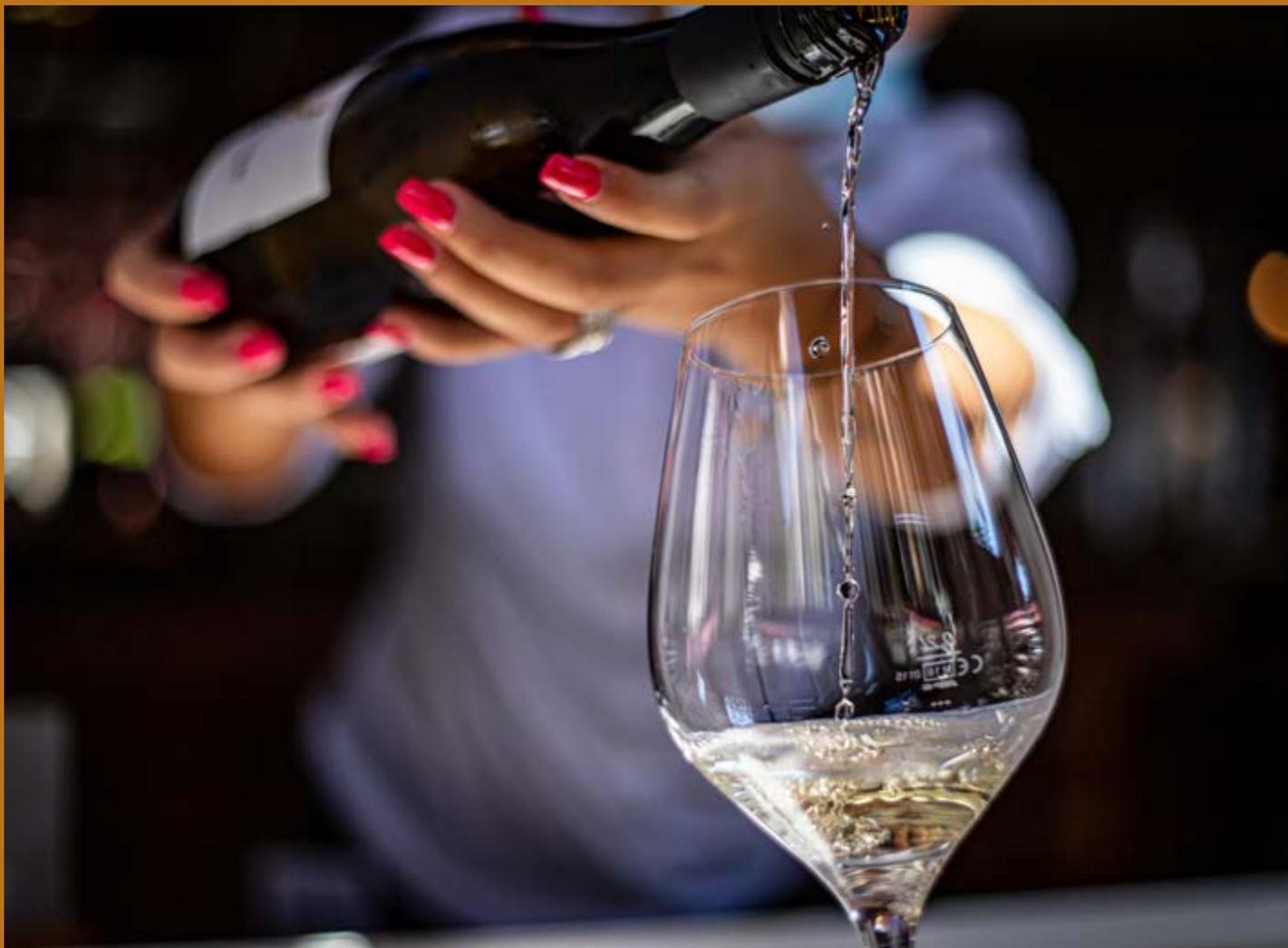




trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



IN GERMANIA SI TIRA LA CINGHIA LA LEVA DEL PREZZO CAMBIA IL MERCATO

FOTONOTIZIA

Il Chianti Classico nella tentata lista italiana. Al centro del dossier l'unicità delle ville-fattoria

GDO

Vendite in flessione anche nel primo trimestre 2023. In controtendenza gli spumanti, spinti dai low cost

FOCUS

Cresce l'appeal per la Doc Vesuvio. Nel 2022 sfiorata quota 2 milioni di bottiglie

ESTERI

I produttori investono sui vini no e low alcol. Il sondaggio del "business report" di Prowein

L'INTERVISTA

Dalla dicitura vignaiolo in etichetta al One-Shop Stop in Europa. Tutte le battaglie Fivi in questi 15 anni



Il Chianti Classico e le sue ville-fattoria tentano la carta Unesco

La tentata lista italiana dei siti candidati a Patrimonio dell'umanità Unesco si arricchisce del sistema delle ville-fattoria nel Chianti Classico. **La proposta è stata avanzata dalla Regione Toscana, e ideata da Fondazione tutela del territorio del Chianti Classico** (presieduta da Teresa Capponi Borawska). Alla base c'è uno studio, ripreso nel 2019 sotto la guida della responsabile scientifica Paola Eugenia Falini, basato sia sulla conoscenza dell'ampia letteratura di settore, ma anche su numerose e specifiche osservazioni sul campo, che hanno messo in luce sempre più chiaramente i caratteri di unicità che identificano il territorio del Chianti Classico in maniera inequivocabilmente distintiva.

“Il Chianti Classico è una delle immagini iconiche della Toscana nel mondo” ha dichiarato il presidente della Regione, Eugenio Giani *“rappresenta di per sé un valore culturale della nostra regione e del nostro Paese, e con l'iscrizione al patrimonio Unesco potrà esaltare a pieno titolo il suo ruolo”*. *“Abbiamo organizzato scrupolosamente”* ha aggiunto Capponi Borawska *“tutta l'analisi preliminare alla presentazione della richiesta formale di inserimento nella lista propositiva italiana. Proseguiremo i lavori per la presentazione del dossier per ottenere l'ambito riconoscimento a Patrimonio dell'Umanità”*.

foto: Consorzio Chianti Classico

CANTINA ITALIA. Nelle cantine italiane 60 milioni di ettolitri in giacenza: +5,1%

Ci sono 60 milioni di ettolitri di vino in giacenza nelle cantine italiane, alla data del 31 marzo 2023. Si tratta di un quantitativo superiore del 5,1% rispetto a un anno prima, con quasi 3 milioni di ettolitri di vino in più. Lo si legge nel rapporto Cantina Italia, curato da Icqrf, da cui emerge che in stock ci sono anche 6,2 milioni di ettolitri di mosti e 105mila ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (Vnaif). Rispetto al 31 marzo del 2022, le quantità sono in calo per mosti (-9%) e per Vnaif (-42,6%). Rispetto al 28 febbraio 2023, il dato delle giacenze è inferiore per tutte le tipologie di prodotto: vini (-4,7%), mosti (-11,2%) e Vnaif (-56,9%).

Il 54,8% del vino in Italia è detenuto nelle regioni del Nord. Nel solo Veneto è presente il 24% del vino nazionale, soprattutto grazie al significativo contributo delle giacenze delle province di Treviso (10,3%) e Verona (8,2%).

Il 52% del vino detenuto in Italia è a Dop, con una quantità leggermente superiore per i vini rossi (49,1%). Il 27,1% del vino è a Igo, con prevalenza del rosso (59,0%), mentre i vini varietali detenuti nelle cantine italiane costituiscono appena l'1,2% del totale. Il restante 19,7% è costituito da vini comuni. Tra le denominazioni, Prosecco Dop, Puglia Igp e Sicilia Dop guidano le giacenze.



La top 100 per regioni viticole

Regione	totale vino (hl)	di cui Dop
Veneto	14.386.346	10.058.328
Puglia	7.490.601	1.104.902
Emilia Romagna	6.602.864	1.526.368
Toscana	5.812.964	3.597.060
Sicilia	4.742.310	2.315.919
Piemonte	4.555.917	3.301.662
Abruzzo	3.531.184	1.827.652
Trentino Alto Adige	2.515.970	1.909.780
Lombardia	2.414.009	1.366.694
Friuli Venezia Giulia	2.320.908	1.576.795
Campania	1.236.220	601.827
Marche	1.232.317	614.597
Lazio	1.073.169	291.997
Sardegna	779.208	506.481
Umbria	600.402	277.860
Molise	230.111	65.604
Calabria	206.259	70.557
Basilicata	181.599	103.243
Liguria	63.764	33.616
Valle d'Aosta	29.941	23.829
ITALIA	60.006.063	31.174.770

fonte: Cantina Italia, dati in ettolitri al 31 marzo 2023

AGRICOLTURA. Banca delle terre, c'è tempo fino al 5 maggio



Sono 20mila gli ettari di terra rimessi in circolo, per un totale di oltre 800 aziende agricole potenziali e un valore a base d'asta di 260 milioni di euro. Dopo avere esaurito in poco tempo la dotazione finanziaria del bando Generazione terra, Ismea prosegue a mettere a disposizione terreni attraverso la Banca delle terre.

Le manifestazioni di interesse per questo bando possono essere presentate, tramite il portale dedicato, sino al 5 giugno 2023. Le procedure sono semplici, telematiche, aperte a tutti e con la possibilità, per gli imprenditori agricoli under 41, di ottenere una rateizzazione del prezzo di acquisto fino a 30 anni.

Info: ismea.it/banca-delle-terre

GDO. In Italia, vendite primo trimestre in calo del 6,1% ma valori a +2%. Spumanti in controtendenza ma spinti dal segmento low cost



Consumi ancora in flessione nella Gdo italiana. Il primo trimestre 2023 segna il livello più basso di vendite allo scaffale anche rispetto al pre-Covid (2019). Il calo nei volumi, sul primo trimestre 2022, è del 6,1% mentre i valori salgono del 2% (673 milioni di euro), spinti dall'effetto inflattivo dei prezzi. Secondo le elaborazioni dell'Osservatorio Uiv-Ismea su dati NielsenIQ, a pagare sono soprattutto il vino fermo (-7,3%), i prodotti Dop (-9,2%) e i vini rossi (-10,5%). Una prova del fatto che "il rialzo dei valori non è legato a una domanda maggiormente orientata verso il segmento premium (i vini comuni perdono la metà rispetto alla media) ma a un surplus di costi produttivi che ha generato un rincaro medio dei prezzi allo scaffale del +8,7%". In un contesto negativo, **si salvano gli spumanti (volumi e +3,9% e valori a +9,8), ma l'incremento" scrive l'Osservatorio Uiv-Ismea "è interamente generato dall'exploit dei low cost (+15,6%)",** segmento che presenta un prezzo medio allo scaffale di appena 4,47 euro/litro e che oggi vale quasi il 40% dei volumi venduti in Gdo tra le bollicine italiane.

Tra le categorie, si segnalano il cali di Prosecco (-2,8% volume) e Champagne (-5,8%), mentre salgono Asti Spumante (+11,8%) e i Metodo classico (+4% volume), da confrontare però con il -35% registrato nell'omologo periodo del 2022. Oltre i vini fermi a denominazione, il bilancio del trimestre è difficile anche per i vini a Igp, con volumi a -8,4%, e per i vini comuni (-4,6%). Più pesanti le perdite per i rossi: -8,2% in quantità, contro il -5,6% dei bianchi e il -11,2% dei rosati. Sopra la media la contrazione dei vini biologici (-8,6%). Considerando i canali distributivi, i più in sofferenza sui volumi risultano i discount (-10%), a fronte di iper e super che chiudono il trimestre rispettivamente a -4% e -5%. Forte calo per l'e-commerce: "Nonostante il sostanzioso taglio dei prezzi" scrive l'Osservatorio "le vendite online segnano a marzo -19,6%".



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2023



Brunello di Montalcino
Prime Donne '18
DONATELLA CINELLI COLOMBINI

In Toscana, più precisamente a Montalcino, troviamo l'azienda Donatella Cinelli Colombini. L'azienda gestita dall'omonima proprietaria è stata creata ed oggi raccoglie 376 ettari, e si caratterizza per le due cantine: il Casato Prime Donne a Montalcino e la Fattoria del Colle a Trequanda. Con Marco Sabellico assaggiamo il Brunello di Montalcino Prime Donne '18. Dal colore rosso rubino, al naso è ricco di frutti rossi di ciliegia e marasca, erbe officinali ed erbe della macchia mediterranea. In bocca è intenso, ricco, fresco, dinamico, vibrante, progressivo, sorretto da una bella acidità, chiude su note speziate e di tabacco. Ottimo in abbinamento con carni rosse caccagione o formaggi stagionati.

Visita il sito cinellicolombini.it e visita l'e-commerce: shop.cinellicolombini.it

Per guardare la puntata:
[instagram.com/reel/CrbFOjhofCc/](https://www.instagram.com/reel/CrbFOjhofCc/)

PIEMONTE. Ok a due nuovi Distretti: "Langhe-Monferrato" e "Roero"

Due nuovi distretti agroalimentari in Piemonte. La Regione, tramite l'assessorato all'Agricoltura, ha dato il via libera ufficiale al "Distretto del cibo e del vino Langhe-Monferrato" e al "Distretto del cibo del Roero", e ha comunicato al Masaf la richiesta di iscrizione all'albo nazionale dei Distretti del cibo. In particolare, il Distretto del cibo e del vino Langhe-Monferrato è costituito a partire dai due principali Consorzi di tutela del territorio: Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato e Consorzio per la tutela dell'Asti, da cui è nata l'iniziativa che si è estesa a numerose altre realtà. Il Distretto del cibo del Roero, che comprende 24 Comuni, ha come ente capofila l'Associazione valorizzazione Roero e coinvolge Associazione sindaci del Roero, Mercato ortofrutticolo del Roero, Associazione per i Paesaggi vitivinicoli Langhe Roero Monferrato, Coldiretti, Cia, Confagri Cuneo, Confartigianato Cuneo, Associazione commercianti Albesi, Ascom Bra. Il primo Distretto del cibo riconosciuto con il nuovo Regolamento regionale è stato, nel 2022, quello del Chierese-Carmagnolese. "Il riconoscimento" per l'assessore Marco Protopapa "è un'ulteriore opportunità di valorizzazione per i Comuni e le realtà economiche che ne fanno parte, dai Consorzi di tutela alle associazioni di produttori, grazie ai quali abbiamo produzioni vitivinicole e agroalimentari che hanno reso rinomati a livello internazionale i territori coinvolti".



LOMBARDIA. Nasce elenco vigneti eroici e storici. Saranno finanziati con fondi dedicati

Attivato in Regione Lombardia l'elenco dei vigneti eroici e storici, per la salvaguardia dei vigneti presenti sui territori più fragili o con particolare pregio paesaggistico, storico e ambientale. Saranno due gli elenchi regionali (eroici e storici). Per i produttori, il riconoscimento consentirà di ottenere in maniera prioritaria aiuti comunitari con la misura dell'Ocm vino per interventi sulla ristrutturazione e riconversione varietale di vigneti eroici e storici. L'assessore all'Agricoltura, Alessandro Beduschi, ha sottolineato che nel prossimo bando "non ci saranno punteggi di priorità ma un canale preferenziale di finanziamento", con risorse in esclusiva per i vigneti nell'elenco regionale.



I vigneti eroici hanno una pendenza media del terreno sopra 30%, una altitudine media oltre 500 metri (esclusi altipiani), sono ubicati in terrazze e gradoni, appartengono alla viticoltura delle piccole isole. I vigneti storici sono quelli presenti prima del 1960, con almeno uno dei due requisiti: forme di allevamento tradizionali legate al luogo di produzione, sistemazione storica del terreno agricolo (sistemazioni idrauliche-agrarie) o di particolare pregio paesaggistico. In Lombardia, storici anche i vigneti, già presenti prima del 1960, all'interno del paesaggio dei 'Vigneti terrazzati del versante retico della Valtellina', che nel 2020 ha ottenuto l'iscrizione nel Registro nazionale dei paesaggi rurali di interesse storico. **Le domande per ottenere il riconoscimento sono aperte fino al 30 settembre, solo per via telematica, sulla piattaforma Sisco** (Portale delle imprese agricole di Regione Lombardia).

In che modo il nuovo Regolamento Ue sulle Igr rivoluzionerà il Turismo Dop?

Il nuovo Regolamento Ue sulle Indicazioni geografiche, approvato in Comagri lo scorso 20 aprile, potrebbe diventare un volano per lo sviluppo turistico delle produzioni di qualità. Infatti, come sottolinea il direttore generale della Fondazione Qualivita **Mauro Rosati** una delle introduzioni più importanti riguarda la definizione delle competenze turistiche dei Consorzi di tutela attraverso l'attribuzione di un ruolo istituzionale nella promozione del Turismo Dop. Un nuovo ruolo che permetterà loro di collaborare concretamente con il Ministero dell'agricoltura, il Ministero del turismo ed Enit.

L'Osservatorio Qualivita, solo nel 2022, ha contato oltre 230 eventi organizzati dai Consorzi di tutela fra degustazioni, visite outdoor e festival. E in molti casi proprio le piccole filiere, che più di altre hanno subito gli effetti legati alla pandemia e alla contrazione di alcuni canali distributivi, sono riuscite a dare una risposta concreta attraverso iniziative di vendita diretta e incoming turistico offrendo esperienze enogastronomiche qualificate. Riuscirà il nuovo Regolamento a dare un nuovo slancio al settore?



VINI&SCIENZA

Nuovi vitigni resistenti alle malattie: minaccia o opportunità?



Quasi ogni giorno emergono nuove occasioni per accentuare il conflitto scienza-società. Una distanza crescente spesso causata dallo "scientismo", l'eccesso di autorità che va oltre la portata legittima della scienza e che le attribuisce la capacità esclusiva di produrre l'effettiva conoscenza dell'uomo e della società. È, infatti, lo scientismo il responsabile della retorica della comunicazione. Il vero nemico della scienza è quindi lo scientismo quando associa gli OGM alla ricerca genetica tradizionale o attribuisce alla diffusione degli OGM in India l'incremento dei suicidi tra gli agricoltori, senza che i fenomeni abbiano nulla in comune sul piano intrinseco. È l'esempio delle cosiddette biotecnologie a cui appartiene la ricerca genetica, sviluppata con l'uso dei MAS (la selezione coi marcatori). Anche l'informazione non aiuta a far comprendere i rapporti scienza-società, sottolineando quegli aspetti propri dello scientismo che rendono la cosiddetta scienza-spettacolo l'unico linguaggio che giunge distorto alla vita sociale e finisce per assomigliare alla magia.

È il caso della pubblicità di alimenti in cui si dichiara l'assenza di derivati da OGM, dando un'idea fuorviante di genuinità e di naturalità. Purtroppo, anche ambientalisti e difensori delle tradizioni alimentari dei singoli Paesi sono diventati scienziati, in quanto fanno un uso opportunistico della scienza come risorsa retorica nella pubblicità, come avviene in politica, usando come modo di dire "scientificamente fondato" o "scientificamente infondato" per giustificare prese di posizione dichiarate come sagge e giuste. Un caso emblematico è il cambiamento climatico, con gli ambientalisti contro il ruolo di scienza e tecnologia alimentare nel determinare il peggioramento della qualità dell'ambiente e delle conseguenze sulla salute umana. Cosa vuol sapere la gente? Chi ha prodotto questi vitigni resistenti? Perché li ha fatti? Posso fidarmi che siano stati fatti per il bene comune? Quali le conseguenze del loro impiego? Gli aspetti scientifici vengono dopo.

– **Attilio Scienza**, Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2023



Duca Enrico '19
DUCA DI SALAPARUTA

In Sicilia, in provincia di Caltanissetta, troviamo l'azienda Duca di Salaparuta. La storica azienda è stata fondata nel 1824 ed oggi è gestita dalla famiglia Reina. Con Marco Sabellico assaggiamo il Duca Enrico '19. Dal colore rosso rubino cupo e fitto dai riflessi violacei, al naso è ricco di frutti rossi di mora, mirtillo, ciliegia e lampone, erbe aromatiche della macchia mediterranea. Al palato è avvolgente, corposo, strutturato, ricco di frutto, sorretto da una bella acidità che dona equilibrio e freschezza all'assaggio. Ottimo in abbinamento con arrostiti, grigliate, cacciagione o formaggi stagionati come il Ragusano e il Piacentino.

Visita il sito **duca.it** e visita l'e-commerce: **duca.store**

Per guardare la puntata:
instagram.com/p/CrTWyJEI5CL/

FOCUS

DOC VESUVIO. Sfiutati 2 mln di bottiglie. Zonazione e Docg le chiavi della crescita

a cura di Gianluca Atzeni

Si dice che i napoletani vivano l'incombenza del Vesuvio con indifferenza. Tuttavia, Napoli e la Campania, in questi ultimi anni, sembrano sempre meno indifferenti alle eccellenze del vulcano, soprattutto ai vini. Merito di un lavoro lento ma costante dei produttori del Consorzio di tutela vini del Vesuvio. La Dop, che oggi raggruppa 135 viticoltori, pari al 93% della produzione rivendicata, **nel 2022 ha toccato il record di imbottigliamenti**, sfiorando quota 2 milioni di bottiglie, grazie a un incremento del 20% e a un raddoppio rispetto al 2016.

LA ZONAZIONE. Ciro Giordano, presidente dell'ente che ha sede a Sant'Anastasia, traccia un bilancio sul medio termine e si dice soddisfatto del miglioramento della reputazione sul mercato interno e locale: "Enotecche e ristoranti, qualche anno fa, contavano pochi nostri prodotti. Oggi, notiamo una buona presenza nelle carte dei vini. Abbiamo investito in qualità e promozione del marchio e avviato un percorso di zonazione secondo quattro macroaree tra Vesuvio, Monte Somma e zone costiere". Si tratta di un utile tentativo di interpretare e, di conseguenza, promuovere le varie sfumature del terroir vesu-

In cifre

- 200** ettari
- 135** soci viticoltori
- 16** Comuni in provincia di Napoli
- 2 milioni** di bottiglie
- 40%** export
- 40%** biologico
- 60%** lotta integrata

fonte: Consorzio vini Doc Vesuvio



viano ma anche del primo passo verso una zonazione di stampo scientifico, che il Consorzio intende mettere nero su bianco, in collaborazione con gli enti universitari partenopei.

I PREZZI. In aumento non ci sono solo gli imbottigliamenti, che nel primo trimestre 2023 "hanno già raggiunto 450mila unità", ma anche le superfici: "Più 15% nel periodo pandemico", riferisce Giordano, che cita la ripresa (dopo lo stop forzato dal Covid) del progetto di recupero delle ex aree vitate, per 100 ettari potenziali, grazie a un accordo col Parco nazionale del Vesuvio, che di recente ha rinnovato i vertici. "Recuperare 70-80 ettari sarebbe già un grande risultato", ammette il presidente.

Il mercato chiede vini del Vesuvio ma oggi "le disponibilità sono inferiori alle richieste" e tale trend ha determinato un innalzamento dei prezzi: "Siamo intorno ai 5,50 euro franco cantina, mentre eravamo sotto i 2 euro nel 2016", ricorda Giordano, sottolineando che, **al dettaglio, non si scende sotto 10 euro a bottiglia per una Dop Vesuvio**. A tale risultato ha contribuito anche la decisione di rendere obbligatorio l'imbottigliamento in zona.

IL MARCHIO. Ed è stata altrettanto efficace la scelta di creare un marchio consortile volontario da apporre sulle etichette. **A fine 2021, il 20% delle imprese usava il bollino del Consorzio e nel 2022 tale percentuale è salita al 50%**. Annunciata oltre un anno fa, l'idea è percorrere la strada della Docg. Ma l'operazione potrà essere avviata una volta terminato il confronto con Bruxelles sulle precedenti modifiche al disciplinare, introdotte a partire dal 2017 e integrate nel 2022. Il dovuto passaggio in Ue ha allungato la tempistica.

L'ENOTURISMO. La scoperta dei vini del vulcano presuppone che il territorio sappia fare accoglienza. "Sono in aumento le cantine che offrono visite guidate e degustazioni, mentre per l'alloggio facciamo rete coi tanti bed and breakfast nati di recente", conclude Giordano, che annuncia la seconda edizione di Campania wine (10-12 giugno a Napoli) per far scoprire, ad appassionati e operatori, che dopo il "bello" e il "terribile" narrati così bene da Goethe, sul Vesuvio c'è anche il buono.

Il gusto della birra Naturale.

GRAPPA. Consumi in crescita tra Millennial e al Sud Italia. Avanza il fuori casa.

L'indagine AstraRicerche

Più Millennial, più Sud Italia, più coppie e più fuori casa nel consumo moderno di Grappa italiana. Lo rileva un'indagine AstraRicerche per Grappa Libarna (Gruppo Montenegro), condotta su un campione di mille persone tra 18 e 65 anni. L'indagine dice che il 44% degli italiani consuma grappa almeno qualche volta in un anno, soprattutto a casa (59,1%) e a casa di amici e parenti (47,7%), poi in bar ed enoteche (46,6%) e ristoranti (38,4%).

Quarta in valore e in volume tra gli spirit italiani, la Grappa consumata fuori dalle mura domestiche interessa le donne (67%), i 18-24enni (71%), i 25-34enni (74%) e i single (73%). **Per quasi tutti, il consumo è associato a fine pasto (65,2%) ma ci sono appassionati che la apprezzano nel dopo cena (21,7%),** a partire dalle donne (27%) e dai giovani 24-34enni (31%), o nella pausa pomeridiana (13,4%).

Tra i Millennial, la metà dichiarano di berla di frequente o saltuariamente. Il distillato è associato all'idea di convivialità con gli amici (53%). A cambiare, secondo AstraRicerche, è anche il grado di apprezzamento a livello geografico:

picchi di consumi si registrano al Sud (49%), più che al Nord-ovest (38%) o al Nord-Est (42%). Piace alle coppie (convivente 48% o non convivente 47%) molto più dei single (34%); si beve più nelle città medie e grandi (47% dai 30 ai 250mila abitanti e 48% oltre i 250mila) rispetto ai piccoli centri (35%). Per quanto riguarda l'occasione, rispetto al tradizionale consumo in casa, che si conferma in testa alle preferenze di oltre 7 italiani su 10 (76,6%), ora si afferma anche il fuori casa (65,7%), con i giovani a fare da traino.

Alla base della scelta del prodotto Grappa, c'è il metodo di produzione o di invecchiamento (43,9% dei consumatori), davanti all'uso delle materie prime (31,6%) e alla notorietà e storicità del brand (30,9%). Si valuta anche il forte legame col territorio di appartenenza (27,5%). Oltre un intervistato su tre sceglie di degustare la Grappa da sola (35,2%; in testa i 55-65enni col 50% e gli uomini col 40%) oppure dopo un caffè (30,2%). Poco più di uno su cinque, infine, la abbinava a prodotti dolci o salati (23,0%), perlopiù donne (30%), 18-24enni (34%) e 35-44enni (33%).



PINOT GRIGIO. Imbottigliamenti a +3% nel primo trimestre: crescono tipologie ramato e spumante

Primi bilanci per il Consorzio di tutela della Doc delle Venezie. Il primo trimestre 2023 sorride alla denominazione interregionale (Veneto, Friuli Venezia-Giulia e Provincia di Trento), esportata per il 96% dei volumi, e fa segnare una crescita del 3% degli imbottigliamenti rispetto a un anno fa, pari a 1,7 milioni di bottiglie in più. Come spiega il direttore del Consorzio, **Flavio Innocenzi**, è stato il mese di marzo a fare la differenza, con 148.400 hl di Pinot grigio delle Venezie Doc imbottigliati, quasi integralmente provenienti dall'ultima stagione produttiva (94%), il 6% in più sullo stesso mese del 2022.

Positivo anche il conto delle certificazioni che toccano il +8% sui primi tre mesi del 2022. Secondo il Consorzio, si tratta di un bilancio "ottenuto anche grazie alla fiducia degli imbottiglieri esteri, e fuori zona sul territorio nazionale, che credono nei va-

lori e negli alti standard qualitativi della Doc, scegliendo il suo Pinot grigio". A fine marzo, in particolare, la quantità imbottigliata da operatori esteri (per il 97% della stagione produttiva 2022) ha raggiunto i 23.175 hl. I Paesi partner più fedeli restano nell'ordine Germania, Stati Uniti, Austria, Canada e Regno Unito. Il Consorzio, dopo le grandi fiere, da Parigi a Dusseldorf e Verona, si sta preparando per le previste attività promozionali in Italia, Regno Unito, Stati Uniti, Canada e Giappone.

La Doc delle Venezie resta una tra le più grandi in Italia, come ricorda il presidente **Albino Armani**: "Siamo stati la prima Doc italiana capace di aggregare tre regioni, raggiungendo un totale di 240 milioni di bottiglie medie all'anno e unendo oltre 6mila viticoltori e un migliaio di aziende tra vinificatori e imbottiglieri. Ora è importante che anche gli italiani ne riscoprano le potenzia-



lità espressive". Dall'ultimo Vinitaly, in particolare, sono arrivate importanti indicazioni sulle preferenze degli operatori del settore per le due tipologie emergenti come il ramato e lo spumante. Il primo, rappresenta l'esito della vinificazione tradizionale (con uve a bacca grigia e non bianca), ottenuto con macerazione sulle bucce per il tempo necessario a far acquisire al vino il caratteristico color ramato brillante con riflessi dorati. Il secondo, nota il Consorzio, si sta affermando in occasioni conviviali e per gli aperitivi.



CONTE VISTARINO

Tenuta di Rocca de' Giorgi

La casa del Pinot Nero, dal 1865.

Oltrepò Pavese Metodo Classico
Pinot Nero DOCG
Dosaggio Zero
Millesimato



contevistarino.it

SOSTENIBILITÀ. La (R)evolution di Tinazzi che ha adottato tre delfini del Golfo di Taranto

Pontos, Idros e Toosa. Sono i nomi di tre delfini del Golfo di Taranto (un grampo, un capodoglio e un tursiope), ma anche di tre vini pugliesi, rispettivamente un Primitivo, uno Chardonnay e un Primitivo Rosato della cantina Tinazzi. Cosa li lega, a parte il nome e la provenienza geografica? Un progetto, fortemente voluto da Francesca Tinazzi, che ha l'obiettivo di salvaguardare il mare e chi lo abita, attraverso la partnership con Jonian Dolphin Conservation ETS, l'associazione pugliese che studia i cetacei del Golfo di Taranto. Nel concreto **prevede l'adozione di tre cetacei da parte della cantina e una royalty di 1 euro per la vendita di ogni bottiglia appartenente alla linea dedicato al progetto**. Le donazioni raccolte verranno utilizzate per finanziare importanti progetti di ricerca e di tutela del mare e delle sue specie.

Ma l'impegno a favore dell'ambiente della cantina con sede a Lazise non finisce qua. Si chiama (R)Evolution il progetto che, oltre al bilancio di sostenibilità aziendale



(giunto alla seconda edizione), ha introdotto a partire da quest'anno anche l'adozione del Codice di condotta dei fornitori, che riguarda tutta la supply chain: ogni anello della catena si assume responsabilità nei confronti dell'ambiente e delle persone coinvolte nella produzione o nel servizio. A tal proposito, nel 2022 i fornitori di bottiglie hanno avviato un progetto che prevede di impiegare bottiglie più leggere, passando dai 1200 grammi delle "Imperiali" ai 550 grammi delle "Prince" per ridurre i consumi energetici, di trasporto e di smaltimento. – L.S.

RICERCA. Contro cimice asiatica e Drosophila suzukii primi risultati positivi.

Un bilancio della Fondazione Mach

Primi risultati a livello nazionale e trentino sul programma di lotta biologica che usa gli insetti per contrastare in modo sostenibile, riducendo i fitofarmaci, la cimice asiatica e la Drosophila suzukii, emergenze fitosanitarie che interessano da anni il mondo agricolo e vitivinicolo.

Per la cimice, in particolare, è stata richiesta l'estensione dell'autorizzazione per il quarto anno e le prospettive sono che diventi una delle diverse specie fitofaghe del meleto da gestire normalmente in provincia di Trento, un areale ideale per l'insediamento dei parassitoidi, utili a contrastare la cimice. In Trentino, in 3 anni sono state rilasciate 35mila vespe samurai che si sono insediate nel 53% dei siti. Oltre alla riduzione dei trattamenti, i risultati dei campionamenti annui in 450 frutteti campione più esposti alle infestazioni hanno



confermato una costante contrazione della pressione del fitofago.

Per la Drosophila (foto), i risultati sono ugualmente positivi e si attendono gli esiti del terzo anno per fare previsioni sull'evoluzione e sul programma di lotta biologica, che proseguirà anche nel 2023. Gli antagonisti della Drosophila sono stati rilevati nel 27,7% dei casi (in Trentino 50%) e nel 19,1% dei siti nazionali rispettivamente nel 2021 e nel

2022. La prima campagna di lanci del parassitoide (Ganaspis brasiliensis), nell'agosto 2021, ha interessato le regioni Campania, Emilia-Romagna, Piemonte, Puglia, Sicilia, Valle d'Aosta e Veneto e le Province autonome di Trento e Bolzano. Nel 2023, si sono aggiunte Lombardia e Toscana. **I risultati dei monitoraggi delle prime due stagioni suggeriscono che l'insetto antagonista si stia insediando sul territorio nazionale.** Non solo, anche grazie all'introduzione accidentale in Trentino di un secondo antagonista della Drosophila (la Leptopilina japonica), i tecnici della Fondazione Mach parlano di risultati incoraggianti che "lasciano supporre che l'azione dei due parassitoidi crescerà nei prossimi anni, andando a regolare le popolazioni di Drosophila suzukii sul territorio".

SOSTENIBILITÀ. Lo standard Equalitas diventa marchio di certificazione europeo

Il logo Equalitas diventa marchio di certificazione europeo. Tra i primi organismi a recepire il nuovo regolamento, Equalitas chiude così l'iter di un anno che ha tenuto impegnati progettisti e legali con l'obiettivo di vedere i propri loghi riconosciuti non solo nei Paesi Ue ma anche in 12 mercati extraeuropei, tra cui Usa e Uk.



I marchi di garanzia o certificazione rappresentano un nuovo step nell'ambito del controllo, in quanto creati appositamente per certificare determinate caratteristiche del prodotto rispetto a un regolamento d'uso (nel caso specifico di Equalitas, l'adesione ai requisiti dello standard di sostenibilità). Riccardo Ricci Curbastro, presidente Equalitas, sottolinea che il nuovo marchio fornisce vantaggi concreti alle aziende certificate: "Potranno fruire di un mezzo ancora più performante in grado di produrre risultati anche fuori dall'Europa, senza dimenticare la rilevanza che tutto questo comporta nell'ambito dei rapporti coi consumatori". Per garantire l'immediata riconoscibilità e distintività del marchio, la società ha deciso di rinnovare il layout dei propri loghi (nella foto) che saranno resi disponibili alle aziende in tempi brevissimi.

BILANCI. L'Assemblea di Masi Agricola approva dividendo di 6 cent per azione

Via libera da parte dell'assemblea degli azionisti di Masi agricola al bilancio d'esercizio 2022. La società quotata su Euronext Growth Milan ha deliberato la distribuzione di un dividendo unitario ordinario pari a 0,06 euro per azione, per 1,92 milioni di euro complessivi, pari al 49% circa dell'utile netto dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022. Lo stacco della cedola avverrà in data 19 giugno 2023. Approvata anche la proposta di destinare la residua parte dell'utile (198.331 euro) a riserva legale e la somma di 1,83 milioni di euro come utili a nuovo.

Infine, **Arianna Alessi, dopo la cooptazione avvenuta il 31 marzo, è stata nominata amministratore e pertanto entra nel Cda al posto di suo marito Renzo Rosso** (dimissionario a metà marzo scorso), in rappresentanza di Red circle (che detiene il 10% del capitale societario), fino alla data dell'assemblea che approverà il bilancio al 31 dicembre 2023.



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2023



FCO Ribolla Gialla Ris. '19
MONVIERT

In Friuli, più precisamente a Cividale del Friuli, troviamo l'azienda Monviert. L'azienda è gestita Fulvio Zorzettig e dai figli Stefania, Alessio e Chiara, si estende per 91 ettari vitati e ha una produzione importate di oggi 400 mila bottiglie. Con Marco Sabellico assaggiamo il FCO Ribolla Gialla Ris. '19. Dal colore paglierino brillante, al naso è minerale e ricco di frutta matura di pesca, mela e albicocca. In bocca è succoso, strutturato, pieno, sorretto da una bella acidità che dona freschezza, un finale lungo e persistente che chiude su toni minerali. Ottimo in abbinamento con piatti a base di pesce, pesce crudo, crostacei, ma anche con carni bianche, zuppe speziate e formaggi freschi a pasta molle.

Visita il sito monviert.com

Per guardare la puntata:
[instagram.com/reel/CrgOxUbomiK/](https://www.instagram.com/reel/CrgOxUbomiK/)

EVENTI. Prima edizione per Co(u)ltura: il Festival della letteratura del vino

Si chiama Co(u)ltura Conegliano Valdobbiadene ed è il primo Festival della letteratura del vino organizzato dal Consorzio di tutela del Prosecco Docg. L'appuntamento è sabato 6 e domenica 7 maggio, al Castello San Salvatore a Susegana per **un fine settimana dedicato a incontri con gli autori, banchi d'assaggio con i produttori, masterclass, video proiezioni e mostre sulle diverse declinazioni del tema enologico.** "Con Co(u)ltura Conegliano Valdobbiadene vogliamo proporre un modo più ampio e coinvolgente di proporre il nostro prodotto" spiega Elvira Bortolomiol presidente del Consorzio di Tutela "Si tratta di un evento che prende spunto dalla presentazione dell'ultima annata del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg per condurre il visitatore in un percorso appassionante nel mondo del vino". "È la prima volta che un Consorzio decide di andare oltre la dimensione promozionale del proprio vino per restituire al pubblico occasioni di riflessione autoriale, grazie all'incontro con scrittori, giornalisti e saggisti" è il commento di Alessandro Torcoli, tra gli ideatori dell'evento "I visitatori potranno alternare sessioni di assaggio a presentazioni di libri a tema eno-gastronomico, per uscirne arricchiti non solo nei sensi, ma anche nell'intelletto". Parteciperanno all'evento il professore Attilio Scienza, il presidente Oiv Luigi Moio, il produttore Sandro Boscaini, ma anche giornalisti come Gad Lerner che dialogherà con Alberto Grandi proprio sull'origine delle denominazioni. Due le mostre previste: sui manifesti pubblicitari fino a metà del '900 e una immersiva nella viticoltura.

Info coulturafestival.it

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon, Attilio Scienza

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

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 ALL'11 GIUGNO

❖ PRIMAVERA

DEL PROSECCO SUPERIORE

nei Comuni delle Colline del Prosecco (Treviso)
primaveradelprosecco.it

FINO AL 2 MAGGIO

❖ SAGRA DEL VINO DI CASARSA

Casarsa della Delizia (Udine) fino al 2 maggio
procasarsa.org/sagra-del-vino/

28 APRILE

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Conte Vistarino Pinot Nero dell'Oltrepò Pavese 1865 '16 sui canali social del Gambero Rosso

1 MAGGIO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Camigliano Brunello di Montalcino Gualto Ris. '16 sui canali social del Gambero Rosso

3 MAGGIO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Fattoria di Magliano Maremma Toscana Vermentino Pagliatura '22 sui canali social del Gambero Rosso

5 MAGGIO

❖ ZIBIBBO È PANTELLERIA

isola di Pantelleria fino al 7 maggio

5 MAGGIO

❖ ORGANIC WINES E BERE BENE 2023 MILANO

Hotel Melià - Milano Masterclass: dalle 16.00 alle 17.30 Degustazione: dalle 16.00 alle 20.00
store.gamberorosso.it

6 MAGGIO

❖ LAMBRUSCO A PALAZZO

San Benedetto Po (Mantova) Abbazia di Polirone fino al 7 maggio
facebook.com/LambruscoAPalazzo

6 MAGGIO

❖ COULTURA

Susegana (Treviso) Castello di San Salvatore fino al 7 maggio
coulturafestival.it

6 MAGGIO

❖ BEVIAMOCISUD

Roma Hotel Palatino fino al 7 maggio
beviamocisudroma.it

6 MAGGIO

❖ SABATO DEL VIGNAIOLO

in tutta Italia
fivi.it/sabato-del-vignaiolo/

7 MAGGIO

❖ FERMENTO EMILIA

Castello di Montecchio Emilia fino all'8 maggio
fermentoemilia.it/

7 MAGGIO

❖ CILIEGIOLO DI MAREMMA E D'ITALIA

Sorano (Grosseto) presso Fortezza Orsini fino all'8 maggio
consorziovinimaremma.it

8 MAGGIO

❖ WINE AND THE CITY

Napoli centro storico fino all'11 maggio
wineandthecity.it

8 MAGGIO

❖ LA PRIMA DELL'ALTA LANGA

Venaria Reale (Torino) Reggia di Venaria Galleria Grande dalle 9.30 alle 18.30
altalangadocg.com



Donatella Cinelli Colombini

Montalcino, Toscana

Le grandi cantine della Toscana



SAN FELICE

LOC. SAN FELICE, 1 | 53019 CASTELNUOVO BERARDENGA (SI)

WWW.SANFELICE.COM | 0577 39911

San Felice, un antico borgo toscano tra le colline del Chianti Classico. Nei dintorni Siena, Montalcino e gli incantati paesaggi delle crete; boschi, oliveti e vigne che conoscono da secoli la mano dell'uomo. La Tenuta, che fu di proprietà della famiglia Grisaldi del Taja dal 1700 al 1968, è oggi una preziosa realtà vitivinicola che si estende nelle tre zone produttive più vocate della Toscana: il Chianti Classico, Montalcino e Bolgheri; vi alberga da sempre un talento creativo e innovatore che si è manifestato sin dagli esordi con la nascita nel 1968 del primo Supertuscan mai prodotto nel Chianti Classico, il Vigorello e con la produzione di vini d'eccellenza, in una continua evoluzione di qualità, ricerca ed innovazione.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Poggio Rosso Chianti Classico Gran Selezione Docg '18

Rosso rubino intenso e luminoso. Il naso è molto pronunciato, con sentori di prugna, mora e lampone. Reso pieno e intenso dai tannini fitti e morbidi, il sorso è arricchito da una piacevole freschezza e da note speziate nel finale. Perfetto con piatti a base di tartufo e cacciagione.

Campogiovanni Brunello di Montalcino Docg '18

All'olfatto spiccano profumi di frutti maturi di bosco, confettura di more e note di tabacco e cuoio. Il sorso è ampio e morbido, dalla lunga persistenza e una chiusura in cui tornano i richiami alla frutta a bacca nera. Ottimo con piatti a base di cacciagione e di carne rossa.



Bell'Aja Bolgheri Superiore Doc '20

Di colore rosso rubino profondo, al naso presenta eleganti note di frutta matura e sentori speziati di liquirizia e cacao. Il sorso è caldo, avvolgente, con tannini fitti, ma setosi. Vino ideale per accompagnare piatti di carne arrosto o in umido o formaggi stagionati.



GAMBERO ROSSO

SAN MARZANO

On Tour

LA PROSSIMA CENA IN PROGRAMMA:

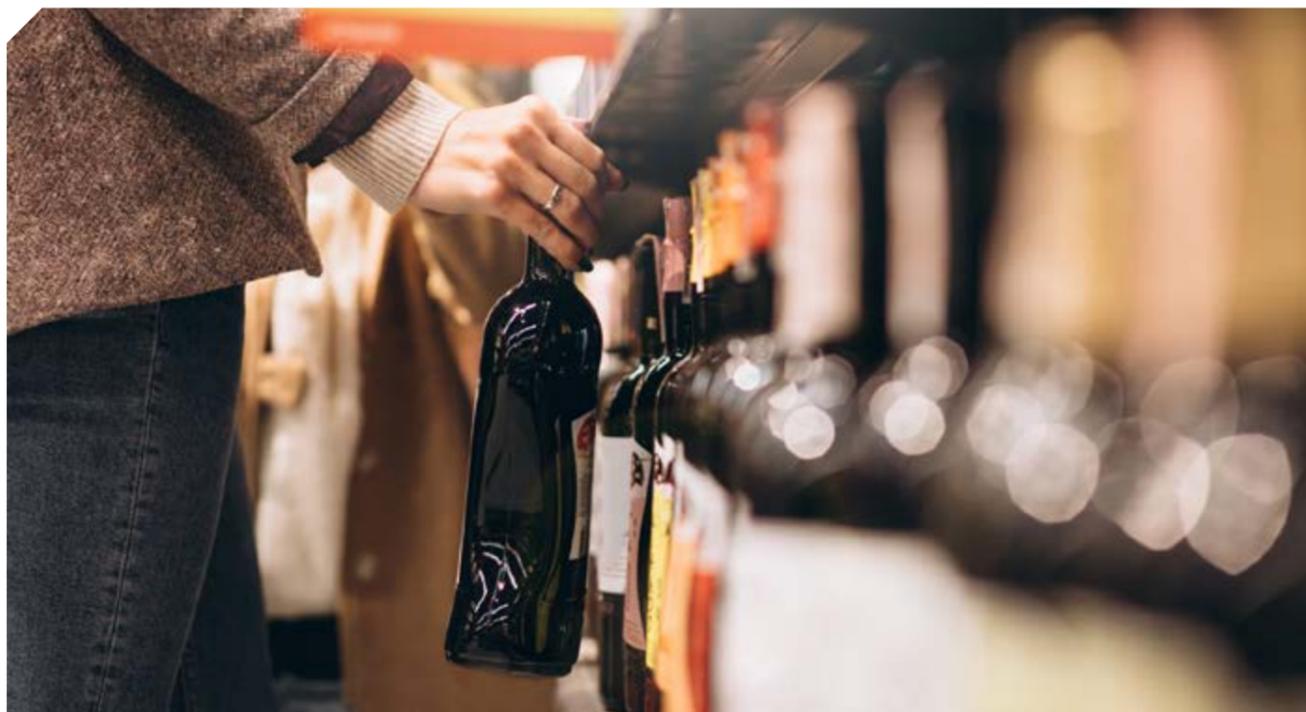
4 MAGGIO 2023 | ore 20:30
GIANNI D'AMATO MIRANDA

Località Fiascherino, 92 | Tellaro (SP)

INFO E PRENOTAZIONI: 0187 964 012

www.gamberorosso.it

TREND. Il vino no-low alcol convince produttori e trade. Il report di Prowein



Quasi metà dei produttori e dei commercianti di vino intende adattare il proprio portafoglio vini ai trend del mercato e c'è un 27% che sta già investendo su no e low alcol. È questo il responso del business report di ProWein. La Fiera di Düsseldorf, che ha ospitato per la prima volta un padiglione dedicato ai vini dealcolati e a basso tenore alcolico (denominato "world of zero"), ha infatti sondato i pareri sulle intenzioni future di oltre 2.500 tra produttori, commercianti e distributori di quasi 50 Paesi.

Del resto, gli affari su questa specifica categoria non possono essere trascurati, soprattutto se è vero che, come indica l'Iwsr, il 2022 ha totalizzato ben 22 miliardi di dollari di giro d'affari con una previsione di crescita annua del 7% entro il 2026.

In un altro sondaggio, che ha interessato i rivenditori di vino di 16 mercati, il team di Prowein, in collaborazione con la Geisenheim University, ha sondato le opportunità di mer-

cato relative ai vini no-low alcol. In generale, i vini con bassa gradazione alcolica o dealcolati sono visti come prodotti di tendenza da un terzo del campione. Le migliori opportunità sono attribuite a questo tipo di vino rispetto ai vini senza alcol. Considerando i vari mercati, il Regno Unito è ritenuto il più promettente per entrambe le categorie. Ma c'è anche un motivo strettamente economico che ha spinto la maggioranza degli intervistati a optare per tale piazza: il sistema fiscale britannico applica tariffe molto basse o addirittura nessuna tariffa sui prodotti a bassa gradazione alcolica.

Top 5 mercati vini no-alcohol	
Uk	53%
Olanda	43%
Finlandia	36%
Germania	34%
Norvegia	33%

fonte: Prowein business report 2022

Guardando alle tipologie di vino, sono i bianchi (73%) e gli spumanti (58%) a guidare la categoria no-low alcohol, davanti ai rosati (37%) e, infine, ai vini rossi (27%). In questa scelta, c'è anche una ragione tecnica: dealcolare i bianchi è più semplice rispetto ai rossi, per i quali l'industria deve lavorare soprattutto sull'eccesso di tannini. Nel dettaglio, i mercati più promettenti per i soli vini bianchi e spumanti no-low alcohol sono Nord America, Italia e Scandinavia (per gli spumanti) e Scandinavia, Olanda e Canada per i bianchi, seguiti da Portogallo, Germania e Usa. - G.A.

Top 5 mercati vini low-alcohol	
Uk	67%
Norvegia	56%
Usa	51%
Olanda	43%
Canada	36%

fonte: Prowein business report 2022

Riserva che passione

Capita nella vita di giungere, anche magari inaspettatamente, al naturale completamento di un percorso.

Nel nostro caso la scelta di destinare alla tipologia 'Riserva' i vini aziendali più rappresentativi è nata dal fatto che gli stessi hanno saputo regalarci enormi soddisfazioni in termini di risultato enologico finale.

Gestione mirata delle vigne di provenienza, rese per ettaro contingentate e rigorose selezioni in cantina hanno naturalmente indirizzato questi prodotti verso lunghi ed importanti affinamenti. Il risultato?

Tanta, tanta vita davanti...



monviert.com



MONVIERT

Azienda Agricola Monviert S.s.a.
Via Strada di Spessa, 8 33043 - Cividale del Friuli (UD)



CALENDAR 2023/2024

2023

APRIL

02 VERONA - Italy	trebicchieri - Vinality 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

MARCH

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

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

www.gamberorossointernational.com

GamberoRossoInternational  

IL MIO EXPORT

Rossella Noventa – Noventa

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

Siamo una piccola realtà familiare in un territorio pressoché sconosciuto, il Botticino Doc, sulle colline tra Brescia e il Lago di Garda. Produciamo 35/40mila bottiglie e ne esportiamo il 10% in Svezia, Giappone e Usa.

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

Il mercato migliore per noi è il Giappone: l'interesse verso la cultura italiana è sempre molto alto e abbiamo creato un rapporto continuativo con l'importatore; per contro, i dazi sono molto elevati. Gli Usa sono il mercato più difficile, stiamo ancora scontando i danni del lockdown pesante e ci vorrà tempo per una buona ripresa.

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

I tempi di consegna verso il Giappone sono ulteriormente aumentati, creando problemi logistici importanti; inoltre, i costi delle materie prime, vetro in particolare, sono stati solo parzialmente assorbiti dall'aumento dei listini.

4 Come va con la burocrazia?

Ci affidiamo a consulenti molto preparati ma notiamo che accedere ai contributi è sempre più arduo: tanto tempo (e tanta carta) in più rispetto al passato.

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

Visitiamo regolarmente i nostri importatori e durante il periodo pandemico siamo ricorsi al digitale per cercare di annullare le distanze; ricordo con particolare piacere una videocall dal vigneto con il no-



stro importatore giapponese e i suoi clienti. La pandemia ci ha insegnato a non dare nulla per scontato e a trovare soluzioni alternative: come il digitale, appunto.

6 Ci racconti un aneddoto (positivo/negativo) legato alle sue esperienze all'estero.

Quando mi reco a New York e menziono il marmo di Botticino che decora la Grand Central Terminal, tutti lo conoscono. Diventa così più facile parlare del vino che nasce dai vigneti appoggiati proprio sul marmo. E poi passeggiare su quella pietra bianca, estratta a pochi metri da casa, è ogni volta una bella emozione.

❖ Noventa - Botticino Mattina - Brescia - noventabotticino.it

NEL PROSSIMO NUMERO
RUFFINO

GERMANIA AI RAGGI X. GLI ULTIMI TREND DEL QUARTO MERCATO MONDIALE

▲ a cura di Gianluca Atzeni

Massima attenzione dei consumatori alla spesa a causa dell'effetto inflazione e del caro vita. L'Italia resta prima tra i fornitori. In ascesa rosati e bianchi secchi, non arretra il biologico. Occhio agli spumanti no alcol locali. Quali chiavi per crescere nel Paese centro-europeo?



foto: german wine institute

’occhio al portafogli è un mantra per i tedeschi. La loro altissima propensione al risparmio e l'attenzione maniacale a far quadrare sempre i conti, così tra le mura domestiche come anche da turisti all'estero, è arcinota. E in una congiuntura inflazionistica, fatta di rincari e di crisi generalizzata, questo atteggiamento li ha portati a tagliare gli acquisti di vino del 10% nel corso del 2022. Meno bottiglie e spesa che è diminuita nel complesso del 6,5% in un anno, come testimoniano i dati raccolti da NielsenIQ per il Deutsches Weininstitut (Dwi), l'istituto per il vino tedesco. Pressate dagli aumenti del costo della vita, le famiglie hanno privilegiato l'essenzialità, mettendo da parte il superfluo e attribuendo massima importanza al fattore prezzo. Un comportamento che si è riverberato immediatamente sul bilancio dei consumi interni, caratterizzati da uno **spostamento delle preferenze verso le fasce di vino con quotazioni più basse**. Un vantaggio, di fatto, per i vini d'importazione rispetto a quelli locali che, al contrario, nel periodo pre-Covid avevano intrapreso un percorso crescente guadagnando sempre più posizioni sui vini stranieri.

I TEDESCHI ABBASSANO L'ASTICELLA DEL PREZZO MEDIO

Con un prezzo medio di 3,64 euro al litro, le etichette estere hanno perso il 7% in volume e il 5% in valore, rispetto alle etichette tedesche che hanno registrato un prezzo medio di 4,18 euro/litro e lasciato sul terreno il 14% delle quantità per una spesa che è diminuita dell'8%. **Tradotto in quote di mercato, i vini tedeschi – contrariamente al trend degli anni precedenti – hanno perso qualche posizione, passando dal 45% al 44%**. Tra i vini stranieri, l'Italia resta al primo posto nella classifica dei »

Quanto vale il vino italiano nel mercato tedesco?

La Germania è uno dei tre principali mercati di destinazione dell'export di vino italiano e di numerosi settori dell'agroalimentare made in Italy. Nel 2022, l'Italia ha spedito verso questo Paese 525,6 milioni di litri di vino, in calo dell'1,8% rispetto ai 535,1 mln dell'anno precedente, al di sotto anche dei 547,6 milioni di litri del 2020, anno più duro della pandemia.

Nel giro d'affari, il 2022 ha registrato una progressione del 4,9% a 1,18 miliardi di euro, contro 1,12 mld del 2021 e 1,07 mld del 2020. Valori pressoché stabili se si considera anche il triennio 2017-2019, mentre i volumi nello stesso periodo pre-pandemico hanno oscillato tra i 571 mln di litri del 2017 ai 581 mln di litri del 2019.

» fornitori per quote a volume (16%, in calo dal 17% del 2021) e precede sia la Spagna (14% e +2%) sia la Francia (11% di quote).

BIO OK, IN ASCESA ROSATI E CANALE ONLINE

Se c'è un segmento che i tedeschi non hanno tradito è quello del biologico. La categoria, di fatto, è stata risparmiata dalla debacle del 2022. La sua quota di mercato è rimasta invariata al 3% sul giro d'affari e del 4% nei quantitativi.

Come accaduto in Italia nel canale della distribuzione moderna, i rosati in Germania hanno chiuso un 2022 positivo, migliorando di un punto percentuale la quota di mercato in volume, salita al 13%. **Una progressione ottenuta a spese dei vini rossi**, come spiega l'istituto del vino tedesco guidato da Monika Reule, che rileva una flessione dal 41 al 40 per cento, a fronte dei vini bianchi che sono rimasti invariati al 47% di quote. Altra voce in crescita è il canale online. I ritmi non sono certamente quelli del periodo pandemico, tuttavia anche nel 2022 il canale internet ha guadagnato 2 punti percentuali, salendo alla quota del 13% nel mercato tedesco. Un'ottima prestazione, considerando il calo generale del retail alimentare (dettaglio), che resta ampiamente il principale canale di vendita di vino in Germania col 64% di quote (-2 punti nel 2022).

PIÙ SPUMANTI ALCOHOL-FREE DA CANTINE LOCALI

Sebbene rappresentino ancora una quota esigua del mercato, al di sotto dell'1%, i prodotti alcohol free in

“A causa della perdita di potere d'acquisto determinata dall'aumento del costo della vita, gli acquisti si sono concentrati soprattutto sui prodotti essenziali. Di conseguenza, meno famiglie hanno acquistato vino e hanno prestato maggiore attenzione al prezzo”.

Monika Reule,
amministratore delegato Dwi

E-COMMERCE UN'OPPORTUNITÀ.

L'ANALISI NOMISMA

L'online pesa, in Germania, circa il 6% dei volumi totali di vino acquistati nel canale off-trade. Nel 2022, secondo i dati dell'Osservatorio nato dalla partnership tra Nomisma wine monitor e Vino.com, i vini rossi rappresentano la categoria preferita (48% di tutte le bottiglie vendute online da Vino.com in Germania), seguita da bianchi (29%) e spumanti (18%). Tuttavia, se si guarda alle singole denominazioni, sono Lugana (per i baby boomer) e Prosecco Docg (per i millennial) i vini italiani più acquistati. Nella top ten delle Dop italiane ci sono anche i rossi: in particolare, il Primitivo di Manduria (terzo posto), il Chianti Classico e l'Amarone della Valpolicella. La spesa media per bottiglia dei tedeschi oscilla tra i 9,6 euro per i bianchi, i 12,8 euro per i rossi e i 18,1 euro delle bollicine.

GLI ATTUALI TREND

Ci sono altri trend interessanti che emergono dai test qualitativi sui vini condotti dal Deutsches Weininstitut. Il primo riguarda il fatto che le imprese tedesche stanno adeguando l'offerta al gusto prevalente dei consumatori. In particolare, **i vini secchi rappresentano nel 2022 la metà di tutti i vini di qualità e a denominazione**. E questa percentuale era appena al 35% vent'anni fa. Invariata (21%) tra 2022 e 2021 la percentuale di vini semi-dry (semi secchi, con un maggiore residuo zuccherino) mentre è in calo quella dei vini dolci: nel 2022 è del 29% ed era del 45% nel 2022, a riprova di un netto cambiamento nelle abitudini dei consumatori.

Inoltre, i vini rosati sono cresciuti e hanno guadagnato un punto percentuale nel corso del 2022, toccando il 13% di quote sui vini di qualità e a denominazione. Si tratta del massimo livello per i vini rosati, tra l'altro analogo a quello del 2020. La quota dei vini bianchi sottoposti ai consueti test di qualità dal Dwi è salita »

Germania sono in crescita, come segnalano al Dwi le aziende vitivinicole, le cooperative e le enoteche tedesche.

Nel 2022, in particolare, i vini alcohol-free sono cresciuti del 18%. Si tratta soprattutto di spumanti. Nel 2021 ne furono consumati 23 milioni di bottiglie. E si stima che per il 2022 abbiano raggiunto una quota di mercato dell'8% sul totale di tutte le bollicine consumate in Germania.

La parola al manager

Intervista a Pietro Mattioni (ceo Zonin1821)

Un 2022 con ricavi a 200 mln di euro grazie all'export, che vale l'85% del fatturato e si concentra negli storici mercati di Stati Uniti, Uk e Germania. L'esperienza e lo sguardo internazionale di Pietro Mattioni, ceo del Gruppo Zonin1821, offre una lettura dall'interno di una Germania in trasformazione, su cui la società di Gambellara punterà anche in futuro.

Quali evoluzioni nel mercato tedesco degli ultimi 10 anni?

Nell'ultimo decennio, la Germania si è guadagnata un ruolo importante: quarto mercato mondiale per il vino e il secondo per valore dell'export di vino italiano dopo gli Stati Uniti. I dati confermano che non è un trend fugace o una moda: il consumo di vini Made In Italy è stazionario intorno ai 20 mln/hl annui e questa cifra evidenzia il ruolo strategico di tale mercato. È interessante l'evoluzione del consumatore. La popolazione di consumatori di vino tedeschi sta progressivamente invecchiando: oltre metà è composta da boomer (sopra 55 anni) e circa l'80% ha più di 40 anni. Queste generazioni amano il vino e lo conoscono, apprezzano i grandi classici (Prosecco, Chianti Classico e Pinot Grigio), non mostrano grossa curiosità per le nuove mode e sono attente al corretto rapporto qualità/prezzo.

Quali sono, allora, le sfide che vi attendono?

La prima sfida, che è un'opportunità, si gioca proprio su questo tema: considerando le pressioni inflazionistiche e un "pubblico maturo" attento alle variazioni di prezzo, riguarda il come continuare a crescere per vincere nel discount, il canale privilegiato per questi consumatori. Ritengo che, in questo 2023, i vini italiani, che hanno un buon rapporto qualità-prezzo e un prezzo medio inferiore dei francesi, saranno privilegiati. La seconda sfida è sulla Gen X e sui Millennials. È con loro che il nostro settore deve imparare a dialogare, con temi diversi dai tradizionali: consumo responsabile, vino e salute, sostenibilità ambientale e biologico, responsabilità sociale ma anche una differente offerta: ready to drink, prodotti analcolici e innovativi che possano essere oggetto della sperimentazione di consumo.

Infine, è importante notare come negli ultimi 10 anni, in Germania, proprio di riflesso, rispetto alle caratteristiche del consumatore tedesco, il canale Horeca (privilegiato dalle nuove generazioni) sia cresciuto leggermente, mentre oltre l'85% dei consumatori acquista al discount o all'ipermerca-



to. Ciò impone alle aziende italiane di consolidare i rapporti coi partner distributivi, per dare continuità ai prodotti presenti a scaffale e collaborare nel definire le politiche di prezzo.

Nel 2022, i tedeschi hanno preferito i vini importati, con prezzo medio più basso, mentre nel pre-Covid i vini locali stavano avanzando. Inoltre, malgrado la congiuntura difficile, vi risulta uno spostamento verso le fasce premium?

Da un lato, è vero che il consumatore medio tedesco (quindi il pubblico più maturo) sta constatando un peggioramento delle condizioni di vita a causa dell'inflazione ma, dall'altro lato, è vero che è affezionato ai grandi classici italiani che ha imparato ad apprezzare (è un consumatore di fiducia che vuole sentirsi rassicurato); è attento al rapporto qualità-prezzo ma non negozia la qualità di un buon vino Made In Italy per uno di qualità scadente. Con tali presupposti, anche nell'area tedesca, nel 2022, abbiamo continuato il percorso di premiumizzazione, abbiamo riposizionato verso l'alto i nostri vini hero (tra cui Prosecco Zonin, Pinot Grigio di Ca' Bolani, Chianti Classico di Castello di Albola) e abbiamo ridotto la pressione promozionale. »

Prezzi medi da record per l'export tedesco

Il 2022 segna per la Germania la media prezzo più alta di sempre pagata ai produttori (franco cantina) per un litro di vino con destinazione export. I 3,15 euro sono ben 11 centesimi sopra i livelli del 2018 e anche il doppio rispetto a 20 anni fa. Un dato che nel 2022 ha lasciato molta soddisfazione tra gli industriali del vino tedeschi. Oltre ai due grandi mercati clienti (Stati Uniti e Norvegia) spiccano le performance verso la Cina, con un nuovo record a 45mila ettolitri a un prezzo medio che è il più alto fino a oggi, di 5,12 euro/litro. Rispetto al 2021, si è registrato un incremento del volume esportato in Cina del 24% per un valore che è cresciuto del 22%, a quota 23 milioni di euro.

» Quali gli andamenti per il bio e il sostenibile certificato?

Castello di Albola nel 2022 ha raddoppiato le bottiglie vendute in area tedesca. La tenuta redige annualmente il bilancio di sostenibilità certificato Equalitas e ha cominciato nel 2016 il processo di conversione al bio, grazie a cui ha immesso sul mercato vini bio che possono fare sempre più la differenza in termini ambientali, senza rinunciare alla tradizione. Buona crescita anche per un'altra tenuta sostenibile e bio come Rocca di Montemassi, wine-farm in Maremma.

Come recuperare i consumatori che virano verso altre marche? Quali soluzioni avete messo in campo nel 2023 e metterete nel 2024?

Alta qualità dei prodotti e autorevolezza dei brand,

proponendo vini allineati alle tendenze di consumo, attenta analisi nella definizione delle politiche di prezzo, comunicazione omnicanale e integrata, ma anche investimenti per uno sviluppo sostenibile.

Il segmento dealcolati e no-alcol è una scommessa o una realtà?

La Germania è tra i primi 5 Paesi nelle vendite a volume del segmento dei fermi no alcol e nella top 3 degli sparkling no alcol. Proprio a ProWein abbiamo presentato la Cuvée Zero, destinate a mercati come Germania, Regno Unito, Francia, Australia, Belgio e Svezia.

Quali altri trend segnalate?

Crescita negli acquisti di cocktail a base vino, ready-to-drink, vini bio e prodotti da tenute sostenibili.



» di due punti, al 66% nel 2022. E questa crescita sia dei bianchi sia dei rosati è avvenuta a discapito proprio dei vini rossi, che ora rappresentano il 21% dei vini tedeschi.

VIGNETO SEMPRE PIÙ BIANCHISTA

Il cambiamento delle tendenze di consumo si riflette anche nelle varietà di vitigni coltivati sul territorio tedesco. Nel 2022, **la percentuale delle varietà bianche in Germania ha toccato il 68,4%, dopo che nel 2006 aveva toccato il suo minimo (63,1%)**. Le varietà bianche coprono 70,7mila ettari (sui 103mila totali), con oltre 600 ettari in più in un anno. Dominano le diverse tipologie di pinot per oltre 17mila ettari. Pinot grigio, chardonnay e pinot bianco sono quelle con gli incrementi più forti. Ma cresce anche il riesling, che ovviamente rimane il vitigno più diffuso in Germania, con circa un quarto del vigneto tedesco nel 2022.

Germania. Export vino Italia 2020-2022

	milioni/litro	miliardi/euro
2020	547,6	1,07
2021	535,1	1,12
2022	525,6	1,18

fonte: Ismea su dati Istat

Ci sono anche altre interessanti tendenze nelle scelte produttive dei viticoltori tedeschi. Ben oltre mille ettari riguardano, infatti, nuove varietà bianche appartenenti a tipologie considerate sostenibili e resistenti alle malattie. Tra i vitigni emergenti, fa sapere il Dwi, si segnalano il souvignier grigio, il solaris e il cabernet bianco. Mentre, considerando le uve a bacca rossa, gli emergenti si chiamano regent (ben 1.790 ettari), cabernet cortis e pinotin. Infine, tra le varietà aromatiche, che restano tra le preferenze di consumatori e viticoltori locali, domina il sauvignon blanc (oltre 1.900 ettari), seguito da scheurebe, gewurztraminer, gelber muskateller e gold muskateller.

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

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

PER I PICCOLI VIGNAIOLI INDIPENDENTI 15 ANNI DI GRANDI BATTAGLIE

Rappresentatività nei Consorzi, inserimento della categoria Vignaiolo in etichetta e sportello unico One-Shop Stop per spedire vino in Europa. Le urgenze della Federazione che rappresenta i piccoli produttori. Il presidente Cesconi: "Da 15 anni coltiviamo la nostra indipendenza". Il 6 maggio appuntamento diffuso in tutta Italia

▲ a cura di Loredana Sottile



Piccoli vignaioli crescono e compiono 15 anni. Quindici anni in cui, i "lillipuziani del vino" hanno saputo alzare la voce in mezzo ai giganti e portare avanti – a volte vincendo – battaglie che prima non trovavano voce: sburocraizzazione, tutela dei vecchi vigneti, registro telematico, sicurezza sul lavoro, rinnovamento delle Commissioni di degustazione, rappresentatività all'interno dei consorzi.



"Coltiviamo la nostra indipendenza, oggi come quindici anni fa" sono le parole del presidente **Lorenzo Cesconi** che, intervistato da Tre Bicchieri, ha citato il primo presidente della Federazione Costantino Charrere: "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".

Quindici anni nella stanza dei bottoni, dunque: quanti ne avete premuti? Tracciamo un bilancio di questo traguardo.

Quindici anni fa Fivi nasceva per dare una voce a tutti i vignaioli, allora orfani di rappresentanza, e valorizzarne il ruolo all'interno del sistema economico e sociale. È interessante vedere che l'associazione, nata al Centro-Nord, in poco tempo sia riuscita a diffondersi bene anche al Sud. Oggi possiamo contare su 1600 associati da tutta Italia, con richieste di ingresso in crescita esponenziale. Credo che attualmente su tutto il territorio nazionale i piccoli produttori siano circa 5mila. Produttori che vanno rappresentati e tutelati.

A proposito di rappresentanza, una delle battaglie storiche di Fivi è quella legata alla rappresentatività all'interno dei Consorzi. Sono stati fatti passi in avanti?

Non demordiamo. Anzi potrebbero esserci delle novità a breve. »

Rappresentatività Consorzi.

Come funziona

Attualmente i rapporti sono regolati dalla normativa DM 232/2018, art. 8, secondo cui i voti devono essere attribuiti tenendo conto dei quantitativi prodotti, senza alcuna attenzione al numero di produttori. In questo modo, va da sé, che grandi gruppi e cooperative siano avvantaggiati. Secondo Fivi è un problema legato ad un'interpretazione troppo ampia del "voto ponderale" e ad un uso spesso problematico delle deleghe. Per questo la Federazione chiede di intervenire sul decreto.

» **Perché non siete stati ascoltati fino ad ora?**

Probabilmente perché è un problema che riguarda soprattutto i piccoli produttori e che, se risolto, cambierebbe i rapporti di forza all'interno dei Consorzi. I criteri di voto al momento favoriscono i grandi gruppi e le cooperative sociali, a causa di un'interpretazione troppo ampia del voto ponderale e ad un uso spesso problematico delle deleghe. Ma stavolta siamo fiduciosi: abbiamo commissionato uno studio ad un ente terzo e siamo sicuri che troveremo la disponibilità di tutta la filiera. Entro fine anno potremmo esserci importanti novità.

Tra i temi nella vostra agenda, c'è anche l'inserimento della categoria vignaiolo in etichetta. Perché è così importante? Non basta il logo Fivi per identificarvi?

È una battaglia iniziata lo scorso anno in collaborazione con Adiconsum relativamente al decreto etichettatura attualmente in fase di revisione. A nostro avviso, è importante che siano inserite le diverse categorie di produttore, tra cui il vignaiolo, in un'ottica di maggiore trasparenza nei confronti dei consumatori e di migliore tracciabilità dei prodotti. Attualmente, infatti, la legge prevede solo la distinzione tra venditore e produttore, facendo rientrare nella seconda categoria sia chi svolge integralmente tutto il processo di produzione sia chi lo fa svolgere da terzi intervenendo solo come committente.

Sul fronte export, invece, da anni vi battete per la libera circolazione delle merci in Europa. Qual è la vostra proposta?

Partiamo da una premessa. I Vignaioli indipendenti si occupano dell'intera filiera all'interno della propria azienda, dalla coltivazione del vigneto fino alla vendita diretta della bottiglia. Il fatto che in Europa non sia permessa la libera circolazione del vino crea enormi problemi, oltre a far lievitare i costi. Motivo per cui siamo da sempre promotori dello sportello unico One-Shop Stop (OSS) in tutti gli Stati membri per l'assolvimento delle accise. Una propo-

sta che abbiamo lanciato anni fa e di cui adesso vorremmo che il ministro Giancarlo Giorgetti (Economia e finanze) se ne facesse portavoce.

C'è, poi, un'altra battaglia che riguarda tutto il settore vino: la proposta irlandese di inserire gli alert in etichetta. Ne siete preoccupati? Potrebbe, a vostro avviso, frenare i consumi?

Il caso irlandese genera un precedente pericoloso. Oltre agli effetti sul consumatore finale, penso anche ai problemi per i piccoli produttori, come noi, che frequentano quel mercato e che devono adattarsi alle disposizioni di quel Paese o degli altri, che potrebbero seguirne l'esempio. Per questo credo che, in extremis, sarebbe meglio avere una legge europea sull'etichettatura uguale per tutti. Tuttavia, è importante precisare che il vino va difeso come parte di una dieta mediterranea e Fivi, in quanto aderente a Wine in Moderation è convinta che i veti non portino risultati. Se davvero si vuole agire contro l'abuso di alcol, allora bisogna lavorare sulle campagne di educative.

Cosa ne pensate, invece, dei vini dealcolati? Più volte vi siete espressi contro la possibilità di chiamare vino un prodotto dealcolato? Non sarebbe, invece, un'opportunità da cogliere per intercettare nuovi consumatori?

Noi vogliamo promuovere l'idea secondo cui il vino nasce dalla fermentazione, attraverso un percorso naturale. Un vino senza alcol, invece, deve essere ammendato e noi siamo contrari a troppi interventi sul prodotto. Per altro, includere non solo i vini varietali, ma anche quelli a indicazione geografica tra quelli possibili di dealcolazione, può minare la stabilità dei sistemi dei vini di qualità e più in generale dell'intero sistema vitivinicolo.

E per quanto riguarda i cosiddetti vini naturali? Ormai è un trend in crescita, soprattutto tra i giovanissimi ...

Con i nostri associati non entriamo nel merito della produzione: molti seguono un regime biologico o biodinamico e c'è anche chi fa il cosiddetto vino naturale. Al momento, però, non esiste una legge in materia: ben venga un regolamento, ma non un'ulteriore certificazione.

Guardiamo al 2022: che anno è stato? Avete risentito dei rincari?

Diciamo che abbiamo subito gli avvenimenti e assorbito in buona parte gli aumenti per evitare che si ripercuotessero sul consumatore finale. Avendo, comunque, come canale di riferimento l'Horeca, non abbiamo avuto le flessioni di chi vende soprattutto in Grande Distribuzione. In ogni caso siamo cauti: vediamo nei prossimi mesi cosa succederà.

Il 2022 è stato anche un anno di sovrapproduzione e questo si sta facendo risentire su giacenze e listi- »

Il 6 maggio è il Sabato del Vignaiolo

Il 6 maggio in tutta Italia torna il Sabato del Vignaiolo, l'evento diffuso organizzato dalle Delegazioni locali Fivi e giunto alla sua seconda edizione. Sono 22 gli appuntamenti organizzati in tutta Italia nelle cantine, ma anche nei ristoranti e nei luoghi d'arte appartenenti alla rete dei "Punti di Affezione Fivi". Tante e diverse le formule scelte: banchi d'assaggio singoli o collettivi, masterclass, pic-nic e passeggiate nei vigneti, musica live.

Per maggiori info fivi.it/blog/il-sabato-del-vignaiolo-il-6-maggio-22-appuntamenti-in-tutta-italia/

Fivi in breve

La Federazione italiana vignaioli indipendenti è un'organizzazione senza scopo di lucro nata nel 2008, che si propone di promuovere e tutelare la figura, il lavoro, gli interessi e le esigenze tecnico-economiche del Vignaiolo Indipendente italiano, ovvero di chi si occupa del completo ciclo produttivo del vino, dalla coltivazione delle uve fino all'imbottigliamento ed alla commercializzazione del prodotto finale. Attualmente sono 1.500 i produttori associati, da tutte le regioni italiane, per un totale di oltre 13mila ettari di vigneto.

» **ni. Come Fivi credete sia il caso di ricorrere ad una misura come la distillazione di crisi, seguendo l'esempio francese?**

Non crediamo ci siano le condizioni. Tuttavia, ci sono altre misure a cui attingere. Durante la pandemia, ad esempio, più che alla distillazione, molte delle nostre cantine hanno aderito ai contributi per lo stoccaggio. Quella sì, potrebbe essere una strada.

A proposito di pandemia, tra i pochi "meriti" del lockdown, c'è stato quello di aver intensificato il rapporto tra le cantine e il consumatore, anche attraverso la vendita diretta. È ancora così?

Sicuramente è rimasto qualcosa di quel rapporto, ma adesso siamo in una nuova fase, in cui la gente ha voglia di uscire e tornare in enoteca e al ristorante.

E tornare anche al vostro annuale Mercato dei vini Fivi. Mercato che, in queste dodici edizioni si è sempre svolto a Piacenza. Proprio quest'anno, però, vi sposterete a Bologna. Cosa è successo?

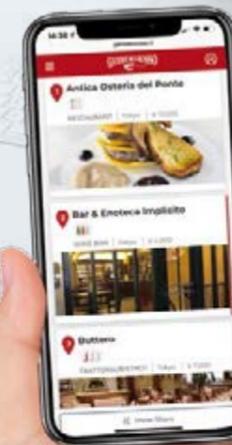
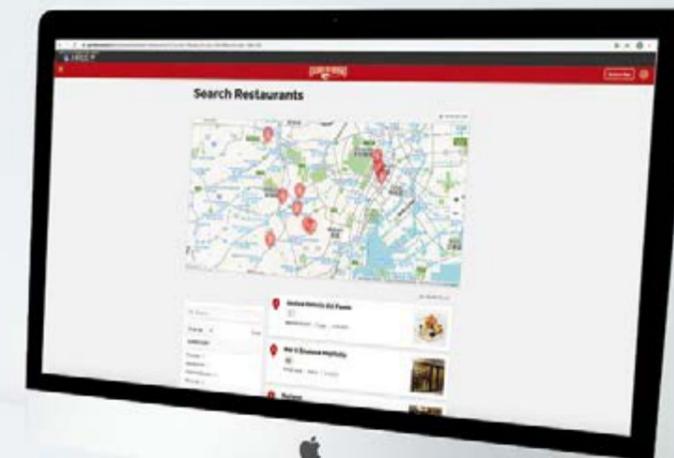
I motivi sono da ricercare anche in quella crescita di cui si parlava all'inizio. Il Mercato Fivi è il nostro Manifesto e non volevamo limitare la partecipazione degli espositori, né dei visitatori. Piacenza Expo era ormai un po' stretta; così problemi logistici e di infrastrutture esterne ci porteranno, dal 25 al 27 novembre, al Centro eventi BolognaFiere.

In attesa di novembre, c'è prima un altro appuntamento: quello del 6 maggio diffuso su tutto il territorio.

Esatto. Il 6 maggio in tutta Italia ci sarà il Sabato del Vignaiolo. Ogni evento ha un format diverso, deciso dai produttori com'è nello stile Fivi. L'obiettivo, però, è unico: offrire agli appassionati del vino una giornata di festa, alla scoperta del lavoro dei vignaioli, dei loro vini e dei territori dove lavorano quotidianamente.

TOP ITALIAN RESTAURANTS

www.gamberorossointernational.com/restaurants/



f GamberoRossoInternational Instagram GamberoRossoInternational

SPONSOR



INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice	Var% settimanale	Var% inizio anno
S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	0,57	1,35
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	2,24	11,23
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	1,47	5,92

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	1,86	-0,26	7,26	718
Campari	Italia	2,55	25,32	11,81	13.805
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-3,65	-10,20	-14,56	36
Marr	Italia	3,43	21,75	-15,06	923
Newlat Food	Italia	-0,55	25,89	-7,45	240
Orsero	Italia	-3,05	-4,65	-7,03	224
Valsoia	Italia	0,42	-0,21	-12,73	103
Anheuser Bush I	Belgio	2,19	6,77	9,72	104.370
Danone	Francia	2,28	22,77	7,58	40.847
Pernod-Ricard	Francia	4,17	18,31	13,02	56.077
Remy Cointreau	Francia	3,14	13,61	-3,35	9.093
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-0,55	11,32	39,92	3.714
Dsm	Olanda	1,06	4,59	-22,22	2.782
Heineken	Olanda	4,75	19,08	10,76	60.278
Jde Peet S	Olanda	1,76	2,81	1,24	13.966
Ebro Foods	Spagna	0,59	16,51	4,02	2.628
Viscofan	Spagna	-2,25	8,14	22,37	3.027
Barry Callebaut N	Svizzera	2,65	3,94	-15,13	10.662
Emmi N	Svizzera	1,57	23,63	-3,10	5.291
Lindt N	Svizzera	0,91	17,26	-0,62	15.379
Nestle N	Svizzera	1,33	7,82	-8,22	324.628
Associated British Foods	Gran Bretagna	-3,36	25,89	21,72	17.438
Britvic Plc	Gran Bretagna	3,58	19,11	9,72	2.697
Cranswick Plc	Gran Bretagna	3,84	1,88	-10,30	1.900
Diageo	Gran Bretagna	3,56	3,48	-4,11	96.037
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	3,08	15,16	6,78	3.711
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-8,06	-18,26	-16,56	38.601
Beyond Meat	Stati Uniti	-10,32	7,96	-65,46	773
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-1,51	-4,32	-11,99	2.925
Brown-Forman B	Stati Uniti	0,42	-2,63	-4,45	17.981
Bunge Ltd	Stati Uniti	-6,56	-8,41	-21,49	12.431
Campbell Soup	Stati Uniti	-0,82	-3,67	16,74	14.849
Coca-Cola Co	Stati Uniti	0,46	0,38	-3,17	250.525
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	2,53	-1,45	5,62	16.503
Constellation Brands	Stati Uniti	-0,36	-2,25	-8,93	37.658
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-0,17	-7,01	-23,08	8.468
Flowers Foods	Stati Uniti	0,07	-5,29	-1,31	5.217
Freshpet Inc	Stati Uniti	0,40	24,12	-39,01	2.855
General Mills	Stati Uniti	1,17	5,55	22,58	47.657
Hershey Company	Stati Uniti	1,30	13,56	16,89	35.055
Hormel Foods	Stati Uniti	0,68	-12,14	-25,28	19.844
Ingredion Inc	Stati Uniti	-1,16	5,99	19,57	6.212
Kellogg Co	Stati Uniti	1,17	-3,78	-1,03	21.152
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	1,41	0,64	-3,78	45.797
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	0,13	22,86	58,79	14.513
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	1,86	3,98	30,10	5.132
Mccormick & Co	Stati Uniti	0,81	3,56	-16,15	19.535
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	2,42	13,96	7,84	10.672
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	2,84	8,78	10,22	89.665
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	2,90	6,79	25,08	25.693
National Beverage Corp.	Stati Uniti	0,99	7,24	8,24	4.225
Nomad Foods	Stati Uniti	-1,39	7,02	-9,02	2.916
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	-7,53	27,01	-42,30	1.187
Pepsico Inc	Stati Uniti	2,64	5,01	9,19	237.510
Performance Food Gr	Stati Uniti	-3,12	3,32	11,91	8.546
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-4,97	-8,05	-20,13	4.686
Post Holdings	Stati Uniti	1,06	-1,33	16,82	4.751
Seaboard Corp	Stati Uniti	2,08	5,65	-5,19	4.200
Smucker, J.M.	Stati Uniti	1,14	-2,60	8,53	14.932
Sysco Corp	Stati Uniti	0,27	-1,94	-16,46	34.468
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-1,09	6,61	-50,06	1.399
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	-0,05	-3,12	-8,36	43.905
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	0,21	-2,01	-35,46	15.807
Us Foods Holding	Stati Uniti	-2,04	8,94	-4,63	7.799

FINE WINE AUCTIONS

Château Ausone: i formati speciali

È la prima volta che questa rubrica può dedicare una puntata all'esame delle quotazioni ottenute dai formati speciali di Château Ausone alle grandi aste internazionali dei vini: finora non era mai successo che le annate dei multipli e sottomultipli di bottiglia di questo grande rosso bordolese fossero quotate sia nell'anno in corso sia in quello precedente in numero tale che il confronto di queste cifre fornisse indicazioni valide per gli investitori. È significativo che ciò sia avvenuto nel 2022, quando Ausone ha polemicamente rinunciato al titolo di Premier Grand Cru Classé A di Saint Emilion, che gli era stato conferito nel 1955, perché gli investitori hanno dimostrato di approvare molto concretamente questa decisione, presa in difesa della qualità, spingendo all'aumento le quotazioni di tutti i formati speciali. Complessivamente i prezzi di magnum, doppie magnum e imperial sono infatti rincarati del 10%: percentuale notevole in un momento difficile come questo. L'incremento più esiguo, del 4%, lo hanno registrato le imperial, bottiglie che contengono sei litri di vino, presenti in graduatoria con tre annate: il loro valore è cresciuto di 783 euro, salendo dai 19.604 del 2021 ai 20.387 di oggi. Qualcosa di più, oltre il 6%, hanno guadagnato i nove millesimi di bottiglie magnum, che nel 2021 valevano complessivamente 11.670 euro, mentre adesso sono saliti a quota 12.395. La miglior performance è stata però quella delle doppie magnum, che con tre annate sono volate da 12.215 a 14.913 euro con un balzo di oltre il 22%.

– Cesare Pillon

Ausone - Saint-Émilion

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2022/23	Prezzo 2021	+ / -
1982	2 m	\$ 1.619	Zachys, New York	02/03/23	€ 763,36	€ 928,38	-18%
1990	1 m	\$ 1.375	Sotheby's, New York	15/10/22	€ 1.415,01	€ 968,69	+46%
1996	3 m	Hk\$ 24.900	Acker Wines, Hong Kong	22/01/22	€ 939,56	€ 598,83	+57%
1998	3 m	Hk\$ 32.370	Acker Wines, Hong Kong	22/01/22	€ 1.221,43	€ 1.098,21	+11%
1999	3 m	Hk\$ 24.900	Acker Wines, Hong Kong	22/01/22	€ 939,56	€ 957,25	-2%
2003	6 m	\$ 12.450	Zachys, New York	16/09/22	€ 2.084,55	€ 2.121,48	-2%
2005	6 m	Hk\$ 112.050	Zachys, Hong Kong	17/12/22	€ 2.259,68	€ 2.196,43	+3%
2008	6 m	\$ 7.470	Acker Wines, Usa	13/10/22	€ 1.278,37	€ 1.153,13	+11%
2009	6 m	Hk\$68.475,00	Zachys, live, Hong Kong	22/10/22	€ 1.493,90	€ 1.647,47	-9%
1982	3 dm	\$ 8.715	Zachys, New York	16/09/22	€ 2.918,36	€ 2.252,95	+30%
1998	1 dm	\$ 2.490	Zachys, New York	25/02/22	€ 2.220,08	€ 2.416,07	-8%
2000	1 dm	\$ 4.482	Zachys, New York	16/09/22	€ 4.502,62	€ 3.434,46	+31%
2005	2 dm	Hk\$ 87.500	Christie's, Hong Kong	21/05/22	€ 5.271,88	€ 4.111,80	+28%
1982	1 i	\$ 6.225	Zachys, New York	16/09/22	€ 6.253,64	€ 6.074,86	+3%
1998	1 i	\$ 4.731	Zachys, New York	16/09/22	€ 4.752,76	€ 3.589,69	+32%
2005	1 i	\$ 9.338	Zachys, New York	16/09/22	€ 9.380,95	€ 9.939,96	-6%

Legenda: m=magnum (1,5 litri) - dm= doppia magnum (3 litri) - i= imperial (6 litri)

