



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



SPUMANTI E VINI PREMIUM. I TREND 2023 DEL BEVERAGE MONDIALE

SOSTENIBILITÀ

Italiani preoccupati non solo da inflazione e caro vita ma anche dalla crisi climatica. L'indagine Agronetwork

NOMINE.

Nuova guida per le donne del vino. Daniela Mastroberardino è la presidente per il triennio 2023-25

SICILIA

Traguardo raggiunto per la Doc Mamertino. Presentato il Consorzio di tutela

IRLANDA

Nessuna osservazione dall'Ue: Dublino potrà adottare la legge sugli health warning in etichetta

L'INTERVISTA

Le scelte green di Zignago Vetro e la bottiglia sostenibile. Parla il direttore commerciale Biagio Costantini



I 150 vigneti da vedere una volta nella vita

Il duro colpo subito nel 2020 dal movimento enoturistico mondiale non ha scoraggiato un'industria che si sta organizzando sempre meglio nei Paesi a vocazione vitivinicola. Al punto che entro il 2030 diverse stime parlano di un turismo del vino che dovrebbe raggiungere un giro d'affari di quasi 30 miliardi di dollari Usa, rispetto ai circa 9 miliardi del 2020.

Sulla scia di questo successo la casa editrice Lannoo Publishers ha scelto di mandare alle stampe il volume "150 Vineyards you need to visit before you die". Un percorso fotografico attorno al mondo, dal Sud Africa alla Francia, dall'Australia agli Stati Uniti, dal Giappone all'Italia, dove l'autrice newyorchese Shana Clarke, specializzata nel settore del vino e dei viaggi, racconta la storia dei 150 vigneti che si dovrebbero vedere e visitare almeno una volta nella vita.

Suggerimenti, segreti, consigli, attività proposte dalle aziende assieme alle storie particolari che ruotano attorno a filari di vite spesso posizionati in luoghi unici e spettacolari. Il libro (250 pagine, in lingua inglese), oltre a una preziosa guida per enoappassionati, è anche una interessante cartina al tornasole per capire come si sta muovendo il sistema enoturistico globale.

foto: Carol Leggett PR

SOSTENIBILITÀ. Dopo caro bollette e carrello della spesa, italiani preoccupati per la crisi climatica. L'indagine agronetwork sui consumatori del 2023

Emergenza ambientale e crisi climatica sono tra le principali preoccupazioni degli italiani. Il dato emerge dalla ricerca realizzata da Nomisma per Agronetwork "La sostenibilità per gli italiani alla luce dei nuovi scenari". Dallo studio emerge che, di fronte a un'economia in difficoltà, l'85% degli intervistati ha scelto di risparmiare nei prossimi mesi, anche a tavola.

Sono 8 milioni coloro che spenderanno meno in cibo e bevande, spaventati dal caro vita. I primi motivi di preoccupazione sono, infatti, l'aumento delle bollette (63%) e quello dei prezzi dei prodotti alimentari (57%). Tuttavia, il terzo motivo di preoccupazione è l'emergenza ambientale e la crisi climatica (per il 37% dei consumatori). E questa attenzione ai temi della sostenibilità, emerge anche dai valori e dai principi alla base dei comportamenti che gli italiani hanno intenzione di adottare nei prossimi mesi: la tutela dell'ambiente anche in questo caso è in terza posizione (28%) dopo le voci "salute e benessere individuale" (36%) e "rapporti interpersonali" (33%).

"La sostenibilità ambientale" sottolinea Emanuele Di Faustino, responsabile Industria, servizi e retail di Nomisma "riveste un ruolo centrale nella vita di tutti i giorni degli italiani (per il 28% è



difatti una priorità assoluta) e influenza anche la composizione del carrello della spesa alimentare: il 31% dei consumatori dichiara che nei prossimi 6 mesi aumenterà gli acquisti di prodotti alimentari con packaging sostenibile (es. con materiale riciclato o riciclabile), mentre il 20% afferma che incrementerà gli acquisti di alimenti e bevande realizzati con metodi che

rispettano l'ambiente". Ma con un occhio al prezzo: quasi 2 italiani su dieci che acquisteranno prodotti eco-friendly solo se in presenza di uno sconto o promozione.

L'indagine Agronetwork si sofferma anche sui criteri utilizzati dai consumatori per definire "sostenibile" un prodotto alimentare. Per il 57% si riferiscono alla sostenibilità ambientale, vale a dire al fatto che un prodotto sia realizzato nel rispetto dell'ambiente e con attenzione all'impatto del packaging e per il 35% alla sostenibilità economico-sociale (produzione locale, origine delle materie prime, rispetto dei diritti dei lavoratori, tracciabilità della filiera). "Negli ultimi 10 anni" ha ricordato Daniele Rossi, segretario generale di Agronetwork "le aziende agricole ed industriali italiane hanno investito molto (tra il 6% ed il 21%) per far crescere la sostenibilità. Questa rappresenta la sfida sulla quale si giocherà la competitività del futuro".

PESTICIDI. Coop vino Ue all'Europarlamento: "Necessario modificare regole"

Appello delle cooperative vitivinicole europee all'Europarlamento, in vista del progetto di nuovo regolamento della Commissione europea sui pesticidi. "L'Europarlamento deve prendersi tutto il tempo", scrivono le sigle Alleanza delle cooperative, Cooperativas agroalimentarias e Vignerons coopérateurs, per modificare una proposta definita senza mezzi termini "irrealistica, ideologica e piena di errori". Gli eurodeputati stanno, infatti, esaminando il progetto di regolamento di Bruxelles che prevede l'obbligo di dimezzare l'uso dei pesticidi entro il 2030.

Le cooperative chiedono, in particolare, all'Eurocamera di seguire l'esempio dei ministri dell'Agricoltura Ue, che lo scorso dicembre avevano chiesto un'analisi di impatto supplementare sul regolamento proposto dall'esecutivo di Bruxelles. "La logica degli obiettivi di riduzione non ha senso senza alternative chiare e senza un calendario adeguato e realistico per accompagnare gli agricoltori su questa strada", è il commento delle cooperative, che chiedono al Parlamento Ue di prendersi "tutto il tempo necessario e di disporre di tutti i dati



per modificare il testo della Commissione".

Già ad agosto 2022, l'eurodeputato italiano Paolo De Castro aveva espresso forti dubbi definendo schizofrenico l'atteggiamento della Commissione Ue. Per l'Italia, ad esempio, sono stati previsti obiettivi di riduzione dei fitofarmaci di quasi due terzi ma senza tenere conto degli sforzi fatti dagli agricoltori negli ultimi anni.

NOMINE. Le Donne del vino scelgono Daniela Mastroberardino



Dopo sette anni di presidenza, e dopo aver portato i soci a quota mille, Donatella Cinelli Colombini cede il testimone dell'Associazione nazionale "Le donne del vino". Il passaggio del simbolico campanello (nella foto) con la nuova presidente Daniela Mastroberardino (azienda Terredora a Montefusco, Avellino), segna l'apertura di un'altra pagina per questo gruppo, nato nel 1988, che rappresenta l'enologia italiana al femminile. "È tempo di guardare avanti" è il commento di Mastroberardino "senza dimenticare questi quasi 35 anni di eredità che ci vengono consegnati e che sono frutto del lavoro di tutte noi donne del vino, ma, in particolare, delle presidenti che mi hanno preceduto". Il futuro si annuncia in continuità con quanto fatto finora e basato sui contenuti e sulle attività proposti in questi anni: cultura e promozione, formazione, presenza sui temi che interessano il settore vino, internazionalizzazione. "Sono certa" sottolinea la neo presidente "che avremo anche la capacità di rinnovarci: non c'è continuità senza un pizzico di discontinuità".

Al suo fianco siederanno la vice presidente vicaria Francesca Poggio (Piemonte) e le vice presidenti Marianna Cardone (Puglia) e Paola Longo (Lombardia). Completano il Cda per il 2023-2025: Marilisa Allegrini (Veneto), Pia Donata Berlucchi (Lombardia), Antonella Cantarutti (Friuli Venezia Giulia), Cristiana Cirielli (Friuli Venezia Giulia), Carolin Martino (Basilicata), Dominique Marzotto (Sicilia), Antonietta Mazzeo (Emilia Romagna), Jenny Vian Gomez (Abruzzo).

Daniela Mastroberardino

Nata nel 1968, Daniela Mastroberardino inizia la sua attività lavorativa nel 1992 alla Mastroberardino. Nel 1994, partecipa insieme al padre Walter e ai fratelli Paolo e Lucio alla trasformazione e allo sviluppo della tenuta agricola di famiglia, Terredora Di Paolo. Oggi è amministratore ed export manager di Terredora. Più volte consigliera nazionale delle donne del vino con le presidenti Berlucchi, Martusciello e Cinelli Colombini, dal 2016 è vicepresidente. È stata presidente di Mtv Campania, prima di diventare presidente nazionale del Movimento turismo del vino (2012-2015).



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



**Conegliano Valdobbiadene
Rive di Ogliano Extra Brut
BIANCAVIGNA**

Nel comprensorio di Conegliano Valdobbiadene troviamo l'azienda BiancaVigna. L'azienda nata intorno al 2004 quando due fratelli Enrico ed Elena Moschetta decidono di imbottigliare in proprio Prosecco Superiore delle vigne di famiglia, l'azienda conta oggi 30 ettari di vigna delle zone DOCG e DOC dell'Alta Marca Trevigiana. Con Marco Sabellico assaggiamo il Conegliano Valdobbiadene Rive di Ogliano Extra Brut. Dal colore paglierino scarico con riflessi verdolini con un perlage finissimo, al naso è ricco di frutto a polpa bianca e delicate note floreali. In bocca è ampio, cremoso, elegante, minerale, persistente con un finale lungo sul frutto e su note di erbe aromatiche. Ottimo in abbinamento con crostacei, pesce crudo o fritti di pesce o fritti vegetali.

Visita il sito

www.biancavigna.it/

Per guardare la puntata:

www.instagram.com/reel/CmzEeh-MYQJ/

LAZIO. Emirati e area Menasa: al via progetto della Regione per l'internazionalizzazione. Selezione per sei imprese vitivinicole aperta fino al 18 gennaio

Si chiama Lazio Wine&Spirits in the UAE 2022 – Destination Wine to UAE, il progetto ideato dalla Regione Lazio, a cui possono partecipare 6 aziende vitivinicole, che prevede un programma di promozione sui mercati emergenti degli Emirati Arabi Uniti e dell'area Menasa, (Medio Oriente, Nord Africa e Sud Asia). Il progetto di internazionalizzazione permette di accedere agli scaffali di vendita, coinvolgere i buyer internazionali e gli appassionati del vino in una wine experience laziale. Si tratta di una vetrina ideale per le cantine del Lazio interessate a espandere le proprie vendite in particolare negli Emirati Arabi Uniti, un mercato che nel 2022 ha registrato un +51% dell'export italiano agrifood.

L'iniziativa segue gli interventi di internazionalizzazione del programma "La Regione Lazio a Expo 2020 Dubai", realizzati tra 2021 e 2022. È strutturato in sinergia con le attività connesse al Lazio Region business hub, e coinvolge la Camera di commercio italiana negli EAU. Per il supporto tecnico-specialistico è stata coinvolta l'Ais Lazio. Il programma è stato presentato in un digital meeting con Laura Tassinari Zugni Taurò (direttrice internazionalizzazione e cluster di Lazio Innova), Mauro Marzocchi (segretario generale Camera di commercio italiana negli EAU), Francesco Guercilena (presidente Ais Lazio), Bhushant Gandhi di Barracuda (principale



importatore wine&spirits negli Eau) e Alessandro Miceli (executive chef di Bella restaurant a Dubai).

La selezione delle imprese avverrà in base alla varietà della gamma di prezzo delle etichette proposte al pubblico (l'offerta deve essere più completa possibile, dal primo prezzo al top di gamma) e al grado di rappresentatività del territorio in termini di diffusione della cultura del cibo del vino da parte di cantine ed etichette. Per partecipare, le aziende devono avere una versione inglese del proprio sito internet e delle schede tecniche dei prodotti. E possono compilare **entro le 13 di mercoledì 18 gennaio 2023** il form di registrazione online e il modulo di manifestazione di interesse presenti sul sito Lazio Innova a questo link www.lazioinnova.it. – **M.G.**

TOSCANA. In arrivo 14 milioni per la misura Ocm investimenti



Sono 431 i progetti ammissibili a contributo nell'ambito della misura Ocm-vino (misura investimenti) nel settore vitivinicolo approvati da Artea, organismo pagatore della Regione Toscana, lo scorso dicembre. Il contributo è pari al 40% della spesa effettivamente sostenuta (Iva esclusa) per gli investimenti realizzati da micro, piccole o medie imprese, è ridotto al 20% se l'investimento è realizzato da una impresa intermedia e al 19% se l'investimento è realizzato da una grande impresa. "Per il 2023" ha dichiarato l'assessore all'agricoltura, Stefania Saccardi "riusciremo a sostenere lo sviluppo e gli investimenti di centinaia di aziende vitivinicole toscane e tutte le 431 imprese che hanno presentato richiesta sono risultate ammissibili per un totale di 13.974.000 euro di contributi".

TRENTINO. Negli ultimi anni la flavescenza dorata ha distrutto 130 ettari



La flavescenza dorata della vite, malattia che si propaga attraverso un piccolo insetto vettore, ha distrutto negli ultimi anni in Trentino 650mila piante corrispondenti a circa 130 ettari di territorio coltivato. Il dato è stato reso noto da Matteo Trentinaglia, presidente di Acli Terra del Trentino, che ha fatto il punto sulle misure messe in campo, dall'estirpazione delle viti, agli indennizzi pubblici fino ad alcuni trattamenti "con prodotti che, nel recente passato, si sono dimostrati inefficaci e poco funzionali al contenimento della malattia". Ora, secondo l'associazione, si è sulla strada giusta, ma in alcune zone (come nel comune di Trento, alta Vallagarina e Valsugana), il fenomeno ha assunto "proporzioni preoccupanti con pesanti ricadute sui bilanci di molte imprese agricole ed in modo particolare" conclude "sugli impianti di Chardonnay, Pinot nero e Pinot bianco".

VINI&SCIENZA

Il Sangiovese resistente. Quali prospettive?

A tredici anni dall'iscrizione al Registro nazionale dei primi Piwi di origine tedesca (Bronner e Regent) e a 7 dalle prime varietà resistenti messe a punto in Italia (Fleurtaï, Julius, Soreli, etc), la coltivazione di questi vitigni è ancora concentrata nel Triveneto e in Lombardia. Piwi è un acronimo che viene dal tedesco Pilzwiderstandfähige, che significa "viti resistenti ai funghi".

Qualcosa però sta cambiando. La Regione Emilia-Romagna ha autorizzato la coltivazione di 9 nuovi vitigni resistenti a peronospora e oidio dal 2020. Anche l'Abruzzo ha dato il via libera per ora a 4 resistenti prodotti Iga-Vcr, mentre le Marche stanno valutando 12 vitigni resistenti e i primi riscontri sono positivi. In Piemonte, Lazio, Campania e Puglia, dove le prove regionali sono finite da un pezzo, non è stata presa alcuna decisione. Sergio Puccioni, del Crea-Ve di Arezzo, ha illustrato attraverso una degustazione organizzata a Montalcino dalla Fondazione Banfi, in occasione della Sanguis Jovis Summer school 2022, i risultati delle prime microvinificazioni di varietà resistenti coltivate in un vigneto sperimentale della Banfi tra cui alcuni incroci resistenti di Sangiovese, quali il F42 P 136, incrocio di Sangiovese con Teroldego (ottenuto da Fondazione Mach) e 72-096, incrocio di Sangiovese con Bianca resistente a peronospora e oidio messo a punto da Iga e Vcr. Quest'ultimo, in particolare, ha registrato ottimi risultati in termini di colore, antociani, acidità e aromi tipici oltre a una buona produttività. Le vinificazioni condotte in alcune aziende dell'Italia settentrionale, mostrano che i resistenti crescono in qualità e in reputazione quando riescono a presentarsi con l'etichetta di una indicazione territoriale (Igt).

Determinante, però, sarà la possibilità di utilizzare i vitigni resistenti nelle Doc, come sta avvenendo in Francia. L'articolo 33 del Testo unico della vite del vino lo vieta espressamente, anche se i Consorzi di tutela e il Comitato nazionale dei vini Doc hanno manifestato un atteggiamento favorevole alle modifiche dei disciplinari che ne consentano l'utilizzo anche solo come varietà complementari.

– **Attilio Scienza**



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



**FCO Ribolla Gialla V. Bellazoia '20
TENIMENTI CIVA**

In Friuli, più precisamente nella zona dei Colli Orientali, troviamo l'azienda Tenimenti Civa. L'azienda nata nel 2016 per opera di Valerio Civa, oggi l'azienda conta 75 ettari di vigneti con una produzione di circa 1 milione di bottiglie. Con Marco Sabellico assaggiamo il FCO Ribolla Gialla V. Bellazoia '20. Dal colore paglierino brillante intenso con riflessi verdolini, al naso è ricco di note fresche della macchia mediterranea, note vegetali e intense note di frutta bianca matura. Al palato è polposo, ricco, strutturato, persistente, sorretto da una fresca vena acida chiude su note minerali. Ottimo in abbinamento a molluschi, crostacei, risotti o primi piatti a base di pesce.

Visita il sito
tenimenticiva.com/

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/reel/CmrWBzuMLF5/

FOCUS

RUCHÈ. Aumentano volumi e valori. La scommessa è l'enoturismo

a cura di Gianluca Atzeni

Anno positivo per il Ruchè di Castagnole Monferrato. La Docg piemontese ha chiuso il 2022 con una produzione che ha ampiamente superato il milione di bottiglie: 1,1 milioni di pezzi, nel dettaglio, che significano un incremento del 10% rispetto al 2021. Come sottolinea l'Associazione dei produttori, che ha reso note le cifre, il dato più incoraggiante per le imprese vitivinicole è il regolare incremento, che porta a una relazione ettari/bottiglie tra le più performanti d'Italia: "Grazie alla crescita proporzionale tra produzione e superficie vitata, che è arrivata a 204 ettari, la produzione segue l'andamento del mercato, evitando squilibri potenzialmente dannosi".

I TERRENI. Una condizione di buona salute, quella del Ruchè, che emerge anche dall'interesse crescente da parte di player esterni al territorio, con una domanda che ha determinato un incremento sul lungo termine del valore dei terreni. In particolare, si è passati da quotazioni tra 5mila e 10mila euro ad ettaro non vitato di dieci anni fa ai 30mila-50mila euro in base alla posizione, con valori di 150mila euro euro a ettaro per le superfici vitate.

LA RISERVA. Per quanto riguarda il giro d'affari, l'Associazione presieduta da Luca Ferraris, sottolinea come sul mercato stiano uscendo le prime bottiglie della tipologia riserva che, per la sua versatilità, dovrebbe consentire ai produttori di disporre di un vino da collocare nell'alta gamma. "Anche le piccole aziende" si rileva "possono creare una segmentazione



dell'offerta e offrire una più ampia gamma di Ruchè. Una valorizzazione resa possibile dall'unione dei produttori e grazie anche alla stretta collaborazione con il Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato".

IL PIL. Come rimarca lo stesso presidente, ora l'auspicio delle imprese è una più stretta collaborazione con le amministrazioni comunali della denominazione "seguendo l'esempio del Comune di Castagnole Monferrato, che crede molto nella nostra attività", specifica il presidente Ferraris, che aggiunge: "Il vino porta lustro e crescita economica al territorio, basti pensare che su una popolazione di 5mila abitanti nei sette comuni della denominazione, il Ruchè di Castagnole Monferrato genera 10 milioni di euro di Pil".

L'ENOTURISMO. Il turismo del vino diventa risorsa imprescindibile per il distretto del Ruchè. La stagione 2022 si è allungata fino all'inizio di dicembre. L'Associazione dei produttori (da cui è recentemente uscita la storica cantina Montalbera, vedi Box) sta ultimando un piano di marketing territoriale. Sono, infatti, pronte le offerte turistiche e l'installazione della cartellonistica partirà

Montalbera lascia

È stato Franco Morando, direttore generale, a comunicare ufficialmente l'uscita di Montalbera dal ruolo di socio membro ordinario dell'Associazione del Ruchè, da gennaio 2023. Gli impegni crescenti in ambito nazionale e internazionale non consentono più a Montalbera di garantire una presenza fattiva. Montalbera ha lavorato negli anni alla valorizzazione del rosso piemontese. Recentemente ha acquisito 13 ettari fra Castagnole Monferrato, Castiglione Tinella e Montemagno. L'azienda "continuerà a valorizzare il Ruchè, vitigno che rappresenta il 55% dell'intera produzione della cantina e che lo ha consacrato come primo e pluripremiato produttore di Ruchè del Monferrato".

in tempi rapidi: "Vogliamo promuovere tutti e sette i Comuni e creare beneficio a tutta la popolazione. Accanto a Castagnole Monferrato" conclude Ferraris "potremo far conoscere bellezze come il borgo di Grana, il Castello di Montemagno, la Torre di Viarigi, il Ricetto di Portacomaro e le colline di Scurzolengo e Refrancore".

vinality

55th Wine and Spirits Trade Show

WORLD
WINE
BUSINESS
SINCE 1967

TRADE ONLY

WELCOME
TO VINALITY:
THE WORLD
WINE BUSINESS
CENTER.

Verona, ITALY
2/5 April 2023

vinality.com

Organized by
veronafiere
Trade shows & events since 1898

In collaboration with



Together with



VENETO. Produzione 2022 oltre le previsioni e tetto dei 100mila ettari superato

La Regione Veneto ha tracciato un bilancio del 2022 particolarmente positivo per il settore vitivinicolo, considerando che i numeri presentati da Veneto Agricoltura e Avepa, nel consueto focus tenuto a Lonigo (Vicenza) poco prima di Natale, parlano di una produzione di uva che supera i 15 milioni di quintali, in gran parte Doc (72%), Docg (10,5%) e Igt (14,5%). In estate, a causa di siccità e flavescenza dorata, gli esperti avevano previsto un calo produttivo. Invece, le piogge di metà agosto hanno consentito di incrementare i volumi del 7,4% sul 2021, andando oltre le previsioni. Pertanto, anche la produzione di vino è cresciuta raggiungendo 12,6 milioni di ettolitri, rispetto agli 11,7 della precedente campagna.



Altro dato: la superficie vitata regionale ha superato il tetto dei 100mila ettari (101.165). Ben 43.417 si trovano nella Marca e 30.289 nel veronese; seguono Venezia (10.523), Vicenza (8.197), Padova (8.168), Belluno (285) e Rovigo (284). A Treviso, prevalgono i vigneti a bacca bianca (88%), con la glera (Prosecco), mentre a Verona le uve a bacca bianca contano per il 53%. A livello regionale le uve a bacca nera raggiungono appena il 26%. In base alle varietà di uva, la graduatoria delle superfici vitate in Veneto vedono prevalere glera (36.713), pinot grigio (15.987), garganega (8.779), corvina (6.984), merlot (5.990), chardonnay (5.478). Le aziende vitivinicole attive sono 27.513 con una superficie media di 3,6 ettari.

In tema di export, secondo i dati del terzo trimestre 2022, con l'Italia a circa 5,8 miliardi di euro di fatturato (+12,2%), il Veneto guida la classifica dei maggiori esportatori italiani, con una quota del 36% sul totale nazionale. Con circa 2 miliardi di euro (dato consolidato alla fine del 3° trimestre 2022), cresce di più rispetto alla media nazionale, con un rialzo del 16,6% rispetto al terzo trimestre 2021.

SICILIA. Nasce il Consorzio della Doc Mamertino



Dopo il riconoscimento della Doc nel 2004 e la nascita dell'associazione nel 2019, si completa il lungo percorso istituzionale del Mamertino. È stata formalizzata, infatti, la nascita del Consorzio di tutela, che riunisce 15 aziende in un territorio di 31 comuni della provincia di Messina, compreso tra il mare e la catena montuosa dei Nebrodi. **Il tessuto produttivo della Doc Mamertino è costituito da piccole aziende a conduzione familiare, con una media di 3/4 ettari ad azienda**, per un'estensione complessiva di circa 50 ettari, e produzioni di nicchia per un totale di 100.000 bottiglie annue. "Il Mamertino" dichiara la presidente Flora Mondello "è un piccolo gioiello della storia vitivinicola siciliana che, pur venendo da un glorioso passato, deve poter interpretare oggi una modernità enologica davvero interessante e competitiva grazie, soprattutto, al coinvolgimento delle nuove generazioni".

Il territorio è vasto e ha molteplici sfaccettature e condizioni pedoclimatiche: subisce l'influenza del mare e allo stesso tempo conta vigneti con altezze che raggiungono anche i 500 metri. "La costituzione del Consorzio rappresenta quell'ulteriore incentivo di cui avevamo bisogno per far decollare il nostro territorio" conclude Mondello "anche in chiave turistica ed enoturistica".

Le 15 aziende e il Cda

Antica Tindari, Barone Ryolo, Cambria Vini, Cantina vinicola Bongiovanni, Cantine Lipari, Feudo Solaria, Gaglio Vignaioli, Guzman Tenuta Moreri, Paone Vini, Planeta, Principi di Mola, Sapuri Cantina Siciliana, Tenuta Lacco, Vigna Nica e Vasari. Il consiglio direttivo è composto dal presidente Flora Mondello (Gaglio Vignaioli), dal vice Carmelo Grasso (Feudo Solaria), dal tesoriere Simone Paone (Mimmo Paone) e dai consiglieri Ylenia Martino (Antica Tindari) e Maria Genovese (Vigna Nica).

FINE WINE. Liv-ex ancora in calo a dicembre. Ma il 2022 fa meglio dell'anno precedente



Ancora un calo per il Liv-ex, indice dei vini di pregio che dopo due anni di crescita costante mostra i primi segni di flessione. L'indice Liv-ex fine wine 100, in particolare, è sceso dello 0,2% a dicembre 2022, chiudendo a quota 419,64. Si tratta del terzo mese consecutivo di calo, dopo il -0,4% registrato a novembre. Il quarto trimestre 2022 si chiude, pertanto, in calo dell'1,1% ma considerando la buona performance dell'intero anno si registra un aumento dell'indice rispetto al 2021 pari al 6,9%. Anche il Fine Wine 50, che segue la performance dei Bordeaux first growths, è diminuito a dicembre, chiudendo a 402,29 in calo dello 0,8%.

Mercato, in generale, con un sentiment più prudente rispetto a quanto avvenuto nel 2021, anno record per i vini da collezione. Le prospettive per il 2023, come si legge nel rapporto 2022, non sono rosee, per via dell'estrema volatilità dei mercati condizionati dalla discussione sull'aumento dei tassi di interesse applicati dalle principali banche centrali, dall'Europa agli Stati Uniti, che sicuramente ridurranno la propensione al rischio. Tuttavia, i vini di pregio rappresentano ancora un bene rifugio stabile contro gli effetti dell'inflazione ed è probabile che a essere condizionati siano soprattutto le etichette di pregio su cui è più forte la speculazione, invece del complessivo mercato dei fine wine. Di sicuro, i clienti del Liv-ex hanno cambiato atteggiamento e stanno acquistando meno vini ma di maggiore prestigio.



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



Valdobbiadene Rive di Col San Martino Brut Cuvée del Fondatore Graziano Merotto '21 MEROTTO

Nel territorio del Prosecco Superiore, più precisamente a Col San Martina, andiamo a conoscere l'azienda Merotto. L'inizio della storia agricola Merotto parte già agli inizi del '900, oggi l'azienda conta 8 ettari di proprietà, 15 in affitto e 13 lavorati da privati conferitori. Con Marco Sabellico assaggiamo il Valdobbiadene Rive di Col San Martino Brut Cuvée del Fondatore Graziano Merotto '21. Dal colore giallo paglierino brillante con riflessi verdolini, al naso è ricco di frutta bianca matura, note floreali di giglio, ginestra e rosa bianca e fresche note agrumate. In bocca è sapido, ricco, asciutto, elegante, sapido, con finale lungo che chiude su note fruttate. Ottimo in abbinamento come aperitivo o con primi piatti a base di pesce, crudi o fritti di pesce.

Visita il sito

www.merotto.it/

Per guardare la puntata:

www.instagram.com/reel/Cmt62DEsUoA/

EVENTI. Ad Assisi di scena i vini "secondo natura"



Torna, dopo due anni di interruzione forzata, il primo appuntamento dell'anno con il vino secondo natura. ViniVeri Assisi 2023, evento dedicato ai vignaioli del Consorzio Viniveri, si terrà lunedì 16 gennaio, dalle 10 alle 17, all'Hotel Valle di Assisi, mentre domenica 15 gennaio sono in programma le cene con i Vignaioli di Viniveri in vari ristoranti umbri (15 locali nei dintorni di Assisi).

Per la quarta edizione si contano oltre 200 etichette di vino e 60 vignaioli che pongono al centro naturalità, territorio, rispetto dell'ambiente, produzioni artigianali, sostenibili ed ecocompatibili. Una giornata in cui addetti del settore, enotecari, ristoratori, sommelier, appassionati e curiosi del vino naturale potranno incontrare in Umbria quasi tutti i vignaioli del Consorzio nato nel 2004. Un'anteprima della prossima edizione di Viniveri, storica manifestazione, giunta alla 18esima edizione, in programma come di consueto a Cerea (Verona) dal 31 marzo al 2 aprile prossimi.

Per maggiori info www.viniveri.net

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Maurizio Gaddi, Cesare

Pillon, Attilio Scienza

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

13 GENNAIO

❖ SIMPOSIO

ASSOENOLOGI

Napoli

Hotel Royal Continental

fino al 14 gennaio

www.facebook.com/AssoenologiaItalia

AssoenologiaItalia

14 GENNAIO

❖ NEBBIOLO NEL CUORE

ROMA

Grand Hotel Palatino

fino al 15 gennaio

www.nebbiolonelcuore.com

16 GENNAIO

❖ TUTTI I COLORI

DEL BIANCO

Genova

Starhotel President

Corte Lambruschini, 4

16 GENNAIO

❖ VINIVERI ASSISI 2023

Santa Maria degli Angeli

(Perugia)

Hotel Valle di Assisi

dalle 10 alle 17

www.viniveri.net

23 GENNAIO

❖ MILLESIME BIO

(DIGITAL EDITION)

fino al 24 gennaio

www.millesime-bio.com

28 GENNAIO

❖ WINE IN VENICE

Scuola grande della

misericordia

e Ca' Vendramin Calergi

fino al 30 gennaio

wineinvenice.com

28 GENNAIO

❖ WINE AND SIENA

Siena

Santa Maria della Scala

fino al 30 gennaio

www.wineandsiena.com

30 GENNAIO

❖ MILLESIME BIO

Montpellier

Exhibition center

fino al 1 febbraio

www.millesime-bio.com

12 FEBBRAIO

❖ VI.NA.RI

Milano

Studio novanta

Via Mecenate 88/A

fino al 13 febbraio

www.vinnatur.org/events/vinari-vignaioli-naturali-riuniti

vinari-vignaioli-naturali-riuniti

10 FEBBRAIO

❖ BUYWINE TOSCANA

Firenze

Fortezza da Basso

fino all'11 febbraio

www.buy-wine.it

11 FEBBRAIO

❖ ANTEPRIME DI TOSCANA

fino al 17 febbraio

www.anteprimetoscane.it

13 FEBBRAIO

❖ WINE PARIS -

VINEXPO PARIS

Parigi

Porte de Versailles

fino al 15 febbraio

wineparis-vinexpo.wineparis-vinexpo.com

vinexposium-connect.com

26 FEBBRAIO

❖ SLOW WINE FAIR

Bologna

Bologna Fiere

fino al 28 febbraio

slowwinefair.slowfood.it

1 FEBBRAIO

❖ FIERAGRICOLA TECH

VERONA

Verona Fiere

Centro Congressi Palaexpo

fino al 2 febbraio

www.fieragricola.it

4 FEBBRAIO

❖ AMARONE

OPERA PRIMA

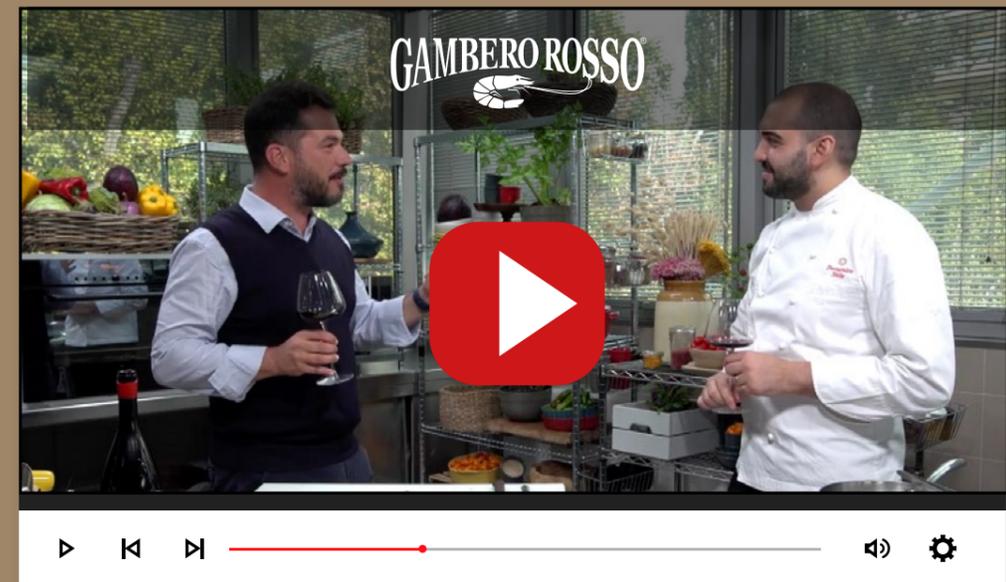
Verona

Palazzo della Gran Guardia

fino al 5 febbraio

www.consorziovalpolicella.it

GAMBERO ROSSO



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



MEZZACORONA
1904

ROTARI
TRENTO DOC

Feudo
Arancio

CASTEL
FIRMIAN

Le grandi cantine della Lombardia



VIA VALLOSA, 31 | 25050 PASSIRANO (BS) | WWW.LEMARCHESINE.IT | 030 657005

I Biatta sono presenti da secoli in Lombardia e il loro nome è sempre connesso al vino, ma la cantina vede la luce nel 1985 quando Giovanni inizia a vinificare le uve dei suoi primi tre ettari. Di acqua sotto i ponti da allora ne è passata molta: oggi Le Marchesine, condotta dal figlio Loris e dai nipoti Alice e Andrea, è un'azienda importante che ha raggiunto vertici qualitativi prestigiosi. La consulenza enologica è affidata a Jean Pierre Valade, enologo con esperienza internazionale nel Metodo Classico. L'azienda si è distinta sin dall'inizio per il suo tipo di coltivazione innovativo e l'importazione di avanzate tecniche d'oltralpe. Questa continua ricerca dell'eccellenza è uno dei punti saldi della famiglia Biatta ancora oggi.



I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI

Franciacorta Dosaggio Zero Audens

Colore paglierino piuttosto tenue. L'olfatto evidenzia subito speziatura e mineralità. Profumi di scorza d'agrumi, susina, uva spina e note floreali di sambuco. In bocca ha un'ottima tensione, molto diretto, pulito, piacevolmente asciutto. Vino ideale per pesci crudi marinati alle erbe, sushi o sashimi.

Franciacorta Extra Brut Nodens

Pinot nero in purezza vinificato in bianco, al naso si fa strada un caleidoscopio di spezie e radici. Il vitigno lascia un timbro indelebile: il ribes, l'anice e il finocchietto cedono il passo al chinotto, al bergamotto e ai sentori tostati. Nonostante la ricchezza, la beva è sorprendente. Ideale con carni allo spiedo.



Franciacorta Brut Secolo Novo

Solo uve chardonnay. L'unicità della collina da cui provengono le uve, la Santissima di Gussago, è evidenziata da netti sentori ferrosi, minerali, salini. Alle spezie dolci e al marzapane si alternano aromi balsamici e floreali. Vino da abbinare a tutti i crudi sia di mare che di terra.



Le grandi cantine della Lombardia



Azienda Agricola
MONZIO COMPAGNONI

VIA NIGOLINE, 98 | 25030 ADRO (BS) | WWW.MONZIOCOMPAGNONI.COM | 030 7457803

Franciacorta è più di un territorio: è un vino, un metodo, una passione. La stessa che ha portato il fondatore Marcello Monzio Compagnoni a trasferire l'attività vinicola di famiglia da Bergamo in Franciacorta nel 1994 e iniziare la produzione di questo iconico vino. Da oltre trent'anni tra le splendide colline della Franciacorta, l'azienda porta avanti con impegno il sogno del suo fondatore. Oggi è Giovanni Monzio Compagnoni, fratello e cofondatore della cantina, assieme al socio Viktor Kharitonin, a portare avanti l'azienda. 21 ettari totali, coltivati per il 65% a chardonnay e il 35% a pinot nero, danno vita ogni anno a una produzione che si aggira intorno alle 220.000 bottiglie. Nella gamma aziendale le collezioni Cuveè alla Moda, I Millesimati e la Riserva rappresentano al meglio lo stile e la storia di questa azienda vinicola.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI

Franciacorta Brut Alla Moda S.A.

I profumi di crosta di pane, pasticceria e frutta secca spiccano e anticipano un sorso fresco e teso con un finale che ricorda la mela golden matura. In prevalenza chardonnay con un piccolo saldo di pinot nero a dare sostegno a una trama complessa e aromatica. Ideale per accompagnare antipasti di terra o mare.



Franciacorta Brut Rosè

Al naso esprime note dolci e floreali di rosa e gelsomino che evolvono in nuances fruttate di melograno, ciliegie e ribes rosso. In bocca è morbido, dalla piacevole scorrevolezza e un finale che vira su toni minerali che ricordano la pietra focaia. Da provare con il dentice al forno.



Franciacorta Brut Nature Ris. Noir

Giallo paglierino con un accenno ramato e una spuma persistente. Il naso è tutto giocato su toni tostati di biscotto, alloro e mallo di noce. Complesso e strutturato, il sorso è caratterizzato da una freschezza vivace e sferzante. Ideale a tutto pasto con piatti a base di pesce.



IRLANDA. Ok Ue a etichette sanitarie sugli alcolici. L'ira dell'Italia



Il progetto dell'Irlanda di inserire etichette con avvertenze sanitarie (health warning) nei contenitori di vino, birra e liquori sta per diventare realtà, dal momento che è scaduto a fine dicembre il periodo di moratoria della norma che il governo di Dublino aveva notificato lo scorso giugno a Bruxelles. Pertanto, l'Irlanda, potrà far sì, per legge, che le imprese adottino etichette con avvertenze come "il consumo di alcol provoca malattie del fegato" e "alcol e tumori mortali sono direttamente collegati".

Il progetto irlandese era stato osteggiato da Italia, Francia, Spagna e da altri sei Stati membri dell'Ue, che avevano inviato le loro osservazioni mediante la pubblica consultazione chiusa il 22 settembre. La legge irlandese, secondo gli oppositori, provocherebbe una frammentazione e rappresenterebbe una barriera nel mercato interno. Non solo: sarebbe una misura sproporzionata alla luce di un confronto, ancora in corso, a livello europeo in materia di rapporto tra alcol e salute. Su questo tema, la Commissione Ue, infatti, aveva annunciato comuni iniziative sull'etichettatura degli alcolici nell'ambito del piano di lotta contro il cancro (Beca - Beating cancer plan), lanciato nel 2021, in cui l'esecutivo prevedeva di ridurre il consumo dannoso di alcolici attraverso un'etichettatura obbligatoria contenente un elenco di ingredienti, dichiarazioni nutrizionali e avvertenze per la salute. A febbraio 2022, l'Europarlamento aveva raggiunto un faticoso compro-

messo riuscendo a far approvare dei correttivi. Ovvero, il via libera a maggiori informazioni nelle etichette ma senza indicazioni e avvertenze sanitarie.

Ora, **la scelta di Bruxelles di non fermare l'iniziativa dell'Irlanda potrebbe aprire la strada a provvedimenti analoghi in altri Paesi europei.** Per l'Irlanda, l'abuso di alcolici rappresenta un'emergenza sanitaria nazionale. Il governo vuole che si adottino delle etichette che contengano un avvertimento sui danni del consumo di alcol, un monito sul suo legame diretto con tumori mortali, la quantità di alcol in grammi (non in percentuale), le calorie, un pittogramma (uguale a quello già in uso) sui rischi per la gravidanza e un link a un sito web (askaboutalcohol.ie) su alcol e salute.

Fortemente contrarie le associazioni italiane. Per Lamberto Frescobaldi (Uiv): "Temiamo che la Direzione generale Salute voglia adottare nei prossimi mesi questo approccio a livello europeo, lasciando libera iniziativa ai singoli Paesi membri, per sdoganare sistemi adottati senza un previo dibattito pubblico". "Il giusto impegno dell'Ue per tutelare la salute dei cittadini" afferma Ettore Prandini (Coldiretti) "non può tradursi in decisioni semplicistiche che rischiano di criminalizzare ingiustamente singoli prodotti indipendentemente dalle quantità consumate".

Dura presa di posizione anche di Cia e della Federvini, che chiede un intervento deciso del governo Meloni.

GAMBERO ROSSO®



WORLDTOUR

CALENDAR 2023

JANUARY

26 CAPE TOWN - South Africa Top Italian Wines Roadshow

FEBRUARY

13 STOCKHOLM - Sweden trebicchieri **organic**
 15 OSLO - Norway trebicchieri
 17 COPENHAGEN - Denmark Vini d'Italia
 20 ZURICH - Switzerland Vini d'Italia
 23 LONDON - U.K. trebicchieri **WINES**

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

12 AUCKLAND - New Zealand trebicchieri - Special Edition
 15 SYDNEY - Australia Top Italian Wines Roadshow
 17 MELBOURNE - Australia Top Italian Wines Roadshow
 19 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
 DUBAI - E.A.U. Best of Italy

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION
www.gamberorossointernational.com



Vigneto Bellazocia

SAUVIGNON



tenimenticiva.com



ASTRO NASCENTE

Nel firmamento di una terra come il Friuli Venezia Giulia, vocata alla produzione di grandi vini bianchi, brilla una nuova stella: Vigneto Bellazocia Sauvignon 2021, intenso, sapido, profondo e varietale. Un vino da tre bicchieri.

TENIMENTI
CIVIA
FRIULI COLLI ORIENTALI

IL MIO EXPORT

Massimo Basile – Tenuta Argentiera

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

È pari al 50%. Il primo paese, che assorbe il 30% della quota export, è la Svizzera, seguito da Usa (20%), Germania, Canada e Russia. Il canale di riferimento è prevalentemente HoReCa.

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

In generale si vende bene nei paesi di destinazione dei flussi di emigrati italiani (Nordamerica/Europa). Dove non abbiamo avuto questi flussi siamo player secondari, ne è un esempio l'Asia. Nello specifico, la Svizzera e il Nordamerica sono trainanti da questo punto di vista. Gli svizzeri perché prediligono vini strutturati e hanno una buona conoscenza del nostro territorio e delle nostre denominazioni. La loro forte capacità d'acquisto chiude questo quadro "ideale". Dall'altra parte dell'oceano, in Nordamerica il "Brand" Toscana è forte nella fascia premium e il taglio "bor-dolese" dei nostri vini li rende facilmente decifrabili al consumatore.

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

Inevitabilmente, dobbiamo aumentare i prezzi dei vini con conseguenti rialzi a scaffale. Il rallentamento dei trasporti è un problema più dell'importatore, che ha imparato a pianificare con più efficienza i vari ritiri. Di fatto, temiamo che l'Europa possa, nel 2023, rallentare per la crisi energetica e l'esplosione dei prezzi.

4 Come va con la burocrazia?

Porto l'esempio dell'Ocm: seguire tutto l'iter e rendicontare in maniera così minuziosa e rigida assorbe energie e tempi che spesso non sono a disposizione in tutte le aziende.

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

Rimane intatto il forte interesse nei mercati storici

❖ Tenuta Argentiera - Castagneto Carducci - Livorno
www.argentiera.eu



dove vanno bene anche vini di varietà autoctone un tempo poco richiesti. C'è molto lavoro da fare in Asia, dove la mancanza di una regia comune nella comunicazione del vino italiano si sente particolarmente.

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

Il principale strumento è quello delle collaborazioni partneriali con gli importatori e il trade in generale. La pandemia è stata limitante solo in Cina. Nel resto del mondo siamo tornati nella normalità.

7 Avete un export manager - o più di uno - dedicato? Come lo avete selezionato?

Abbiamo un solo direttore commerciale che si occupa di export. Nel 2023, inseriremo la figura dell'export manager. Si tratta di una ex product manager di un nostro importatore che negli ultimi due anni ha lavorato per noi come consulente per l'est Europa.

NEL PROSSIMO NUMERO
BORGO STAJNBECH

GLI SPUMANTI “MOTORE” DEL VINO NEL 2023. I NUOVI TREND SECONDO IWSR

▲ a cura di Gianluca Atzeni

L'uscita dal periodo pandemico e il contesto di crisi economica globale stanno incidendo su diversi fattori di crescita e sull'atteggiamento dei consumatori. Pertanto, da qui ai prossimi 5 anni occorrerà prestare attenzione a vini premium, e-commerce, home premise e ai mercati di Cina e Stati Uniti



Il contesto economico incerto e la crisi dei consumi, uniti alla progressiva uscita dei vari mercati dal periodo pandemico, disegnano un nuovo scenario per il mondo del beverage globale. A individuare i nuovi trend per il 2023 appena iniziato sono gli esperti dell'Iwsr che, dal vino alla birra, dalle fasce premium all'e-commerce, hanno passato in rassegna gli elementi di crescita che l'industria delle bevande dovrà monitorare con attenzione in futuro. Sicuramente, in un contesto generale come quello attuale, uno dei primi temi che emerge è il crescente consumo di bevande alcoliche tra le mura domestiche (home premise) e una nuova attitudine alla moderazione dettata meno da motivi salutistici e più dalla necessità di controllare, riducendola, la spesa media mensile per le bevande.

SPUMANTI PROTAGONISTI

Partiamo dal vino. Questo comparto, secondo le stime Iwsr, nel 2023 e nei cinque anni successivi seguirà un trend di calo nei volumi consumati, in linea con quanto sta già avvenendo da tempo. A registrare una crescita sarà il segmento spumanti, soprattutto le grandi Dop come Prosecco e Champagne, e le fasce premium. Lo stop forzato alle cerimonie e alle occasioni di consumo in viaggio per vacanza tra 2020 e 2021 ha trovato sfogo nel 2022 e lo avrà negli anni successivi con benefici per questo segmento. Inoltre, la spumantistica sta gradualmente riuscendo ad affrancarsi dai momenti formali e dalle occasioni speciali ricoprendo più momenti della quotidianità.

Per quanto riguarda il Prosecco, la domanda di fascia premium è sostenuta da mercati come Stati Uniti e Regno Unito, come si è visto dall'aumento rispettivo dei volumi dell'8% e del 5% nel primo semestre del 2022. Lo Champagne, invece, è in grande spolvero in Australia e Stati Uniti. Mentre, nel mercato spagnolo, avanzano gli aperitivi in formato light, specie durante il giorno.

ATTENZIONE AI VINI PREMIUM

Non più i Millennial, come avvenuto nel 2021, bensì i consumatori con un impiego sicuro (un reddito annuo di almeno 100mila dollari Usa) e una bassa esposizione all'indebitamento sono coloro a cui devono guardare nei prossimi anni l'industria del vino e delle bevande alcoliche. Da questi dipenderà la crescita del segmento premium. “Il cambiamento è notevole rispetto al periodo Covid”, scrivono gli analisti di Iwsr, ricordando come i Millennial abbiano guidato la ripresa dei consumi in mercati importanti come Regno Unito, Francia, Stati Uniti, Germania e Brasile. L'attuale crisi economica, infatti, potrebbe cambiare gli scenari e intaccare le sicurezze dei consumatori più giovani. Il fenomeno si è già intravisto in Cina, ad esempio, dove sono diminuiti i consumatori di alcolici tra i 18 e i 24 anni, a causa probabilm- >>



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



**OP Buttafuoco Il Cacciatore
FIAMBERTI**

Nella zona dell'Oltrepò Pavese, più precisamente a Canneto Pavese, troviamo l'azienda Fiamberti. L'azienda nasce nel 1814 e conta oggi 581 ettari totali di cui 461 ettari coltivati a vite. Con Lorenzo Ruggeri assaggiamo l'OP Buttafuoco Il Cacciatore. Dal colore rosso rubino intenso, al naso è ricco di note balsamiche di mentuccia fresca, note di frutti rossi sotto spirito e note speziate di pepe e chiodi di garofano. In bocca è pieno, strutturato, ricco di frutto, sorretto da una bella acida, chiude su note speziate e balsamiche. Ottimo in abbinamento a dei piatti tipici come i bata lavar, pasta ripiene, brasati oppure con ragù di carne o piatti speziati.

Visita il sito
www.fiambertivini.it/

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/reel/CmhC2JIsWId/

LE STORIE

» te della percentuale di disoccupazione tra i laureati (20%).

E-COMMERCE AL RALENTI

Esploso nel periodo più difficile della pandemia, e del lockdown, il canale del commercio elettronico è destinato a crescere ma in modo più lento rispetto a prima. Nel solo 2020, l'incremento in valore in 16 mercati principali fu del 40% rispetto al +12% del 2019 e al +16% del 2021. La previsione dell'Iwswr per i prossimi anni è all'insegna di una normalizzazione delle vendite destinate, tuttavia, a proseguire il loro incremento. Tutto il segmento dell'online genererà, tra 2021 e 2026, un giro d'affari aggiuntivo di 10 miliardi di dollari per il mercato globale degli alcolici, fino a toccare i circa 40 miliardi di dollari entro il 2026.

Considerando le tipologie di bevande vendute online, il vino (attualmente dominante) è destinato a perdere quote entro il 2026. La crescita più rapida, rispetto al 2021, sarà appannaggio di birra, sidro e ready to drink. In particolare, sarà la birra a registrare i più importanti spostamenti di volumi acquistati sul canale internet.

CONSUMI DOMESTICI IN CRESCITA

La crisi economica sta spingendo i consumatori a ridurre le uscite ma anche a incrementare il consumo di alcolici tra le mura di casa. Uno dei trend individuati per il 2023 dall'Iwswr è, infatti, la riduzione delle occasioni di consumo nell'on premise (horeca) in favore del cosiddetto home premise. La ripresa post-pandemia non è stata lineare in tutti i mercati; in alcuni, ci sono difficoltà per quei locali che devono fronteggiare costi in aumento e calo dei clienti. Tuttavia, la ristorazione, secondo Iwswr, tornerà ai livelli pre-pandemici probabilmente entro il 2026, spinta dalla birra e, in particolare, dal mercato dell'America Latina.



LE STORIE



In generale, il successo dell'home premise arriva dopo un 2020 e un 2021 in cui questa modalità di consumo è stata favorita sia dall'incremento delle società di consegna di cibo a domicilio, sia dalla crescita degli abbonamenti ai servizi di streaming tv, sia dal crescente interesse per il mondo della mixology che, assieme, hanno consentito alla popolazione di familiarizzare con un nuovo tipo di passatempo e di svago meno impegnativo, anche da un punto di vista economico.

I DUE FATTORI DEL BERE MODERATO

Parallelamente all'home premise, in questo 2023 corre un nuovo trend, che non cambia nella sua sostanza ma nella sua spiegazione. È la tendenza a ridurre i consumi di alcolici che negli anni precedenti era spinta soprattutto dall'attenzione alla salute e al benessere mentre ora, considerando le preoccupazioni per l'andamento dell'economia, è spinta dalla necessità di risparmiare. Un fenomeno, come spiegano gli analisti Iwswr, che sta interessando molti dei mercati osservati. Due motivazioni che, di fatto, stanno rappresentando un ostacolo alla crescita dell'industria del beverage globale. I consumatori, infatti, operano una selezione sia sostituendo gli alcolici con bevande analcoliche (come i soft drink), sia rinunciando del tutto alle occasioni di consumo e spesa, come gli aperitivi nel dopo-lavoro. Oppure, riducono gli alcolici consumati in una determinata occasione, bevendo meno quantità o alternando il consumo di un alcolico con un analcolico.

Nel secondo semestre 2022, un'indagine Iwswr condotta in 17 grandi mercati ha evidenziato come circa metà dei consumatori di alcolici adulti abbia espresso l'intenzione di voler ridurre il consumo di alcol. Una tendenza molto forte soprattutto in quei paesi europei in cui è più bassa la fiducia nella ripresa economica, come ad esempio in Uk e in Germania. »



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



**Graticciaia '16
AGRICOLE VALLONE**

In Salento, più precisamente a Lecce, troviamo l'azienda Agricole Vallone. La storica azienda è stata fondata negli anni 30, oggi l'azienda è guidata da Francesco Vallone e si estende su 500 ettari suddivisi in 3 tenute nei comuni di San Pancrazio Salentino, San Pietro Vernotico e Carovigno. Con Marco Sabellico assaggiamo il Graticciaia '16. Dal colore rosso rubino cupo fitto dai riflessi granata, al naso è intenso, ricco di piccoli frutti rossi e neri maturi di mora, prugna, ciliegia e ribes nero, note speziate, fumé e di cioccolato. In bocca è intenso, strutturato, progressivo, armonico, sorretto da una freschezza acida con un finale lungo e persistente. Ottimo in abbinamento con selvaggina, cacciagione, brasati o formaggi stagionati.

Visita il sito
www.vallone.wine/

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



» Va, inoltre, aggiunto che la scelta di bere meno per questioni salutistiche rappresenta un trend di lungo corso, evidente nelle fasce più ricche della popolazione in mercati come Stati Uniti, Australia, Canada e Cina. E se la Germania resta il paese con i maggiori volumi di bevande analcoliche e a basso grado alcolico consumate, i mercati come Usa, Canada e Australia registreranno nel periodo 2022-2026 delle crescite più forti anche della stessa Germania.

SPIRITS: LA SPINTA DI USA E INDIA

Stati Uniti e India sono i due mercati più promettenti per il futuro se si considera quella fetta di superalcolici in fascia più alta. Gli Stati Uniti, in particolare, insidieranno il primato della Cina nei prossimi anni, spinti dai distillati di agave, secondo un trend partito già prima del 2019. Ma anche l'India promette molto bene, grazie a un'economia in espansione, all'aumento del reddito medio e a una ripresa generale nel post pandemia. Al contrario, in Cina, la ripresa post Covid non c'è ancora stata, le aspettative di crescita del Pil sono inferiori rispetto agli ultimi cinque anni, sta scendendo il tasso di consumo di alcolici tra i più giovani. Si tratta di fattori che potranno influire negativamente su questo grande mercato dove gli alcolici di fascia più alta sono stati favoriti finora dall'espansione dell'e-commerce nel 2020 e dall'esplosione della provincia di Hainan come leader nel mercato del duty-free.

BIRRA: CRESCONO AMERICA LATINA E AFRICA

Brasile, Messico, Colombia, Sudafrica e anche India sono i mercati più promettenti per i consumi di birra a livello globale. Si prevede che tra 2021 e 2026 i volumi aumen-

tino con un tasso composto medio annuo pari all'1%. E la birra, come rileva l'Iwswr, ha buone possibilità in diversi mercati del sud est asiatico. In particolare, in Brasile, il mercato è stato spinto da importanti investimenti nell'on trade e nell'e-commerce. Questa importante progressione della birra segue un lungo periodo di cali registrati in Cina e Stati Uniti, che hanno determinato, nel corso del 2020, una flessione dei volumi globali di circa il 7%, a causa di vari fattori: i divieti sugli alcolici in Sudafrica e India, le interruzioni della produzione in Messico e le chiusure dei locali in tutto il mondo.

READY TO DRINK CHIAVE DEL FUTURO

Protagoniste di una crescita importante in anni recenti, le bevande ready to drink (Rtd) saranno spinte dal fenomeno della premiumizzazione. Infatti, il tasso composto di crescita annuo tra 2022 e 2026 è stimato dall'Iwswr a 7% nel valore e a 5% nel volume (era del 14% tra 2016 e 2021). Segno di un'affermazione della fascia premium. Negli anni scorsi, gli Stati Uniti avevano trascinato la categoria, grazie al boom degli hard seltzer. E buoni andamenti si registrano ancora in Cina e in Giappone. In generale, negli ultimi due anni, la categoria Rtd in fascia premium è cresciuta più velocemente di qualsiasi altro segmento, grazie a una maggiore offerta di prodotti a base alcolica, con gradazioni medie più alte, spinte da brand molto noti. A questo punto la domanda è lecita. Sarà un successo che eroderà quote al segmento vino? Non proprio. Sarà la birra a soffrire di più il boom delle bevande Rtd, per un naturale effetto sostituzione, nonostante in molti mercati, a parità di porzione, un Rtd costi attualmente il doppio di una birra. ❖



LA NOSTRA PASSIONE PER IL VINO È DI QUESTA TERRA

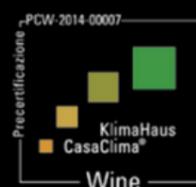
BIANCAVIGNA

VIA MONTE NERO 8/C - 31015 CONEGLIANO (TV) - ITALIA

INFO@BIANCAVIGNA.IT - WWW.BIANCAVIGNA.IT

WWW.BIANCAVIGNASHOP.IT

TEL. +39 0438 788403



SISTEMA DI QUALITÀ NAZIONALE
PRODUZIONE INTEGRATA

ZIGNAGO VETRO PREMIA LA VITIVINICOLTURA SOSTENIBILE CON UNA BOTTIGLIA SPECIALE

▲ a cura di Loredana Sottile

L'azienda veneta ha voluto dare forma alla sostenibilità con la Bottiglia Sostenibile, che sarà consegnata, in ben 10mila esemplari alla cantina più green premiata dal Gambero Rosso. Tra i progetti di economia circolare anche il servizio porta a porta per il rottame di vetro

Una bottiglia di vetro avvolta da foglie come metafora di un'agricoltura che rispetta l'ambiente e che si impegna per un mondo migliore. È questa l'immagine - non solo metaforica - con cui Zignago Vetro ha voluto omaggiare Arnaldo Caprai, la cantina vincitrice del premio per la Vitivinicoltura Sostenibile della guida Vini d'Italia del Gambero Rosso 2023. All'azienda umbra andranno ben 10mila esemplari per imbottigliare il proprio vino. Un gesto carico di significato, che esprime anche l'impegno sostenibile di lungo corso di Zignago Vetro. Ne abbiamo parlato con **Biagio Costantini**, direttore commerciale food & beverage del gruppo veneto.



Da dove viene l'idea della bottiglia sostenibile e quali sono le sue caratteristiche?

La sostenibilità esiste, ma non si vede. Passa sottotraccia, invisibile ai nostri occhi. Le azioni sostenibili sono quanto di più valoroso possiamo intraprendere di questi tempi, eppure nessuno le nota. Possono educare le persone, sono un promemoria su quanto ci sia ancora da fare per salvaguardare il pianeta, se solo fossero visibili.

Per renderla visibile, Zignago Vetro ha dato forma alla sostenibilità. Una forma simbolica, ma che crediamo abbia un forte significato: la Bottiglia Sostenibile infatti premierà ogni anno la cantina che più si è distinta per una vitivinicoltura sostenibile.

Nel marchio della Bottiglia Sostenibile, il logo di Zignago Vetro affianca alcune foglie, sintesi del concetto di agricoltura. Il vetro è sostenibile per natura e invita il suo ospite, il vino, ad essere altrettanto. Le foglie, a loro volta, avvolgono la bottiglia e ricordano che la lezione del vetro è stata ascoltata: la cantina vincitrice è infatti la più sostenibile d'Italia.

Quali sono i valori che vi legano al Gambero Rosso?

Gambero Rosso e Zignago Vetro condividono i valori della sostenibilità e dell'innovazione del settore vitivinicolo. Per questo hanno stretto una forte collaborazione. Insieme, si può correre in avanti, verso un mondo migliore. Abbiamo pensato che la cantina che più si è contraddistinta per la sostenibilità enologica meritasse un riconoscimento. Per non essere invisibile. Perché le sue azioni fossero da esempio per gli altri. Per mostrare a tutti che si può essere sostenibili.

In un momento come questo, in cui c'è anche un problema legato alla reperibilità e al prezzo del vetro, 10mila bottiglie per la cantina Arnaldo Caprai rappresenta un gesto simbolico importante.

Più che un gesto simbolico, noi crediamo che sia un >>



» gesto profondamente significativo: Zignago Vetro si è infatti impegnata a fornire alla cantina vincitrice 10mila Bottiglie Sostenibili, oltre a quella simbolica consegnata il giorno della premiazione, a dimostrazione che la sostenibilità abbia bisogno di azioni concrete per essere veicolata, trasmessa e realizzata. Noi crediamo fermamente in questo progetto, e speriamo che tutti i produttori possano man mano seguire l'esempio di Arnaldo Caprai e ambire ad aggiudicarsi questo importante riconoscimento. Il premio per la vitivinicoltura sostenibile di Gambero Rosso non poteva che avere come binomio il vetro, un materiale sostenibile per natura e riciclabile all'infinito. È importante mandare un messaggio al cliente finale: il consumatore acquisterà o consumerà infatti un prodotto che, di fatto, è concretamente e realisticamente al 100% sostenibile.

In un periodo storico in cui la sostenibilità è diventata un'esigenza oltre che una scelta morale, quale sarà il futuro del vetro per il vino?

Il vetro, proprio per sua natura, è un materiale che si presta al concetto di sostenibilità e, soprattutto, di circolarità: il vetro è un materiale riciclabile al 100% per un numero infinito di volte e senza alcun degrado nella qualità del nuovo contenitore; la sua perfetta riciclabilità fa sì che possa essere prodotto anche interamente partendo dal vetro stesso. I benefici conseguenti sono molteplici e molto importanti: il minor impiego di materie prime vergini, il minor consumo di energie, le minori emissioni in atmosfera. In Italia, nel corso degli ultimi anni, il recupero e reimpiego del vetro da parte dell'industria produttrice di contenitori in vetro è stato notevolissimo e soprattutto Zignago Vetro ne è stata protagonista, avendo investito negli anni nella creazione e nello sviluppo di impianti dedicati al trattamento del rottame di vetro per poterlo predisporre al successivo riutilizzo negli stabilimenti vetrari (Vetreco, Vetro Revet e Julia Vitrum). Ad oggi Zignago Vetro utilizza fino al 90% di rottame di vetro riciclato per produrre una nuova bottiglia di vetro destinata al segmento vino. Le caratteristiche di salubrità, di perfetta conservazione e di riciclabilità di questo materiale si combaciano perfettamente con l'esigenza di avere un mondo più pulito nel futuro. Proprio per questo crediamo che il vetro sia il materiale del futuro e che sempre più si prediligerà il vetro come materiale di imballaggio.

Zignago Vetro è da sempre molto attenta alle scelte green. Quali sono i principali risultati ottenuti fino ad ora e quali i prossimi obiettivi?

Zignago Vetro fa della sostenibilità uno dei suoi valori principali: proprio a conferma di questo ha legato le sue attività all'Agenda 2030 dell'Onu, con l'obiettivo di evidenziare il proprio contributo al raggiungimento degli



» SDGs. Inoltre, dal 2021 è membro del Global Compact delle Nazioni Unite.

In Zignago Vetro la sostenibilità non è un concetto teorico che rischia di ricadere nel greenwashing, ma è fatta di azioni concrete, di strategie e di obiettivi. Ogni anno l'azienda setta dei goals sostenibili - precisi e misurabili - per l'anno successivo, oltre ad aver stabilito un ricco programma di obiettivi al 2030 sia per la parte ambientale, che sociale e di governance. Possiamo dire che il nostro impegno tangibile ci sta dando molti risultati: proprio nel 2021 abbiamo ottenuto la certificazione Platinum da parte di Ecovadis (rientrando nell'1% delle migliori società valutate in ambito ESG), oltre ad aver ottenuto ottime valutazioni da parte delle società di rating in questo ambito. Moltissime sono le iniziative che abbiamo avviato per la sostenibilità, tra cui quella in sinergia con le società che si occupano di reperire e trattare il rottame proveniente dalla raccolta urbana.

Come funziona nello specifico e chi coinvolge?

Si tratta di un progetto unico in Italia, il primo nel suo genere, volto al coinvolgimento dei nostri clienti e stakeholders in generale, al fine di incrementare e migliorare la catena di riciclo del vetro. In questo modello »



DA 20 ANNI

» TI FORMIAMO PER IL SUCCESSO «

Scopri tutti i nostri corsi su gamberorosso.it/academy



ROMA | TORINO | NAPOLI | LECCE | PALERMO



PARTNER





#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2022



**Grand Siècle N.25
LAURENT PERRIER**

Nel territorio della Champagne, troviamo l'azienda Laurent Perrier. La maison di Laurent Perrier è stata fondata nel 1812 per opera di André Michel Pierlot, successivamente nel 1881 Eugène Laurent rileva l'azienda che prende il nome che oggi conosciamo. Con Giuseppe Carrus assaggiamo il Grand Siècle N.25. Dal colore dorato, intenso e brillante con un perlage fine e persistente, al naso è ricco di note floreali e di frutta a polpa bianca, note di pasticceria e note di sottobosco. Al palato è strutturato, elegante, fine, sorretto da una bella acidità che dona freschezza all'assaggio chiude su note sapide. Ottimo in abbinamento con pesce crudo, molluschi e crostacei, ma anche con piatti più strutturati o con un risotto con lo zafferano.

Visita il sito
www.laurent-perrier.com/fr/

Per guardare la puntata:
www.instagram.com/reel/CmoxO8wMF10/

LE STORIE



» circolare, il Gruppo ha avviato delle relazioni con una rete di distributori, il cui obiettivo è quello di reperire il rottame di vetro (contenitori vuoti, rotti o deteriorati che verrebbero gettati) direttamente presso i clienti di Zignago Vetro. Questi partner, una volta svolta la raccolta del rottame di vetro di prossimità – in modo tale da ridurre quindi al minimo i costi relativi al trasporto e alle emissioni di CO2 – si occupano poi anche del relativo trasferimento verso i centri di trattamenti del rottame di Zignago Vetro, sempre seguendo delle logiche di prossimità. È **una sorta di servizio “porta a porta” per il rottame di vetro, in cui beneficiano contemporaneamente sia il cliente, che il centro di trattamento che il produttore di vetro.** Al momento siamo in una fase iniziale di questo progetto, in cui abbiamo raccolto molte adesioni tra le cantine medio-grandi del nord Italia e stiamo quindi operando per loro seguendo questa logica. L'obiettivo è quello di incrementare la rete di stakeholders – come cantine medio-piccole, il mondo della ristorazione e dell'Horeca in generale – che aderiscono a questo progetto, estendendolo possibilmente su tutto il territorio nazionale. ❖




MEROTTO
AZIENDA AGRICOLA

PER FARE
**IL VINO
BUONO**
OCCORRE
CONOSCERE BENE
LA **TERRA** DA CUI
PROVIENE E
IL **CIELO** CHE
CI GOVERNA

Graziano Merotto

merotto.it



**CUVÉE DEL FONDATORE
GRAZIANO MEROTTO**

Valdobbiadene DOCG Prosecco Superiore
Brut Rive di Col San Martino

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice	Var% settimanale	Var% inizio anno
S&P 500 Food & Beverage & Tabacco	0,02	-0,73
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	0,96	1,98
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	0,86	0,20

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	1,80	2,60	11,90	738
Campari	Italia	2,09	3,99	-18,53	11.455
Centrale del Latte d'Italia	Italia	0,00	-2,38	-16,08	40
Marr	Italia	4,76	8,07	-33,33	819
Newlat Food	Italia	0,33	3,57	-30,66	197
Orsero	Italia	0,60	0,90	17,38	237
Valsoia	Italia	0,00	1,87	-27,68	105
Anheuser Bush I	Belgio	-0,88	0,12	-0,69	97.873
Danone	Francia	-0,93	0,53	-13,02	33.447
Pernod-Ricard	Francia	1,65	2,04	-8,27	48.365
Remy Cointreau	Francia	2,82	4,00	-18,05	8.487
Suedzucker Ma Ochs	Germania	6,31	5,14	27,35	3.507
Dsm	Olanda	3,27	4,94	-33,88	20.965
Heineken	Olanda	0,99	2,66	-10,63	51.966
Jde Peet S	Olanda	0,00	1,55	-0,69	13.795
Ebro Foods	Spagna	0,81	2,05	-10,74	2.301
Viscofan	Spagna	1,64	3,08	12,23	2.880
Barry Callebaut N	Svizzera	-1,67	-0,05	-16,53	10.126
Emmi N	Svizzera	3,13	5,11	-21,84	4.443
Lindt N	Svizzera	0,31	0,84	-15,67	13.062
Nestle N	Svizzera	2,24	3,88	-8,70	308.918
Associated British Foods	Gran Bretagna	7,84	11,33	-15,69	15.636
Britvic Plc	Gran Bretagna	-0,84	-1,16	-19,07	2.259
Cranswick Plc	Gran Bretagna	1,55	2,01	-17,63	1.903
Diageo	Gran Bretagna	0,53	-0,51	-5,64	93.247
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	4,34	4,87	7,89	3.391
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-3,81	-7,13	23,31	45.078
Beyond Meat	Stati Uniti	18,01	18,68	-78,07	868
Boston Beer `A`	Stati Uniti	2,97	0,81	-34,90	3.168
Brown-Forman B	Stati Uniti	0,42	-0,64	-0,82	18.861
Bunge Ltd	Stati Uniti	2,03	-2,27	1,46	13.622
Campbell Soup	Stati Uniti	-0,36	-1,32	22,16	15.634
Coca-Cola Co	Stati Uniti	-1,30	-2,33	2,81	250.571
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	4,15	4,50	18,35	17.974
Constellation Brands	Stati Uniti	-3,34	-5,07	-10,96	37.852
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	7,33	4,62	-0,77	9.793
Flowers Foods	Stati Uniti	-1,37	-2,30	-0,50	5.528
Freshpet Inc	Stati Uniti	9,95	9,74	-34,59	2.593
General Mills	Stati Uniti	1,00	0,24	22,22	46.522
Hershey Company	Stati Uniti	-0,95	-2,93	15,48	30.807
Hormel Foods	Stati Uniti	0,35	0,79	-7,90	23.394
Ingredion Inc	Stati Uniti	1,40	0,85	-0,95	6.037
Kellogg Co	Stati Uniti	-0,73	-0,69	5,63	22.440
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	0,39	0,08	-4,32	47.138
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	12,38	9,72	43,06	13.155
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	-1,72	0,51	16,68	5.096
Mccormick & Co	Stati Uniti	1,08	1,79	-10,83	19.717
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	2,87	-1,28	3,19	9.503
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	1,60	0,99	0,42	85.721
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-0,78	-0,98	8,41	48.913
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-4,02	-3,98	-2,89	3.889
Nomad Foods	Stati Uniti	-2,78	-0,75	-35,56	2.753
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	34,33	55,17	-62,76	1.489
Pepsico Inc	Stati Uniti	-0,87	-1,56	2,11	228.868
Performance Food Gr	Stati Uniti	3,18	0,55	25,74	8.523
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	6,05	6,36	-11,47	5.566
Post Holdings	Stati Uniti	5,11	4,76	-43,94	5.179
Seaboard Corp	Stati Uniti	8,45	5,57	0,44	4.314
Smucker, J.M.	Stati Uniti	0,02	0,35	10,99	15.801
Sysco Corp	Stati Uniti	5,22	4,59	0,82	37.788
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	14,82	14,46	-54,98	1.542
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	3,80	3,98	13,30	48.355
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	3,11	5,35	-27,75	17.601
Us Foods Holding	Stati Uniti	9,64	9,96	5,38	7.846



Vallone
è un'attitudine



agricollevallone.it



VALLONE

Tradizione vitivinicola dal 1934

FINE WINE AUCTIONS

Il passo lento di Chateau Margaux

Con sette prezzi aumentati, otto diminuiti e uno rimasto invariato rispetto all'anno precedente, è evidente che le 16 annate giovani di Château Margaux che compaiono in tabella hanno avuto alle aste del 2022 un trattamento sensibilmente diverso dalle annate d'antan, le cui quotazioni hanno perso oltre il 16%. Sono in perdita anche questi millesimi degli anni 2000 ma con un calo molto più contenuto: tutti insieme nel 2021 valevano 10.948 euro, oggi sono scesi a 10.624. Il calo perciò, limitato com'è al 2,9%, più che un ribasso di piccole proporzioni appare come una scossa di assestamento di una rete di valori abbastanza omogenea. In ogni caso, però, la situazione di questo premier cru è piuttosto complessa: dopo aver messo fine all'ondata ribassista nei confronti degli Châteaux bordolesi non sembra aver ancora imboccato la strada della ripresa. Quest'anno, per di più, con un'economia mondiale messa in difficoltà dalla guerra in Ucraina e dagli inattesi sviluppi della pandemia da Corona Virus in versione Omicron, esitazioni e perplessità sono più che giustificate. Infatti non sono in perdita soltanto le bottiglie del post 1945 e degli anni 2000. Tutti e 93 i millesimi di Château Margaux quotati sia nel 2021 che nel 2022 denunciano infatti un calo complessivo del 2,05%. Vista così, dall'alto della situazione generale, neanche la perdita del 16% subita dalle annate senior desta preoccupazione: può succedere quando un vino di vendemmia antica non fornisce sufficienti garanzie sul proprio stato di conservazione.

— Cesare Pillon

Château Margaux

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2022	Prezzo 2021	+ / -
2001	12 b	Hk\$ 49.800	Acker Wines, Hong Kong	28/09/22	€ 552,78	€ 612,50	-10%
2002	2 b	\$ 934	Zachys, NY online	09/05/22	€ 442,30	€ 510,42	-13%
2003	3 b	\$ 2.375	Sotheby's, New York	08/04/22	€ 728,89	€ 640,63	+14%
2005	6 b	Hk\$ 50.000	Christie's, Hong Kong	21/05/22	€ 1.004,17	€ 1.222,50	-18%
2006	12 b	£ 4.750	Christie's, Londra	28/04/22	€ 469,26	€ 454,84	+3%
2007	4 b	\$ 1.612	Pandolfini, Firenze	18/11/22	€ 403,00	€ 423,37	-5%
2008	2 b	\$ 1.121	Zachys, NY online	17/01/22	€ 491,56	€ 726,75	-32%
2009	6 b	£ 5.000	Sotheby's, Londra	07/09/22	€ 963,25	€ 1.115,56	-14%
2010	6 b	£ 5.500	Dreweatts, Londra	24/02/22	€ 1.098,26	€ 1.044,43	+5%
2011	12 b	\$ 47.500	Christie's, Hong Kong	21/05/22	€ 476,98	€ 527,95	-10%
2012	6 b	\$ 2.739	Acker Wines, Usa	08/09/22	€ 456,09	€ 460,18	-1%
2013	6 b	\$ 2.490	Acker Wines, Usa	08/09/22	€ 414,63	€ 396,38	+5%
2014	12 b	\$ 5.229	Zachys, New York	27/07/22	€ 429,21	€ 436,83	=
2015	12 b	\$ 18.750	Sotheby's, New York	08/04/22	€ 1.438,59	€ 1.301,67	+11%
2016	3 b	\$ 2.200	Hart David Hart, Usa	12/08/22	€ 713,02	€ 710,00	+1%
2017	12 b	\$ 6.848	Acker Wines, Usa	22/06/22	€ 542,42	€ 364,00	+49%



Ben oltre i Millesimi rari

RICREARE L'ANNATA PERFETTA

99/100 JAMES SUCKLING.COM

96/100 Robert Parker WINE ADVOCATE

19/20 Jancis Robinson

Grand Siècle N°23 magnum. Su prenotazione.
www.laurent-perrier.com - @ #grandsiecle

Fotografato Iris Véligne - Disegno LUWA