



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



FRANCIA "EN CRISE VITICOLE"? MA L'EXPORT TOCCA NUOVI RECORD

ENOTURISMO

Borgogna: tutto pronto per l'inaugurazione della Cité des Climats et vins. Il progetto

SICCITÀ

Cabina di regia e Commissario straordinario. ❖ Il piano del Governo per fronteggiare la crisi idrica

FOCUS

Per Bardolino e Chiaretto ❖ la crescita passa per i Distretti. E la produzione diventa sempre più rosa

BREXIT

Trovato l'accordo Uk-Ue sull'Irlanda del Nord. ❖ Cosa cambia per gli scambi agroalimentari?

VINITALY

"Sarà un'edizione smart ed efficace": ❖ parola dell'Ad Danese. Attesi 4mila aziende e +40% top buyer





Cité des Climats et vins de Bourgogne: è tempo di inaugurazione

Tre sedi per un unico Museo. Dopo tanta attesa, aprirà tra qualche settimana la Cité des Climats et vins de Bourgogne con i suoi tre siti: Mâcon (inaugurazione il 25 marzo), Beaune Chablis (1 aprile) e Beaune (13 maggio). Un mega progetto, annunciato cinque anni fa, **dedicato alla storia, al patrimonio e alla cultura dei 1.247 "climats" (cru) della Borgogna, divenuti Patrimonio Unesco nel 2015**. Investimento totale: 12 milioni di euro. In attesa dell'inaugurazione, l'opera è già sbarcata sui social, per le prime anticipazioni.

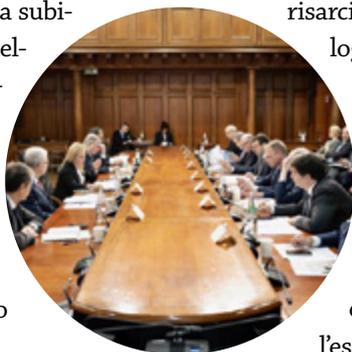
A livello architettonico, spicca il progetto di Beaune: un edificio a forma di viticcio, alto 24 metri, con vista panoramica sui vigneti (*nel rendering accanto*). Il progetto, affidato al gruppo Rougeot, insieme all'architetta Emmanuelle Andreani dell'agenzia SIZ'-IX Architectes, ha una superficie museale di 3.600 metri quadrati ed è il più grande dei tre. Obiettivo? Attirare sul territorio 180mila wine lover ogni anno da tutto il mondo per diventare un faro dell'enoturismo francese, sull'esempio della Città del vino di Bordeaux che, nel 2019 (anno prima della pandemia), ha registrato oltre 400mila ingressi.

Ma il vino non è l'unico settore a muoversi in questa direzione. La regione Hauts-de-France ha annunciato l'apertura di un bando (con scadenza il 30 aprile 2023) per la manifestazione di interesse a realizzare una futura Città della birra. Quest'area al confine col Belgio ha visto crescere l'interesse e il consumo di birra negli ultimi anni. Al momento sono ben duecento i birrifici (tra grandi e piccole imprese) e oltre mille gli occupati nel settore. Non a caso, la regione è quella in cui si consuma meno vino pro-capite di tutta la Francia.

SICCITÀ. Il Governo annuncia una Cabina di regia con Commissario straordinario per affrontare la crisi idrica. Le associazioni: "Non c'è tempo da perdere"

Cabina di regia e Commissario straordinario. Sono le due novità principali emerse dal primo tavolo interministeriale sulla crisi idrica che si è appena svolto a Palazzo Chigi. **Nel Piano Straordinario sono previsti anche l'utilizzo di nuove tecnologie e una campagna di sensibilizzazione sull'uso responsabile delle risorse idriche.**

L'impegno del Governo ha subito incassato il consenso delle associazioni di categoria che, tra le varie proposte avanzate, concordano su un punto: basta con gli interventi emergenziali. Serve una programmazione a lungo termine.



"Con il 45% di neve in meno sulle Alpi, rispetto al 2022, e invasi che non riescono a trattenere più dell'11% di acqua piovana" ricorda **Cia** "non sono pensabili ulteriori ritardi. Senza interventi e risorse adeguate, infatti, il settore primario, già sotto di 6 miliardi di euro per la crisi idrica è destinato a una nuova estate di grande deficit con crolli produttivi del 10% per gli ortaggi e fino al 30%, in alcuni areali, per colture importanti come mais e riso". Diverse le proposte del sindacato: sbloccare e favorire il riutilizzo a uso agricolo delle acque reflue depurate; realizzare serbatoi artificiali, ad uso multifunzionale, per la capitalizzazione dell'acqua;

avviare una rete di piccoli laghetti e invasi diffusi su tutto il territorio.

"Non bisogna sprecare neanche una goccia d'acqua" è il monito di **Confagricoltura**, che guarda anche a rinnovo delle infrastrutture esistenti. Inoltre, la Confederazione chiede aiuti nazionali e regionali per tamponare i maggiori costi irrigui delle imprese e un sistema di risarcimento dei danni che dialoghi con quello assicurativo, per dare risposte concrete alle mancate produzioni agricole che la siccità sta comportando. Da non trascurare la possibilità di richiedere alla Commissione Ue l'estensione, anche per il 2023, delle deroghe accordate nel 2022 sull'uso non produttivo dei terreni e sulla rotazione annuale obbligatoria dei seminativi.

"Gli agricoltori" è la conclusione di **Coldiretti** "sono impegnati a fare la propria parte per promuovere l'uso razionale dell'acqua, lo sviluppo di sistemi di irrigazione a basso impatto e l'innovazione con colture meno idro-esigenti, ma non deve essere dimenticato che l'acqua è essenziale per mantenere in vita sistemi civili industriali ed agricoli senza i quali è a rischio la sopravvivenza del territorio, la produzione di cibo e la competitività dell'intero settore alimentare". - **L.S.**

Franciacorta in campo per combattere il deficit idrico

Anbi Lombardia, Consorzio di bonifica Oglio Mella e Consorzio Franciacorta hanno siglato un **protocollo d'intesa per migliorare l'efficienza e l'estensione del servizio irriguo nel territorio delle eccellenze enoiche bresciane** e per trovare soluzioni in grado di gestire le emergenze. In particolare, è stato avviato uno studio per verificare la fattibilità tecnico-economica dell'ampliamento dell'attuale reticolo irriguo. I costi sono coperti in parte da fondi regionali.

Nel distretto della Franciacorta, la superficie vitata occupa oggi circa il 18% delle superfici agricole. Di queste, però, solo una piccola parte è servita da impianti irrigui. Lo studio si avvarrà della consulenza scientifica del dell'Università statale di Milano. La stima dei fabbisogni irrigui si articolerà in diverse fasi per arrivare a una proiezione, spiega l'Anbi, che consideri le variabili meteorologiche fino al 2050. Il progetto intende migliorare stoccaggio e distribuzione dell'acqua.

L'APPELLO. Confagricoltura al Masaf: "Servono più risorse contro la flavescenza"

Maggiori risorse per combattere il fenomeno della flavescenza dorata in viticoltura. Lo ha chiesto al Governo e al ministro Lollobrigida il presidente di Confagricoltura, Massimiliano Giansanti, di fronte alla preoccupante accelerazione della diffusione di questa fitoplasma: "Occorre mettere finalmente a punto una strategia di interventi uniformi per tutto il territorio nazionale".

Una strategia che, secondo il sindacato degli agricoltori, deve essere operativa al più presto: **"Il fondo istituito dal ministero dell'Agricoltura nella legge di bilancio 2023, che prevede una dotazione di 1,5 milioni di euro per il 2023 e altri 2 milioni per il prossimo anno, è insufficiente"**, ha affermato Giansanti che ha poi aggiunto: "Bi-

sogna trovare le risorse economiche necessarie sia per finanziare gli interventi di selezione delle piante sintomatiche, sia per ristorare i viticoltori che stanno affrontando alti costi per l'estirpazione dei vigneti compromessi dalla malattia". Attualmente, le imprese colpite dalla flavescenza dorata non sono coperte da nessun tipo di sostegno né possono usufruire di compensazioni per i mancati ricavi.

Quali sono le aree più colpite? L'allarme tra le aziende agricole è molto alto e la diffusione della malattia oggi minaccia le principali produzioni vinicole di Piemonte, Toscana, Veneto, Lombardia, Emilia-Romagna, Trentino-Alto Adige e Friuli-Venezia Giulia. In questi territori, gli imprenditori hanno registrato e segnalato, proprio di recente, nuovi focolai.



55th Wine and Spirits Trade Show

WORLD WINE BUSINESS

SINCE 1967

DDMBRANDING.COM

TRADE ONLY

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

Verona, ITALY
2/5 April 2023

vinality.com

 Organized by **veronafiore**
Trade shows & events since 1898

In collaboration with



Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale



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

Together with



ENOLITECH
TECHNOLOGY & INNOVATION



SOL & AGRIFOOD
TASTE OF BUSINESS



FINEST ITALIAN WINES
OperaWine
01 APRILE 2023

CONSUMI. Spesa alimentare domestica in crescita nel 2022. Vino in controtendenza

L'inflazione fa salire la spesa domestica per gli alimentari degli italiani nel 2022 che, secondo dati Ismea-Nielsen Iq, è salita su base annua del 6,4%, con un decisivo impatto dei mesi da agosto a dicembre, sempre sopra il 10%. L'incremento della spesa del 2022 va a sommarsi ai 5 anni precedenti ed è tra i più alti dopo il +7,4% dell'eccezionale 2020, che, tuttavia, incorporava il limitatissimo utilizzo dei canali extra-domestici. L'aumento dei prezzi, in particolare, è determinato sia da quello dei prodotti agricoli sia dai vari aumenti, lungo la filiera, anche i passaggi intermedi come logistica e confezionamento.

Tra i canali distributivi, il supermercato resta predominante (40% di share), con una performance positiva che rispetto al pre-Covid gli fa guadagnare 2 punti percentuali. Il discount (22% di share) guadagna 4 punti percentuali sul 2019 con fatturati a quasi +25%. Parziale ritorno al punto di vendita fisico: -6% le famiglie che acquistano sul digitale nel 2022, rispetto al 2021.

Cambia lo scontrino. Aumenta la spesa per tutti i comparti alimentari a eccezione di quelli dei prodotti ittici e del vino. Secondo l'analisi Ismea-Nielsen Iq, acqua e bevande analcoliche sostituiscono, nel carrello, vini e alcolici. Complici un'estate calda e la riapertura del "fuori casa", a soffrire la contrazione sono soprattutto **i vini che, dopo il -1,5% del 2021/20, flettono del 2,2% a valore nel 2022, occupando il 2,4% del valore complessivo speso per l'agroalimentare**. Nei volumi, il carrello si alleggerisce del 6,7%. In particolare, per Doc e Docg l'aumento del prezzo dell'4,8% si accompagna a un calo dei volumi dell'8 per cento.

A differenza degli anni precedenti, gli alimentari evidenziano una dinamica di spesa più elevata rispetto alle bevande (+6,7% contro +4,3%), che sono state frenate dalla flessione del segmento vino e spumanti. Ma va anche detto, sottolineano gli analisti, che nel 2022 si è tornati alla sostanziale normalità nel consumo fuori casa e negli acquisti presso i negozi specializzati.

FRODI. Terzo accordo Alibaba-Masaf per la tutela del made in Italy Dop e Igp

Tutelare le proprietà intellettuali delle denominazioni d'origine e delle indicazioni geografiche italiane. Il Masaf ha rinnovato l'accordo col gigante del commercio elettronico cinese, Alibaba, attraverso l'Icqrif, l'Ispezzorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari. In questo terzo rinnovo dell'intesa, con una misura ad hoc inserita nella Legge di bilancio, **l'Italia ha rafforzato la task force operativa dell'Icqrif, chiamata a individuare i prodotti contraffatti sui siti di e-commerce**.

Negli ultimi 7 anni, oltre il 98% delle inserzioni di prodotti in violazione sono state segnalate e rimosse dai marketplace di Alibaba, anche nell'ambito della piattaforma business to business Alibaba.com, che serve oltre 40 milioni di buyer professionali nel mondo. Tramite l'Icqrif, i prodotti sospetti (o che evocano Igp tutelate) vengono segnalati direttamente al sistema di protezione della proprietà intellettuale di Alibaba, attraverso il portale dedicato (ipp.alibabagroup.com). Il 98% delle segnalazioni inviate ad Alibaba vengono processate entro 24 ore e i venditori vengono informati che stanno violando le norme sulle Igp tutelate. Quelle riconosciute e protette da Alibaba sulle proprie piattaforme sono attualmente 43.



NOMINE. Il gruppo vino del Copa-Cogeca conferma Luca Rigotti

Arriva la conferma per Luca Rigotti (coordinatore del settore vitivinicolo di Alleanza cooperative agroalimentari) alla guida del gruppo di lavoro vino del Copa-Cogeca, la principale organizzazione di rappresentanza agroalimentare europea. L'elezione è avvenuta la scorsa settimana a Bruxelles. **Per i prossimi due anni, Rigotti sarà affiancato dai vicepresidenti Ludovic Roux (Francia) e Christian Schwörer (Germania)**. *"Il nostro settore sta vivendo un momento delicato e cruciale"* ha dichiarato Rigotti nel suo discorso *"tenendo conto degli importanti dossier che nel prossimo futuro saranno oggetto di discussione con le altre organizzazioni e le istituzioni europee: etichettatura nutrizionale, il rapporto vino e salute e le proposte della Commissione europea sul fronte della riforma imballaggi e in merito all'uso sostenibile dei fitofarmaci"*.



Presidente dal 2012 del Gruppo Mezzacorona e della controllata Nosio, Rigotti ha assunto dal 2019 il ruolo di coordinatore del settore vitivinicolo dell'Alleanza cooperative agroalimentari, che associa 400 cantine cooperative per il 58% del vino italiano. *"Tra i grandi temi del futuro c'è poi la sostenibilità"* ha concluso l'imprenditore trentino auspicando dialogo e massima collaborazione tra settore produttivo e organi legislativi, per condividere obiettivi che siano realisticamente realizzabili.

Vini Alto Adige DOC: quando il vino racconta un territorio



La denominazione Alto Adige DOC è relativa a un piccolo territorio dove convivono elementi diversi che, in questa terra, riescono ad accordarsi in un'unica armonia. Vigneti baciati dal sole mediterraneo e cresciuti nel territorio alpino; tradizionale raccolta a mano e vinificazione operata da vignaioli esperti e apprezzati in tutto il mondo. Tutto questo sono i vini Alto Adige DOC.



Südtirol Wein 
Vini **Alto Adige**

www.vinialtoadige.com

SOSTENIBILITÀ. L'industria distillatoria un "esempio di circolarità". Il bilancio di Assodistil tra 2018 e 2021



“L'autoproduzione di energia termica ed elettrica da residui di lavorazione consente di minimizzare l'acquisto di energia dal mercato e ridurre l'impatto ambientale e il costo energetico per le imprese”. Le parole di **Sandro Cobror**, direttore di AssoDistil, danno la misura di quanto fatto dall'industria distillatoria italiana tra 2018 e 2021. L'associazione di categoria ha presentato, una settimana fa a Roma, il report di sostenibilità, stilato col contributo di 12 aziende (Bonollo, Bottega, Gruppo Bertolino, Mazzari, Marzadro, Deta, F.lli Francoli, Bonollo U., I.M.A., D'Auria Distillerie & Energia, Acquavite e Bertagnolli).

E i numeri dicono che le distillerie sono un esempio di circolarità. Secondo il report, la percentuale di energie rinnovabili autoprodotte è attualmente più che doppia (63,5%) rispetto alla quota di energia fossile acquistata sul mercato (31,5%). Allo stesso tempo, le imprese hanno minimizzato il ricorso a forme di energia ad alto impatto, privilegiando soluzioni come il gas naturale. Sono aumentati, inoltre, gli investimenti in fotovoltaico e biogas e, tra 2018 e 2021, la produzione di energia elettrica fotovoltaica a zero emissioni è cresciuta del 300%. “La seconda edizione del report di sostenibilità” sottolinea il presidente di Assodistil, **Antonio Emaldi** “mostra la convinzione delle imprese nel voler promuovere la propria identità di soggetti di sviluppo economico, sociale e ambientale”.

Il settore distillatorio nazionale trasforma annualmen-

ACETO BALSAMICO. Un 2022 record a +43% per il tradizionale di Modena Dop

Promozione, ricerca, vigilanza, tutela e fundraising nel piano programmatico 2023 del Consorzio Aceto balsamico tradizionale di Modena Dop, riunito in assemblea nei giorni scorsi. Per il presidente Enrico Corsini è stata l'occasione per presentare i risultati economici del 2022, che hanno segnato un nuovo record degli imbottigliamenti (nel formato Giugiaro da 100 millilitri). Il distretto ha raggiunto i 14.500 litri, ovvero 145mila bottigliette



totali, di cui 100mila di aceto invecchiato per 12 anni e 45mila invecchiato per almeno 25 anni. **Il giro d'affari complessivo si aggira sui 5 milioni di euro, per il 70% all'estero** (soprattutto Usa, Francia, Germania e Giappone).

Tra i temi sul tavolo dell'assemblea, la definizione degli obiettivi di fundraising: votata unanimemente un'equa ripartizione tra tutti gli operatori della filiera dei costi consortili per le attività istituzionali relative alla Dop

Anag festeggia i 40 anni del concorso Alambiccico d'oro

Edizione speciale per il noto concorso nazionale Alambiccico d'oro Anag, che quest'anno festeggia i 40 anni. L'iniziativa non cambia il suo format e **sarà, come sempre, una passerella dedicata a grappe, acquaviti d'uva e brandy italiano di alta qualità**, prodotti in tutta Italia da distillerie e aziende vitivinicole con le “grappe di fattoria”, ottenute con proprie vinacce da distillerie esterne.

Il concorso è patrocinato da Camera di commercio Alessandria e Asti, AssoDistil e Consorzio nazionale di tutela Grappa. Dieci le categorie in gara. La finale si svolgerà dal 14 al 16 aprile a Bellaria Igea Marina (Rimini). Le adesioni possono essere inviate fino al 5 aprile 2023, mentre i campioni di prodotto possono pervenire fino al 10 aprile 2023. Il bando è pubblicato sul sito www.anag.it

te oltre 13 milioni di quintali di materie prime di origine agricola. E tra le principali ci sono le vinacce, provenienti dalla filiera del vino. Nel processo produttivo, le risorse idriche provengono soprattutto da fonti sotterranee e da fonti di terze parti (minore è l'uso di fonti idriche di superficie). Tra 2018 e 2021, i consumi d'acqua sono stati contenuti: da 1,9 mln a 1,67 mln di metri cubi. L'approccio anti-spreco delle industrie distillatorie si nota anche nel packaging: la scelta è già orientata verso vetro, sughero, legno, alluminio e carta ma ci sono anche esempi d'avanguardia come l'uso della vinaccia esausta pressata come tappo, l'uso della carta di fiori come etichetta, fino al prototipo di bottiglia (sviluppata da Assodistil) con materiali ecosostenibili. Considerando la gestione dei rifiuti, appena lo 0,22% della materia prima alimentata (1.850 tonnellate annue su 900mila tonnellate annue in ingresso) non viene recuperata. Infine, tiene l'occupazione del comparto, nonostante le difficoltà del biennio 2020/21. – G.A.

(promozione, tutela e ricerca scientifica). In materia di promozione, dopo il via libera della Regione Emilia-Romagna, a inizio anno, al Distretto del cibo dell'Aceto balsamico tradizionale di Modena, la filiera (che conta 220 produttori, di cui 170 soci del Consorzio) potrà lavorare meglio per un turismo di qualità nelle acetaie e disporre di investimenti nel settore dell'incoming. In materia di ricerca, infine, l'ente modenese si concentrerà sui sistemi di tracciabilità e sulla sostenibilità ambientale ed economica. – G.A.



PRESENTA



**GUARDA
LE PUNTATE**

La serie in 9 puntate, realizzata da Takeda in collaborazione con Gambero Rosso, propone ricette studiate per chi soffre di malattie infiammatorie croniche intestinali (MICI).

In onda sulla Web TV di Gambero Rosso, Camilla Monteduro preparerà con il supporto di clinici specializzati in MICI ricette semplici, gustose e facilmente replicabili a casa.

Le Ricette e i procedimenti sono stati valutati e approvati dal dottor Galatà – Biologo Nutrizionista e Presidente Associazione Italiana Nutrizionisti in Cucina.

OGNI SETTIMANA SINO AL 16 MARZO UNA NUOVA PUNTATA

IN COLLABORAZIONE CON

GAMBERO ROSSO

FOCUS

GARDA. Per Bardolino e Chiaretto produzione sempre più rosa

a cura di Gianluca Atzeni

Meno Bardolino e più Chiaretto in uscita dai 2.550 ettari vitati del territorio veronese sulle sponde del Garda. Anche il 2022 conferma uno spostamento delle produzioni verso la versione rosata. A pochi giorni da Corvina manifesto, anteprima del Chiaretto, il Consorzio fa il punto sul quadro economico.

IL MERCATO. Sul fronte produttivo, il Consorzio ha scelto di contenere l'offerta, riducendo le rese per ettaro a 120 quintali, con 20 quintali in stoccaggio. Il mercato dice che nel 2022 gli imbottigliamenti del Chiaretto sono cresciuti del 3%, sfiorando i 10 milioni di bottiglie. Il Bardolino ha subito, invece, un calo di circa il 5%: *“Il dato, da un certo punto di vista, può essere letto positivamente perché”* spiega il presidente **Franco Cristoforetti** *“abbiamo fatto meglio della media nazionale dei vini rossi, scesi di oltre il 7%”*.

All'estero, si registra una flessione negli imbottigliamenti di Chiaretto fuori Italia (da 1,5 mln a 1 mln di bottiglie) destinati prevalentemente all'off-trade (Gdo). Ma la contemporanea crescita della tipologia rosata nel suo complesso indica che sono aumentate le produzioni per l'on-trade (Horeca), con remunerazioni più alte. Il Bardolino, dal canto suo, perde volumi nell'off-trade, con un on-trade che non compensa.

In cifre

1.200 soci

2.550 ettari

30 mln bottiglie potenziali

10 mln produzione Chiaretto



Tuttavia, **occorre aspettare l'entrata in commercio (dalla primavera) dei vini dei Distretti, le tre sottozone del nuovo disciplinare** (Montebaldo, La Rocca e Sommacampagna), affinati per almeno un anno e provenienti da vigneti con rese inferiori per ettaro, che dovrebbero ridare slancio alla tipologia rosso della Doc. Questo vertice della piramide coprirà, a regime, circa il 10% dei 30 milioni di bottiglie potenziali. *“Le aziende ci credono, stanno investendo sulla corvina. E stanno arrivando primi riscontri positivi sia sul percepito dell'alta qualità sia sul posizionamento: tra 7 e 10 euro franco cantina, rispetto a una forbice di 3-5 euro”*. Intanto, il 2023 è partito bene con segnali di ripresa a gennaio: +5 per il Bardolino e +7% per il Chiaretto.

CHIARÉ ROSÉ. Lanciato al Vinitaly 2022, il progetto Chiaré rosé entra nel vivo. Cinque grandi produttori della Doc (di cui 4 cooperative) per **un extra dry spumante (metodo Martinotti) da posizionare in Gdo tra 7 e 8 euro a bottiglia.**

Marchio consortile, stessa bottiglia, etichetta trasparente e temi floreali. Si parte, in primavera, con quattro insegne della distribuzione dalla Toscana in su. Poi, se tutto andrà bene, si sbarcherà all'estero. *“In 4 anni”* stima Cristoforetti *“i volumi del Chiaretto dovrebbero salire da 10 a 15 milioni di bottiglie”*.

GLI EVENTI. L'evento clou è Corvina manifesto, ovvero l'anteprima del Chiaretto di Bardolino, che si terrà alla Dogana veneta di Lazise, domenica 5 (pubblico) e lunedì 6 marzo (operatori). Attese oltre mille persone.

In degustazione 120 etichette di 40 produttori, per un'annata – la 2022 – risultata equilibrata e dotata, insieme, di ottima struttura e di una equilibrata freschezza e sapidità. Ma il Consorzio guarda avanti: *“Stiamo ragionando su un calendario di appuntamenti estivi e autunnali in giro per l'Italia, per valorizzare i Distretti. I produttori si presenteranno alla ristorazione di alta qualità”* conclude Cristoforetti *“per spiegare il valore di questi nuovi prodotti”*.



GAMBERO ROSSO®



GIRO DEL MONDO CON IL LAMBRUSCO

6 cene imperdibili in 6 ristoranti etnici

ULTIMA TAPPA:

7 MARZO 2023 | ORE 20.30 | CITTAMANI

Piazza Carlo Mirabello, 5 | Milano

☎ 02 3824 0935

Scopri tutte le cene su: www.gamberorosso.it/giro-del-mondo-con-il-lambrusco

BRUNELLO. Il 2022 si chiude con un +18% delle vendite.

Bindocci: "Il 2023 sarà l'anno del consolidamento". A giugno torna Red Montalcino

Non si arresta la corsa del Brunello di Montalcino sui mercati. Per la Docg ilcinese il 2022 si è chiuso ancora in positivo rispetto ad un 2021 già da record: a valore +18%, con una variazione a volume del +7%. Lo rende noto lo stesso Consorzio su base Osservatorio Prezzi, lo strumento di rilevazione delle vendite basato sulle dichiarazioni di un campione omogeneo di imprese del territorio. Complessivamente, nel 2022 è stato commercializzato il 94% della consistenza iniziale dell'annata 2017. La Riserva 2016, altra protagonista delle vendite dello scorso anno, ha infine portato il millesimo al sostanziale sold out nelle cantine di Montalcino.

Secondo il panel monitorato, che rappresenta il 28% della capacità produttiva della Docg, **al significativo aumento del prezzo medio, ha corrisposto una performance positiva in quasi tutti i Paesi di destinazione**, Italia compresa, che resta il primo mercato di riferimento, con un rialzo in valore a +27% (+19% i volumi). All'estero il principale sbocco è rappresentato dagli Stati Uniti (con una

quota del 30% delle vendite oltreconfine) con una chiusura di anno a +29%. Luce verde anche per Canada, Germania e Svizzera, mentre arretra la domanda del Regno Unito.

"Lo scorso anno le nostre imprese sono riuscite a fare ancora meglio del già fortunato biennio precedente" è il commento del presidente del Consorzio del vino Brunello di Montalcino, **Fabrizio Bindocci** "E questo nonostante una dotazione della nuova annata commerciale 2017 di circa il 15% inferiore rispetto a quella precedente". Il 2023? "Sarà all'insegna del consolidamento" ha concluso Bindocci, ricordando che "l'anno si è aperto con molte insidie di carattere congiunturale, da conseguire attraverso un'attività intensa di promozione e posizionamento in Italia e all'estero". A partire dalle fiere di settore – ProWeine Vinitaly – per poi continuare con gli eventi strategici sul territorio, come Red Montalcino, previsto a inizio estate e Benvenuto Brunello, dal 17 al 27 novembre, che vedrà confermata l'appendice in contemporanea in diversi Paesi chiave.



SICILIA. Guida al femminile per il Consorzio del Faro Doc: Enza La Fauci è la nuova presidente

Enza La Fauci è la nuova presidente del Consorzio di tutela vino Faro Doc, **che riunisce 18 aziende dell'area di Messina**. L'assemblea, tenuta nella sede di Confagricoltura della città perloritana, ha sancito la ripresa dell'operatività dell'ente fondato nel 2002, quando era composto da 8 produttori.

La ripartenza è legata a un programma ambizioso, fa sapere il Consorzio, che intende "sostenere e aumentare la visibilità" del celebre vino dello Stretto a livello internazionale. Creato nel 1976, il Faro Doc è tra i primi disciplinari siciliani e vanta una storicità importante nel panorama vitivinicolo della Regione Sicilia. Una delle poche Doc italiane a vantare un blend di composto da un minimo di 3 a un massimo di 6 vitigni autoctoni, prodotti nel comune di Messina.



Il nuovo Cda

Enza La Fauci (presidente), Salvatore Geraci (vice-presidente), Stellario Verzera (segretario), Antonio Bonfiglio (tesoriere), Pietro La Tona, Mimmo Paone e Claudio Barbera.

UNESCO. Prosegue l'iter per il riconoscimento della Val d'Alpone. Il Consorzio del Soave: "Siamo fiduciosi"

Passi avanti verso il riconoscimento Unesco per la Val d'Alpone, area che comprende la zona di produzione delle due Dop Soave e Lessini Durello. Il Ministero dell'Ambiente e sicurezza energetica ha ricevuto la prima bozza del dossier redatto dall'Associazione temporanea di scopo

"Val d'Alpone - faune, flore e rocce del Cenozoico", di cui fanno parte, tra gli altri, anche il Consorzio di tutela del Soave, il Consorzio Gambellara e tre Strade del vino (Soave, Lessini Durello, Recioto e vino di Gambellara).

Il passaggio a Roma fa parte dell'iter di riconoscimento, che prevede la verifica della correttezza e della coerenza del dossier dopo l'inserimento nella tentative list italiana. Conclusa la verifica ministeriale, le carte andranno a Parigi, in attesa della valutazione del Comitato del patrimonio mondiale Unesco. Nei territori dove oggi cresce l'uva garganega, circa 50 milioni di anni fa era presente un mare tropicale. E le formazioni rocciose, carbonatiche e vulcaniche, caratteristiche del territorio vitato del Soave e del Lessini durello si sono formate tra 145 (Cretaceo) e 34 milioni di anni fa (Eocene). "Siamo convinti che ci siano i requisiti per il riconoscimento Unesco", ha dichiarato Igor Gladich, direttore del Consorzio del Soave.





CALENDAR 2023

JANUARY

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

FEBRUARY

13 STOCKHOLM- Sweden **trebicchieri** 

15 OSLO - Norway **trebicchieri**

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

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

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

MARCH

01 LOS ANGELES - USA **trebicchieri**

03 SAN FRANCISCO - USA **trebicchieri**

08 CHICAGO - USA **trebicchieri**

10 NEW YORK - USA **trebicchieri**

16 MUNICH - Germany **trebicchieri**

18 DUSSELDORF - Germany **trebicchieri - Prowein Special**

APRIL

02-05 VERONA - Italy **trebicchieri - Vinitaly Special**

18 MIAMI - USA **Top Italian Wines Roadshow**

20 AUSTIN - USA **Top Italian Wines Roadshow**

25 MEXICO CITY - Mexico **Top Italian Wines Roadshow**

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**

PRAGUE - Czech Republic **Vini d'Italia**

SEPTEMBER

BOGOTÁ - Colombia **Top Italian Wines Roadshow**

SAO PAULO - Brazil **Top Italian Wines Roadshow 16**

OCTOBER

ROME - Italy **trebicchieri 2024 premiere**

26 TOKYO - Japan **trebicchieri**

30 SEOUL - South Korea **Top Italian Wines Roadshow 16**

NOVEMBER

16 DUBAI - U.A.E. **Notte Italiana**

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

www.gamberorossointernational.com

FORMAZIONE. Ferrari Trento “adotta” l’Istituto Alberghiero Trentino di Levico Terme: un percorso congiunto per formare i professionisti dell’ospitalità

a cura di **Lorenzo Ruggeri**

Partiamo da un numero: 36mila. Il dato rappresenta la richiesta di personale qualificato delle aziende italiane che lavorano nell’ospitalità nei prossimi 5 anni. Se allarghiamo il campo ai profili tecnici e professionali il fabbisogno raggiungerà i 346mila addetti. Le statistiche sono raccolte in uno studio della Fondazione Altagamma con Unioncamere: I talenti del fare. Eppure, **nonostante un tasso di disoccupazione giovanile tra i più alti in Europa, le aziende italiane faticano a trovare giovani adeguatamente formati.** In questo contesto, nasce Adotta una Scuola, un progetto nazionale di ampio respiro che unisce 23 brand italiani – per il vino Ferrari Trento, a cui si aggiungo nomi come Gucci, Fendi, Ferragamo, Frau, Benetti – per un interscambio virtuoso tra scuole tecnico-professionali e imprese di successo.

In particolare, il Gruppo Ferrari ha deciso di investire nell’Istituto Alberghiero Trentino di Levico Terme, diretto da Federico Samaden: la partnership ha preso il via il 27 febbraio. “Vogliamo stimolare le vocazioni e rendere l’offerta formativa più attraente e attrattiva per i giovani, incrementando il dialogo tra scuola e imprese per un percorso di studi più in linea con le richieste delle



aziende”, spiega **Matteo Lunelli**, presidente del Gruppo Ferrari Trento e della Fondazione Altagamma “Collaboreremo con l’Istituto Alberghiero Trentino e anche con la sua scuola di alta formazione, l’obiettivo è formare studenti protagonisti nei settori dell’ospitalità dell’eccellenza, un tema che ci sta particolarmente a cuore e che abbiamo già affrontato negli anni con un premio ad hoc nella World’s 50 Best Restaurants e con Identità di Sala”. **Ci saranno diversi percorsi formativi personalizzati, con la partecipazione dei manager del Gruppo Ferrari, i partner, e la condivisione nelle strutture del gruppo:** dalla cantina al ristorante di famiglia, la Locanda Margon, passando per i Ferrari Spazio Bollicine. Saranno coinvolti influencer digitali del mondo dell’enogastronomia e figure di spicco come Davide Rappello, Armando Branchini, Roberto Anesi. “La creazione di talenti dell’ospitalità del futuro è un’esigenza urgentissima e strategica per l’Italia” conclude Lunelli “Non possiamo crescere all’infinito come numeri, siamo un territorio piccolo, delicato, dobbiamo crescere verso l’alto nel posizionamento per attirare un turismo di alto livello che porta un indotto sul territorio enormemente maggiore. L’emozione passa attraverso l’ospitalità: determina il valore aggiunto e il successo di un’esperienza”.

TECNOLOGIE. Nasce Omnia technologies, comprenderà Bertolaso e Della Toffola

Nuovo nome per Dt Holding, progetto creato da Investindustrial (fondo di investimento che fa capo all’imprenditore Andrea Bonomi) per dare vita a un gruppo operante nelle tecnologie di automazione e imbottigliamento per il settore vino e bevande. Si chiamerà Omnia technologies e comprende, tra gli altri, il gruppo Della Toffola (per la fase di processo) e Bertolaso (per l’imbottigliamento). La nuova denominazione è sostenuta da un payoff (enabling evolution) e da un logo che riflettono l’orientamento all’evoluzione continua attraverso automazione e sostenibilità.

Il gruppo conta un team di oltre mille addetti, con 12 sedi produttive, 8 uffici commerciali nel mondo e **un fatturato che nel 2022, rende noto la stessa società, ha sfiorato i 250 milioni di euro.** Sono recenti le acquisizioni di Progema engineering (leader nella realizzazione di impianti di lavorazione di Parmigiano Reggiano e Grana Padano), e di Mar.Co., azienda specializzata nel settore dell’imbottigliamento, partner storico di Bertolaso nella tecnologia di alimentazione dei tappi. omniatechnologiesgroup.com

FIVI. I Vignaioli indipendenti compiono 15 anni: nuovo logo celebrativo e nuova sede per il Mercato di novembre

Un vignaiolo “deperiano” sullo sfondo del numero 15. Con il nuovo logo (vedi immagine), ridisegnato dal suo autore, il grafico Pier Zuanon, la Federazione italiana dei Vignaioli indipendenti festeggia i suoi primi 15 anni di vita. **Era, infatti, il 2008 quando un gruppo di piccoli produttori, orfani di rappresentanza, decisero di dare vita ad un’associazione che tutelasse i propri interessi.** “Coltiviamo la nostra indipendenza, oggi come quindici anni fa” ha detto il presidente Lorenzo Cesconi, in occasione delle celebrazioni organizzato a Slow Wine di Bologna “Siamo entrati nella stanza dei bottoni, e anche se forse non siamo ancora noi a premerli, abbiamo l’orgoglio di esserci entrati con responsabilità, coerenza e integrità”.

Cesconi è il terzo presidente Fivi, dopo Costantino Charrère (2008-2013) e Matilde Poggi (2013-2022). Da pochi centinaia di soci del 2008, oggi l’associazione conta oltre 1500 iscritti e 300 punti di affezione Fivi, mentre sono 31 le delegazioni sui territori che facilitano il confronto tra i vignaioli di uno stesso territorio e rafforzano l’interlocazione con le amministrazioni locali. A livello nazionale sono due gli eventi clou: il Sabato del Vignaiolo, in calendario il 6 maggio in tanti territori in tutta Italia, e il Mercato dei Vini dei Vignaioli Indipendenti, che quest’anno, per la prima volta, lascerà Piacenza Expo, per svolgersi BolognaFiere dal 25 al 27 novembre.



NEUROMARKETING

Vendere al “cervello inconscio”



Le Neuroscienze hanno ormai “sdoganato” l’idea che il nostro sistema cerebrale sia prevalentemente “inconscio”. Analizzando in Risonanza Magnetica il cervello si scopre che buona parte di esso ha una preponderante attivazione automatizzata, inconscia e incontrollata. Il nostro cervello pesa solo il 2% del corpo ma consuma il 20% delle sue energie e il 90% di questa energia viene consumata a riposo. Sembra paradossale, ma il nostro cervello consuma il massimo delle sue energie quando non è impegnato in faticosi processi cognitivi. All’inizio del ‘900 uno dei modelli che più riuscivano a rappresentare il processo di scelta era denominato AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) che lasciava presumere che la scelta di un prodotto passasse per una valutazione attenta e razionale. Oggi accanto al modello AIDA si affianca un modello che dimostra che non occorre l’attenzione focalizzata e la faticosa riflessione per guidare le scelte. Da qui nasce un nuovo modello di marketing definito “intuitivo”. L’ultimo libro di uno dei più noti esperti di neuroscienze, Stephen Genco - “Marketing Intuitivo: What Marketers Can Learn from Brain Science” (2019) - approfondisce in maniera esaustiva come valorizzare, in una logica integrativa con il marketing tradizionale queste nuove conoscenze. Eppure, questa visione non è del tutto nuova. Già nel 1977 Nisbet e Wilson dimostrarono che i consumatori, a volte, non hanno consapevolezza dei processi cognitivi superiori, anche se verbalmente cercano di “confabulare” qualcosa per spiegare i propri comportamenti. Nisbet e Wilson chiesero a un gruppo di consumatrici di valutare la qualità di quattro diversi tipi di calze e di scegliere quelle più gradite spiegandone le motivazioni. I due autori dimostrarono che **più che le giustificazioni addotte dalle consumatrici ciò che le ha influenzate veramente è stata la posizione di presentazione dei prodotti**. Nell’esperimento la prima tipologia A veniva scelta nel 12% dei casi, la seconda B nel 17%, la terza C nel 30% e la quarta D nel 40% dei casi. L’aspetto più interessante fu quello legato alle giustificazioni date alla scelta. Queste erano legate al grado di elasticità, morbidezza e gradevolezza al tatto. Peccato che le calze fossero tutte uguali e che invertendo la disposizione delle calze le percentuali di preferenza non si discostavano molto da quanto già rilevato. I due autori dimostrarono come le persone attribuiscono le cause delle loro azioni ad aspetti che potrebbero riferirsi solo casualmente ai veri motivi della scelta.

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

AUCTION. Il 9 marzo a Roma il charity event For Smiles con asta di vini pregiati

Donare il sorriso ai tanti bambini che nascono con malformazioni del volto e sono in attesa di cure. È questo lo scopo di For Smiles, il charity event organizzato dalla **Fondazione Operation Smile Italia ETS**, che si terrà a Roma a Palazzo Colonna, il 9 marzo. Partner dell’iniziativa è la Fondazione Gambero Rosso.

Durante l’evento avrà luogo un’asta di vini pregiati per finanziare i programmi medici di Operation Smile, che celebra i 40 anni di attività e punta a garantire l’accesso a cure mediche gratuite e sicure nei Paesi a basso e medio reddito. Nello specifico, il ricavato della serata sarà devoluto in favore dei programmi medici di Operation Smile per il sorriso dei bambini in Guatemala, India e Madagascar.

L’evento avrà inizio alle 18 con il drink di benvenuto introdotto da Federica Tedeschi, direttore generale della Fondazione. A seguire Claudia Conte, presentatrice ed imprenditrice culturale, insieme allo scrittore ed esperto di vini Gelasio Gaetani e al vicepresidente esecutivo della Fondazione Gambero Rosso Paolo Cuccia saranno i protagonisti di una discussione sul tema “Smile&Wine: due volti della sostenibilità a confronto. Futuro del vino, sostenibilità e il suo ruolo nella società di oggi e domani”. Sarà,



poi, il momento dell’asta, celebrata dal banditore Luciano Carnaroli, che accoglierà intenditori, appassionati e amanti del vino che si contenderanno i lotti per sostenere i programmi medici di Fondazione Operation Smile. **Tra i prestigiosi vini che verranno battuti, presente anche un esemplare della Tenuta Il Palagio autografato da Trudie Styler e Sting**. A chiudere l’evento, nei saloni della Galleria del Cardinale Colonna, la Gala Dinner, con Eleonora Daniele come madrina d’eccezione, che si concluderà con un dessert il cui disegno è stato curato dalla Fondazione Gambero Rosso.

EVENTO. Torna a maggio il Porto Cervo wine & food festival

Torna il Porto Cervo wine & food festival. L'appuntamento in terra sarda è per il mese di maggio, dall'11 al 14, con la 12esima edizione dell'evento dedicato al vino e al cibo, organizzato da Marriott



international, società che gestisce per conto di Smeralda holding i principali alberghi della Costa Smeralda. Il festival sarà ospitato al Cervo conference center di Porto Cervo, e torna sulla scena dopo i tre anni di stop imposti dalla pandemia. **I temi centrali saranno due: "I cambiamenti climatici: evoluzione enogastronomica e vino e cibo del futuro" ed "E-commerce e nuove tecnologie a sostegno della vendita".**

La giornata di giovedì 11 maggio sarà dedicata esclusivamente ai professionisti del settore e ai "Porto Cervo wine masters": buyer nazionali e internazionali, albergatori, ristoratori, enologi e stampa specializzata. Le altre tre giornate saranno aperte anche al pubblico. Per le aziende partecipanti saranno importanti gli incontri coi buyer. In programma anche talk-show con esperti e media di settore, gli eventi "fuori-fiera", in cui vino e cibo si mescoleranno alla musica, all'arte e alla natura.

Info: pcwff.com

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon, Lorenzo Ruggeri,

Vincenzo Russo

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Christelle Prieur/Pixabay

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

FINO AL 5 MARZO

❖ TRENTODOC SULLE DOLOMITI

Madonna di Campiglio
e Pinzolo (Trento)
trentodoc.com/it/

FINO AL 12 MARZO

❖ GIORNATE DELLE DONNE DEL VINO NEL MONDO

ledonnedelvino.com/blog/

4 MARZO

❖ SALONE DEL VINO

Torino
fino al 6 marzo
salonedelvinotorino.it

4 MARZO

❖ ROME WINE EXPO

Roma
presso Centro congressi
Grand Hotel Palatino
fino al 6 marzo
romewinexpo.com

5 MARZO

❖ CORVINA MANIFESTO ANTEPRIMA CHIARETTO DI BARDOLINO

Lazise (Verona)
Dogana Veneta
dalle 10 alle 18
fino al 6 marzo
antepriamachiaretto.it

6 MARZO

❖ LA PRIMA DEL VALTENESI

Museo Millemiglia
viale della Bornata, 123
dalle 11 alle 18
consorziovaltenesi.it

6 MARZO

❖ MAREMMA - LA NATURA DEL VINO

Alberese (Grosseto)
Granaio Lorenese
località Spergolaia
via del Mare, 25
dalle 10.30

11 MARZO

❖ GRIGNOLINO, IL NOBILE RIBELLE

Grazzano Badoglio (Asti)
via IV novembre, 15
fino al 13 marzo
[aispiemonte.it/prodotto/
grignolino-il-nobile-
ribelle-2023/](http://aispiemonte.it/prodotto/grignolino-il-nobile-ribelle-2023/)

11 MARZO

❖ MILANO IN VINO

Milano
Piazza Città di Lombardia
fino al 12 marzo
[facebook.com/events/s/
fiera-nazionale-del-vino-
milan/1150834572235210/](https://facebook.com/events/s/fiera-nazionale-del-vino-milan/1150834572235210/)

12 MARZO

❖ VINI SELVAGGI

Roma
Spazio Novecento
fino al 13 marzo
viniselvaggi.com

12 MARZO

❖ DERTHONA DUE.ZERO

Tortona
Museo Orsi
fino al 13 marzo
[collitortonesi.com/
derthonaduepuntozero](http://collitortonesi.com/derthonaduepuntozero)

17 MARZO

❖ CHE SYRAH SARÀ

Anteprima dei Syrah
di Cortona e d'Italia
Cortona (Arezzo)
fino al 19 marzo
chianinaesyrah.com

18 MARZO

❖ DIVINO

Bergamo
Fiera di Bergamo -
Promoberg
Via Lunga
fino al 19 marzo
[facebook.com/events/fiera-
di-bergamo-promoberg/
divino-il-mercato-dei-vini-a-
bergamo/742177560314241/](https://facebook.com/events/fiera-di-bergamo-promoberg/divino-il-mercato-dei-vini-a-bergamo/742177560314241/)

Le grandi cantine del Trentino



VIA DEL TEROLDEGO, 1E | MEZZACORONA (TN) | WWW.MEZZACORONA.IT | 0461 616399

Vini d'alta selezione proposti come tessere di maestria, ma anche vini di qualità pronti a sfidare tanti ostacoli quantitativi. Il gruppo Mezzacorona si conferma tra i più importanti del panorama nazionale, attraverso una politica gestionale sempre più variegata che coinvolge migliaia di soci conferitori trentini, ma anche altre realtà viticole che arrivano fino in Sicilia. Il tutto viene svolto col rispetto delle reciproche peculiarità e attraverso l'applicazione di tecniche colturali sempre più sostenibili, sia in campagna sia nelle diverse cantine. L'emblema rimane il Teroldego Rotaliano anche se una serie di ottime versioni di Trentodoc continuano a scandire la crescita qualitativa.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Trento Brut AlpeRegis

Da sole uve chardonnay, questo Trentodoc affina sui lieviti per almeno 36 mesi. Al naso note agrumate si integrano a sentori di crosta di pane e frutta secca. Al palato il sorso risulta equilibrato da una viva freschezza e dalle sensazioni minerali. Da abbinare a piatti di pesce al forno.

Teroldego Rotaliano Nos Ris.

Prodotto solo in annate particolarmente favorevoli, nel bicchiere presenta un colore rosso rubino intenso. Note di mirtillo, mora, cuoio si affiancano a quelle di vaniglia e liquirizia. Il sorso è pieno, strutturato dai tannini fitti e vellutati. Ideale per carni alla brace e brasati.



Trentino Pinot Grigio Castel Firmian

Giallo paglierino brillante. All'olfatto si sprigionano note di camomilla, floreali e fruttate. Fresco e delicato, il sorso appaga con i richiami di mela, pera e acacia e un finale pulito ed elegante. Ottimo come aperitivo, ma può accompagnare piatti di pesce e carne bianca.

BREXIT. Dopo l'accordo sull'Irlanda del Nord, cosa cambia per gli scambi agroalimentari?



foto: European Union, 2023

“*t's a deal*” (affare fatto): Europa e Regno Unito hanno raggiunto l'accordo sulla revisione delle regole commerciali post-Brexit per l'Irlanda del Nord. Il cosiddetto "Windsor Framework" prevede un alleggerimento degli impegni precedenti, a cominciare dalla **cancellazione dei controlli di routine per le merci in transito interno fra l'Ulster e il resto del Regno**. La permanenza dell'Irlanda del Nord nel mercato unico Ue aveva di fatto creato un confine nel Mare d'Irlanda, spostando i controlli alla partenza dai porti inglesi.

"Abbiamo raggiunto delle soluzioni durature che funzionano per tutti nell'Irlanda del Nord e proteggono il mercato unico dell'Ue", ha detto la presidente della Commissione europea, **Ursula von der Leyen**, al termine dell'incontro con il premier britannico **Rishi Sunak**. "Siamo alleati, partner commerciali e amici" ha sottolineato quest'ultimo "Insieme abbiamo trovato il modo per mettere fine all'incertezza".

Ma che impatto potrebbe avere tale accordo sulle esportazioni dall'Europa verso il Regno Unito? "Con l'aumento del 15% delle esportazioni agroalimentari Made in Italy in Gran Bretagna, che nel 2022 hanno raggiunto il valore record di 4,2 miliardi, questo disgelo tra Ue e Gran Bretagna può contribuire a migliorare l'interscambio e a riempire gli scaffali vuoti nei

supermercati Oltremarica con prezzi alle stelle per cibi e bevande", è l'analisi di Coldiretti e Filiera Italia.

Lo "schema Windsor" introduce, infatti, una sorta di corridoio verde per le merci britanniche (inclusi prodotti alimentari) che restano in Irlanda del Nord, per le quali non ci saranno praticamente controlli. Nel testo si parla anche di "removal of certificates for organics and wine". Diversa la situazione per le merci destinate al mercato europeo, dove resterà un "corridoio rosso". "L'implementazione dell'accordo" ha sottolineato il presidente di Coldiretti **Ettore Prandini** "dovrà fornire tutte le necessarie garanzie affinché prodotti non a norma con gli standard comunitari possano poi essere liberamente commercializzati attraverso il canale verde destinato all'Irlanda del Nord". Dello stesso avviso **Luigi Scordamaglia**: "Questo accordo non deve diventare la porta di ingresso di prodotti non conformi o Italian sounding. Ora" ha continuato "dobbiamo impegnarci tutti affinché venga approvato nelle rispettive sedi con garanzie di rispetto delle regole e di effettivo trattamento di reciprocità. Tra l'altro semplificare gli scambi nei due sensi è interesse principalmente del Regno Unito i cui scaffali dopo Brexit sono rimasti vuoti di molti prodotti alimentari tradizionalmente provenienti dalla Ue e non facilmente sostituibili". – **L.S.**

IL MIO EXPORT

Paolo Lovisolo – Bersano Vini

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

L'export rappresenta il 40% del nostro fatturato, diffuso in più di 45 Paesi, tra i quali in ordine di importanza: Canada, Usa, Germania, Cina.

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

I sistemi di informazione come Internet o le guide internazionali hanno implementato la conoscenza specifica del vino su tutti i mercati internazionali, determinando una grande ma sana competizione sul reale valore del prodotto offerto...

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

Sicuramente tali situazioni hanno contribuito ad elevare i costi di produzione, ampliando il gap di prezzi tra i vini italiani e quelli del nuovo mondo vitivinicolo.

La nostra azienda, forte dei 230 ettari di proprietà e di conseguenza non soggetta - per usare un termine borsistico - alla "nervosità" dei mercati di uve o mosto, è riuscita in parte a calmierare gli aumenti di prezzo, aumentando la competitività e appetibilità dei nostri prodotti.

4 Come va con la burocrazia?

L'eccessiva burocrazia si traduce quasi sempre in maggiori costi e quindi perdita di competitività. La tutela del consumatore rimane sacrosanta ma una semplificazione delle norme che appesantiscono il nostro sistema sarebbe sicuramente salutare per le aziende italiane.

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

Fiere, wine maker dinners e visite dirette sui mercati



sono strumenti essenziali al fine di creare un network di opinion leader che possano divulgare il brand e i prodotti connessi: il rapporto diretto e la conoscenza dei clienti e dei mercati sono ancora il miglior strumento di marketing, pandemia permettendo.

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

Dopo quasi 30 anni di "marciapiede", gli aneddoti sia positivi che negativi sono moltissimi...quello che ricordo con piacere è il commento di Bernard Noblet (ex chef de cave di Domaine de la Romanée-Conti), degustando una bottiglia di Romanee Conti 1965: "oui c'est bon". Semplice, dissacratorio, ma verissimo.

TRA SOVRAPPRODUZIONE E RECORD EXPORT, LE SFIDE DELLA FRANCIA PER IL FUTURO

▲ a cura di Gianluca Atzeni



foto: djedj/Pixabay

I transalpini brindano ai 17 miliardi di esportazioni nel 2022. Ma sul fronte interno tengono banco i temi della distillazione e le polemiche sul marchio di sostenibilità Hve. L'allarme del Cniv: "A rischio fino a 150mila occupati". Intanto Bordeaux estirpa 10mila ettari mentre il Comité Champagne annuncia un piano di investimenti



La Francia vitivinicola ha recentemente chiuso i cancelli di Wine Paris & Vinexpo Paris, il maxi-evento dedicato al beverage che ha riunito all'expo Porte de Versailles ben 36mila visitatori (+41%) e oltre 3.300 espositori. L'incremento dell'85% delle presenze straniere in questa quarta edizione ha portato una ventata di ottimismo. E nonostante i produttori di Bordeaux chiedano uno spostamento da febbraio a tarda primavera, i numeri sono dalla parte degli organizzatori. Non c'era modo migliore, quindi, per iniziare il nuovo anno dal momento che, per il principale concorrente dell'Italia, sui mercati globali il 2022 ha fatto registrare un ennesimo record nelle vendite estere di vini e spirit, per un totale di 17,2 miliardi di euro. Un +10,8% a valore rispetto al 2021 (a fronte di un -3,8% nei volumi) che porta la bilancia commerciale in positivo per 15,7 miliardi di euro (+10,3%) e che fa del **surplus di vini e spirit il secondo più ampio dell'economia transalpina dopo quello della ricca industria aeronautica.**

Tuttavia, non tutto fila liscio nei territori d'Oltralpe e lo si è notato anche durante il recente Salone dell'agricoltura. La crisi economica ha riportato alla luce vecchi problemi di equilibrio della filiera del vino, che impongono una riflessione sul lungo periodo e un confronto serrato tra istituzioni e imprese, ma anche azioni immediate per evitare di mettere a rischio un settore così importante per l'economia nazionale. I numerosi mal di pancia che i vari territori stanno accusando, acuiti dal calo delle vendite sul fronte interno e da problemi di sovrapproduzione, hanno determinato la messa in dubbio persino di nobili progetti come quello della sostenibilità legata al protocollo nazionale Hve (alto valore ambientale). A ciò si sono aggiunti una siccità invernale, che non lascia tranquilli gli imprenditori- >>

In cifre

796mila ettari vitati

66 distretti viticoli

59mila imprese

130mila occupati

14% vigneto biologico

14.700 imprese Hve

tipologie **uve nere:**
merlot, grenache, syrah

tipologie **uve bianche:**
ugni blanc, chardonnay,
sauvignon blanc

» ri in vista dell'annata 2023, e temperature più alte della media che potrebbero provocare un germogliamento precoce e una pericolosa esposizione delle piante alle gelate primaverili.

L'EXPORT DI VINO A 11,6 MILIARDI

Partendo dal mercato, e guardando più da vicino la performance delle vendite fuori confine del 2022, la categoria dei vini, pur perdendo il 6,6% in quantità, ha toccato gli 11,6 miliardi di euro, spinta dalla spumantistica, con un incremento annuo del 10,2%. Quella degli spirit, ha totalizzato 5,5 miliardi di euro, in aumento dell'11,6% sul 2021 con volumi a 55,7 milioni di casse (+2,2%). Secondo la Federazione francese degli esportatori di vini e spirit (Fevs), la performance del 2022 evidenzia la capacità di adattamento dell'industria delle bevande alcoliche in contesti e congiunture difficili, come ha rilevato lo stesso presidente **César Giron**.

Considerando i singoli mercati, gli Stati Uniti hanno registrato per i un incremento degli acquisti del 14%, a 4,7 miliardi di euro, nonostante il calo nei quantitativi del 5%. Grande performance degli spumanti (+20%) e degli spirit (+13%). In Uk, i vini francesi hanno goduto del +12% dello Champagne totalizzando 1,7 miliardi di euro, in aumento del 7%; bene anche i vini fermi in valore (+7%) a fronte di un -8% nei quantitativi. Per quanto riguarda l'Asia, l'incremento dell'export nel 2022 è moderato (+5%), con un buon andamento di Giappone (+23%) e Corea del Sud (+31%), una stabilità della Cina (+0,5%) e il crollo di Hong Kong (-29%) per effetto delle chiusure anti-pandemia da Covid.

DALLA DISTILLAZIONE DI CRISI ALL'ESTIRPAZIONE

Nonostante i vari primati nel settore vitivinicolo detenuti dai francesi, i problemi sul fronte interno ci sono. Con volumi di poco superiori ai 45 milioni di ettolitri, la Francia dispone di buone quantità di vino in cantina in questa annata 2022/23. Troppe, se raffrontate al trend di consumo calante nei volumi e ai numerosi elementi di crisi che si sono susseguiti nel difficile quadriennio 2019-2022: le tasse applicate dall'allora governo Trump sull'import di vino negli Usa, la crisi scatenata dalla pandemia da Covid, quella dei costi di produzione acuita dalla guerra in Ucraina, che ancora si fa sentire soprattutto

Export beverage Francia (2022)

	volume		valore	
	2022 (x 1.000 casse)	var %	2022 (mln euro)	var %
Vini	135.380	-6,60%	11.611	10,2
champagne	15.418	8,5	4.214	20
fermi Dop	55.722	-6	5.598	6
fermi Igp	34.951	-10,9	902	-0,3
varietali senza Igp	9.724	-9,9	264	8,6
altri vini senza Igp	8.156	-18,1	162	5,5
Vermouth	3.757	20,9	121	32
Spirit	55.737	2,2	5.452	11,6
TOTALE	194.874	-3,8	17.183	10,8

fonte: Fevs (una cassa = 12 bottiglie = 9 litri)

alla voce approvvigionamento di vetro. Le associazioni di categoria, in particolare, stimano un surplus di 3 milioni di ettolitri di vino, soprattutto della tipologia rosso, a fronte di un consumo che, negli ultimi dieci anni, si è ridotto di ben 30 punti percentuali.

Per mitigare la "crise viticole", il ministero dell'Agricoltura e sovranità alimentare, guidato da Marc Fesneau, ha annunciato un piano da 200 milioni di euro (si attende l'ok di Bruxelles per i 40 mln aggiuntivi chiesti da Parigi), su sollecitazioni della filiera nazionale, per ridurre le eccedenze e trasformare il vino in alcol, alla stregua di quanto avvenuto nel 2020, anno della crisi Covid. **Ma per una parte dei produttori francesi, soprattutto quelli di Bordeaux, Languedoc e Côtes du Rhône, la distillazione non basta: occorre agire più in profondità e con lo sguardo ai prossimi anni. Per esempio, espiantando migliaia di ettari:** 15mila, secondo Viti33, un'associazione di produttori bordolesi.

Quelli che effettivamente saranno estirpati, per ragioni sanitarie (si tratta di vigneti in produzione colpiti dalla flavescenza dorata), saranno circa 10mila, secondo l'intesa raggiunta tra interprofessione e governo centrale, che ha sbloccato preliminarmente 30 milioni di euro di fondi. Garantiranno un premio all'estirpo di 6mila euro per ettaro alle imprese (che ne chiedono 10mila). Per Allan Sichel, presidente del Civb, il Consorzio dei vini di Bordeaux, la misura porrà le basi per il futuro del distretto dei rossi bordolesi, che dovrà essere legato a un riposizionamento di immagine tutto ancora da definire.

LE STRATEGIE PER USCIRE DALL'IMPASSE

Oltre alla distillazione e all'espianto di vigneti, la Francia dovrà studiare altri sistemi per garantire equilibrio al mercato dei propri vini. Una delle prime azioni è un incremento delle esportazioni e della relativa »

» promozione, come nota lo stesso **Bernard Farges**, presidente del Cniv, il consorzio dell'interprofessione dei vini a Do e Ig. In particolare, c'è da riconquistare gli spazi persi in questi anni sul mercato cinese, fondamentale soprattutto per i rossi. Altro terreno di conquista è rappresentato dalle giovani generazioni: *“Abbiamo prodotti che possono piacere a tale categoria”* ammonisce Farges *“che però vanno presentati in modo nuovo, diverso, e con un contenuto alcolico più leggero”*. Su un punto, in particolare, il Cniv è perentorio: se non si interverrà con soluzioni efficaci a 360 gradi, la filiera vitivinicola rischia di perdere tra i 100mila e i 150mila occupati entro i prossimi dieci anni.

IL MARCHIO HVE

E LA CLASS ACTION DEI PRODUTTORI BIO

In un clima incandescente, qualche scottatura se l'è presa anche la sostenibilità. La certificazione nazionale a marchio Hve (haute valeur environnementale) è tra i vanti della viticoltura francese. **Sono circa 20mila le imprese vitivinicole interessate da questo protocollo di buone pratiche ambientali (biodiversità, protocolli fitosanitari, gestione dell'acqua) garantito da organismi di certificazione, autorizzati dal Governo centrale.** Il recente aggiornamento dei parametri deciso da un provvedimento del ministero (a novembre 2022) ha rinfocolato le polemiche sulla sua validità. Un collettivo di associazioni, tra cui la Fnab (federazione nazionale dell'agricoltura biologica) e il Synabio, il sindacato nazionale delle imprese agroalimentari biologiche, assieme a diverse associazioni di consumatori, hanno annunciato di voler ricorrere al Consiglio di Stato sostenendo che il marchio Hve, apposto su vari prodotti presenti sul mercato, sia un inganno verso i consumatori. Il

problema giuridico sarebbe legato al fatto che al valore nominale e simbolico di una tale etichetta non corrisponde un reale rispetto dei parametri ambientali. Il problema economico, invece, è collegato alla crisi del settore del biologico che vede nel marchio Hve un ulteriore elemento di concorrenza e di confusione verso i consumatori, malgrado questo sia decisamente meno noto (25%) rispetto al brand biologico (96%, secondo un recente sondaggio citato dalle sigle sindacali).

IL PIANO DECENNALE DELLO CHAMPAGNE

E in un mare agitato, chi sta decisamente meglio e guarda al futuro con lungimiranza è il distretto dello Champagne. **Forte di 326 milioni di bottiglie vendute nel 2022, è il più in forma tra quelli francesi.** La ripresa dalla crisi economica da Covid è stata sorprendente. Ed è in momenti come questi che i produttori proiettano lo sguardo in avanti per consolidare le proprie posizioni. Proprio durante Wine Paris & Vinexpo Paris, il Comité ha annunciato un piano di investimenti per il prossimo decennio, con un budget annuo che crescerà di 10 milioni di euro nei prossimi 5 anni. Si va dall'ampliamento del centro di ricerca, sviluppo e innovazione (operativo entro il 2025), al lavoro di ricerca su nuove varietà per combattere le forme di deperimento del vigneto.

In materia ambientale, entro il 2050, l'obiettivo si chiama “net zero” e mira a ridurre le emissioni carboniche del 75%, a sviluppare pozzi di carbonio e compensare la Co2. Dal 2003 a oggi, è stata ridotta del 20% l'impronta carbonica per bottiglia prodotta. Sui mercati esteri, il piano prevede l'ampliamento della rete delle ambasciate dello Champagne, che attualmente sono 10 e coprono i principali mercati di destinazione, tra cui l'Italia. ❖

Moët Hennessy fa shopping di vin rosé

Moët Hennessy, divisione wine & spirit del gruppo Lvmh, prosegue il suo shopping di aziende francesi di alta gamma. È di una settimana fa l'annuncio dell'acquisizione della maggioranza del capitale di Château Minuty, prestigiosa realtà della Provenza da 9 milioni di bottiglie annue, riconosciuta come Grand cru classé Côtes-de-Provence dal 1955. La famiglia Matton-Farnet manterrà la conduzione della tenuta. L'operazione è stimata dalla stampa locale intorno ai 400 milioni di euro.



“VINITALY 2023? PIÙ LEGGERO, SMART ED EFFICACE”. COSÌ L’AD MAURIZIO DANESE

▲ a cura di Loredana Sottile



foto: Emmevi

Per questa 55esima edizione della Fiera è attesa una grande adesione di top buyer internazionali: +40% rispetto allo scorso anno. Tra i nuovi trend spazio a orange wine, e mixology. E se nei 17 padiglioni la parola-chiave sarà business, Verona città è pronta ad ospitare il suo “fuori salone”



È ufficialmente iniziato il countdown per la 55esima edizione di Vinitaly: tra un mese esatto - dal 2 al 5 aprile - la città di Verona tornerà ad accogliere professionisti e appassionati di vino per uno dei suoi appuntamenti più attesi.

Lasciato alle spalle il biennio pandemico, l'ottimismo è palpabile: prima di tutto per aver superato la prova Covid, rimanendo un momento centrale nel calendario vitivinicolo globale e, poi, per quella che si annuncia essere un'edizione pienamente internazionale, senza limiti agli arrivi dall'estero e soprattutto con un lavoro di fidelizzazione dei buyer consolidato negli anni. E se in Fiera è **pronto un quartiere fieristico di oltre 100mila mq netti per 17 padiglioni già sold out, pronto ad ospitare più di 4mila aziende** (dall'Italia e da oltre 30 nazioni), all'esterno si moltiplicheranno gli eventi da non perdere nei giorni di Vinitaly and the City (31 marzo-3 aprile): un vero fuori salone che coinvolgerà tutto il centro storico e che servirà a rafforzare quel modello, auspicato da tempo, che vuole distinguere sempre più gli spazi dedicati agli addetti ai lavori da quelli pensati per il grande pubblico di appassionati. Per i professionisti, quindi, la partita si giocherà dentro al perimetro fieristico. E per loro si è pensato a potenziare in chiave innovativa gli incontri b2b tra aziende e buyer, oltre a rafforzare il formato “Taste and Buy” con operatori specializzati individuati dalla rete fiera in collaborazione con le imprese. In questa direzione si muove anche la piattaforma digitale “Vinitaly Plus” per il consolidamento dei rapporti commerciali lungo tutto il corso dell'anno, oltre che per la creazione di un'agenda di incontri durante i giorni della manifestazione. Non mancherà, poi, il focus sulle ultime tendenze, con l'area dedicata al ‘quarto colore del vino’ con il fenomeno degli **Orange Wine**, la sezione riservata alle produzioni di nicchia a tiratura limitata di altissima qualità, **MicroMegaWines-Micro size, mega quality**, l'**Organic Hall** che implementa l'offerta di Vinitaly Bio, e lo spazio riservato all'arte della miscelazione dei cocktail con **Mixology**.



Da non dimenticare, infine, che questa edizione segnerà anche l'esordio del nuovo assetto governativo, che vede Federico Bricolo come nuovo presidente, nessun direttore generale per il dopo Mantovani e maggiori deleghe alla figura dell'amministratore delegato, **Maurizio Danese** (foto).

Proprio a lui abbiamo chiesto di svelarci qualche dettaglio in più di Vinitaly 2023. >>



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
15:00-23:00

Scopri di più su: www.gamberorosso.it

Per acquistare il carnet degustazioni e saltare la coda: vinitalyandthecity.com/ticket/

» **Dopo la prova pandemica e la nuova governance di Veronafiere, che Vinitaly dobbiamo aspettarci? Sarà un'edizione diversa dal passato?**

In questo arco di tempo abbiamo avviato un importante processo di rinnovamento del nostro Vinitaly, sia in Italia sia all'estero con l'obiettivo di incrementare ulteriormente il posizionamento del brand entro i prossimi due anni. Stiamo lavorando su una bisettrice molto chiara, fondata sul confronto con gli operatori, gli espositori e, ovviamente, il nuovo modello di business di Veronafiere. Siamo assolutamente consapevoli del ruolo centrale di Vinitaly nell'ambito della promozione e dell'internazionalizzazione del settore. Per questo – anche grazie al roadshow appena concluso – quest'anno abbiamo attivato una campagna di promozione senza precedenti, per favorire la conoscenza del vino italiano, il consolidamento delle relazioni con i buyer e l'incoming a medio termine. Business e internazionalizzazione sono le parole chiave, da raggiungere non solo con i b2b ma anche attraverso un miglioramento dei servizi online e offline, a partire dalla logistica. Utilizzando tre aggettivi mi immagino un Vinitaly più leggero, smart ed efficace.

Ma sarà anche un Vinitaly pienamente internazionale, dopo le restrizioni dello scorso anno...

Non che non lo sia stato lo scorso anno, dopo due anni di stop. Ricordo che nonostante le "fisiologiche" assenze in particolare di Cina e Russia, l'incidenza di operatori esteri in rapporto agli ingressi è stata tra le più alte mai registrate. Quest'anno abbiamo aumentato considerevolmente il budget sull'estero e contiamo di avere circa il 40% di top buyer in più rispetto al 2022. L'evoluzione quantitativa della domanda estera riguarderà ovviamente un po' tutti i principali mercati di sbocco ed emergenti, a partire dagli Stati Uniti e dal Canada alla Corea del Sud passando per il Vecchio Continente fino al Sud America. »

In contemporanea a Vinitaly

Sol&Agrifood e B/Open. Olio extra vergine di oliva, birre artigianali, produzioni enogastronomiche di qualità e, new entry 2023, i sidri. Questi i protagonisti della 27esima edizione di Sol&Agrifood, il salone internazionale dell'agroalimentare di qualità in programma a Veronafiere in contemporanea con la 55esima edizione di Vinitaly, a cui si affianca quest'anno – all'interno dello stesso padiglione – B/Open, la rassegna b2b dedicata al biologico e alle produzioni attente alla sostenibilità. Obiettivo: incrementare gli eventi che hanno come focus il food certificato, all'interno di un calendario in linea con le esigenze delle aziende del comparto.

Dal forte impatto business, la sinergia tra le due rassegne diventa così il luogo di incontro tra offerta e domanda dove gli espositori raccontano i propri prodotti a buyer e operatori Horeca attraverso masterclass, degustazioni, educational e dimostrazioni in cucina.

Vinitaly Design. Spazio anche ai prodotti e agli accessori che completano l'offerta legata alla produzione e alla promozione a Vinitaly Design, il salone di Vinitaly dedicato all'oggettistica per la degustazione e il servizio, agli arredi per cantine, enoteche e ristoranti e al packaging personalizzato e da regalo. Al Salone è legato Vinitaly Design Int'l Packaging Competition, il concorso organizzato da Veronafiere e Enolitech che premia il miglior design di packaging di vini, distillati, liquori, birre e oli extra vergine di oliva. Undici le categorie in gara per aggiudicarsi l'Etichetta d'Oro, d'Argento e di Bronzo oltre al premio speciale Etichetta dell'anno, Ambiente e sostenibilità, Innovazione e tecnologia, Gdo. La cerimonia di premiazione si terrà il 2 aprile, nella giornata inaugurale di Vinitaly.



foto: Emmevi



» **Il 2023 segnerà anche il ritorno degli operatori cinesi?**

Dopo i lockdown, la Cina è pronta a riprendersi il proprio status di colosso emergente. Con i nostri uffici di Shanghai e la joint venture di base a Shenzhen, in coordinamento con Verona e la rete Ice, stiamo selezionando i principali operatori del mercato del Dragone: si va dai gruppi di primo livello dell'Horeca, come il Gruppo Bottega, Ensue, Vino Bento e Wine Universe, ai primi 20 importatori nazionali a livello di volume e di valore come Cws, Interpocrom e Asc, alle piattaforme di e-commerce come Lady Penguin e Vinehoo. Una task force che sta lavorando su oltre 100 buyer cinesi estremamente qualificati.

Cosa chiedono oggi gli espositori ad un Salone importante come Vinitaly?

Occasioni di business in primis. A cui abbineremo sempre di più servizi di analisi e informazione sui mercati da condividere con il comparto. Il tutto anche attraverso una maggior diffusione degli strumenti online. Ciò che continueremo a ridurre in maniera selettiva in fiera saranno invece gli appassionati.

Appassionati che troveranno, invece, un altro luogo loro dedicato: Vinitaly and the City. Che margini di crescita ci sono per questo fuori salone?

Se l'approccio in fiera è sempre più orientato al business e rivolto agli operatori professionali altamente specializzati, Vinitaly and the City (31 marzo - 3 aprile) è chiamato a diventare a tutti gli effetti il "fuori salone" dedicato ai wine lover, dove per la prima volta, quest'anno, ci sarà anche il Gambero Rosso con dei banchi d'assaggio nello scenografico Cortile del Tribunale. Attività che certifica un rapporto consolidato negli anni e che si aggiunge alla grande degustazione Tre Bicchieri e alle altre attivi-

Gli appuntamenti Gambero Rosso a Vinitaly

Per questa 55esima edizione si rinnova il rapporto tra Gambero Rosso e Vinitaly, con una serie di iniziative sia dentro sia fuori dalla Fiera.

Esordio per la degustazione **Vini d'Italia a Vinitaly and the City**: quattro giorni (31 marzo-3 aprile) di wine tasting con alcune delle migliori etichette selezionate dalla Guida 2023 del Gambero Rosso nella splendida cornice del Cortile del Tribunale di Verona.

Dentro il quartiere fieristico, invece, nella giornata inaugurale del Salone, avrà luogo come di consueto la **degustazione Tre Bicchieri**, dove si potranno ritrovare i vini che hanno ottenuto il massimo punteggio nel 2023. Lunedì 3 aprile è, invece, in programma la **presentazione della guida Oli d'Italia 2023**. Inoltre, per tutti i giorni della Fiera il Gambero Rosso sarà presente con un proprio stand al Padiglione Toscana (Pad 9 - C16).

tà in Fiera (vedi box).

La quattro giorni organizzata nel centro storico di Verona punta ad accrescere la presenza degli amanti del vino attraverso un programma ricco di masterclass, degustazioni, wine talk e appuntamenti culturali in grado di soddisfare le aspettative e le esigenze del grande pubblico. Una demarcazione ancora più netta, questa che abbiamo intrapreso con Vinitaly già a partire dallo scorso anno, che punta a perfezionare il lato b2b all'interno della fiera e la cultura e il racconto del vino in città. Secondo le nostre indagini, infatti, Verona rappresenta un valore aggiunto imprescindibile per espositori e operatori. ❖



DA 20 ANNI

» TI FORMIAMO PER IL SUCCESSO «

Scopri tutti i nostri corsi su gamberorosso.it/academy



ROMA | TORINO | NAPOLI | LECCE | PALERMO

PARTNER



SPONSOR



INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice

S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	Var% settimanale -1,51	Var% inizio anno -4,07
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	Var% settimanale -1,05	Var% inizio anno 2,65
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	Var% settimanale -1,42	Var% inizio anno -2,35

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-0,79	-1,56	12,46	708
Campari	Italia	1,44	11,71	8,69	12.307
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-1,10	-8,16	-11,76	37
Marr	Italia	2,48	1,58	-30,82	770
Newlat Food	Italia	0,11	7,36	-33,26	204
Orsero	Italia	-1,06	12,31	10,00	264
Valsoia	Italia	0,00	1,25	-23,31	104
Anheuser Bush I	Belgio	3,01	1,71	3,79	99.419
Danone	Francia	1,78	8,15	-1,97	35.981
Pernod-Ricard	Francia	-0,80	7,59	1,05	50.996
Remy Cointreau	Francia	-2,12	5,58	-3,65	8.450
Suedzucker Ma Ochs	Germania	0,69	-1,71	31,53	3.279
Dsm	Olanda	-4,73	2,10	-30,25	20.397
Heineken	Olanda	-0,43	9,81	6,77	55.584
Jde Peet S	Olanda	-0,57	3,03	-4,90	13.996
Ebro Foods	Spagna	0,62	10,50	-2,06	2.492
Viscofan	Spagna	-1,30	0,66	9,58	2.817
Barry Callebaut N	Svizzera	-4,09	2,46	-11,60	10.341
Emmi N	Svizzera	-0,67	13,15	-17,27	4.764
Lindt N	Svizzera	-0,86	9,79	0,77	14.165
Nestle N	Svizzera	-3,23	-0,99	-11,44	293.773
Associated British Foods	Gran Bretagna	1,93	27,35	4,53	17.936
Britvic Plc	Gran Bretagna	1,53	6,89	-2,41	2.447
Cranswick Plc	Gran Bretagna	4,75	1,69	-10,98	1.913
Diageo	Gran Bretagna	-1,38	-3,32	-5,26	91.013
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	0,27	12,82	7,17	3.674
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-2,21	-14,27	1,47	42.019
Beyond Meat	Stati Uniti	8,78	44,92	-61,86	1.071
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-0,30	-1,74	-15,56	3.113
Brown-Forman B	Stati Uniti	-0,05	-1,23	-0,55	18.932
Bunge Ltd	Stati Uniti	-0,70	-4,28	-8,66	13.482
Campbell Soup	Stati Uniti	-1,56	-7,45	16,79	14.806
Coca-Cola Co	Stati Uniti	-0,48	-6,45	-4,39	242.357
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	0,14	-5,92	4,12	16.341
Constellation Brands	Stati Uniti	0,26	-3,47	3,75	38.866
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-2,66	1,09	-12,71	9.555
Flowers Foods	Stati Uniti	-1,52	-2,99	1,71	5.547
Freshpet Inc	Stati Uniti	-0,43	17,83	-34,71	2.811
General Mills	Stati Uniti	-0,81	-5,18	17,91	44.441
Hershey Company	Stati Uniti	-1,07	2,91	17,83	32.973
Hormel Foods	Stati Uniti	-2,42	-2,57	-6,84	22.836
Ingredion Inc	Stati Uniti	-0,26	1,50	12,01	6.173
Kellogg Co	Stati Uniti	-4,31	-7,44	3,13	21.120
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-2,81	-3,11	-10,65	45.760
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	0,31	12,62	51,50	13.635
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	-1,21	-2,70	14,13	4.984
Mccormick & Co	Stati Uniti	-1,60	-10,34	-21,91	17.547
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-0,86	3,24	1,94	10.036
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	-2,13	-2,21	-0,46	83.680
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-0,61	0,23	20,57	49.997
National Beverage Corp.	Stati Uniti	1,37	0,26	6,00	4.100
Nomad Foods	Stati Uniti	0,96	3,94	-28,83	2.940
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	6,80	26,44	-67,41	1.225
Pepsico Inc	Stati Uniti	-1,50	-3,95	5,98	225.497
Performance Food Gr	Stati Uniti	-3,55	-3,08	0,98	8.320
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-5,38	-1,43	-0,81	5.209
Post Holdings	Stati Uniti	-1,79	-0,33	-41,65	4.981
Seaboard Corp	Stati Uniti	-0,95	4,63	2,34	4.318
Smucker, J.M.	Stati Uniti	-1,41	-6,67	9,75	14.839
Sysco Corp	Stati Uniti	-2,92	-2,46	-14,39	35.585
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-2,83	10,20	-50,96	1.501
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	-2,33	-4,35	-0,71	44.921
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-2,44	-4,84	-36,07	15.933
Us Foods Holding	Stati Uniti	-4,41	10,32	-3,99	7.927

FINE WINE AUCTIONS

Château Haut-Brion: sotto la lente le bottiglie da 3 litri

Dopo aver analizzato l'andamento delle quotazioni alle aste delle bottiglie junior e senior e delle magnum di Château Haut-Brion, sotto esame questa settimana sono le bottiglie da tre litri, le doppio magnum. È la prima volta che queste bottiglie di formato speciale di Haut-Brion quotate sia nell'anno in esame che in quello precedente sono in numero sufficiente per poter dedicare ad esse una puntata di questa rubrica: evidentemente il mutamento delle abitudini alimentari e degli stili di vita imposto dall'emergenza sanitaria durante la pandemia da Covid-19 non ha provocato soltanto effetti temporanei. Per i 14 millesimi di Haut-Brion questi effetti continuano a essere positivi: nel 2022 il loro valore complessivo è cresciuto di 3.045 euro, salendo da 50.639 a 53.684. Un passo avanti contenuto, del 6%, ma più che soddisfacente in un anno tormentato e contraddittorio come il 2022, e comunque nello stile di questo premier cru della Graves, estraneo a ogni eccesso. **È probabile, per esempio, che appena una bottiglia doppio magnum di Haut-Brion 1961 sarà posta all'incanto, l'attuale quotazione di 35.035 euro verrà ridimensionata.** Lo si può già intuire dalla tabella: uno dei pochi prezzi in ribasso (cinque) è quello del millesimo 1989, che fu un'annata memorabile ma la quotazione a cui era giunto nel 2021, 16.170 euro, è sembrata esagerata a collezionisti e investitori, ma soprattutto ai wine lovers di Haut-Brion, che ci hanno sentito odore di speculazione e l'hanno abbassata a 13.531,50.

– Cesare Pillon

Château Haut-Brion

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2022	Prezzo 2021	+ / -
1961	1 dm	Hk\$ 325.000	Sotheby's, Hong Kong	25/06/21	€ 35.035,00	-	-
1974	1 dm	Hk\$ 19.920	Zachys, Hong Kong	22/10/22	€ 2.607,53	€ 2.021,25	+29%
1982	1 dm	Hk\$ 39.840	Zachys, Hong Kong	22/10/22	€ 5.215,06	€ 4.928,41	+6%
1985	1 dm	Hk\$ 18.675	Zachys, Hong Kong	22/10/22	€ 2.444,56	€ 1.823,36	+34%
1988	1 dm	Hk\$ 18.675	Zachys, Hong Kong	22/10/22	€ 2.444,56	€ 2.290,75	+7%
1989	1 dm	\$ 15.000	Christie's, Los Angeles online	29/03/22	€ 13.531,50	€ 16.170,00	-16%
1990	1 dm	\$ 3.800	Hart Davis Hart, Usa	04/03/22	€ 3.477,00	€ 4.166,88	-17%
1995	1 dm	\$ 2.200	Hart Davis Hart, Usa	16/12/22	€ 2.071,74	€ 1.733,66	+20%
1996	1 dm	Hk\$ 27.390	Acker Wines, Hong Kong	22/01/22	€ 3.100,55	€ 2.133,30	+45%
2000	1 dm	\$ 6.250	Sotheby's, New York	21/05/22	€ 5.908,75	€ 3.610,75	+64%
2003	1 dm	\$ 3.237	Zachys, New York	16/09/22	€ 3.251,89	€ 1.879,50	+73%
2004	1 dm	\$ 2.750	Sotheby's, New York	21/05/22	€ 2.599,85	€ 1.558,95	+67%
2005	1 dm	\$ 3.984	Zachys, New York	25/02/22	€ 3.552,13	€ 4.309,50	-18%
2006	3 dm	\$ 3.486	Zachys, New York	04/11/22	€ 1.177,11	€ 1.619,84	-27%
2016	1 dm	\$ 2.400	Hart Davis Hart, Usa	01/07/22	€ 2.302,08	€ 2.393,39	-4%
2017	1 dm	£ 1.250	Sotheby's, Londra	10/09/21	€1.466,13	-	-

