



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



## BIOLOGICO E SOSTENIBILE. UN PATTO PER LA VITICOLTURA DEL FUTURO

### CONSUMI

Per il 31% degli italiani i consumi fuori casa restano una priorità. L'indagine Nielsen

### MARCHI

Il Tribunale Ue dà ragione a Bolgheri: il nome bulgaro "Bolgarè" imita la Dop italiana

### FOCUS

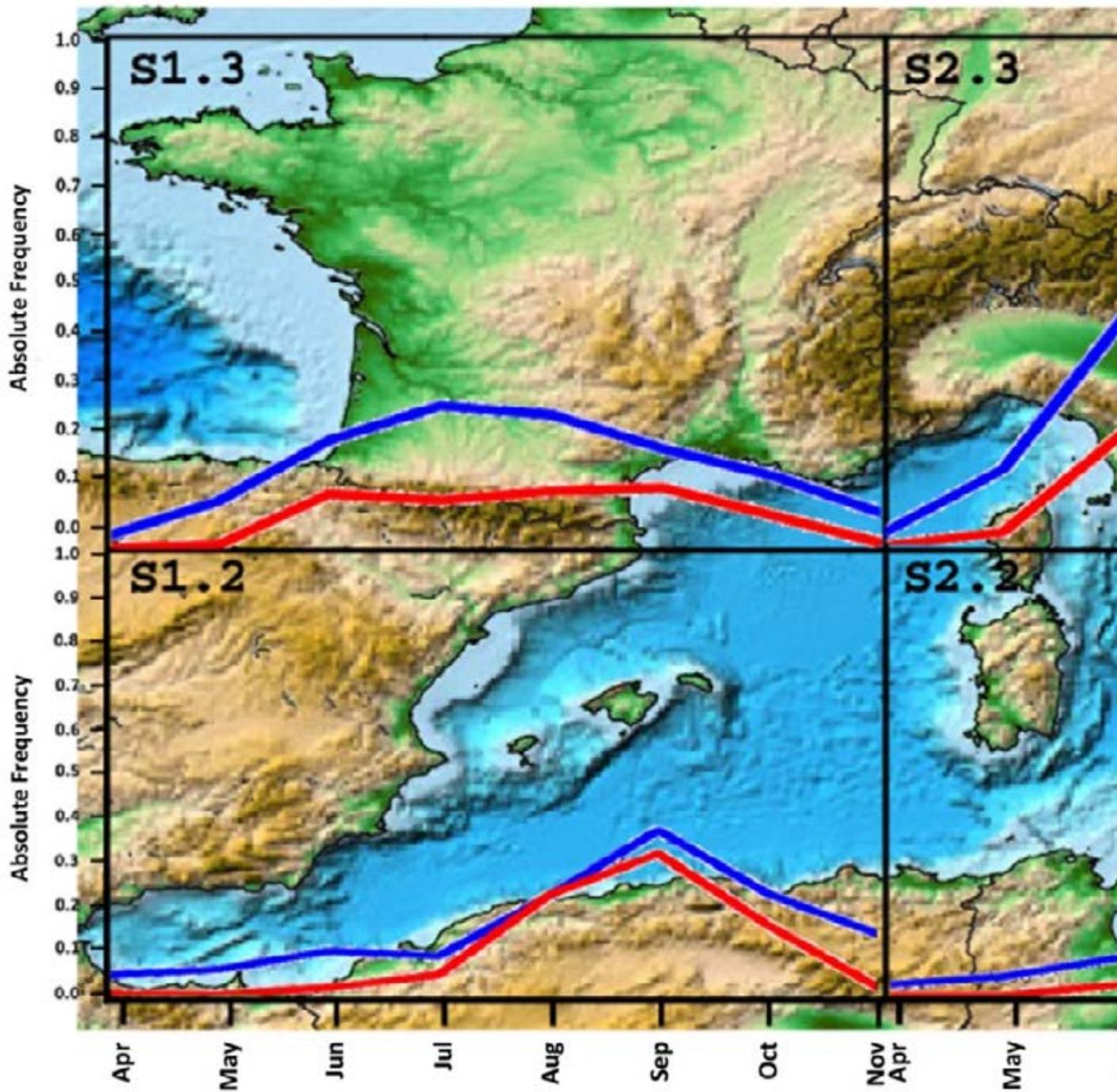
Per lo Champagne record di vendite in Italia: nel 2022 un affare da 248 milioni di euro

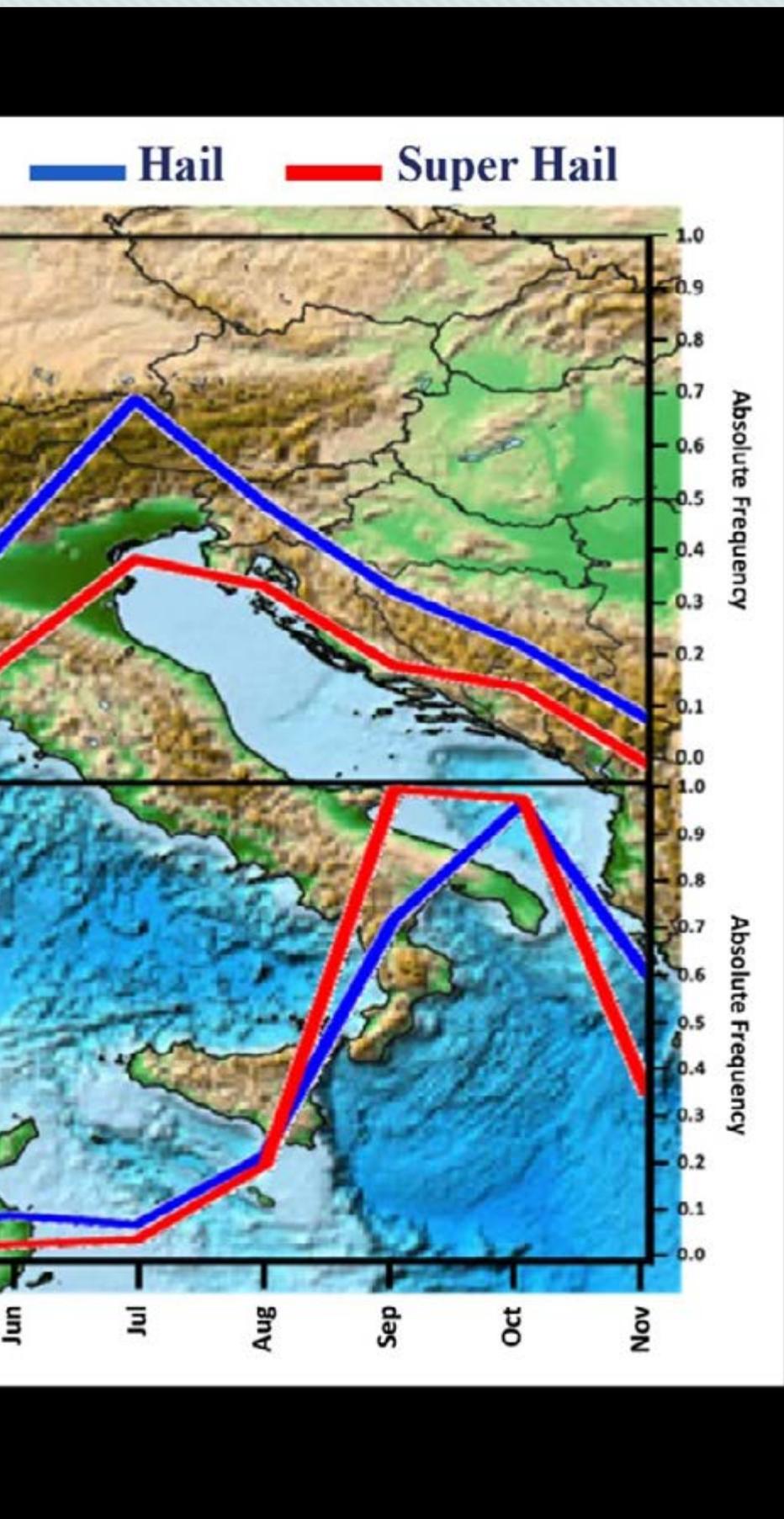
### CANADA

Fissato tetto al 2% per l'adeguamento dell'accisa sull'alcol. La misura che salva il settore

### EXPORT

Le cooperative vitivinicole alla conquista dei mercati esteri: +130% in 12 anni. Il report Ismea





## Nel Mediterraneo l'Italia è la più esposta alla grandine: la mappa

La grandine – è noto – è tra gli eventi meteo più temuti anche in agricoltura. E l'Italia gode, nel Mediterraneo, di un triste primato. Uno studio dell'Istituto di scienze dell'atmosfera e del clima del Cnr, pubblicato sulla rivista *Eos*, utilizzando i dati forniti dai satelliti nello spazio (sensori Gpm), ha permesso di definire **la prima mappa globale di grandine ad alta risoluzione**. Il Mediterraneo, in particolare, è un'area di particolare interesse perché tra quelle maggiormente colpite dagli effetti del cambiamento climatico. Osservando la distribuzione della grandine, fa sapere il Cnr, è emerso come l'Italia sia il paese più esposto alle grandinate di maggiore intensità.

“Negli ultimi 20 anni” ha spiegato Sante Laviola, ricercatore del Cnr-Isac e primo autore dello studio “*il Mediterraneo si sta riscaldando il 20% più velocemente rispetto alla media globale, con la conseguente variazione dei regimi delle precipitazioni, che aumentano per intensità e frequenza. In tutta l'area, si può notare un trend di aumento, pari al 30%, delle precipitazioni di grandine sia intense che estreme*”. Il ricercatore ha evidenziato come nella Penisola sia stato raggiunto il numero medio più alto di questo tipo di precipitazioni, concentrate maggiormente nel nord in estate, con un incremento nel centro-sud tra fine estate e autunno. **Lo studio consentirà di migliorare i modelli meteorologici e climatici, supportando anche la gestione del rischio.** Una mappa globale di grandine può essere prodotta ogni tre ore e fornisce informazioni utili per studiare i pattern grandinigeni su ogni area del pianeta.

foto: Cnr

## CONSUMI. Per il 31% degli italiani frequentare bar e ristoranti rimane una priorità. Sulla frequenza incidono età e collocazione geografica

Nonostante l'attuale contesto socio-economico segnato dall'inflazione, gli italiani non rinunceranno a bere e mangiare fuori casa. È quanto è emerso dall'indagine Opus (on premise user study) realizzata dalla società di consulenza Cga by NielsenIQ, secondo cui, anche in caso di riduzione della propria disponibilità economica, frequentare bar e ristoranti rimarrebbe una priorità per il 31% degli italiani, prima ancora dell'acquisto di abbigliamento (28%) e vacanze (21%). Allo stato attuale, secondo l'indagine, quasi due persone su tre (62%) hanno riscontrato un aumento significativo delle proprie spese, mentre più della metà (52%) dichiara di spendere di più, rispetto a prima, per wine&food fuori casa. Per il futuro, la metà degli italiani non ha intenzione di modificare le proprie abitudini di consumo; il 36% degli intervistati, infatti, manterrà lo stesso budget nei prossimi tre mesi, il 35% pensa di spendere di più per mangiare e bere fuori, mentre un gruppo abbastanza ristretto di persone (16%) prevede di uscire più spesso di prima.



Secondo i dati dell'indagine Opus, ci sono poi alcune importanti differenze di comportamento in base all'età e alla collocazione geografica. **Generalmente i giovani adulti nelle aree urbane sono la categoria che intende frequentare bar e ristoranti più spesso, a differenza degli over 55.** Un altro trend emerso riguarda il rapporto tra frequenza di consumo fuori casa e la rispettiva spesa. In questo caso giocano un ruolo chiave la qualità e il prezzo; infatti, nonostante l'aumento dei costi, ben oltre la metà dei consumatori (57%) afferma di essere ancora disposto a pagare di più per un drink di qualità migliore.

### On premise: le priorità dei consumatori



fonte: CGA OPUS Italy - ottobre 2022 - 2284 campioni

## MARCHI. Il nome bulgaro "Bolgarè" imita una Dop. Il Tribunale Ue dà ragione al Consorzio Bolgheri

Si chiude definitivamente, dopo sei anni, il contenzioso tra Consorzio Bolgheri e Domaine Boyar, importante azienda vinicola della Bulgaria, che nel 2017 depositò il marchio "Bolgarè" presso l'Euipo, l'ufficio europeo dei marchi, nella classe dei prodotti alcolici. Per i produttori toscani si trattò di un attacco alla denominazione protetta e al prestigio dei vini bolgheresi. Partita chiusa, quindi, dal momento che il Tribunale dell'Ue ha riconosciuto tutte le ragioni italiane.

Leggendo la difesa presentata dal Consorzio (che in primo grado si vide respinta la richiesta di opposizione, ma poi festeggiò un anno fa, a marzo 2022, per l'accoglimento del ricorso in secondo grado da parte di Euipo), i giudici hanno sentenziato, anche in base a quanto deciso da Euipo, che il marchio Bolgarè evoca nei consumatori la Dop Bolgheri. Il Tribunale dell'Ue ha stabilito anche che non è sufficiente a evitare il riferimento alla Dop Bolgheri il fatto che i consumatori possano percepire Bolgarè come un riferimento alla sola Bulgaria. **Tecnicamente, tra i due marchi c'è, infatti, somiglianza fonetica, un numero simile di lettere, identità di prodotti e somiglianza figurativa nei caratteri della scrittura.** Un precedente importante anche in vista della difesa di altre denominazioni italiane, su tutte il Prosecco, alle prese con la questione del riconoscimento del marchio Prošek croato.



## Stop al "Parmesano" in Colombia

Funziona l'accordo di libero scambio concluso dall'Ue con Colombia, Perù ed Ecuador, che riconosce la protezione della Dop Parmigiano Reggiano nei mercati andini. Dopo la vittoria di un anno fa in Ecuador, il Consorzio del Parmigiano Reggiano Dop ha annunciato quella nei confronti del gruppo Alpina, che aveva tentato di registrare il marchio "Alpina Parmesano snack". La Sovrintendenza all'industria e al commercio della Colombia ha negato il via libera, ritenendolo potenzialmente ingannevole.

Il giro d'affari del falso Parmesano fuori dall'Ue è stimato in 2 miliardi di euro, circa 200mila tonnellate di prodotto, pari a tre volte il volume del Parmigiano Reggiano esportato.

## NEUROMARKETING

### Vino, benessere e cervello



Le preoccupanti notizie di pericolosità dell'alcol che la Commissione Ue sarebbe intenzionata a introdurre in etichetta, impongono attente riflessioni. Lo abbiamo fatto anche con una conferenza organizzata dall'azienda Donnachiaro di Montefalcione, dal Consorzio vini d'Irpinia e da Assoenologi. La riflessione parte dalla consapevolezza che già molti secoli fa si conosceva il valore salutistico della quantità moderata del vino. Ippocrate, tradizionalmente inteso come il padre della medicina, suggeriva di bere del buon vino rosso per curare una molteplicità di malattie. Il letterato Alvisio Cornaro era convinto che l'uomo potesse vivere sui 90-100 anni se avesse prestato attenzione all'igiene. Nel suo scritto, a 83 anni (nel 1550 era un record), suggerì alcune regole per raggiungere la vecchiaia nella pienezza delle facoltà fisiche e mentali, a partire dalla dieta quotidiana composta di 12 onces di cibo e 20 onces di vino. Anche Louis Pasteur diceva: "Wine is the most healthful and most hygienic of beverages."

In effetti, esistono innumerevoli studi sul valore del consumo moderato di vino che ha effetti benefici sulla salute cardiaca, sulla prevenzione di diabete, invecchiamento cellulare e del cancro. Influenza positivamente il benessere psicologico e sociale delle persone, migliorando la qualità della vita e riducendo lo stress. Effetti non banali. Tali benefici sono dovuti alla presenza dei polifenoli, composti con proprietà antiossidanti e antinfiammatorie. Questi sembrano avere non solo un effetto benefico sulla funzione gastrointestinale (riducendo l'infiammazione e migliorando la digestione), ma anche sul cervello (migliorando la funzione cognitiva) e sono stati associati sia a un aumento dell'attivazione della corteccia prefrontale (regione del cervello coinvolta nella regolazione di umore, motivazione e attenzione selettiva), sia a una riduzione dei sintomi depressivi in quanto modulano l'attivazione dell'amigdala, la più importante ghiandola del sistema limbico capace di regolare emozioni e umori e di garantire la nostra "intelligenza emotiva".

Ma che effetto avrebbe l'inserimento di questa etichetta? Per similarità possiamo usare il caso dei messaggi di allarme inseriti tempo fa nei pacchetti di sigarette. Un'importante ricerca neuroscientifica con fMRI ha dimostrato che **alla vista del messaggio i non fumatori si attivano con l'insula (disgusto) producendo un allontanamento, ma i fumatori si attivano con il Nucleo accumbens (l'area del piacere)**, trasformando il messaggio da respingente a preludio dell'arrivo di ciò che piace, ovvero la sigaretta. Probabilmente, questi messaggi sul vino non modificheranno così profondamente il mercato, soprattutto la passione del winelover.

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

### AGRICOLTURA. Overbooking al click day per i lavoratori extracomunitari

Click day in overbooking per il decreto flussi. **Sono, infatti, oltre 240 mila le domande per i lavoratori extracomunitari giunte al Viminale alle 19 dello scorso 27 marzo.** In pratica circa il triplo della quota prevista dal provvedimento, pari a 82.705 unità. "Nelle campagne con l'arrivo della primavera c'è bisogno di almeno 100 mila lavoratori per colmare la mancanza di manodopera che ha duramente colpito le campagne lo scorso anno con la perdita rilevante dei raccolti" è l'appello del presidente Coldiretti Ettore Prandini, che chiede, quindi "un decreto flussi aggiuntivo, previsto peraltro dalla legge".

Anche se non esiste una suddivisione a livello territoriale, le regioni dove si concentrano le richieste di ingresso secondo la Coldiretti sono quelle che richiedono un grande impegno di manodopera come il Trentino soprattutto per la raccolta delle mele o il Veneto per la raccolta degli ortaggi e delle fragole, ma anche il Friuli Venezia Giulia per la preparazione delle barbatelle per i nuovi impianti vitivinicoli, il Lazio per gli ortaggi e la Campania per la coltivazione del tabacco ed il settore della pomodoro.

### GRAPPA. Alle Dogane il compito di organismo di controllo della Ig

Spetterà all'Agenzia delle dogane e dei monopoli (Adm) il ruolo di organismo di controllo dell'Ig Grappa. L'Icgrf (Masaf) ha ufficializzato il conferimento dell'incarico. Per il Consorzio nazionale di tutela della Grappa, presieduto da Nuccio Caffo, si tratta di un importante passo in avanti: "Le nostre aziende sono pronte ad accogliere l'intervento dell'Adm, che è certamente l'interlocutore più qualificato in quanto già coinvolto ampiamente nell'attività delle distillerie, con le quali già opera, conoscendone dunque tutte le specificità".

**Il Consorzio ricorda che, caso unico al mondo, ai funzionari doganali italiani spetta il compito di sigillare i magazzini dove il prodotto viene invecchiato.** Le distillerie di acquaviti aderenti al Consorzio auspicano che la decisione possa "anticipare a breve il decreto di riconoscimento dei consorzi delle bevande spiritose, atteso da tempo". Secondo il generale di Asso-distil, Sandro Cobror, si va verso la "piena certificazione della Grappa Ig e del Brandy italiano Ig, che rappresentano l'eccellenza della distillazione". Per Cesare Mazzetti, presidente della Fondazione Qualivita si tratta di una "base indispensabile per accrescere le possibilità di successo della Grappa sui mercati internazionali".

## FOCUS

# CHAMPAGNE. Italiani "esperti" di bollicine. Nel 2022 un affare da 248 milioni di euro

a cura di Gianluca Atzeni

Cresce l'importanza dell'Italia per il mercato dello Champagne. Il nostro Paese, infatti, sta gradualmente scalando le classifiche dei Paesi consumatori delle celebri bollicine francesi. Il 2022 è stato, innanzitutto, un anno record, sia per i 10,6 milioni di bottiglie spedite in Italia (+11,5%) sia per il deciso incremento del volume d'affari: +19,1% a quasi 248 milioni di euro (valori franco cantina e tasse escluse). Inoltre, l'Italia si distingue tra i mercati di destinazione globali come una piazza moderna, fatta di consumatori curiosi, esperti e amanti delle cuvée di alta gamma.

**IL MERCATO ITALIANO.** I dati presentati a Milano, il 29 marzo, dai vertici del Comité hanno consentito di fare il punto sul ruolo del nostro Paese per il distretto d'Oltralpe, assieme ai due co-presidenti David Chatillon (Union des maisons de Champagne) e Maxime Toubart (Syndicat général des vignerons) e al direttore generale Charles Goemaere. "I gusti degli italiani" ha spiegato Goemaere "si distinguono da sempre per la particolare domanda di vini di

Gli italiani e lo Champagne  
**10,6** bottiglie verso l'Italia  
**247,9** mln di euro di giro d'affari  
**4°** posto a valore  
**5°** posto a volume  
**22,7%** Champagne millesimati e cuvée speciali  
**8,2%** quota Champagne rosé

fonte: Comité Champagne



foto: Freepik

*pregio. In questo scenario, il settore Horeca è particolarmente dinamico. Dopo la crisi sanitaria, nel 2022 i consumi in bar, hotel e ristoranti fanno presumere una netta ripresa, confermando che il fuori casa è ormai un'abitudine consolidata per i consumatori italiani di Champagne".* A cambiare sono le occasioni, come ha notato Chatillon: "Il dinamismo a cui stiamo assistendo è dovuto essenzialmente allo sviluppo di nuovi mercati e nuovi momenti di consumo. Lo Champagne resta il vino delle celebrazioni, ma prende sempre più piede un consumo informale. E l'Italia è senza dubbio un osservatorio privilegiato".

**Globalmente, l'Italia è il quarto acquirente, in una classifica a valore con in testa gli Stati Uniti** (946,9 mln/euro e 33,7 mln di bottiglie) seguiti da Regno Unito (548,9 mln/euro e 28 mln di bottiglie) e Giappone (432,1 mln/euro e 16,5 milioni di bottiglie). L'Italia, in particolare, precede la Germania (245,1 mln/euro e 12,2 mln di bottiglie), Australia (188,3 mln/euro e 10,5 mln di bottiglie), Belgio (179,7 mln/

euro e 10,2 mln di bottiglie), Svizzera (145,3 mln/euro e 6,3 mln di bottiglie) e Spagna (115,4 mln/euro e 4,9 mln di bottiglie). Il Canada chiude la top ten dei mercati a valore, con un giro d'affari nel 2022 di 97,6 mln di euro e 3,5 mln di bottiglie.

**L'EXPORT.** IL 2022 è stato un anno molto importante. A livello globale, le spedizioni totali di Champagne hanno raggiunto i 325,5 mln di bottiglie, in crescita dell'1,5% sul 2021 e del 9,5% sul 2019. Si tratta del miglior risultato a volume, secondo solo al picco del 2007. L'export vale il 57% delle spedizioni, con 187,5 mln di bottiglie, in crescita del 4,3%. Il 2022 ha segnato per lo Champagne il nuovo record di vendite a valore, con un fatturato oltre i 6,3 miliardi di euro. Il co-presidente Toubart ha ricordato la strategia futura dell'ente con sede a Epernay: "Il budget annuale passerà da 20 a 30 milioni di euro in 5 anni, grazie a investimenti in ricerca, sostenibilità della filiera e rafforzamento delle missioni fondamentali".



55<sup>th</sup> 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](http://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



**FINEST ITALIAN WINES**  
**OperaWine**  
01 APRILE 2023

## LOMBARDIA. Export vini sfiora 320 mln di euro: raddoppiato in 15 anni. È un nuovo record



Il valore delle vendite del vino lombardo esportato è cresciuto, raddoppiando in 15 anni, fino a sfiorare quota 320 milioni di euro nel 2022, **con una crescita del 7,8% sul 2021**. Si tratta del nuovo record storico. A fare il punto sul commercio estero di vini è stata la Regione Lombardia (dati Istat elaborati da Unioncamere Lombardia), che ha sottolineato anche come la presenza nel Regno Unito abbia superato lo scoglio Brexit, con un +29% su questo mercato. I risultati sono positivi persino sul fronte dell'occupazione, con una crescita degli addetti stabili del 17,6% negli ultimi 10 anni. Il comparto regionale può contare su una produzione di qualità: nel 2022, sono oltre 142 milioni le bottiglie potenziali, per l'88% vini a Denominazione di qualità.

### La vendemmia 2022 in Lombardia

Docg	197.542
Doc	404.181
Igt	325.763
Totale vini di qualità (Dop+Igp)	927.486
Vini da tavola e varietali	126.015
<b>TOTALE</b>	<b>1.053.502</b>

fonte: Regione Lombardia

## NOMINE. Fabio Dei Micheli nuovo presidente del Consorzio del Bardolino e del Chianti



### Il nuovo Cda

Alberto Marchisio, Davide Ronca e Fausto Zeni sono i tre vice presidenti. In consiglio anche Alessandro Bianchi, Mario Boni, Marica Bonomo, Roberta Bricolo, Piergiuseppe Crestani, Claudio Lenotti, Giannantonio Marconi, Luca Oliosi, Agostino Rizzardi, Luca Sartori, Marco Zanoni.

Dopo tre mandati da consigliere, Fabio Dei Micheli diventa presidente del Consorzio del Chianti e del Bardolino. Il 45enne, enologo e co-proprietario dell'azienda di famiglia assieme alla sorella Serena, **succede a Franco Cristoforetti, che non farà parte del nuovo Cda**. "Continueremo il proficuo lavoro fatto dal presidente Cristoforetti nella promozione del Chianti e delle sottozone Montebaldo, La Rocca e Sommacampagna", ha dichiarato Dei Micheli, evidenziando alcuni temi fondamentali del nuovo mandato triennale: la sostenibilità e la crescita del riconoscimento qualitativo da parte del consumatore. L'ente potrà contare sul ritorno in Cda di alcune delle realtà storiche della zona classica e registra il nuovo ingresso come consiglieri di alcune delle imprenditrici più impegnate nella produzione di vini di qualità.

## FRIULI VENEZIA GIULIA. Certificazione kosher per i vini da esportazione

La Regione Friuli Venezia-Giulia annuncia la collaborazione con Erapple (Ente regionale Acli per i lavoratori emigrati) e col sistema delle certificazioni kosher per consentire alle aziende agroalimentari di internazionalizzare i loro prodotti attraverso la certificazione kosher. Si tratta di aziende vitivinicole, distillatorie e casearie. Per molti consumatori ci sarà l'opportunità di degustare alimenti frulani secondo i precetti della religione ebraica.

Il Friuli-Venezia Giulia, come ha spiegato Stefano Zannier (assessore regionale alle Risorse agroalimentari), è **la prima Regione in Italia a "istituzionalizzare la certificazione kosher nelle procedure di sostegno finanziario e farà da apripista nazionale"**. Cinque le aziende già in fase avanzata di certificazione. Previsti finanziamenti nel Fondo di rotazione per l'agricoltura per chi commercializza tali prodotti agricoli (contributo dell'80% e importo massimo di 20mila euro).



# DUBL

Metodo Classico



## BILANCI 1. Iwb, ricavi in crescita a 430 mln di euro, ma i costi riducono la marginalità

Ricavi in aumento, margini operativi e utile netto in calo. In sintesi, il bilancio di Italian wine brands (Iwb) per il 2022, che con 430,2 milioni di euro di fatturato (pro-forma), in aumento del 5,2%, si conferma primo gruppo italiano del vino non cooperativo. La crescita delle vendite è stata determinata, riferisce la società quotata all'Euronext growth Milan di Borsa italiana, dalle acquisizioni completate nel 2022, con Enovation brands e Barbanera. **Il fatturato estero è cresciuto del 6,92% a 355,4 mln di euro, mentre è stabile l'Italia (73,5 mln/euro).** Positiva la performance in Usa, Germania e Canada mentre arretra in Inghilterra e Svizzera.



Considerando i canali, raddoppia l'Horeca (da 25,9 a 56,9 mln/euro), si riassetta l'online (20,1 mln/euro) tornato ai livelli pre-pandemia; in flessione il retail da quasi 300 mln del 2021 a 279 mln del 2022. La marginalità sul fatturato è scesa nel 2022 all'8,5% rispetto al 10,2% del 2021. In un contesto inflattivo e di aumento dei costi, il risultato netto del 2022 è di 14,2 mln/euro, rispetto ai 18,3 mln del 2021. *“La carenza di materiali per il confezionamento, l'incremento di materie prime e logistica hanno messo sotto pressione i margini”* spiega il presidente **Alessandro Mutinelli** *“e il ritorno ai consumi fuori casa ha penalizzato le vendite retail e dirette, dove realizziamo gran parte del fatturato”*. Il Cda proporrà all'assemblea (26 aprile) un dividendo di 0,10 euro per azione. – G.A.

## VENETO. Collis Veneto incorpora cantine Colli Berici e Colognola

Le due cantine cooperative Colli Berici e Colognola ai Colli si fondono in Collis, dando vita a una nuova società che metterà assieme due delle società partecipate, come Cantine Riondo e Casa vinicola Sartori. L'obiettivo di Collis, con questa operazione, è riorganizzarsi, migliorare la governance, la filiera produttiva e quella commerciale per fronteggiare i mutamenti del mercato vitivinicolo nazionale e mondiale.

Per **Collis Veneto wine group il primo passo del progetto è l'incorporazione delle due cooperative di base, grazie alla quale il gruppo diventa un soggetto di primo grado.** Il via libera è arrivato dalle rispettive assemblee dei soci, tenute a Lonigo per Colli Berici e a Colognola per Colognola ai Colli. La seconda fase prevede il consolidamento della partnership già in essere tra il Gruppo Collis e la famiglia Sartori: Cantine Riondo, detenuta al 100% da Collis, e Casa vinicola Sartori (già partecipata al 55% dalla Cantina di Colognola ai Colli) daranno vita a una nuova realtà commerciale da oltre 100 milioni di euro di fatturato ed attiva in oltre 70 paesi nel mondo.

## BILANCI 2. Valdo sale a 76 mln di euro di ricavi. Al via la partnership con Mondavi

Valdo spumanti, storica cantina di Valdobbiadene, chiude il 2022 con circa 76 milioni di euro e con una crescita pari al 12%. L'azienda, in particolare, migliora le vendite di Prosecco (+6%). *“In un mercato vivace ma sempre più complesso, è necessario avere prospettive lunghe e i piedi ben piantati per terra”* commenta il presidente **Pierluigi Bolla**, presidente di Valdo Spumanti *“l'esperienza della nostra famiglia nel mondo degli spumanti di qualità ci permette anche di fare scelte audaci e prendere direzioni inaspettate”*.

Il 2023 ha visto l'avvio della joint venture con C. Mondavi & Family, tra le più importanti imprese vitivinicole mondiali, che prevede un piano in tre fasi. **Per quest'anno, l'ampliamento della presenza di Valdo negli Usa;** per l'anno prossimo la costituzione di una joint venture paritetica che importerà e distribuirà negli Usa la migliore produzione vinicola italiana; per il 2025 un'ulteriore joint venture paritetica con sede a Carneros, in Napa Valley, per la produzione di vini e spumanti.

Valdo prosegue, inoltre, il lavoro sulla sostenibilità. L'ampliamento della cantina di Valdobbiadene, che raddoppierà la capacità produttiva, prevede la totale copertura con un impianto fotovoltaico per aumentare l'autonomia energetica. Non manca l'enoturismo: in estate aprirà Casa Valdo, a Valdobbiadene, l'antico podere all'interno del vigneto della famiglia Bolla, denominato Biblioteca della glera per il valore dei vitigni autoctoni in esso custoditi.

## BOLGHERI. Ruffino acquista 15 ettari e annuncia una nuova cantina

Quindici ettari tra vigneti e terreni per Ruffino a Bolgheri, per una nuova tenuta che avrà una propria etichetta e una cantina dedicata, con relativo centro di ospitalità. L'acquisizione, fa sapere l'azienda toscana (nel gruppo Constellation brands), comprende due lotti di terreno: 4 sulla via Bolgherese e 11 nell'area “le Sondraie”.



**Produrranno vini Doc Bolgheri e la prima vendemmia sarà la 2023, per commercializzare i prodotti nel 2025.**

Per il presidente Sandro Sartor, l'investimento è un *“ulteriore risposta al nostro dogma di produrre vini di eccezionale qualità, senza trascurare l'impegno nei confronti dell'ambiente”*. Ruffino conferma l'intenzione di convertire tutti i vigneti al biologico e certificare come sostenibile tutta la filiera produttiva entro il 2025.

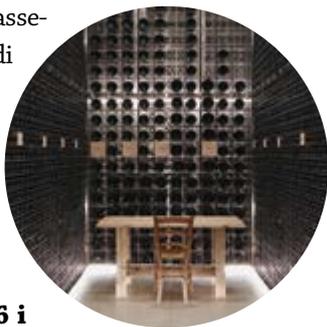
## VINITALY. Ecco chi sono i vincitori dei Premi speciali della Design International Packaging Competition

A vincere il premio **“Etichetta dell’anno 2023”** della **27esima edizione della Vinitaly Design International Packaging Competition** è il vino rosso Verona Igt 2022 **“Fresco di Masi”**, dell’azienda Masi Agricola. Al debutto, il premio **“Tecnologia e innovazione”**, che va a Citra Vini, Terre di Chieti Igt Pecorino 2021 in Bag in box. Il premio speciale **“Packaging Box 2023”** è dell’azienda Profilia con Birrificio Ventitre, Italian Keller, mentre il premio **“Immagine coordinata 2023”** alla cooperativa sociale Ama Aquilone – Ama Terra. Infine, il premio **“Etichetta Gdo”** è stato attribuito al Valcalepio Doc Rosso Riserva 2017 della Cantina Sociale Bergamasca, mentre l’Igt Rosso 2020 della Cantina Goccia vince il premio **“Ambiente e sostenibilità”**.

Le confezioni iscritte al 27esima Vinitaly Design International Packaging Competition sono state esaminate da una commissione di esperti a livello internazionale presieduta da Paco Adin, direttore creativo e partner Superstudio. A completare la rosa dei giurati: Alessandra Corsi, direttore marketing di Conad, e i designer Chiara Tomasi, Papi Frigerio e Luca Fois. Per la prima volta, il processo di valutazione dei campioni – ben 25 quelli iscritti, da Italia, Spagna, Slovenia e California – è stato completamente digitalizzato. La premiazione ufficiale si terrà nella prima giornata della 55esima edizione di Vinitaly: domenica 2 aprile, alle ore 15, sala Puccini.

## FINE WINE. Sotheby's: prima asta di annate storiche da caveau Masseto

La casa d'aste Sotheby's e Masseto annunciano la prima asta di annate storiche provenienti direttamente dal caveau della tenuta toscana, scavato in profondità sotto l'omonimo vigneto, a Bolgheri (Livorno). L'asta si svolgerà online dal 12 al 27 aprile: **46 i**



**lotti esclusivi che saranno battuti, per un totale di 132 bottiglie di sette annate diverse** (tra cui 35 casse contenenti le annate 2006, 2010 e 2011 oltre a magnum, doppia magnum, imperiali e un Nabucodonosor), per una stima complessiva di 200mila euro. La tenuta Masseto ospiterà gli offerenti vincitori in cantina entro la fine del 2024. Tutte le bottiglie del Masseto Caveau saranno presentate in casse in legno di rovere realizzate a mano da un artigiano di Bolgheri, numerate e con un certificato di origine firmato da Axel Heinz, direttore della tenuta.

Info: [sothebys.com/en/buy/auction/2023/masseto-the-caveau-release](https://sothebys.com/en/buy/auction/2023/masseto-the-caveau-release)

**TAVERNELLO**

**40**  
ANNI  
*insieme!*

**DA QUARANT'ANNI  
SULLA BOCCA DI TUTTI!**

**vinitaly**  
2/5 April 2023  
PADIGLIONE 7, STAND E2

## EVENTO. In Val d'Orcia per la mostra mercato del vino



A San Quirico d'Orcia, torna la mostra mercato del vino Orcia Doc. **L'appuntamento è per il 22-25 aprile** con la 12esima edizione dell'Orcia Wine Festival. Per quattro giorni, nelle sale di Palazzo Chigi, sarà possibile conoscere e degustare le etichette di oltre 20 aziende, oltre alla possibilità di visitare direttamente le cantine della denominazione toscana. La mostra è promossa dal Comune di San Quirico d'Orcia, in collaborazione con il Consorzio del vino Orcia.

Il festival offre eventi pensati per i winelover, ma anche per chi vuole scoprire l'intera Val d'Orcia, dichiarata patrimonio Unesco. In programma ci sono masterclass condotte dai migliori esperti del settore, degustazioni e abbinamenti con prodotti gastronomici di eccellenza, visite in azienda ma anche concerti, teatro e trekking.

Info e programma su [orciawinefestival.wordpress.com](http://orciawinefestival.wordpress.com)

### supervisione editoriale

Paolo Cuccia

### coordinamento contenuti

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

### hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon,

Vincenzo Russo

### progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

### foto

wirestock/Freepik

### contatti

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

### pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

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

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

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

## ENO MEMORANDUM

### FINO ALL'11 GIUGNO

#### ❖ PRIMAVERA DEL PROSECCO SUPERIORE

nei Comuni delle  
Colline del Prosecco  
(Treviso)  
[primaveradelprosecco.it](http://primaveradelprosecco.it)

### 30 MARZO

#### ❖ DIVINOSIOLA

Valle dei Laghi e Trento  
fino all'8 aprile  
[gardatrentino.it/it/eventi/  
divinnosiola\\_13964](http://gardatrentino.it/it/eventi/divinnosiola_13964)

### 31 MARZO

#### ❖ VINI D'ITALIA 2023

Verona  
Cortile del tribunale  
fino al 3 aprile  
[vinalityandthecity.com/  
ticket/](http://vinalityandthecity.com/ticket/)

### 31 MARZO

#### ❖ VINIVERI

Cerea (Verona)  
Area exp La Fabbrica  
fino al 2 aprile  
[viniveri.net](http://viniveri.net)

### 1 APRILE

#### ❖ BOLLICINE IN VILLA

Venezia  
"Villa Farsetti"  
Santa Maria di Sala  
fino al 2 aprile  
[bollicineinvilla.it](http://bollicineinvilla.it)

### 1 APRILE

#### ❖ SUMMA

Magrè sulla Strada del Vino  
(Bolzano)  
Casòn Hirschprunn  
& Tòr Löwengang  
Tenuta Alois Lagede  
fino al 2 aprile  
[summa-al.eu](http://summa-al.eu)

### 2 APRILE

#### ❖ VINITALY

Verona  
Veronafiere  
Viale del Lavoro, 8  
fino al 5 aprile  
[vinality.com](http://vinality.com)

### 2 APRILE

#### ❖ TRE BICCHIERI 2023

Verona  
Vinality - Sala Argento  
Palaexpo  
ingresso A2 - piano -1  
[gamberorosso.it/eventi/  
wine-tasting-tre-bicchieri-  
2023-vinality-special-edition](http://gamberorosso.it/eventi/wine-tasting-tre-bicchieri-2023-vinality-special-edition)  
dalle 11.30 alle 16.30

### 3 APRILE

#### ❖ GUIDA OLI D'ITALIA 2023

Verona  
Vinality - Sala Salieri  
Palaexpo, piano -1  
ore 15.00

### 3 APRILE

#### ❖ SALENTO WINES

Verona  
Crowne Plaza  
via Belgio, 16  
dalle 20.30 alle 23  
[gamberorosso.it/calendario-  
eventi](http://gamberorosso.it/calendario-eventi)

### 14 APRILE

#### ❖ BOLOGNA IN VINO

Bologna  
Spazio Dumbo  
Via Camillo Casarini, 19  
fino al 16 aprile  
[dumbospace.it/eventi/](http://dumbospace.it/eventi/)

### 22 APRILE

#### ❖ ORCIA WINE FESTIVAL

San Quirico d'Orcia (Siena)  
centro storico  
fino al 25 aprile  
[orciawinefestival.  
wordpress.com/](http://orciawinefestival.wordpress.com/)

### 6 MAGGIO

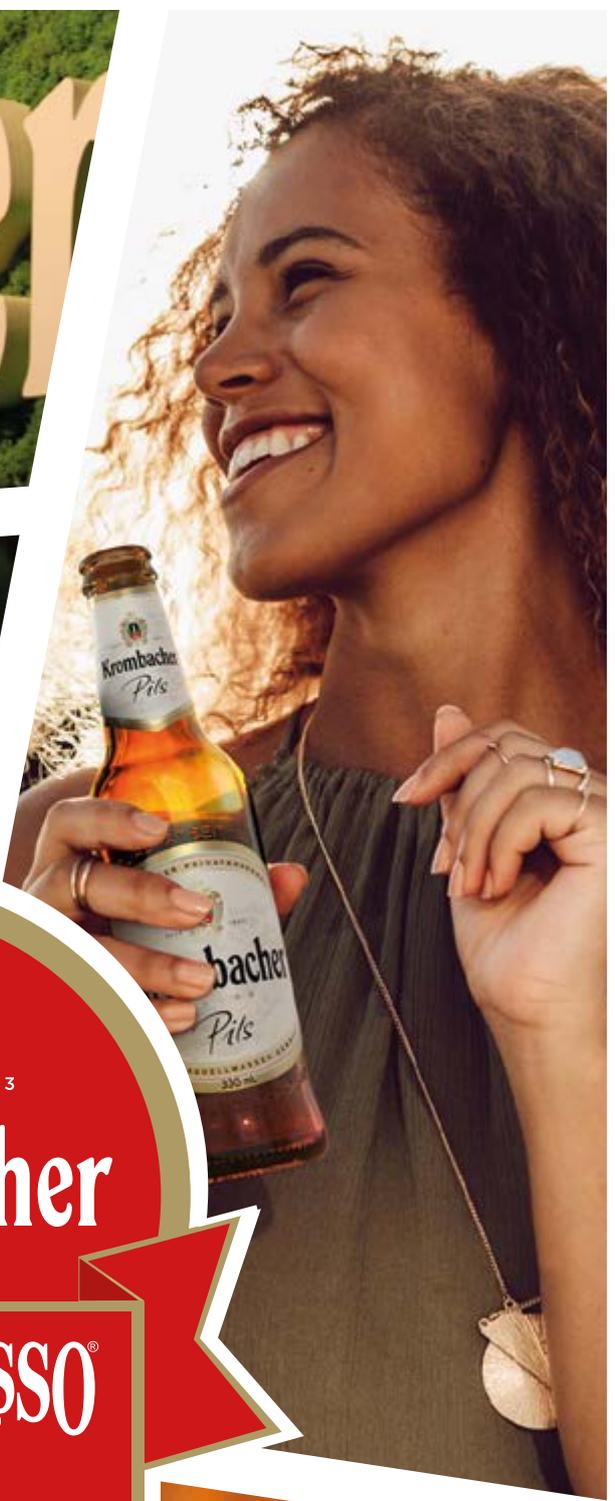
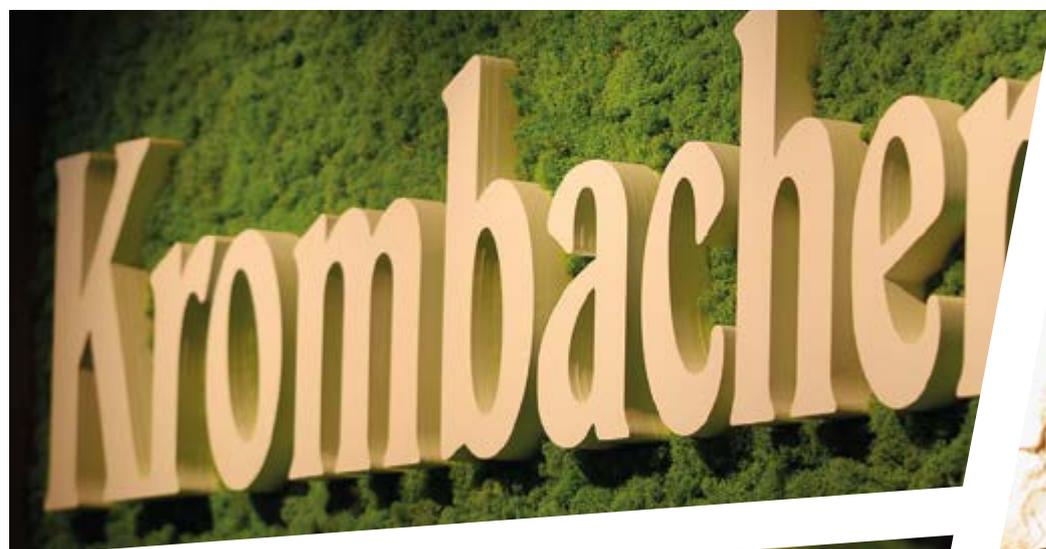
#### ❖ LAMBRUSCO A PALAZZO

San Benedetto Po (Mantova)  
Abbazia di Polirone  
fino al 7 maggio

### 7 MAGGIO

#### ❖ MAREMMA

TERRA DEL CILIEGIOLO  
Sorano (Grosseto)  
presso Fortezza Orsini  
fino all'8 maggio  
[consorziovinimaremma.it](http://consorziovinimaremma.it)



A red, shield-shaped logo with a white border. At the top is a crest with a crown and a central figure. Below the crest, the text 'SEIT 1803' is written in small letters. The main text 'Krombacher' is in a large, white, serif font. Below it are five white stars. A red ribbon banner across the middle contains the text 'GAMBERO ROSSO' in a white, serif font, with a small illustration of a red shrimp below it. At the bottom of the shield, the text 'BEER OF CHOICE' is written in a white, sans-serif font.



**Il gusto della birra Naturale.**

## Le grandi cantine del Friuli Venezia Giulia



RONCOMARGHERITA

VIA XX SETTEMBRE, 106A | 33094 PINZANO AL TAGLIAMENTO (PN)

WWW.RONCOMARGHERITA.IT | 0432 95084

**N**ata nel 2009 dalla grande passione ed esperienza di Alessandro Bellio, l'azienda richiama nel nome la sua compagna, conosciuta tra i filari delle viti e animata dallo stesso amore per il vino. La Tenuta di Pinzano al Tagliamento, tra le colline del Friuli Occidentale, è diventata dal 2015 la sede operativa; questa zona è da sempre area di produzione di rare varietà autoctone come il forgiarin, lo sciaglin, il piculit neri e l'ucelùt che Alessandro e Margherita hanno voluto recuperare e valorizzare. Oltre ai vigneti nei dintorni della tenuta, Ronco Margherita conta diversi ettari nelle Grave del Friuli e, dall'aprile del 2019, con l'acquisizione dell'Azienda Rieppi, nei Colli Orientali del Friuli Albana di Prepotto, aggiunge cinque vini prodotti con vitigni autoctoni come lo Schioppettino ed il Tazzelenghe, il Refosco dal Peduncolo rosso, la Ribolla Gialla ed il Friulano.

### I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



#### Ovalis

Taglio bordolese con l'aggiunta di un saldo di refosco. Profumi di amarena, frutti di bosco e spezie si amalgamano a una delicata nota dolce di vaniglia. Le sensazioni tostate dell'affinamento in barrique emergono al palato insieme a tannini setosi. Un vino che si abbina bene a carni rosse e formaggi stagionati.

#### Parvus

Rosso rubino, con tenui riflessi violacei. All'olfatto si sprigionano profumi di piccoli frutti rossi, marasca, sentori tipici di questo vitigno. Il sorso è caldo con tannini ben in evidenza e altrettanto ben gestiti che si integrano a una piacevole sapidità. Ottimo con piatti di selvaggina in umido.



#### Tiliae

Di colore giallo dorato, si apre al naso con intense note di pesca matura, susina bianca e mandorla. Vino di grande struttura e complessità con un finale che gioca sulla contrapposizione tra morbidezza, sapidità e sentori di macchia mediterranea. Ideale con il risotto alla pescatora.

## Le grandi cantine dell'Emilia Romagna

**CLETO CHIARLI**  
*Tenute Agricole*

VIA BELVEDERE, 8 | 41014 CASTELVETRO DI MODENA (MO) | WWW.CHIARLI.IT | 059 3163311

**N**el 2001, la famiglia Chiarli decide di unificare la conduzione delle sette tenute agricole di proprietà e di realizzare una cantina consacrata alla produzione di vini di alta gamma così da creare una perfetta sinergia con la Cantina Storica Chiarli 1860 già impegnata nel mercato nazionale ed internazionale da oltre 160 anni. Nasce così a Castelvetro, nel cuore della campagna modenese, la Cleto Chiarli Tenute Agricole, un luogo per ricercare, valorizzare, promuovere la migliore cultura vinicola emiliana, continuando a investire nella visione iniziale del fondatore, basata sull'identità del territorio e la peculiarità dei vitigni. La nuova entità gestisce più di 350 ettari.

### I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



#### Lambrusco di Sorbara Vecchia Modena Premium 2021

Spuma fine, dal colore rosato chiaro. Al naso spiccano la fragola, i fiori di ibisco e tenui sentori di erbe aromatiche. Al palato è di una freschezza immediata e vivace. Beverino e piacevolissimo è il vino perfetto per taglieri di salumi o piatti emiliani.

#### Lambrusco Grasparossa di Castelvetro Vign. Cialdini 2021

Rosso rubino con una spuma dai tenui richiami violacei. Il quadro olfattivo è tutto imperniato su note di frutta rossa matura cui fanno da contrappunto note minerali. Asciutto e vinoso, il sorso è scorrevole e appagante. Da provare con formaggi freschi o primi di carne.



#### Lambrusco di Sorbara del Fondatore 2020

Spiccano al naso intense note di viola, sottobosco e tenui sensazioni agrumate. Al palato la freschezza mette in evidenza una leggera trama tannica insieme a un sorso lungo, ben disteso e un finale che ricorda la frutta nera matura. Ottimo con i salumi, da provare con il bollito.

# CANADA. L'industria del vino graziata dall'aumento record dell'accisa



foto: ElasticComputeFarm/Pixabay

**S**i salva in corner l'industria vitivinicola canadese. Per il primo aprile, infatti, era atteso il più grande aumento delle tasse sugli alcolici mai registrato: l'“escalator tax” (imposta a scala mobile) era prevista a +6,4%, a causa di un'inflazione fuori controllo.

**In extremis, invece, il governo di Ottawa ha deciso di fissare un limite del 2% all'adeguamento annuale dell'accisa sull'alcol.** “Questa proposta” si legge nel Federal Budget “*limita temporaneamente l'adeguamento all'inflazione per le accise su tutti i prodotti alcolici al 2% per un solo anno a partire dal primo aprile 2023*”.

L'intervento all'interno del bilancio federale fa tirare un sospiro di sollievo al settore. “*Elogiamo il lavoro del Governo*” è il commento dell'associazione Wine Growers Canada “*Ma date le realtà economiche che i viticoltori devono affrontare, chiediamo di rendere questo tetto massimo inflazionistico una misura permanente*”. Dal 2017, infatti, una modifica apportata alla legge canadese sulle accise consente al Governo di aumentare le tasse sulle bevande alcoliche in risposta all'inflazione. Certo, sei anni, fa non si poteva prevedere un tasso inflazionistico così allarmante. Per fare un paragone: l'anno scorso l'imposta è aumentata, ma solo del 2,4%. Ad

oggi, l'incremento sarebbe stato del 6,4%, ammontando a circa 125 milioni di dollari canadesi in più all'anno che i canadesi avrebbero dovuto pagare al Governo. In soldoni, secondo la Canadian Revenue Agency, una bottiglia di vino da 750 ml avrebbe subito un aumento di prezzo vicino ai tre centesimi. Per le bottiglie di superalcolici (sempre da 750 ml) sopra i 40 gradi, l'aumento sarebbe stato di 70 centesimi. Per una confezione di birra si parlava di 10 centesimi in più. Il tutto da aggiungere altri aumenti, legati alle materie prime (+60% per il prezzo dell'orzo, nel caso della birra) e ai costi di imballaggio e trasporto, che stanno già pesando notevolmente sul settore.

Porterà, o avrebbe portato, tutto questo ad un calo dei consumi di alcolici e vini? La domanda è lecita, visto che lo scorso gennaio, il ministero della Sanità canadese ha presentato delle linee-guida sul consumo degli alcolici, suggerendo un massimo di 2 drink a settimana (prima erano 10 drink a settimana per le donne e di 15 per gli uomini) ed health warning obbligatorie sulle etichette. Se, nel 2022 l'export di vino italiano verso il Canada ha registrato un +11% a valore, raggiungendo quota 427 milioni di euro, il 2023 è tutto da riscrivere. – **L.S.**



# VINI D'ITALIA



dal 31 marzo al 3 aprile 2023  
Cortile del Tribunale | Verona



**Venerdì 31 marzo**  
18:00-23:00



**Sabato 1 aprile**  
15:00-23:00



**Domenica 2 aprile**  
15:00-23:00



**Lunedì 3 aprile**  
18:00-23:00

Scopri di più su: [www.gamberorosso.it](http://www.gamberorosso.it)

Per acquistare il carnet degustazioni e saltare la coda: [vinitalyandthecity.com/ticket/](http://vinitalyandthecity.com/ticket/)



# CALENDAR 2023/2024

## 2023

### APRIL

02 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

### 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

02 VANCOUVER - Canada	trebicchieri
05 MONTREAL - Canada	trebicchieri
08 TORONTO - Canada	trebicchieri
22 PRAGUE - Czech Republic	Vini d'Italia

### SEPTEMBER

15 SAO PAULO - Brazil	Top Italian Wines Roadshow 16
19 BOGOTÁ - Colombia	Top Italian Wines Roadshow

### OCTOBER

15 ROME - Italy	trebicchieri 2024 premiere
26 TOKYO - Japan	trebicchieri 2024
30 SEOUL - South Korea	Top Italian Wines Roadshow 16

### NOVEMBER

02 BEIJING - China	trebicchieri 2024
06 SHANGHAI - China	trebicchieri 2024
16 DUBAI - U.A.E.	Notte Italiana

## 2024

### JANUARY

15 STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri 2024
17 OSLO - Norway	trebicchieri 2024
19 COPENHAGEN - Denmark	Vini d'Italia

### FEBRUARY

05 ZURICH - Switzerland	Vini d'Italia
07 MUNCHEN - Germany	trebicchieri 2024
21 CHICAGO - USA	trebicchieri 2024
23 NEW YORK - USA	trebicchieri 2024
27 LOS ANGELES - USA	trebicchieri 2024
29 SAN FRANCISCO - USA	trebicchieri 2024

**YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION**

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

GamberoRossolInternational  

### MARCH

09 DUSSELDORF - Germany	trebicchieri 2024 - Prowein Edition
-------------------------	-------------------------------------

## IL MIO EXPORT

### Giuseppe Visconti – VICARA

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

Oggi esportiamo il 35%. I principali mercati sono: Usa, Svizzera e Cina. Nei prossimi 5 anni abbiamo programmato di investire ulteriormente all'estero per raggiungere l'80% del fatturato generato dell'export.

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

Sono oramai cinque anni che stiamo affrontando ogni tipo di difficoltà, dal Covid, ad annate con siccità record e negli ultimi due anni anche inflazione e la terribile guerra in Ucraina. Noi per superare tutto questo abbiamo seguito due strade: la prima è programmare e comunicare con clienti e fornitori per garantire i massimi livelli di servizio; la seconda è concentrarci maggiormente sulla qualità che è davvero l'essenza del nostro lavoro. Se si offre ai clienti una qualità sempre maggiore questi saranno auspicabilmente più pazienti e faranno la loro parte per superare ogni crisi.

#### 3 Quali strategie per superare questo momento?

Penso che l'associazionismo sia fondamentale sia tramite attività consortile che tra associazioni di produttori. Noi abbiamo fondato, insieme ad altri importanti colleghi del territorio monferrino, l'associazione Monferace per promuovere il grignolino nella sua versione "storica", che prevede lunghi affinamenti in botte oltre a rigide regole legate alla produzione o ai processi di vinificazione. Al momento un grande successo che noi tutti ci auguravamo ma che è andato ben oltre le più rosee aspettative.

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

Credo che per il vino italiano sia un grande momento. L'Italia ha grandi prospettive ed una posizione piuttosto favorevole. Da un lato abbiamo le grandi zone come Barolo, Barbaresco, Bolgheri che ci aiutano a posizionare il brand Italia dall'altro abbiamo un'offerta varietale unica



al mondo e questo attira sempre più pubblico, soprattutto tra i giovani curiosi di conoscere nuovi vini, nuove sottozone, nuove storie.

#### 5 Come promuovete normalmente i vostri vini all'estero e cosa vi ha insegnato la pandemia?

Partecipiamo ogni anno a Vinaly ed altre importanti fiere. Inoltre, seguiamo i tour organizzati da grandi guide italiane, tra cui ovviamente anche i tour organizzati dal Gambero Rosso. La pandemia ci ha insegnato l'importanza della vendita multicanale quindi sia tramite grandi portali online sia tramite iniziative dirette della cantina. A breve lanceremo il nostro nuovo wine club volto proprio a fidelizzare e coccolare maggiormente i nostri clienti.

# PER LA PRIMA VOLTA SOSTENIBILITÀ E BIOLOGICO UNISCONO LE FORZE

▲ a cura di Loredana Sottile



Accordo tra Equalits e Aiab per un nuovo modello di viticoltura. Non solo attenzione all'ambiente, ma anche all'aspetto sociale e ambientale. L'obiettivo? Valorizzare i percorsi virtuosi nel nome della certificazione per comunicare in modo trasparente con il consumatore finale



**B**iologico e sostenibile sono due aggettivi antitetici? Forse in passato. Il primo passo verso la convergenza dei due metodi è l'accordo appena siglato a Roma tra Equalitas (la società che detiene l'omonimo standard di sostenibilità) e Aiab (l'associazione dei produttori biologici). Una vera e propria pietra miliare, visto che fino ad ora queste due realtà hanno viaggiato come rette parallele, sebbene lungo la stessa strada.

La partnership ha anche ottenuto un primo "riconoscimento istituzionale", visto che è stata sottoscritta alla presenza del sottosegretario all'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, **Luigi D'Eramo**. "Progetti come questo" ha commentato quest'ultimo "vanno nella direzione di valorizzare il settore, promuovere una sostenibilità al tempo stesso ambientale sociale ed economica, favorire una sempre maggiore consapevolezza delle caratteristiche della filiera e comunicarne il valore ai consumatori. Nei prossimi anni" ha concluso D'Eramo "puntiamo a consolidare la leadership italiana nel biologico e a raggiungere ambiziosi risultati in questo campo". La base di partenza è già notevole, se si pensa allo Standard nazionale di sostenibilità vitivinicola, approvato lo scorso anno e che non a caso ha coinvolto il settore più virtuoso sotto l'aspetto sostenibile. »

### Equalitas

Equalitas è la società proprietaria dell'omonimo Standard vitivinicolo basato sui criteri ambientale, economico e sociale. Nasce nel 2015 da un'iniziativa Uiv e Federdoc e dall'esperienza del Forum per la Sostenibilità del Vino. Tra i soci, Federdoc, Csqa Certificazioni, Valoritalia, 3A Vino e Fondazione Gambero Rosso.

Il progetto Equalitas e il relativo Standard, si rivolgono all'intera filiera del vino. Tra le ultime iniziative, anche l'estensione del protocollo di conformità ai fornitori di manodopera, in linea con il criterio di sostenibilità sociale volto a contrastare lo sfruttamento e il lavoro illegale.

### Aiab

Aiab (acronimo di Associazione italiana per l'agricoltura biologica) è un'associazione culturale legata all'agricoltura green ai principi dello sviluppo sostenibile. Nata nel 1982 con il nome "Coordinamento cos'è biologico", è un'associazione di produttori, tecnici e cittadini-consumatori: una messa in rete del movimento biologico, federata e composta dalle varie associazioni regionali italiane.



Il tavolo dei relatori della conferenza stampa di presentazione dell'accordo Equalitas-Aiab, che si è tenuta a Roma lo scorso 29 marzo. Da sinistra: Riccardo Ricci Curbastro (presidente Equalitas); Luigi D'Eramo (sottosegretario all'Agricoltura); Paolo Cuccia (presidente Gambero Rosso); Giuseppe Romano (presidente Aiab)

#### » COSA DICE IL PROTOCOLLO AIAB-EQUALITAS

Ma cosa prevede nella pratica il protocollo? **Attività di ricerca e sviluppo con il coinvolgimento dei due rispettivi comitati tecnico-scientifici**, finalizzate alla comparazione di modelli di coltivazione biologica, convenzionale e alternativa in viticoltura su carbon footprint, water footprint, biodiversità e indicatori sociali. L'obiettivo comune è promuovere un modello agricolo sostenibile che si basi su trasparenza e correttezza nella comunicazione per diffondere l'attenzione alla salute dei consumatori, al benessere animale, alla biodiversità, al rispetto dell'ambiente e alla giustizia sociale. In altre parole, si tratta di trasmettere la complessità del concetto di sostenibilità, che non può prescindere dai cosiddetti "tre pilastri", approccio portato avanti dal modello Equalitas; ma anche quello di riconoscere il valore strategico del biologico nella tutela della biodiversità e della salute di tutti i soggetti della filiera.

"Il biologico si è affermato come metodo di coltivazione sostenibile, certificato e garantito" ha spiegato il presidente Aiab, **Giuseppe Romano** "ma nei suoi valori rientrano intrinsecamente anche quelli sociali ed economici. L'idea di questo protocollo nasce proprio dell'esigenza del biologico di gettare il cuore oltre l'ostacolo, in un momento fondamentale del Paese, e cominciare a confrontarsi ed a misurarsi con altri standard e con i parametri della sosteni-

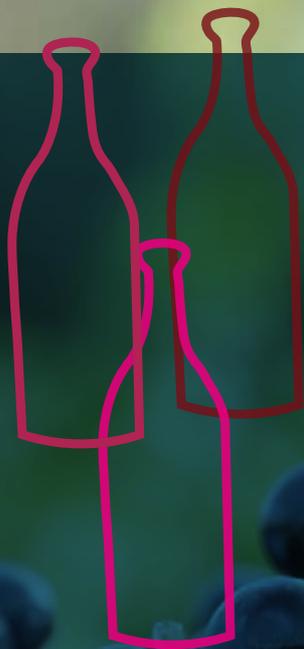
nibilità che vanno oltre a quella ambientale".

"Sostenibile è anche biologico, ma non solo quello" ha sottolineato il presidente di Equalitas **Riccardo Ricci Curbastro** "Unire le competenze di entrambe le organizzazioni mira a favorire la diffusione di pratiche agricole sostenibili nella filiera del vino e in altri settori agricoli, garantendo al contempo una comunicazione trasparente e corretta. Questi due modi di misurare le performance sono sempre stati guidati da una certa diffidenza e da una difficoltà di comunicazione. Oggi, però, a partire dal nuovo protocollo, stiamo dimostrando che si può lavorare assieme".

Il minimo comune multiplo è la certificazione di un ente terzo. Non ci si può, infatti, appropriare dell'aggettivo sostenibile o biologico senza un reale controllo della filiera che porti alla certificazione. "Non c'è posto nel nostro mondo per il greenwashing, altrimenti non saremmo credibili agli occhi del consumatore", ha evidenziato Ricci Curbastro. Dello stesso avviso il presidente Aiab: "Non possiamo essere in concorrenza con chi, come Equalitas, certifica a sua volta un percorso virtuoso lavorando nella nostra stessa direzione, piuttosto lo siamo con chi si sottrae ai controlli, nascondendosi dietro al vezzo delle autodichiarazioni".

#### L'URGENZA DELLA CERTIFICAZIONE

Ha sottolineato l'urgenza di imboccare la strada della sostenibilità il presidente del Gambero Rosso **Paolo** »



# Salento Wines



**Verona incontra il Primitivo di Manduria DOP,  
il Salice Salentino DOP e il Brindisi DOP**

**3 APRILE 2023 | dalle 20:30 alle 23:00**

**Evento degustazione dedicato al Primitivo di Manduria DOP, Salice Salentino DOP e al Brindisi DOP  
con le proposte gastronomiche dello chef Max Mariola e del pizzaiolo Giovanna Mandara**

**Crowne Plaza  
Via Belgio, 16 | Verona**

» **Cuccia**, che ha moderato la conferenza stampa di presentazione dell'accordo: "Bisogna accelerare con i percorsi di formazione e di ricerca. Oggi la domanda da farsi è cosa succederà a chi non si sarà adeguato, quando gran parte delle aziende e del mercato andranno in questa direzione? Perché in futuro essere o non essere sostenibili rappresenterà una scelta di campo netta. E a dirlo non sono solo i consumatori, ma anche il mondo della finanza e del credito. Oggi tra le banche vale l'assioma secondo cui chi produce in modo sostenibile è anche più affidabile. Viceversa, chi non raggiunge certi standard resta fuori".

Non è un caso che, accanto ai bilanci economici, sempre più aziende si stiano dotando di un bilancio di sostenibilità, utile non solo per instaurare un rapporto trasparente con il consumatore finale e con il trade, ma anche per mostrarsi più credibili davanti al sistema bancario (vedi articolo di spalla "L'importanza di comunicare la sostenibilità"). Azioni concrete, quindi, e non solo parole. Perché **oggi, il rischio maggiore è proprio quello della sovraesposizione**. "Nove anni fa, quando al Gambero Rosso organizzammo il primo Forum sulla sostenibilità vitivinicola, da cui nacque Equalitas, questa parola era quasi sconosciuta" ha ricordato Cuccia "Oggi è anche fin troppo utilizzata". Riportarla al suo vero valore e non permettere che sia svuo-

tata di significato è il compito di chi vuole costruire una prospettiva solida e a lungo termine.

### VITICOLTURA BIOLOGICA E SOSTENIBILE: I NUMERI

A crederci sono in primis le aziende. Nel 2017, quando nacque Equalitas erano 9 le realtà certificate. Oggi si parla di 220 aziende e ce ne sono altre 350 in fase di certificazione. Entro l'anno si potrebbe arrivare a quota 500 aziende per un fatturato di 3 miliardi di euro, circa 34mila ettari di vigna e un miliardo di bottiglie, in pratica circa il 20% della produzione biologica italiana. Piemonte, Toscana e Veneto sono le zone più certificate. Per quanto riguarda il biologico, è l'Europa la roccaforte del fenomeno, con il 79% della superficie vitata certificata. E l'Italia, insieme alla Francia, ne detiene il primato: 117mila ettari, ovvero il 18% del totale nazionale. Un trend cresciuto soprattutto nell'ultimo decennio con un incremento della conversione italiana del 125%. Non solo. Da qui al 2028 anche la prospettiva economica è destinata a raddoppiare. Secondo il report "Organic Wine Market Forecast to 2028" di The Insight Partners il mercato mondiale del vino bio vedrà una crescita annua del 12%, passando da 12,4 a 24,5 milioni di dollari. ❖

pinotgrigio.wine

*Pinot Grigio DOC sigilla la meraviglia  
di una storia unica al mondo: quella delle Venezie.  
Puoi fidarti, è certificato.*



*Il Pinot Grigio DOC delle Venezie  
è tutta un'altra storia:  
quella dei fasti e degli splendori  
dell'Antica Repubblica Veneta.  
Una tradizione di meraviglie che trovi  
solo nei territori di Veneto, Trentino e  
Friuli Venezia Giulia.  
E in un vino come Pinot Grigio delle Venezie:  
la meraviglia certificata DOC.*



Vitality 2 - 5 aprile 2023  
Verona | Italy  
Pad. 5 F2

PINOT GRIGIO delle VENEZIE  
Sigillo di meraviglia

## L'importanza di comunicare la sostenibilità.

### La ricerca Walden Lab e Walden Lab e The Round Table per il Consorzio del Gavi

Da leva di marketing a scelta etica. Così il termine sostenibilità in ambito vitivinicolo si veste di un nuovo significato, diventando sempre più elemento in grado di valorizzare il lavoro delle cantine italiane, con ricadute dirette sulla qualità del prodotto, sulle sue performance e sull'immagine aziendale. Dall'indagine condotta da Walden Lab e The Round Table per il Consorzio Tutela del Gavi, realizzata su 21 cantine italiane impegnate in campo sostenibile, è emersa una visione avanzata della sostenibilità, come un modo aggiornato di "fare bene le cose". Un modo che non ha un punto di arrivo ma che è continua ricerca, innovazione, sperimentazione e tecnologia.

Le quattro accezioni, prese in considerazione dall'analisi - ambientale, economica, sociale, ma anche culturale - rappresentano un impegno imprescindibile, a cui nessun produttore si può più sottrarre, sia per le spinte normative dettate dall'Agenda 2030 dell'Unione Europea, sia in risposta alle fasce più consapevoli di consumatori. **E se ancora i consumatori non riconoscono un premium price al vino sostenibile, comunque la pratica sostenibile ha delle ricadute economiche positive** in diversi ambiti: entrare nei mercati più evoluti in termini di cultura della sostenibilità (Paesi Nordici, Germania, Canada e Stati Uniti); ridurre i consumi di risorse primarie e quindi generare risparmio economico; migliorare la percezione di affidabilità agli occhi degli stakeholder esperti.

Tra i temi emersi dalla ricerca, c'è quello della comunicazione che, per tutte le cantine intervistate rappresenta una componente sempre più rilevante. Per farlo, però, bisogna

utilizzare tutti gli strumenti necessari, differenziandoli in base al target di riferimento.

**Per il consumatore finale, più comunicazione Social e visite alle cantine; per i più giovani interventi in scuole e università per favorire la sensibilizzazione; per gli stakeholder esperti, LinkedIn e Bilancio di Sostenibilità;** per fornitori e venditori eventi in presenza per fornitori e venditori; per i dipendenti momenti di formazione dedicata.

"Con questa analisi" spiega il presi-

dente del Consorzio Tutela del Gavi **Maurizio Montobbio** "Abbiamo dimostrato come gli imprenditori del vino in Italia comunicano la sostenibilità non tanto perché sia obbligatorio ma perché credono sia la strada giusta. È un modello a cui ispirarsi, anche per i produttori più piccoli, e ci porta ad una riflessione: ci aspetta un futuro complesso in cui la responsabilità delle nostre azioni sarà totalmente sulle spalle dei produttori. Fare bene le cose e dirlo dopo averle fatte dimostrerà la credibilità di un intero settore e la sua capacità di rinnovarsi".



### I vincitori del Premio Gavi La buona Italia

È **Ruffino** ad aggiudicarsi il premio per la nona edizione del Premio organizzato dal Consorzio Tutela del Gavi. Come si legge nella motivazione del Premio, la cantina toscana: "mette al primo posto, in modo chiaro con la giusta enfasi, la tutela ambientale, il consumo responsabile, le iniziative di "giving back", la responsabilità e il welfare aziendale e la lotta per la disparità di genere, stilando nero su bianco i valori che sottendono alla produzione Ruffino e sottoscrive - di fatto - un patto di credibilità con il consumatore, che l'azienda rinnova ogni giorno, attraverso il contenuti web e social. Tra le 21 cantine inserite nella short list, sono state premiate, con le menzioni speciali, **Gruppo Mezzacorona, La Cantina Pizzolato e Azienda Agricola Ricci Curbastro** per la particolare attenzione con la quale hanno comunicato i propri progetti di sostenibilità e responsabilità sociale in ambito vinicolo.

# L'EXPORT SORRIDE ALLE COOPERATIVE: +130% IN 12 ANNI

▲ a cura di Gianluca Atzeni



Al via protocollo tra Ismea e Alleanza coop per l'analisi economica e strategica delle vendite estere. Meglio le medie e le grandi imprese rispetto alle piccole e micro. Germania primo Paese di destinazione. Appello del coordinatore Rigotti: "Più flessibilità sulle regole dell'Ocm promozione"



**D**odici anni di lavoro sulle esportazioni hanno portato alle cantine cooperative italiane risultati lusinghieri, migliori rispetto alla media nazionale, già di per sé molto buona. Il +130% nel fatturato derivante dall'export è superiore al +101% medio italiano. E anche nel giro d'affari complessivo il +88% è molto più del +31% della media nazionale.

Grazie a un protocollo d'intesa tra l'Alleanza delle cooperative e l'Ismea, il comparto ha potuto analizzare la vocazione internazionale e le performance economiche di un periodo abbastanza ampio, tra 2010 e 2022, per individuare punti di forza e criticità. A tenere a battesimo questa collaborazione è stata la conferenza stampa dal titolo "A tutto export, i vini cooperativi alla prova dell'export", svoltasi a Roma, il 27 marzo scorso, nell'ambito di Vivite talk. È vero che nel 2010 la propensione all'export della cooperazione vitivinicola italiana era meno sviluppata rispetto a quella delle imprese vinicole private, come ha sottolineato **Fabio Del Bravo**, responsabile Direzione servizi per lo sviluppo rurale di Ismea, tuttavia si tratta di un segmento che è cresciuto molto e che, allo stesso tempo, è cambiato molto, sfruttando le occasioni offerte in materia di promozione dai regolamenti europei sull'Ocm vino.

#### **L'INDAGINE ISMEA:**

#### **MEGLIO LE MEDIE E LE GRANDI IMPRESE**

Un'indagine Ismea sul grado di internazionalizzazione di queste imprese (il campione è di 71 società rispondenti su 379 aderenti all'associazione, pari al 20% del fatturato e al 15% dell'export nazionali) ha evidenziato l'importanza delle dimensioni aziendali in funzione della capacità di esportare. Innanzitutto, negli ultimi 12 anni, secondo i dati emersi dall'analisi del campione, considerando i fatturati totali sono cresciute di più le imprese di media grandezza (tra 10 e 50 mln/euro), con ricavi complessivi passati da 203,3 mln di euro del 2010 a 403,8 mln di euro del 2022 (+98,6%); bene le grandi imprese (sopra 50 mln/euro), con fatturati in incremento dell'88,5%, oltre i 2 miliardi di euro; in trend positivo la performance delle piccole imprese (tra 2 e 10 mln/euro di ricavi) con un aumento del 48,4%, da 68,3 a 101,3 mln/euro; male, invece, i ricavi totali per le micro imprese (tra 0 e 2 mln/euro), in flessione del 13,8%. Considerando i fatturati derivanti dall'export, le medie e le grandi imprese sono cresciute rispettivamente del 139% e del 143%, mentre **la crescita è nettamente più contenuta per le piccole (+43%) e le microimprese (+62%)**. "A conferma" come ha spiegato **Carlo Piccini**, presidente Alleanza cooperative agroalimentari "che se le dimensioni aziendali calano, si registrano contrazioni sui mercati esteri".

## Il campione Ismea - dimensioni economiche

Il campione dell'indagine Ismea è composto da 71 cantine sulle 379 aderenti all'Alleanza delle cooperative. Le microimprese sono numericamente il 21%, si estendono per il 7% della superficie ma fatturano lo 0,6% del totale e lo 0,1% dell'export. Le piccole imprese sono il 28%, si estendono per il 4% della superficie, fatturano il 3% del campione e pesano per l'1% sull'export. Le medie imprese sono numericamente il 29%, si estendono per il 19% della superficie e fatturano il 15% del totale e pesano il 6% dell'export. Le grandi imprese sono il 22% del totale, si estendono per il 70% della superficie e fatturano l'80% del totale pesando da sole per il 92% dell'export.

### » GERMANIA PRIMO MERCATO UE; USA NELL'EXTRA-UE

La Germania è il primo Paese di destinazione dell'export di vino italiano in ambito comunitario (79% degli intervistati nel sondaggio Ismea), seguito da Francia e da Paesi Bassi. Nei mercati extra europei, gli Stati Uniti sono saldamente in prima posizione col 65% delle cantine che esportano, seguiti da Canada e da Giappone. Anche nel 2010 la Germania era la prima destinazione ma a cambiare, come ha fatto notare Fabio Del Bravo durante Vivite talk, è stato il paniere delle esportazioni. Se i volumi totali esportati hanno oscillato tra 20 e 22 milioni di ettolitri, va evidenziato che, **nel 2010, il 34% delle vendite fuori confine era costituito da vino sfuso, mentre nel 2022 lo sfuso ha pesato meno del 17% del totale** dimezzando, di fatto, i volumi: da 7,4 a 3,7 mln/hl di dieci anni fa. Considerando i valori, a fronte di un aumento più che doppio del fatturato totale, lo sfuso è sceso del 10%, con una quota passata dall'8% al 4% nei dieci anni. L'analisi Ismea per Alleanza cooperative ha dato, di fatto, un ulteriore contributo a sfatare il mito del binomio stretto tra mondo della cooperazione e mercato del vino sfuso: "La maggioranza del campione, ovvero il 65% delle rispondenti all'indagine" ha ricordato Del Bravo "ha dichiarato di commer-

cializzare all'estero solo vino in bottiglia, un 26% fa anche sfuso e solo meno del 9% esporta vino in maniera esclusiva". Per le cooperative che dichiarano di esportare sia vino in bottiglia che sfuso, il prodotto imbottigliato rappresenta in media il 50,6% della merce venduta all'estero.

### IL RISCHIO COMPETITIVITÀ E L'APPELLO SULL'OCM VINO

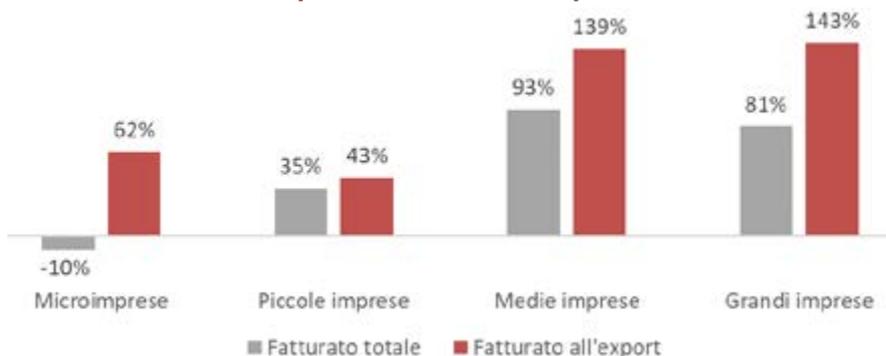
Seppur di fronte a numeri incoraggianti, a mettere in guardia il comparto cooperativo è stato lo stesso presidente Piccinini: "Queste performance non devono farci dimenticare le difficoltà che il settore vitivinicolo sta vivendo, stretto tra le conseguenze della grave impennata dei costi di produzione e dell'energia, le difficoltà di approvvigionamento per alcuni materiali come il vetro e la crisi generalizzata dei consumi dovuta alle spinte inflazionistiche". Si tratta di una situazione che, secondo l'esponente del sindacato agroalimentare "rischia di far perdere competitività alle nostre imprese rispetto ad altri principali paesi produttori europei".

"Le ottime performance delle nostre cooperative sui mercati esteri negli ultimi anni" ha osservato il coordinatore del settore vino di Alleanza cooperative, **Luca Rigotti** "sono avvenute in un lasso temporale che corrisponde in gran parte con l'introduzione di una misura di sostegno europea, quella della promozione nei paesi terzi, che ha contribuito certamente a portare il vino italiano nel mondo". La misura, confermata nel piano strategico nazionale della nuova Pac 2023-2027, si può migliorare: "Auspichiamo l'introduzione di maggiori flessibilità, specie nelle modalità di rendicontazione delle spese e di presentazione delle varianti ai progetti", ha sottolineato Rigotti, che ha definito necessario anche allungare l'attuale limite temporale di 5 anni riservato alla promozione in un unico mercato. "La flessibilità introdotta per l'emergenza Covid" ha aggiunto "è venuta un po' meno ma in questo momento, con l'aumento dell'energia e dei costi di produzione, il vino sta soffrendo di più rispetto a un anno e mezzo fa".

### PER LE COOP È PIÙ DIFFICILE ESPORTARE: ECCO PERCHÉ

Non tutte le cantine cooperative intervistate da Ismea hanno usato i fondi Ocm per promuovere all'estero i propri vini. In prevalenza, il campione è costituito da aziende che esportano, ma c'è un 20% che ha dichiarato di concentrarsi esclusivamente sul mercato nazionale. Tra chi non esporta, il 52% è una microimpresa, il 29% è una piccola impresa. Al netto di un 32% di cantine non esportatrici che ha scelto di concentrarsi sul mercato italiano, resta un 60% di società che segnala diverse difficoltà nello sviluppare un'attività estera. **Una delle ragioni principali è la mancanza di figure professionali** »

### Ricavi totali e all'export - cantine cooperative 2022/2010



fonte: indagine Ismea per Alleanza cooperative

## Intesa tra Ismea e Alleanza cooperative

Ha preso il via, con la conferenza stampa "A tutto export, i vini cooperativi alla prova dell'export", tenuta a Roma il 27 marzo scorso, il protocollo d'intesa tra Alleanza cooperative e Ismea. L'obiettivo è analizzare i dati strutturali del settore, il mercato e il commercio estero, con particolare riferimento al mondo della cooperazione.

» **con competenze specifiche, ma anche il carico burocratico eccessivo** legato alle norme per commercializzare i vini all'estero. Per un 16% c'è anche la difficoltà a garantire con costanza le forniture di vino ai clienti.

Guardando al solo utilizzo della misura Ocm promozione, più di 6 cooperative su 10 (63%) ha partecipato numerose volte alla misura dal 2010 al 2022, ma c'è un 26% che non l'ha mai utilizzata. E tra le motivazioni indicate da chi non ha mai aderito ci sono l'elevato investimento minimo richiesto per partecipare, l'eccessivo carico burocratico, la scarsa conoscenza dei meccanismi dello strumento, la mancanza di un export manager e le ridotte dimensioni aziendali.

### DALL'EXPORT AI DEALCOLATI: LE SFIDE FUTURE

*"La sfida per la cooperazione vitivinicola sarà mantenere i risultati raggiunti e ampliare la base esportatrice. Ed è verosimile"* ha osservato Del Bravo *"che le meno proiettate all'estero siano le microimprese. Pertanto, la cooperazione può, meglio di altri, favorire l'aggregazione di queste imprese ampliando il paniere e condividere le competenze per partecipare a questa importante misura dell'Ocm"*.

Un futuro ricco di opportunità anche per **Pierluigi Guarise**, amministratore delegato di Collis Veneto wine group: *"Una portaerei come la cooperazione vitivinicola italiana non può che avere un vantaggio competitivo e ampi spazi di crescita, a cominciare dal rapporto coi consumatori delle generazioni più giovani"*. Quelle stesse generazioni su cui da circa 15 anni ha lavorato, in Cina e Giappone, il gruppo Terre Cevico: *"Partendo dal fatto che il profilo dei nostri vini non era adeguato a quei mercati, abbiamo elaborato dei progetti enologici che sono partiti dalla campagna, sono passati per il vino e per il packa-*

Perché la sua cooperativa non esporta? >>>

**32%** concentrarsi sull'Italia è una scelta strategica

**26%** mancanza di figure professionali con competenze specifiche

**21%** eccessiva burocrazia sulle norme per il commercio estero

**16%** impossibilità di garantire con continuità le forniture di un prodotto

**5%** conferimento a consorzio di secondo grado che esporta

fonte: indagine Ismea per Alleanza cooperative

Cosa serve sul mercato internazionale? >>>

❖ **quantitativi adeguati**

❖ **competenze**

❖ **organizzazione**

❖ **risorse umane e finanziarie**

❖ **volumi adeguati alle forniture**

fonte: indagine Ismea per Alleanza cooperative

*ging, arrivando fino alla formazione delle risorse umane locali"*, ha sottolineato l'export manager **Francesco Paganelli**, ricordando anche l'importanza strategica delle acquisizioni di imprese private, che hanno portato nuove e decisive competenze nel gruppo in funzione della crescita estera.

**Altra sfida, recentissima, per la cooperazione italiana è legata ai vini dealcolati**, categoria emergente a cui lo stesso Prowein ha dedicato uno spazio alla fiera di Dusseldorf: *"L'Europa ha sdoganato questi prodotti, anche se l'Italia è ancora indietro dal punto di vista normativo. Personalmente, non mi soddisfa un vino da 4 gradi"* ha concluso il coordinatore Luca Rigotti *"tuttavia occorre che anche noi percorriamo questa strada. Potrebbe essere interessante, ad esempio, fare una riflessione su come ridurre le attuali giacenze delle cantine italiane"*. ❖

## La cooperazione vitivinicola in cifre

Alle tre centrali di Alleanza cooperative (Agci, Confcooperative e Legacoop) aderiscono 379 cantine con oltre 110mila soci, per una produzione pari al 58% del vino italiano, un giro d'affari di 4,8 miliardi di euro, il 40% del totale del fatturato del vino nazionale.

**Il fatturato aggregato derivante dall'export delle cantine cooperative è pari a 2 miliardi di euro**, ovvero un terzo di tutto il vino italiano commercializzato all'estero. La valorizzazione dei soci è garantita da un livello medio di prevalenza mutualistica, che si attesta ben oltre l'82%. In termini occupazionali, la cooperazione vitivinicola associata dà lavoro a oltre 9mila persone, di cui il 67% è impiegato a tempo indeterminato.



CONSORZIO TUTELA  
LAMBRUSCO DOC

# TUTTE LE SFUMATURE DEL LAMBRUSCO DOC

**5 masterclass e 5 wine tasting**  
Torino - Palermo - Lecce - Napoli - Roma

**TORINO**  
18 APRILE  
Palazzo Copernico

**PALERMO**  
8 MAGGIO  
Palazzo Branciforte

**LECCE**  
15 MAGGIO  
Patria Palace Hotel Lecce - HO Collection

**NAPOLI**  
29 MAGGIO  
Renaissance Naples Hotel  
Mediterraneo

**ROMA**  
5 GIUGNO  
Palazzo Brancaccio

**Scopri come partecipare alle Masterclass e ai Wine Tasting  
su [www.gamberorosso.it](http://www.gamberorosso.it)**

Attività realizzata con il contributo del MASAF, ai sensi del decreto direttoriale n. 553922 del 28 ottobre 2022

## INDICI FOOD AND BEVERAGE

### Indice

<b>S&amp;P 500 Food &amp; Beverage &amp; Tabacco</b>	Var% settimanale 0,95	Var% inizio anno -2,69
<b>Stoxx Europe 600 Food &amp; Beverage</b>	Var% settimanale 1,26	Var% inizio anno 4,78
<b>Dow Jones Sector Titans Food &amp; Beverage</b>	Var% settimanale 2,08	Var% inizio anno 1,31

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	0,00	-0,78	7,30	714
Campari	Italia	1,42	16,35	6,31	12.818
Centrale del Latte d'Italia	Italia	3,13	-10,20	-13,44	36
Marr	Italia	11,09	12,46	-13,38	852
Newlat Food	Italia	3,79	19,68	-13,76	228
Orsero	Italia	-5,64	-2,10	-4,82	230
Valsoia	Italia	1,05	-0,21	-16,16	103
Anheuser Bush I	Belgio	2,51	3,89	7,82	101.556
Danone	Francia	2,55	15,30	11,29	38.360
Pernod-Ricard	Francia	0,69	10,91	7,52	52.569
Remy Cointreau	Francia	-3,90	3,30	-10,06	8.267
Suedzucker Ma Ochs	Germania	0,33	-6,67	29,35	3.113
Dsm	Olanda	-3,22	-3,94	-30,77	19.191
Heineken	Olanda	0,12	10,04	10,64	55.699
Jde Peet S	Olanda	-1,29	1,78	6,20	13.825
Ebro Foods	Spagna	0,12	12,69	2,48	2.541
Viscofan	Spagna	0,52	12,38	27,52	3.143
Barry Callebaut N	Svizzera	1,65	4,59	-10,77	10.556
Emmi N	Svizzera	0,56	14,56	-10,39	4.824
Lindt N	Svizzera	1,16	10,42	-7,74	14.247
Nestle N	Svizzera	2,15	2,91	-8,35	304.831
Associated British Foods	Gran Bretagna	-0,15	23,86	15,30	17.338
Britvic Plc	Gran Bretagna	0,58	11,97	8,34	2.556
Cranswick Plc	Gran Bretagna	1,23	-3,77	-17,17	1.806
Diageo	Gran Bretagna	0,07	-2,71	-7,09	91.098
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	-0,33	10,26	9,42	3.581
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	1,11	-15,40	-14,94	40.616
Beyond Meat	Stati Uniti	0,64	27,38	-68,09	927
Boston Beer `A`	Stati Uniti	1,42	-1,65	-16,16	3.052
Brown-Forman B	Stati Uniti	0,96	-4,11	-5,77	18.004
Bunge Ltd	Stati Uniti	-0,62	-3,18	-15,16	13.358
Campbell Soup	Stati Uniti	1,24	-3,52	24,01	15.118
Coca-Cola Co	Stati Uniti	1,82	-3,44	-0,81	245.011
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	2,36	-3,67	13,55	16.390
Constellation Brands	Stati Uniti	1,44	-5,38	-4,40	37.317
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-2,47	-11,60	-31,17	8.185
Flowers Foods	Stati Uniti	1,07	-4,66	8,47	5.339
Freshpet Inc	Stati Uniti	3,76	20,69	-35,74	2.823
General Mills	Stati Uniti	4,98	1,10	26,79	46.411
Hershey Company	Stati Uniti	3,99	9,21	17,82	34.273
Hormel Foods	Stati Uniti	1,69	-14,03	-22,30	19.742
Ingredion Inc	Stati Uniti	1,87	3,72	16,07	6.179
Kellogg Co	Stati Uniti	1,75	-6,95	5,29	20.797
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-0,03	-1,46	-7,53	45.588
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	2,04	13,79	75,28	13.493
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	-1,20	1,18	32,80	5.076
Mccormick & Co	Stati Uniti	11,53	-2,06	-16,84	18.774
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	0,96	-0,23	-3,66	9.499
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	2,59	4,41	13,03	87.512
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-0,57	1,64	28,97	24.865
National Beverage Corp.	Stati Uniti	3,75	12,85	20,82	4.521
Nomad Foods	Stati Uniti	3,57	7,60	-13,44	2.981
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	-10,61	35,63	-53,08	1.289
Pepsico Inc	Stati Uniti	0,80	-0,68	8,27	228.388
Performance Food Gr	Stati Uniti	2,29	-0,41	12,96	8.375
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-2,56	-6,83	-6,23	4.828
Post Holdings	Stati Uniti	2,40	-0,25	37,98	4.882
Seaboard Corp	Stati Uniti	-0,68	1,15	-6,87	4.088
Smucker, J.M.	Stati Uniti	1,52	-1,26	16,81	15.390
Sysco Corp	Stati Uniti	1,54	-0,12	-5,66	35.694
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-1,28	0,43	-51,77	1.340
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	0,92	-5,70	-2,54	43.450
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-0,65	-7,07	-33,33	15.240
Us Foods Holding	Stati Uniti	-0,25	6,14	-2,46	7.725

## FINE WINE AUCTIONS

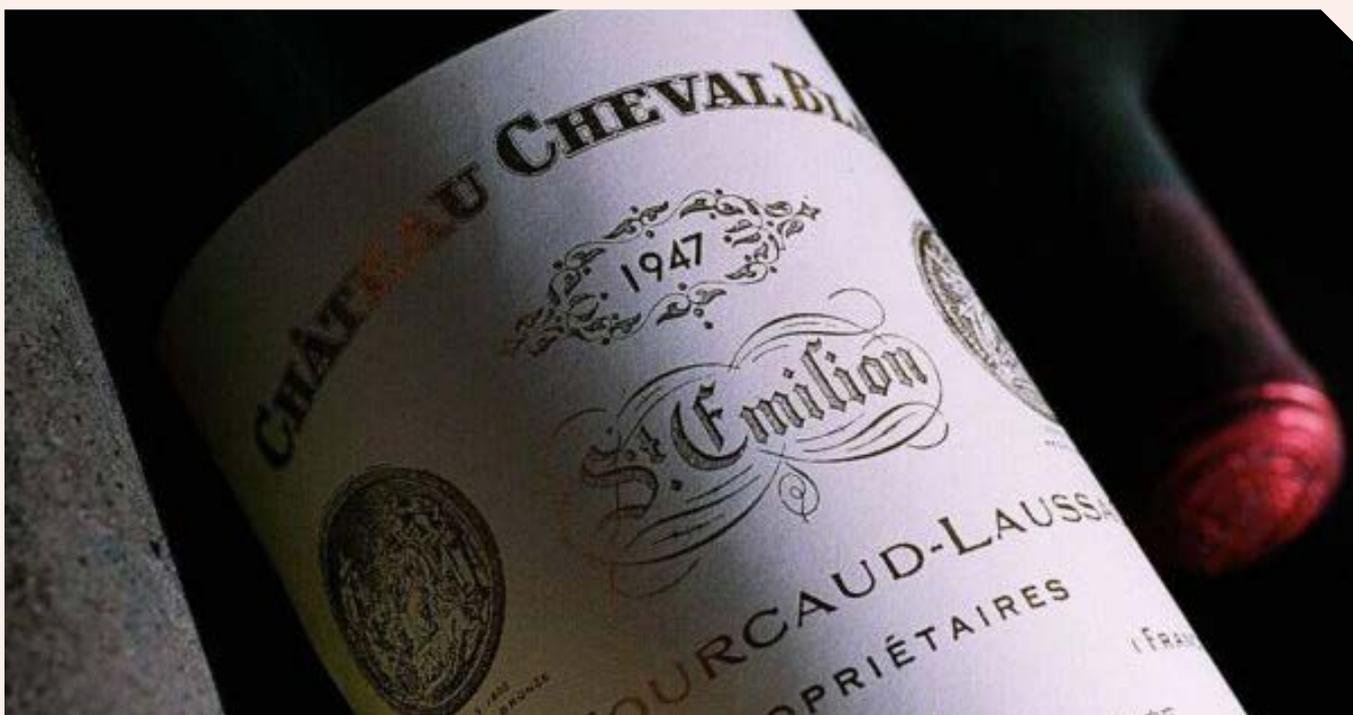
## Château Cheval Blanc alla prova della guerra in Ucraina

Il confronto tra i prezzi spuntati alle aste del 2022-23 e a quelle del 2021, adottato per verificare se e quanto sono stati modificati dalla guerra in Ucraina, riguarda questa volta Château Cheval Blanc imbottigliato in magnum. Va ricordato che il confronto dei prezzi attuali con quelli dell'anno precedente è alla base dell'analisi svolta settimanalmente su queste pagine a favore di coloro che considerano il vino un bene da investimento. Tale confronto, nel caso dei magnum di Cheval Blanc, è risultato possibile per 18 millesimi, che sono parecchi, due di più dei 16 che è possibile esporre in tabella. Dati sovrabbondanti, quindi, ma non positivi, almeno in apparenza: il valore complessivo dei 18 magnum, che nel 2021 era di 91.045 euro, ne ha persi 9.495 e adesso è di 81.550 euro, il 10% abbondante in meno. Sono cifre in sintonia con quelle delle bottiglie da 0,75 litri, analizzate nelle scorse settimane: anche in questo caso la diminuzione non troppo rilevante delle quotazioni sembra indicare una pausa in attesa dell'evolversi della situazione, non una svolta al ribasso. Anche perché **il segno meno è provocato dalle vistose diminuzioni subite dalle quotazioni dei millesimi d'antan gonfiate dalla speculazione**: la vendemmia del 1947, per esempio, è gloriosa e rarissima, ma aveva raggiunto nel 2021 una cifra con cui si potevano comprare due utilitarie. Ecco perché se si tolgono dal conto il 1947 e il 1949, i 16 millesimi che vanno dal 1961 al 2017 non sono affatto in ribasso: i loro prezzi sono aumentati e non di poco, del 33%!

– Cesare Pillon

## Cheval Blanc - Saint-Emilion

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2022	Prezzo 2021	+ / -
1947	2 m	Hk\$ 600.000	Christie's, Hong Kong	21/05/22	€ 36.150,00	€ 41.906,70	-14%
1949	1 m	Sfr 11.875	Christie's, Ginevra online	26/05/22	€ 11.548,44	€ 23.607,44	-51%
1961	3 m	Sfr 16.250	Christie's, Ginevra online	26/05/22	€ 5.267,71	€ 2.836,61	+86%
1966	1 m	\$ 2.739	Zachys, New York	04/11/22	€ 2.774,61	€ 2.000,25	+39%
1975	6 m	Hk\$ 60.000	Sotheby's, Hong Kong	03/10/22	€ 1.305,00	€ 927,90	+41%
1985	1 m	Hk\$ 15.000	Christie's, HK online	22/09/22	€ 1.933,50	€ 1.535,94	+26%
1989	3 m	Sfr 5.000	Christie's, Ginevra online	26/05/22	€ 1.620,83	€ 1.172,60	+38%
1990	2 m	Hk\$ 81.250	Sotheby's, Hong Kong	23/04/22	€ 4.785,63	€ 2.600,49	+84%
1995	1 m	\$ 1.370	Zachys, New York	14/02/22	€ 1.210,67	€ 832,16	+45%
1996	1 m	\$ 1.494	Zachys, NY online	14/02/22	€ 1.320,25	€ 647,24	+104%
1998	3 m	\$ 7.470	Acker Wines, Usa	13/04/22	€ 2.300,01	€ 1.882,38	+22%
2000	6 m	\$.11205	Zachys, New York	16/09/22	€ 1.876,09	€ 2.470,95	-24%
2004	2 m	Hk\$ 12.500	Sotheby's, Hong Kong	02/10/22	€ 815,63	€ 879,54	-7%
2006	6 m	€ 5.250,00	Sotheby's, Beaune online	01/03/22	€ 875,00	€ 684,58	+28%
2009	3 m	\$ 6.225	Zachys, New York	16/09/22	€ 2.084,55	€ 1.649,39	+26%
2017	3 m	\$3.200,00	Hart Davis Hart, live, US	14/01/22	€ 931,84	€ 809,05	+15%

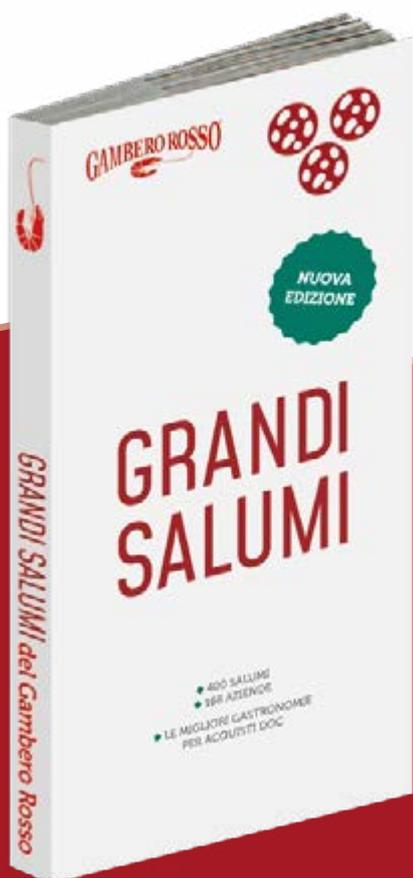


NUOVA  
EDIZIONE

# GRANDI SALUMI

- ◆ 400 SALUMI
- ◆ 168 AZIENDE

- ◆ LE MIGLIORI GASTRONOMIE  
PER ACQUISTI DOC



Scopri di più

La Guida è realizzata in collaborazione con