
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	1,93	1,69	11,90	86.977
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	0,28	6,38	22,07	50.350
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-3,55	8,58	-4,94	4.339
Nomad Foods	Stati Uniti	0,36	-33,28	-29,42	2.760
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	-2,53	-80,65	-80,75	860
Pepsico Inc	Stati Uniti	-0,42	5,42	11,18	238.676
Performance Food Gr	Stati Uniti	2,20	31,31	48,46	8.860
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-4,00	-10,60	-9,84	5.630
Post Holdings	Stati Uniti	2,26	-42,68	-33,61	5.244
Seaboard Corp	Stati Uniti	0,01	1,41	4,46	4.375
Smucker, J.M.	Stati Uniti	1,62	13,40	19,62	15.501
Sysco Corp	Stati Uniti	-0,93	8,38	21,65	40.748
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-0,76	-57,26	-53,36	1.536
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	1,93	10,36	17,78	45.840
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-1,16	-25,69	-21,59	17.716
Us Foods Holding	Stati Uniti	0,08	2,18	14,00	7.559



LA PROSSIMA CENA IN PROGRAMMA:

19 dicembre 2022 | ore 20:30

Pashà

via Morgantini 2 | Coversano (BA)

INFO E PRENOTAZIONI: ☎ 373 800 2809

INFO: www.gamberorosso.it

FINE WINE AUCTIONS

Château Latour: le quotazioni per i millesimi che vanno dal 1997 al 2012

I millesimi di Château Latour quotati sia alle aste dei primi nove mesi di quest'anno sia a quelle dell'anno scorso sono 88, spaziano su due secoli perché vanno dal 1926 al 2022 e godono del favore di collezionisti e investitori: complessivamente il loro valore è salito da 84.752 a 90.116 euro.

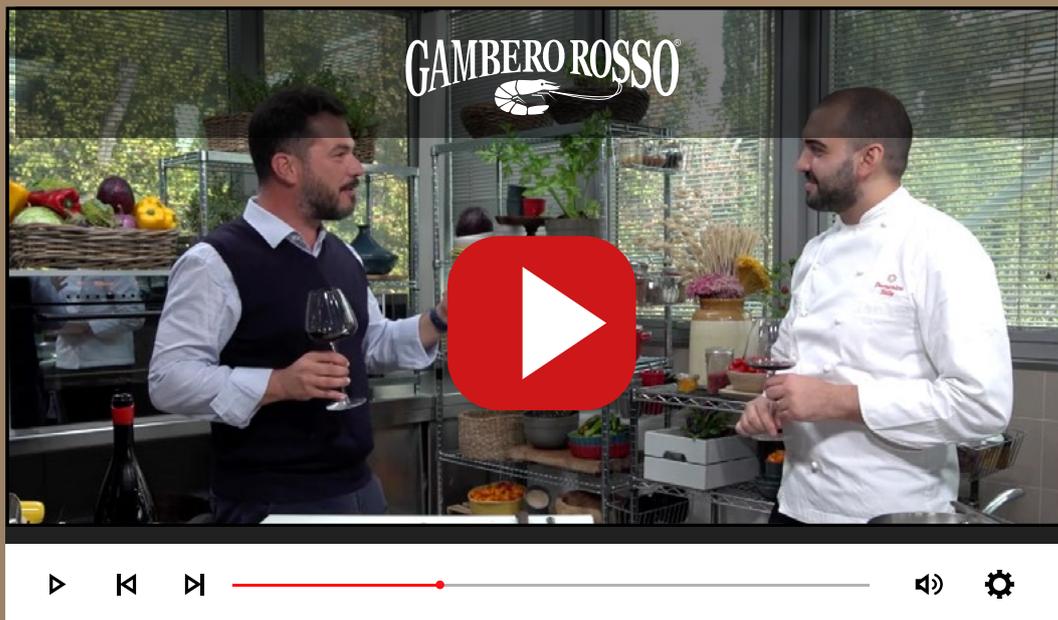
Dopo aver analizzato la settimana scorsa l'andamento delle quotazioni per le annate del periodo immediatamente successivo alla Seconda Guerra Mondiale è ora la volta delle vendemmie più recenti, che vanno dal 1997 al 2012. **Sembra però che le bottiglie degli anni 2000 non entusiasmino in questo momento il popolo delle aste:** difficile credere che il deprezzamento contemporaneo delle cinque annate più giovani (2008, 2009, 2010, 2011 e 2012) che spicca agli occhi in tabella sia avvenuto per una banale coincidenza. Questa diffidenza non ha però capovolto, almeno per ora, la situazione: complessivamente i 16 millesimi più recenti di Château Latour, quotati l'anno scorso per 13.190 euro, hanno mantenuto il loro valore, anzi, lo hanno leggermente incrementato e adesso costano 13.221 euro, lo 0,23% in più.

– Cesare Pillon

Château Lafite Rothschild - Pauillac

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2022	Prezzo 2021	+ / -
1997	3 b	\$ 1.743	Zachys, NY online	09/05/22	€ 550,27	€ 494,08	+11%
1998	1 b	Hk\$ 4.000	Christie's, HK online	22/09/22	€ 514,40	€ 495,69	+7%
1999	6 b	£ 4.750	Sotheby's, Londra	22/07/22	€ 929,81	€ 568,00	+64%
2000	4 b	\$ 4.731	Zachys, NY online	11/04/22	€ 1.085,05	€ 1.301,67	-17%
2001	1 b	\$ 800	Hart Davis Hart, Usa	14/01/22	€ 698,88	€ 552,22	+27%
2002	2 b	\$ 2.200	Hart Davis Hart, Usa	14/01/22	€ 960,96	€ 590,22	+63%
2003	2 b	\$ 2.400	Hart Davis Hart, Usa	12/08/22	€ 1.166,76	€ 940,44	+24%
2004	3 b	Hk\$ 14.940	Acker Wines, Hong Kong	02/04/22	€ 575,19	€ 549,11	+5%
2005	12 b	\$ 20.000	Christie's, Los Angeles online	01/02/22	€ 1.480,17	€ 1.420,00	+4%
2006	2 b	Hk\$ 9.338	Zachys, Hong Kong	14/05/22	€ 572,89	€ 514,48	+11%
2007	3 b	£ 1.750	Christie's, Londra	08/06/22	€ 681,68	€ 503,39	+35%
2008	12 b	£ 5.625	Christie's, Londra	28/04/22	€ 555,70	€ 732,96	-24%
2009	12 b	Hk\$ 118.275	Zachys, Hong Kong	23/07/22	€ 1.232,03	€ 1.887,88	-35%
2010	6 b	\$ 7.000	Hart Davis Hart, Usa	23/09/22	€ 1.196,07	€ 1.302,15	-8%
2011	12 b	£ 5.000	Christie's, Londra	28/04/22	€ 493,96	€ 623,95	-21%
2012	12 b	Hk\$ 52.500	Christie's, Hong Kong	21/05/22	€ 527,19	€ 714,18	-26%





Giuseppe Carrus, curatore della guida Vini d'Italia del Gambero Rosso ci accompagna a scoprire gli abbinamenti dei vini di **Mezzacorona**, **Rotari**, **Feudo Arancio** e **Castel Firmian** con le ricette dello chef **Domenico Stile**

MUSIVUM MEZZACORONA TEROLDEGO ROTALIANO DOC SUPERIORE RISERVA
CON LA FARAONA AL VERMUT ROSSO, PERCOCO VESUVIANO E SALSA ALLE MANDORLE

ROTARI ALPEREGIS BRUT TRENTO DOC CON FUSILLO AI RICCI DI MARE, ARACHIDI, BLACK BERGAMOT

FEUDO ARANCIO HEDONIS SICILIA DOC RISERVA CON AGNELLO ALLA VILLEROY, SENAPE E TARTUFO NERO

CASTEL FIRMIAN FILDIOSE PINOT GRIGIO ROSÉ VIGNETI DELLE DOLOMITI IGT CON POLPO ARROSTO,
CAVOLO VIOLA, PERE, RAS EL HANOUT

[GUARDA I VIDEO](#)

