



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



VENDITA DIRETTA: IL CANALE TRASCURATO. È L'ORA DI CREDERCI DI PIÙ?

ETICHETTATURA

In scadenza i tempi per la consultazione Wto sugli health warning irlandesi. I possibili scenari

SALUTE

Perché l'immunologa Viola e il marito ce l'hanno tanto con il vino? Facciamo chiarezza

MALTEMPO

Emilia-Romagna sott'acqua. Il Governo si mobilita ma i sindacati chiedono interventi urgenti

RICERCA

Può un naso elettronico sostituire i degustatori? L'A.I. sviluppata da un'Università svedese

FINE WINE

L'Italia guadagna posizioni in un mercato a guida francese. Il Barometro di Idealwine coi vini più richiesti



Lunga vita al Re agricoltore e sommelier

Il Regno Unito incorona il suo Re Carlo III. Un Re da sempre attento ai temi dell'agricoltura e produttore lui stesso di alimenti biologici e vini nella sua tenuta di Highgrove House, a ovest di Londra nel Gloucestershire. I prodotti di questa fattoria biologica confluiscono nella linea Duchy Organic (marchio da lui fondato nel 1990 e divenuto multimilionario) presente in esclusiva nei supermercati Waitrose e i cui profitti vanno in cause di beneficenza. La sua attenzione all'ambiente lo ha anche portato nel 2010 a sostenere il settore attraverso il "The Prince's Countryside Fund". Inoltre, come ricorda il New York Times, Carlo ha da sempre sostenuto l'importanza di parlare con le piante e di mettere musica per rendere la mungitura un'esperienza più tranquilla per le sue mucche. Ha persino convertito la sua Aston Martin blu del 1970, regalo per il suo 21esimo compleanno, in modo che funzionasse con bioetanolo derivato dal vino bianco inglese in eccesso e dal siero di latte avanzato dalla produzione del formaggio.

Ma quale è il suo rapporto con il vino italiano? **Da sempre la famiglia Windsor coltiva una storica amicizia con la famiglia Frescobaldi** (fornitori di vino e olio della Corona). In particolare, la marchesa Bona e il marito Vittorio Frescobaldi furono tra i pochissimi italiani invitati al matrimonio di William e Kate Middleton, ai quali donarono il Brunello di Montalcino Riserva di Castelgiocondo. La prima delle tante visite di Carlo in Toscana risale al 1985, quando fu ospite proprio dei Frescobaldi. Poi, nel 2017, insieme alla compagna, Camilla Parker Bowles, presidente della United Kingdom Vineyards Association incontrò a Fiesole alcuni dei principali protagonisti del vino italiano. In quell'occasione, Franco Ricci della Fondazione Italiana Sommelier (Fis), consegnò a Carlo e Camilla il diploma di Sommelier d'Onore.

foto: facebook/The Royal Family

ETICHETTATURA. Il 7 maggio scadranno i tempi per la consultazione Wto sugli health warning irlandesi. Importante il parere degli Stati Uniti. Ecco i possibili scenari

a cura di Loredana Sottile

Resta appesa ad un filo la possibilità di un cambiamento di rotta nella questione irlandese sull'etichettatura: il 7 maggio scadranno i tempi per la consultazione Wto. Lo scorso 6 febbraio, infatti, il Governo di Dublino aveva notificato all'Organizzazione mondiale del commercio di Ginevra l'approvazione della legge nazionale che prevede l'adozione di avvertenze salutistiche sulle bevande alcoliche che mettono in relazione il bere con le malattie del fegato e con i tumori mortali, oltre al pittogramma barato della donna incinta, la quantità di grammi di alcol e il numero di calorie contenuti nel prodotto.

Un ultimo step, questo del 7 maggio, dopo il quale l'Irlanda avrà esaurito tutte le procedure necessarie per liberarsi della parte burocratica e procedere all'adozione definitiva della nuova norma. Norma che prevede comunque un periodo di transizione di tre anni per permettere a tutti di adeguarsi.

Cosa potrebbe succedere dopo il 7 maggio? Si tireranno le somme sugli eventuali pareri giunti al Wto da parte degli Stati extra Ue (l'Italia, così come tutti gli altri Paesi europei non potrà presentare pareri, visto che si tratta di una norma notificata a sua volta da un Paese Ue).

Da quanto risulta a Tre Bicchieri dovrebbe essere pervenuto il parere di Cuba e degli Stati Uniti, un mercato importante quest'ultimo, che potrebbe avere un certo peso su un'eventuale riapertura della discussione. Dal punto di vista procedurale, infatti, l'Organizzazione con sede a Ginevra potrebbe aprire un meccanismo di risoluzione delle controversie, sebbene questa appaia come una soluzione non così scontata. I pareri degli Stati membri extra Ue hanno, infatti, una valenza più politica che pratica.

Ad ogni modo, superata questa fase e aspettando i tre anni di transizione il rischio è che altri Paesi europei possano decidere di seguire la strada irlandese e

demonizzare il vino attraverso alert e link allarmanti in etichetta. Ma c'è anche un'altra possibilità: negli intenti della Commissione Ue c'è l'intenzione, più volte comunicata, di proporre una armonizzazione normativa europea in fatto di labeling. Tema molto dibattuto che abbraccia sia la parte cibo sia quella alcolici, ma che potrebbe mettere fine alle iniziative dei singoli Stati membri. Anche quello sarà un percorso non facile, ma necessario. Motivo per cui **servi-**

rà un fronte vino compatto che presenti una proposta credibile. A tal proposito, nei mesi scorsi Unione Italiana Vini aveva lanciato il suo appello a tutta la filiera per cambiare passo, mettendosi allo stesso tavolo e anticipando le mosse di Bruxelles nel presentare una proposta di etichettatura basata sull'importanza del consumo responsabile e moderato. Dall'8 maggio probabilmente i tempi saranno maturi per costituire quel tavolo.

Perché l'immunologa Viola e il marito ce l'hanno tanto con il vino? Facciamo chiarezza



Mentre il settore vitivinicolo si trova a combattere la sua battaglia europea contro un neoproibizionismo dilagante, si apre anche un fronte interno da non sottovalutare. Da mesi, infatti, l'immunologa Antonella Viola (foto) ha scelto il vino come oggetto delle sue nuove battaglie. Non solo. Anche il marito - il chimico Marco Cattalini - è sceso in campo a suo supporto. In una recentissima intervista al Corriere Veneto ha dichiarato di praticare il digiuno intermittente dal 2016, saltare la cena ogni sera, e bere poco vino solo in casi eccezionali. "Perché" ha aggiunto "l'Oms ha dimostrato con studi scientifici che fa male. Chi dice il contrario sapendo di mentire".

Ma quali sono gli studi scientifici di cui parla, citando l'Organizzazione Mondiale della Sanità? Si tratta di una tesi basata su un controverso studio Lancet risalente a cinque anni fa. Non solo, quindi, dati parziali e datati, ma che paradossalmente non tengono conto di altri dati della stessa Oms sull'aspettativa di vita, secondo cui Svizzera, Spagna, Italia e Francia - tra i principali consumatori di vino - sono nella top 5 europea per longevità. C'è anche da dire che il voto dell'Europarlamento del febbraio 2022 sul Cancer Plan, introducendo la tesi secondo cui è l'abuso e non il semplice consumo ad avere effetti negativi.

In Italia, lo scorso febbraio è anche nato un ente apposito - l'Istituto per la Ricerca su Vino, Alimentazione e Salute - presieduto da Luigi Tonino Marsella del dipartimento di Biomedicina e Prevenzione dell'Università di Roma Tor Vergata per promuovere la diffusione della conoscenza su Dieta mediterranea e consumo consapevole di vino. Il tutto a partire dallo studio Moderate Wine Consumption and Health, pubblicato sulla rivista Nutrients, che è di fatto il più recente lavoro scientifico sullo stato dell'arte del consumo moderato e che conferma che il vino, all'interno della Dieta Mediterranea, non solo non aumenta il rischio di malattie cronico-degenerative, ma è anche associato a possibili benefici per la salute.

Come si coniuga questo con la crociata di Viola e famiglia contro il vino? E perché imporre il proprio stile di vita come unica via per la salvezza? La "via dell'equilibrio" (per citare il libro appena pubblicato di Viola) può stare anche in mezzo. - **L.S.**

MALTEMPO. Dai vigneti ai frutteti, in Emilia-Romagna si contano i danni. Le associazioni chiedono interventi urgenti. Lollobrigida: "Governo mobilitato"

Si procede alla conta dei danni e a salvare le coltivazioni in Emilia-Romagna, regione maggiormente colpita dalle piogge intense che si sono abbattute a inizio settimana, con esondazioni di fiumi e torrenti che



hanno isolato case, bloccato strade e circolazione ferroviaria, provocato frane, interrompendo le attività di fattorie isolate da acqua e fango, con vigneti finiti sott'acqua, dal Bolognese al Ravennate. Il ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, si è recato sui territori maggiormente colpiti, dove si lavora per salvare le coltivazioni e far defluire l'acqua. E da Faenza ha garantito la mobilitazione immediata del Governo e del premier Meloni. "Dobbiamo affrontare il cambio climatico e procedere con un approccio strategico, consapevoli che non si tratta di emergenze ma di eventi ciclici. La ricerca legata all'innovazione è essenziale e noi siamo in ritardo. Dobbiamo capovolgere questo dato e lavorare per affrontare la siccità, captando l'acqua piovana oltre quell'11% che riusciamo a trattenere".

Le piogge stanno certamente migliorando la situazione legata al deficit idrico del Nord Italia (il Po ha ripreso a salire), ma in 36 ore nel territorio romagnolo sono caduti oltre 200 millimetri di pioggia, l'equivalente di tre mesi. Cia-Agricoltori italiani, che segnala situazioni critiche per vigneti, frutteti e seminativi, con problemi di asfissia radicale delle piante, oltre a un dilavamento dei terreni e perdita di piantine appena germogliate, ricorda che l'alluvione segue le dannose gelate di alcune settimane fa. Confagricoltura chiede un fondo da 500 milioni di euro per investimenti in tecnologia a favore delle imprese agricole per ottimizzare l'acqua e un Piano delle acque irrigue "che delinei una gestione integrata non solo dei grandi bacini idrici, ma anche di laghi e fiumi, un piano in cui sono chiamati a fare la loro parte anche i Consorzi di bonifica". Coldiretti parla di milioni di danni nelle campagne e chiede un piano urgente degli invasivi per salvare i campi dagli effetti della crisi climatica in atto: "Salgono i danni provocati dagli effetti dei cambiamenti climatici all'agricoltura che" ricorda Coldiretti "hanno superato i 6 miliardi di euro nell'ultimo anno".

Genius in vino



Leonardo da Vinci scienziato e pittore sopraffino, ma anche appassionato *wine*lover ed esperto *winemaker*.

Scopri l'amore del Genio per la viticoltura e il vino visitando la mostra **Leonardo: il dono della vigna** Via Montalbano 2, Vinci (Firenze)

Leonardo da Vinci

VINI ISPIRATI DAL GENIO



Leonardo da Vinci wines

www.leonardodavinci.it
shop.leonardodavinci.it

AGROALIMENTARE. Tra 2021 e 2022 è aumentato il rischio fallimento.

L'analisi Crif: "Per il 2023 fatturati in recupero"

Il comparto agroalimentare esce provato dalla crisi economica e vede incrementare il rischio di default finanziario. L'analisi del gruppo Crif (campione di 11mila aziende italiane tra 2021 e 2022) ha evidenziato un significativo aumento del tasso di fallimenti per il segmento alimentare che, a fine 2022, è attorno al 4%, a fronte di un 2% del segmento dell'agricoltura. In generale, l'agroalimentare ha visto, da un lato, un incremento dei ricavi ma allo stesso tempo ha visto crescere la rischiosità, coi default che sono aumentati di un punto percentuale in tutta Italia.

Secondo Luca D'Amico, amministratore delegato di Crif ratings, il peggioramento del food & beverage è "il riflesso della forte esposizione all'aumento dei prezzi delle materie prime e dell'energia. Mentre nel settore agricolo i tassi di default sono più in linea con le evidenze nazionali". Secondo l'analista, il record di fatturati è riconducibile prevalentemente alla spinta dell'inflazione. "Nel 2023, crediamo che i fatturati continueranno a progredire per effetto dell'inflazione, ma allo stesso tempo i margini operativi resteranno sotto pressione". L'agrifood è inserito nell'aggregato "leisure" (comprendente ristorazione, viaggi e turismo, lotterie, attività ricreative, sportive e di intrattenimento), che ha segnato i risultati più critici in assoluto. Tuttavia, resta al di sopra rispetto alla media italiana. È andata molto meglio, prevedibilmente, al farmaceutico.

Nel dettaglio, **alla voce indebitamento, le imprese dell'agricoltura hanno un debito finanziario di quasi 7 volte superiore al margine operativo lordo; quelle dell'alimentare di circa 4 volte.** La pandemia ha fatto sì che nel 2020 le imprese siano ricorse maggiormente ai prestiti, accumulando debiti che hanno generato squilibrio tra debito e margine operativo lordo. L'instabilità attuale sta rallentando il processo di riassetto dei bilanci. Procede al ralenti anche l'autofinanziamento delle imprese attraverso la gestione operativa: l'alimentare segna in media un margine operativo lordo circa 10 volte gli oneri finanziari; il rapporto scende a 8 circa per l'agricoltura, rispetto a una media nazionale superiore alle 15 volte. "Attualmente la politica monetaria espansiva non gioca a favore" aggiunge l'analisi di Cribis "e il contesto di rialzo, che continuerà nel 2023, potrebbe mettere sotto pressione i settori e le imprese strutturalmente più fragili".

Andamento tassi di default 2018-2022



Sostenibilità da migliorare

Risultati non lusinghieri arrivano dal rispetto degli indici di sostenibilità Esg (environmental, social, governance). **Il rapporto Crif dice che il 95% delle aziende ha dei "punteggi Esg negativi o pessimi".** Il che significa che c'è una strada lunga da percorrere e che i margini di miglioramento sono ampi; in particolare, per le imprese agricole che possono progredire in tema di precariato, stagionalità degli impieghi. In materia di governance, la maggior parte delle imprese è a conduzione familiare, con poca trasparenza ed equità interna.

Altri miglioramenti ed esempi possono arrivare con contributo di quella "limitata casistica" di imprese che applicano una economia circolare. In materia ambientale, le filiere agroalimentari sono responsabili di una quantità consistente di emissioni di Co2 e una delle sfide è proprio la protezione delle risorse naturali.

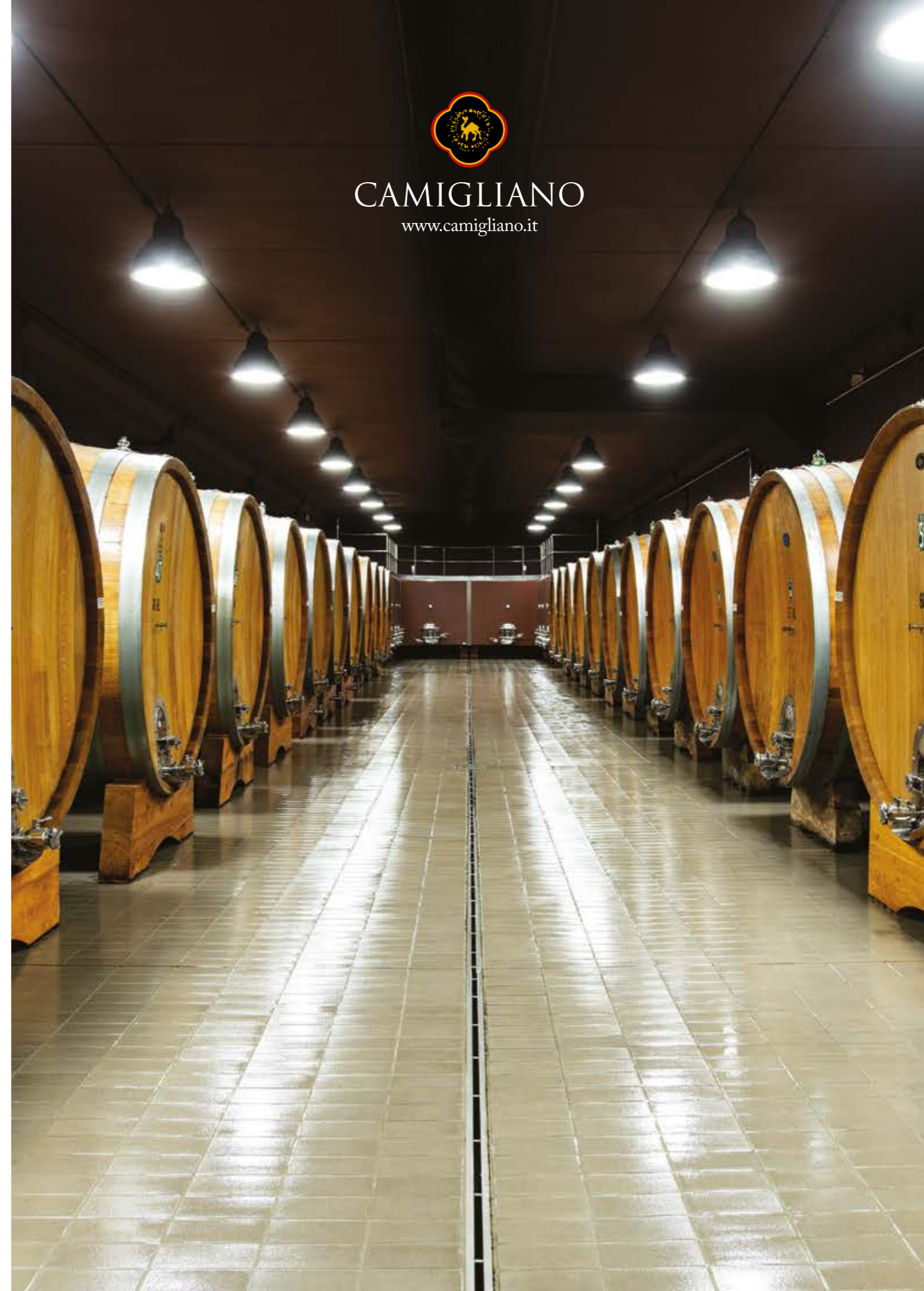
Invece, per quanto riguarda il rapporto tra cassa e debito finanziario, la liquidità aveva mostrato un miglioramento favorito dagli interventi del governo. Però, l'avvio dei rimborsi delle quote capitale porterà a intaccare i livelli di liquidità delle imprese, con maggiori effetti in situazioni di sovra-indebitamento. Per l'alimentare, la cassa equivale all'80% circa del debito finanziario a breve. Tale quota nell'agricoltura scende al 60%, mentre la media nazionale è al 140%.

Per i settori manifattura, trasporti, costruzioni e agroalimentare, nel 2023 è previsto un pieno recupero del fatturato post pandemia. Nell'attuale contesto, il fatturato continuerà a crescere per l'effetto inflazione ma, allo stesso tempo, i margini operativi resteranno sotto pressione per i costi energetici alti e le oscillazioni del prezzo delle materie prime. Il settore terziario è previsto in forte recupero sul 2019.



CAMIGLIANO

www.camigliano.it



FOCUS

CIRÒ E MELISSA. Un 2022 a +7%

Si lavora su Horeca aspettando la Docg

a cura di Gianluca Atzeni

Massimo livello produttivo nel triennio 2020-2022 per la Doc Cirò e Melissa, che ha registrato imbottigliamenti per oltre 30mila ettolitri, in aumento del 7% rispetto al 2021, equivalenti a oltre 4 milioni di bottiglie, secondo i dati dell'organismo di certificazione Valoritalia. Segno di una ripresa post-pandemia per la denominazione calabrese che fa dell'Horeca il canale privilegiato di commercializzazione dei suoi vini. Tra i produttori c'è ottimismo anche dopo un raccolto 2022 superiore a quello delle precedenti annate.



LA VENDEMMIA. Il raccolto 2022 si è attestato su 57.505 quintali di uve prodotte, in aumento rispetto ai 51.077 quintali del 2021 e ai 39.416 del 2020 (annata scarsa). A livello qualitativo, si sottolinea dal Consorzio Doc Cirò e Melissa, nonostante il caldo e la siccità, la media dei vini ottenuti è definita molto buona. Non si registrano gradazioni eccessive nei rossi, come negli anni precedenti, mentre i vini bianchi sono dotati di buona freschezza e acidità. "Gli autoctoni, come greco bianco e gaglioppo" ricorda il presidente **Raffaele Librandi** "stanno dimostrando di reagire meglio ai cambiamenti climatici e a condizioni estreme".

LA DOCG. Come altri Consorzi italiani che hanno chiesto la Docg, anche questo distretto, che aveva avviato l'iter nel 2019, deve armarsi di pazienza e attendere l'esame delle carte da parte del Masaf e del Comitato vini, soprattutto dopo i chiarimenti richiesti in materia di rappresentatività consortile, a seguito dell'entrata in vigore

delle nuove disposizioni nazionali su Dop e Igp (decreto "procedura" del 6 dicembre 2021). "Da parte dei produttori c'è la speranza di innalzare ulteriormente la piramide qualitativa grazie alla Docg", osserva il presidente Librandi. **Le principali modifiche riguardano il passaggio a Docg dell'attuale Cirò Rosso classico superiore riserva**, con obbligo di un anno di invecchiamento, senza uso di uve internazionali e una resa per ettaro che scende da 110 a 80 quintali di uva. Si tratterebbe di una nicchia oggi stimata in poco più di 100mila bottiglie nella fase iniziale e, in seguito, legata alle scelte produttive delle singole cantine.

In cifre

- 182** viticoltori
- 63** vinificatori
- 51** imbottigliatori
- 2.500** ettari
- di cui **400** a Cirò Doc classico
- 4 milioni** bottiglie
- 30%** export

fonte: Consorzio vini Doc Vesuvio

LA PROMOZIONE. Il Consorzio punta dritto a migliorare l'immagine e la reputazione dei vini. Si sta concludendo la prima annualità di un piano triennale di promozione finanziato dalla Regione Calabria, che ha previsto attività di comunicazione social, studi di marketing, incoming ed eventi come masterclass per operatori e un fuori salone durante il recente Vinitaly. "Ci siamo concentrati sul mercato italiano ma nella seconda annualità faremo anche attività estere, come in Germania, privilegiando il canale della ristorazione. Siamo una piccola denominazione, ma i vini della Calabria suscitano interesse e vogliamo posizionarci meglio", ha rimarcato Librandi.

Intanto, è confermata la terza edizione del Cirò wine festival, evento di punta del Consorzio, che si terrà il 10 agosto a Cirò Marina (Crotone), con la degustazione dei vini di circa 30 aziende socie. Ma in tutta la settimana sono previsti incontri, visite in azienda e cene a tema nei ristoranti del territorio.

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.vinaltoadige.com

CICLISMO. Le Città del vino d'Abruzzo celebrano la prima tappa del Giro d'Italia 2023

Tutto pronto per l'esordio dell'edizione numero 106 del Giro d'Italia. **La prima tappa della corsa rosa, in programma sabato 6 maggio, si snoderà nella affascinante Costa dei Trabocchi**, tra i comuni di Fossacesia Marina e Ortona, centri abruzzesi della provincia di Chieti che appartengono al circuito delle Città del vino dove le eccellenze vitivinicole, e in generale agroalimentari, sono di casa.

Fossacesia si trova lungo la strada del vino "Tratturo del re" ed è terra di produzione di Montepulciano d'Abruzzo Doc così come di altri vini, tra cui Pecorino, Cococciola e Passerina. Il comune teatino, da dove partiranno i ciclisti impegnati nella cronometro individuale di circa 19 chilometri, oltre nel wine&food (tra cui l'arte dolciaria) van-



ta tradizioni di rilievo nel mondo delle due ruote, visto che è la città natale del ciclista Alessandro Fantini, attivo tra il 1956 e il 1961, vincitore di tappe sia al Giro d'Italia sia al Tour de France.

Ortona, punto d'arrivo della prima tappa, è un'altra nota Città del vino ed è un centro di riferimento per il mondo dell'industria vitivinicola dell'Abruzzo (da Citra vini a Fantini group, guidato

da un ciclista-imprenditore come Valentino Sciotti), dove i vitigni montepulciano e i trebbiano la fanno da padroni. Durante questo giro d'Italia, altre città dell'Abruzzo si tingono di rosa, da Pescara a Vasto e Chieti, in attesa del grande arrivo in salita previsto nella settima tappa di venerdì 12 maggio, da Capua a Campo Imperatore, dopo 218 km.

MOLISE. Ok ai Distretti del vino e del miele



Nuovi distretti agroalimentari in Molise. **Dopo quello dell'olio extravergine d'oliva molisano e dell'oliva nera di Colletorto, istituiti lo scorso anno**, la Giunta regionale molisana ha approvato la creazione dei Distretti del vino e del miele. Per l'assessore all'Agricoltura, Nicola Cavaliere, si tratta di uno strumento strategico "finalizzato a valorizzare le diverse eccellenze enogastronomiche del territorio. Abbiamo una legge ad hoc e dobbiamo solo continuare a lavorare per incrementare il numero dei Distretti del cibo, dal momento che vantiamo numerose eccellenze enogastronomiche".

In Molise, i Distretti del cibo sono stati istituiti attraverso una legge proposta dallo stesso Cavaliere e approvata all'unanimità dal Consiglio regionale nell'ottobre del 2020. La denominazione estesa delle due nuove realtà è "Distretto produttivo agroalimentare di qualità del vino molisano" e "Distretto produttivo agroalimentare di qualità del miele molisano".



ENOTURISMO. Cantine Aperte celebra i 30 anni del Movimento turismo del vino

Il Movimento turismo del vino (Mtv) compie 30 anni. E l'edizione di Cantine Aperte, del 27-28 maggio, sarà la migliore occasione per ricordare la nascita di una realtà fondamentale per l'economia e la promozione del vino italiano. Dalla fondazione, avvenuta a Vinitaly nel 1993, Mtv ha lavorato sugli aspetti della tradizione, della cultura e della divulgazione dell'eccellenza enoica italiana. L'enoturista del terzo millennio è guidato dalla passione per il vino ma cerca anche relax, benessere, natura, cultura e occasioni di divertimento.

Le cantine aderenti a Mtv sono cresciute e hanno adeguato l'offerta. Nicola D'Auria, presidente Mtv, sottolinea l'attenzione all'ambiente e alla sostenibilità che sono diventate un parametro di scelta: "Le cantine hanno iniziato a comunicare con forza maggiore queste buone pratiche da tempo perseguite". Assieme ai messaggi sul consumo responsabile. Anche nel 2023, Mtv fornirà alle imprese impegnate in Cantine Aperte un kit informativo con le linee guida sul consumo responsabile. Si stima una partecipazione di milione di persone in tutta Italia.

Info su movimentoturismovino.it e movimentoturismovinoilive.it

NEUROMARKETING

Il sistema premiante del cervello



Nel 1954, lo psicologo sociale James Olds e il fisico Peter Milner scoprirono casualmente l'esistenza di un centro del piacere, un "sistema di ricompensa" nel cervello dei ratti.

La stimolazione elettrica, auto-provocatoria dal topo tramite una leva, lo spingeva a preferire di stimolarsi piuttosto che accedere al cibo e a svolgere l'azione ripetutamente, fino all'esaurimento. Questa zona discende alla parte più profonda del cervello fino alla zona subcorticale che comprende lo striato ventrale (quindi il Nucleo Accumbens, l'ippocampo e la parte mediale dell'amigdala).

Gli esperimenti di Olds e Milner furono determinanti nel dimostrare l'esistenza di aree cerebrali dedicate a mediare esperienze gratificanti. In realtà, queste vie sono legate alla produzione di dopamina. Uno dei più noti esperti di analisi dell'area della ricompensa. Brian Knutson (Stanford University) ha dimostrato che quest'area, e il Nucleo Accumbens, si attiva molto di più quando ci aspettiamo di ottenere un guadagno rispetto all'attesa della perdita di soldi e che l'attivazione è più alta di quanto si attivi la stessa area quando si ottiene il guadagno. Ecco perché **il desiderio di ottenere qualcosa è a volte più gradevole del suo ottenimento**.

Questo sistema dopaminergico è legato a due dimensioni motivazionali apparentemente indistinguibili: il sistema del "wanting" e del "liking", gestiti da due diversi sistemi neuronali. La prima area (wanting) coinvolge network neuronali che fungono da ponte tra due specifiche aree: la Corteccia Prefrontale e il Sistema Limbico. Nello specifico, l'area tegmentale ventrale (Vta) e, quindi, il sistema dopaminergico e le connessioni col sistema corticale prefrontale, che ha una funzione nella pianificazione delle azioni. Il wanting lega la parte più pianificatrice del cervello con quella più istintiva del Sistema Limbico. Ecco perché è più legato alla dimensione motivazione del volere qualcosa che implica un'aspettativa e a una dimensione più del desiderio: quella che più si attiva negli esperti che conoscono i prodotti. Il secondo sistema (liking) è legato alla soddisfazione e al piacere immediato, più coerente con l'attivazione del cervello dei non esperti. Oggi, le neuroscienze ci permettono di capire e misurare quali, tra le due aree, sono attivate da un'etichetta o dal sapore di un vino.

– Vincenzo Russo,

Coordinatore Centro di Ricerca Neuromarketing Behavior and Brain Lab Iulm



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2023



Oltrepò Pavese Metodo Classico
Pinot Nero 1865 '16
CONTE VISTARINO

In Lombardia nella zona dell'Oltrepò Pavese troviamo l'azienda Conte Vistarino. La storica azienda è stata fondata nel 1850 ed oggi si estende su 800 ettari. Con Marco Sabellico assaggiamo l'Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot Nero 1865 '16. Dal colore paglierino brillante dai riflessi ramati, al naso è intenso ricco di piccoli frutti rossi, frutta bianca, agrumi, note di erbe aromatiche e una leggera nota fumé. Al palato è fresco, complesso, verticale, chiude su un finale di note minerali. Ottimo come aperitivo o in abbinamento con primi piatti marinari, ostriche, crostacei, pesce crudo, ma anche pesce al forno o con salse.

Visita il sito contevistarino.it/

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

INTELLIGENZA ARTIFICIALE. La qualità dei vini rossi? Ci pensa un naso elettronico

a cura di Gianluca Atzeni

La qualità di un vino passa per un esame attento degli elementi olfattivi. E questo è importante soprattutto durante le fasi della produzione in cantina, se si vuole ottenere un buon prodotto finito che incontri il gusto del consumatore. Per contribuire a soddisfare questa specifica esigenza, l'Università di Gavle, in Svezia, ha creato un naso artificiale (e-nose) in grado di riconoscere, alla stregua di quanto possa fare un umano, gli elementi volatili dei vini. Il lavoro di ricerca è stato pubblicato sulla rivista "Sensors".

Dotato di sensori, di un sistema di calcolo e un sistema di analisi, il naso elettronico non è una novità assoluta e ha già visto diverse applicazioni, dalla sicurezza (riconoscimento di esplosivi) alla sanità. L'Università di Gavle non è nuova nello studio di tali applicazioni, avendo creato un sistema analogo per riconoscere la potabilità dell'acqua. Stavolta, però, José Chilo, ricercatore dell'ateneo svedese specializzato in ingegneria elettronica, si è spostato sul vino. In particolare, su quelli rossi e sul livello di acido acetico, sostanza presente in minime quantità



in tutti i vini e che aumenta quando interviene l'ossidazione. La concentrazione di questo acido spesso aumenta durante le fasi di vinificazione oppure nel caso di un affinamento troppo lungo.

Il naso elettronico messo a punto dall'Università svedese consente, quindi, di misurare nel tempo i livelli di concentrazione di acido acetico, strettamente collegato alla qualità di un vino. Tecnicamente, lo strumento è stato dotato di componenti in grado di soffiare aria nei sensori:

"L'aggiunta di ossigeno ha migliorato e reso più affidabili i nostri risultati, poiché l'ossigeno consente di liberare delle sostanze dal vino. Un po' come accade quando un sommelier arieggia il vino prima di assaggiarlo", ha spiegato Chilo.

Quali i vantaggi? Il primo è l'affidabilità delle misurazioni, il secondo è la velocità. Inoltre, **il naso elettronico potrebbe essere utilizzato nelle degustazioni dei vini, nei casi in cui gli esperti non siano in perfette condizioni fisiche o abbiano un senso dell'olfatto temporaneamente ridotto.** *"L'analisi chimica di un vino potrebbe dare risultati ancora più accurati"* ammette Chilo *"tuttavia sarebbe molto più lenta e costosa, mentre l'e-nose dà risposte rapide"*.

Per ora, l'e-nose è un prototipo che punta a un'applicazione nelle fasi di vinificazione, ma potenzialmente potrebbe valutare la qualità di un vino invecchiato. I ricercatori non hanno dubbi: *"L'intelligenza artificiale ci consente di migliorare continuamente. E se svilupperemo ulteriormente tale metodo"* conclude Chilo *"potremo identificare i componenti essenziali di un vino"*.

CONCORSI. In Sardegna si sceglie il miglior Vermentino

C'è tempo fino al 12 maggio per inviare le domande di partecipazione al Concorso enologico nazionale "Vermentino". **La manifestazione, alla terza edizione, è in programma in Sardegna, a Quartu Sant'Elena, il 25 e 26 maggio presso l'ex convento dei Cappuccini.** Il concorso è autorizzato dal 2017 dal Masaf ed è patrocinato da Regione Sardegna, Comune di Quartu Sant'Elena, Laore, Coldiretti Sardegna e Fondazione distretto Sardegna bio.

Potranno essere ammessi i vini fermi e gli spumanti Dop o Igp purché con la dicitura Vermentino in etichetta e una percentuale minima di vermentino dell'85%. Anche per quest'edizione ci sarà una sezione per i vini da agricoltura biologica certificata. Saranno premiati, a giudizio di una giuria di esperti, fino a un massimo del 35% dei campioni in gara, limite che è ulteriore garanzia del livello di qualità. Non ci sarà la medaglia di bronzo ma si partirà dalla medaglia d'argento fino alla gran medaglia d'oro. Al termine del concorso, l'ex convento dei Cappuccini ospiterà il "Gran galà del Vermentino", dalle 18.30 (ingresso aperto a tutti gli amanti del vino), dove si potranno degustare tutti i vini in concorso.

Info: concorsovermentino.com



EVENTO. La Capitale celebra Amaroni e Valpolicella

Roma torna a ospitare "Amarone in Capitale", evento organizzato dal Consorzio vini Valpolicella, in programma **il 7 e l'8 maggio all'Hotel Hassler, a Trinità dei Monti**. Domenica 7 maggio si parte con un walkaround tasting aperto a operatori dell'horeca ma anche al pubblico (18-22.30, Spazio Imàgo dell'Hassler) dedicato ad Amaroni della Valpolicella e Valpolicella superiore. Dalle 19, sulla terrazza panoramica Penthouse suite, è in programma l'aperitivo al tramonto a base di Valpolicella Doc e musica. Lunedì 8 maggio saranno tre i walk around tasting previsti, a cui si aggiungono due degustazioni guidate dal giornalista Alessandro Brizi, dedicate a "Valpolicella Ripasso Doc, il lato umano del terroir" e "Il racconto dell'Amarone della Valpolicella attraverso le sue vallate".

"Roma è tra le principali destinazioni italiane dei nostri vini di punta e in particolare dell'Amarone che, oltre a rappresentare un fil rouge tra Verona e la capitale, riflette la passione consolidata dei romani per il grande Rosso veneto", commenta Christian Marchesini, il presidente del Consorzio, che riunisce oltre 2.400 aziende per 8.600 ettari di vigneto.

Gli eventi sono aperti al pubblico e gratuiti previa registrazione (fino a esaurimento posti) su www.eventbrite.it/e/biglietti-amarone-in-capitale-587049680397

supervisione editoriale

Paolo Cuccia

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon, Vincenzo Russo

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

Aminea Winery (cover)

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

5 MAGGIO

❖ ZIBIBBO È PANTELLERIA

isola di Pantelleria fino al 7 maggio

5 MAGGIO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Cantina Carpineto Brunello di Montalcino '18 sui canali social del Gambero Rosso

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 coulturnafestival.it

6 MAGGIO

❖ BEVIAMOCISUD

Roma Hotel Palatino fino al 7 maggio beviamicisudroma.it

6 MAGGIO

❖ SABATO DEL VIGNAILO

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

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Mas dei Chini Trento Inkino Nature '16 sui canali social del Gambero Rosso

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

10 MAGGIO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Tenuta di Sesta Brunello di Montalcino '18 sui canali social del Gambero Rosso

11 MAGGIO

❖ PORTO CERVO WINE & FOOD FESTIVAL

Porto Cervo (Olbia) Cervo conference center fino al 14 maggio pcwff.com

IMPEGNO MODERNO
TRADIZIONE ANTICA



Via Talosa 8, 53045 Montepulciano (SI) - Italia | Tel: +39 0578 758277 | Email: info@talosa.it



Le grandi cantine della Toscana



LOC. VALLENUOVA | S.DA PROV.LE 9 DI PIEVASCIATA, 28 | 53019 CASTELNUOVO BERARDENGA (SI)
WWW.TOLAINI.IT | 0577 356972

L'azienda Tolaini è situata a Castelnuovo Berardenga, un'area nel sud del Chianti Classico che si caratterizza per l'eleganza e la longevità che riesce a imprimere ai propri vini. Quando nel 1956 il giovane Pier Luigi Tolaini decise di lasciare la natia Toscana per il Canada, custodiva già il sogno di tornare in Italia per produrre un grande vino. Nel 1998 tornò e iniziò a cercare il luogo ideale per realizzare il progetto che custodiva da 40 anni. Dopo aver a lungo cercato, scoprì un teatro naturale nelle zone di Montebello e Vallenuova e intuì subito come le particolari caratteristiche pedo-climatiche gli conferissero un potenziale enorme nell'ottica di produrre grandi vini come aveva sempre sognato. Per 20 anni la figlia Lia lo ha affiancato nel percorso di crescita e dopo la sua scomparsa, nell'aprile 2020, ne ha preso la guida proseguendo e ampliando il progetto.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Picconero '18

Limpido, rosso-rubino molto carico con riflessi granati. Pulito con aromi intensi di frutta rossa, peperone, liquirizia e vaniglia. Struttura complessa con tannini morbidi e rotondi, aromi di mora, lampone e un retrogusto ricco di frutti rossi, vaniglia e note balsamiche.

Valdisanti '18

Al naso sono netti gli aromi di frutta secca, cannella, peperone e vaniglia che emergono dal bicchiere. Sorso pieno e avvolgente, arricchito da note di frutta matura e una piacevole sfumatura di vaniglia nel finale. Da provare con cacciagione e carne arrosto.



Chianti Cl. Gran Selezione V. Monte Montebello Sette '18

All'olfatto presenta note sensuali di ciliegia rossa, tabacco, cuoio, spezie e liquirizia. I tannini eleganti e ben bilanciati con il frutto lo rendono un vino complesso, potente e strutturato. Il finale è lungo e piacevole. Ideale con carne rossa in umido.

Le grandi cantine della Toscana



STR. PROVINCIALE 103 | LOC. POGGIO SALVI | 53024 MONTALCINO (SI)
WWW.POGGIOSALVI.IT | 0577 847121

Vini tradizionali prodotti con metodi moderni. È questa la filosofia di Villa Poggio Salvi. L'azienda deve il suo nome alla felice posizione sul versante sud di Montalcino che guarda il mare Tirreno. L'aria pulita, i profumi che arrivano dai folti boschi di lecci, hanno attirato qui da sempre le genti che provenivano dalla Maremma. Il "Poggio della Salute", appunto, in quanto considerato da sempre una zona salubre e pura dove rifugiarsi. Nel 1979 Pierluigi Tagliabue decide l'acquisto dell'azienda e dà inizio alla ristrutturazione della tenuta. Oggi Villa Poggio Salvi conta 21 ettari di vigneti, tutti piantati con cloni di sangiovese grosso. Per struttura e modernità è un'azienda che guarda al futuro condotta con passione e competenza da Pierluigi Tagliabue e dal nipote enologo Luca Belingardi.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Brunello di Montalcino Pomona '17

Le uve provengono da un'unica vigna, un cru dell'azienda che riesce a esprimere al meglio la potenzialità del territorio. Note di frutti di bosco, erbe aromatiche e speziate, arricchiscono il sorso pieno ed elegante, dal tannino integrato e dalla lunga persistenza. Da provare con piatti di selvaggina.

Brunello di Montalcino Ris. '16

Ampio e complesso, al naso si percepiscono note di frutta matura sotto spirito, liquirizia, cacao e caffè. Sapido, pieno, di distinta freschezza il sorso è strutturato dai tannini morbidi e una persistenza al palato che indica la longevità di questo vino. Ideale con carni rosse e formaggi stagionati.



Brunello di Montalcino '17

Rosso rubino intenso. Fine ed elegante al naso con note di frutta rossa molto marcate che si fondono con sfumature floreali. Al palato è pieno, strutturato, dai tannini presenti, ma elegantemente integrati. Nel lungo finale si ritrovano i sentori percepiti al naso. Da provare con le fettucine al ragù di cinghiale.

AUSTRALIA. Export ancora in panne: primo trimestre a -7%. Pesa il calo Uk



foto: WineAustralia

Non migliora la difficile situazione per le esportazioni di vino australiano. Il Regno Unito, tra i principali acquirenti, non sta performando come gli anni scorsi, quando l'effetto della Brexit aveva fatto impennare le spedizioni verso il principale Paese della Gran Bretagna. Inoltre, occorre tenere conto del problema ormai biennale generato dalla rottura dei rapporti commerciali con la Cina. I dati dell'Australian wine institute, relativi al primo trimestre 2023, indicano una diminuzione complessiva sui 12 mesi terminanti a marzo del 7% in valore (1,9 miliardi di dollari) e dell'1% a volume (a 620 milioni di litri). Rispetto alla media decennale, si tratta del 18% in meno in valore e del 16% in meno in volume. Secondo Peter Bailey, responsabile delle analisi di

mercato per Wine Australia, **la flessione è stata in gran parte provocata da un calo dell'export verso il Regno Unito, che sta importando meno vino dopo due anni di spedizioni molto alte** determinate da una forte domanda nel pre-Brexit. Tutti i segmenti di prezzo sotto i 10 dollari litro (prezzo Fob, franco a bordo) sono in calo. Maggiori perdite si registrano nella fascia tra 2,50 e 4,99 al litro, relativa principalmente a vino in bottiglia verso Usa e Uk, che restano i due principali mercati di destinazione per questa categoria a prezzi bassi. L'export di vini sopra i 10 dollari/litro Fob è rimasto stabile. Bailey sottolinea che, da un lato, il calo della domanda si è fatto sentire soprattutto nelle fasce basse mentre, dall'altro lato, la fascia premium cresce perché il consumatore privilegia meno acquisti

ma a prezzo più alto: "Un cambiamento negli stili di consumo che colpisce soprattutto l'Australia, le cui esportazioni verso mercati come Usa e Uk sono composte prevalentemente da prodotti a basso prezzo".

Il dato positivo è che a fine marzo 2023, l'Australia ha spedito vino verso 118 destinazioni, rispetto alle 112 nello stesso periodo del 2022, ampliando e diversificando la gamma di Paesi acquirenti. La macro-regione con aumenti più importanti è il Sud-Est asiatico (+9% a 301 milioni di dollari), dove spiccano Thailandia, Malesia, Indonesia, Filippine e Vietnam. Al contrario, c'è stato un calo verso il Nord America (-5% a 557 mln di dollari) e verso l'Europa (-17%, a 568 mln di dollari). In flessione anche l'Asia nord-orientale, scesa del 5%, a 318 milioni di dollari.

Top 5 mercati a valore

USA	8%	a 381 milioni di dollari
UK	-20%	a 359 milioni di dollari
Hong Kong	-1%	a 182 milioni di dollari
Canada	+2%	a 174 milioni di dollari
Singapore	-20%	a 134 milioni di dollari

Top 5 mercati a volume

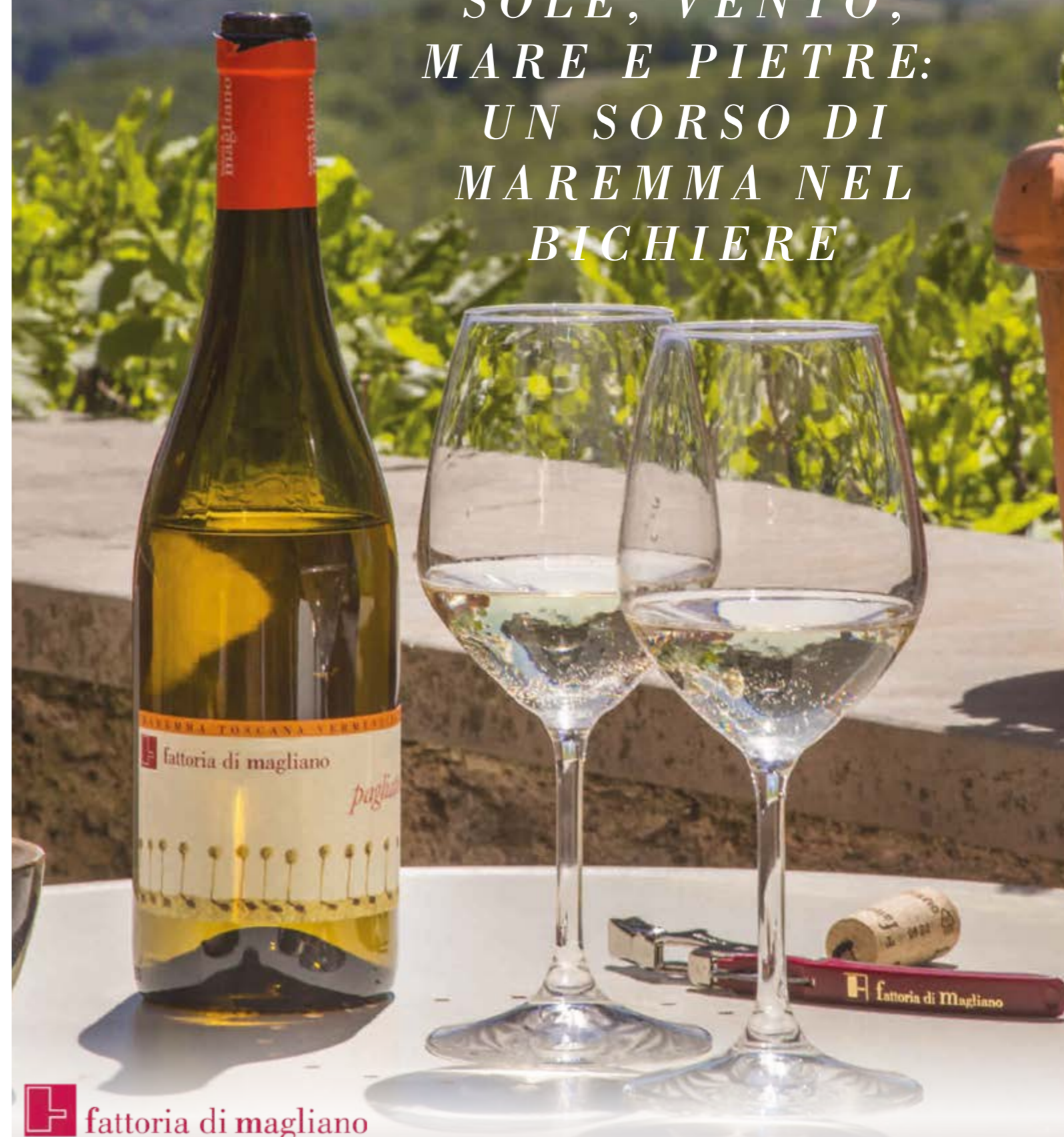
UK	-16%	a 208 milioni di litri
USA	+15%	a 146 milioni di litri
Canada	+44%	a 73 milioni di litri
N. Zelanda	-16%	a 28 milioni di litri
Germania	-17%	a 28 milioni di litri



pagliatura

MAREMMA TOSCANA VERMENTINO DOC BIO

SOLE, VENTO,
MARE E PIETRE:
UN SORSO DI
MAREMMA NEL
BICCHIERE





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

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

Sandro Sartor – Ruffino

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

Ruffino da sempre ha una grande vocazione all'export: il Chianti Ruffino è stato uno dei primi a varcare i confini italiani, arrivando a fine 1800 negli Stati Uniti, Canada, Nord Europa. Oggi Ruffino esporta circa il 92% in valore della sua produzione, con una forte presenza negli Stati Uniti, Canada, Europa.

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

In Europa siamo molto soddisfatti dei nostri rapporti con i Paesi Nordici: in Svezia il Chianti Ruffino festeggia 100 anni di presenza, sicuramente uno dei più storici. Si confermano bene anche gli Stati Uniti e il Canada dove il mercato è tutt'altro che saturo. Siamo quindi convinti che si possa ancora far bene, crescere in questi mercati dove il vino è conosciuto e fa parte di uno stile di vita italiano che tutto il mondo ci invidia.

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

Il vino italiano è sempre stato importante, un punto di riferimento per gli appassionati di tutto il mondo. Oggi più che mai: la qualità e la grandissima eterogeneità di produzione resa possibile grazie alle numerosissime varietà autoctone, oltre 600 ad oggi registrate, che si esprimono nel complesso territorio italiano stanno andando di buon passo anche con la produzione e la quantità. Siamo il primo produttore di vino al mondo e, in assoluto, se anche si beve meno vino sicuramente si beve meglio.

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

Abbiamo dei piani di marketing, comunicazione e PR globali e dedicati in base alle esigenze e necessità dei Paesi. La promozione è trasversale e passa da at-



tività più legate al trade marketing fino a piani media e digital o eventi in loco. Durante la pandemia abbiamo sempre mantenuto un atteggiamento resiliente. Abbiamo sicuramente imparato che il nostro pianeta è fragile e abbiamo portato avanti, con ancor più dedizione, tutte le attività dedicate alla sostenibilità ambientale e umana con il raggiungimento di due delle certificazioni più importanti per sicurezza sul lavoro (ISO45001) e sull'ambiente (ISO14001). Con Biodiversity Friend stiamo eseguendo alcuni ambiziosi obiettivi, quale la conduzione biologica di tutte le tenute entro la vendemmia 2024 e la sostenibilità di filiera entro il 2025. Inoltre, entro il 2030 ricicleremo il 100% delle acque ed entro il 2035 raggiungeremo la neutralità carbonica.

❖ Ruffino - Pontassieve - Firenze - ruffino.it

NEL PROSSIMO NUMERO
MASO MARTIS

ENOTURISMO. È L'ORA DEL DIRECT TO CONSUMER

Margini in crescita per chi fa vendita diretta e fidelizza il visitatore: il 73,8% degli enoturisti compra almeno una bottiglia di vino dopo la visita. Il report Divinea mostra le potenzialità del settore a partire da una provocazione: perché il produttore rinuncia al rapporto con il consumatore finale lasciando ad altri i principali margini di guadagno?

▲ a cura di Loredana Sottile



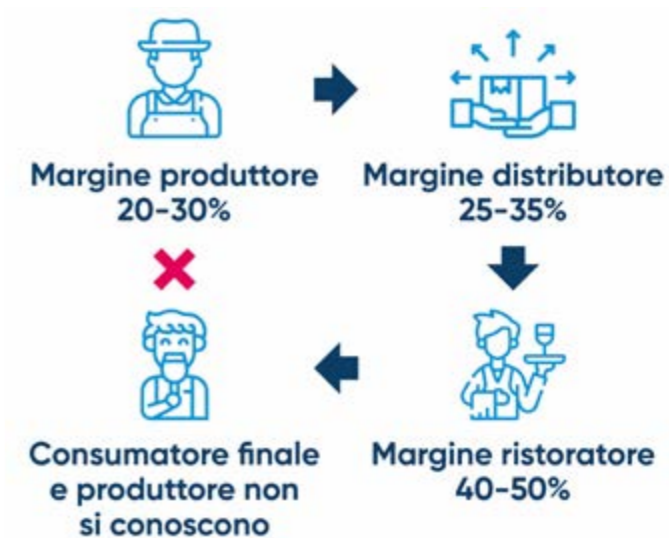
foto: Divinea

Mentre il produttore di vino si limita a fare il suo prodotto, gli altri, grazie a quello stesso prodotto e al rapporto con il consumatore finale ci guadagnano anche il doppio. È da questa provocazione che parte l'ultimo Report Enoturismo e Vendite direct-to-consumer 2023 dell'impresa tecnologica milanese Divinea, che ha analizzato i dati di circa 300 cantine che utilizzano il software Crm Wine Suite. "Ogni nuova generazione di vignaioli si confronta con delle pietre miliari del cambiamento e lo fa da sempre con tanto impegno, ma anche con altrettanta naturalezza" spiega il direttore marketing&digital expert Divinea **Roberto Villa** "Ora siamo di fronte all'ennesima prova, l'ennesima pietra miliare nell'evoluzione del settore del vino: la relazione con il consumatore finale. Ma quanto un produttore conosce davvero chi consuma il proprio vino? Quanto sa delle sue preferenze e delle sue abitudini di acquisto? Oggi è finalmente arrivato il momento del Direct to consumer".

IL DIRECT TO CONSUMER FA SALIRE I MARGINI

Numeri alla mano, dall'analisi emerge che 20-30% sono i margini del produttore, 25-35% quelli del distributore, 40-50% quelli del ristorante. Invece, **nei casi in cui consumatore finale e produttore entrano in contatto il margine per il primo può arrivare al 65-75% con incasso immediato.** "Premesso che il canale distributivo tradizionale, è fondamentale per il successo economico di una azienda vitivinicola" è la precisazione di Villa "non si può dimenticare che tra tutti i canali di vendita i margini più alti li fa sempre chi si relaziona con il consumatore finale. Perché, quindi, nel settore vino questo attore non può essere il produttore stesso?".

A conferma di ciò, i dati dicono che l'azienda vinicola è in assoluto il miglior luogo per vendere ai privati: il 73,8% di chi vive un'esperienza in cantina acquista, al termine di essa, almeno una bottiglia di vino. Ma non è la vendita l'unico guadagno per la cantina. Il vero valore aggiunto è, infatti, dato dalla raccolta dati. »



fonte: Wine Suite/Divinea

I canali principali per le vendite dirette

Vendita in cantina	72,8%
Ordini diretti per telefono e email	15,4%
Fiere ed Eventi	5,9%
eCommerce	5,1%
Wine Club	0,7%

fonte: Wine Suite/Divinea

» RACCOGLIERE I DATI: UN MUST HAVE PER CHI VUOLE INCREMENTARE LE VENDITE

Il 2022 ha evidenziato un significativo cambio di passo da parte di numerosi produttori per quanto riguarda la cultura del dato. "Finalmente è arrivata la consapevolezza dell'importanza di raccogliere i dati" continua Villa "e anche nel mondo del vino italiano l'utilizzo di strumenti tecnologici per gestire la relazione con i clienti sta diventando un must have per tutte le realtà che desiderano incrementare le vendite con i privati". In questo contesto, **il 21,5% dei produttori (l'anno precedente erano il 22,4%) dichiara ancora di non raccogliere alcun dato**. La principale giustificazione è legata al fatto che non ci si è ancora dotati degli

73,8%
persone che acquistano vino al termine di una visita

5,8
media di bottiglie acquistate in cantina post esperienza

€79,4
scontrino medio di vino venduto in cantina

fonte: Wine Suite/Divinea

strumenti giusti (37,8%) mentre il 31,1% risponde di non avere tempo da dedicare a questa attività, valutandola attualmente poco prioritaria, non avendo quindi visione del vero potenziale della relazione con il consumatore finale attraverso l'enoturismo.

Il luogo dove vengono raccolti la maggior parte dei dati è ancora la cantina con il 31,7% delle informazioni salvate. Sempre più dati vengono raccolti in maniera automatizzata online grazie al collegamento con i Crm (Customer relationship management). In particolare, pesano il 30,8% i dati provenienti dalle prenotazioni enoturistiche e dal form d'iscrizione alla newsletter, così come con l'e-commerce da dove arrivano il 15,8% delle informazioni raccolte. »

RACCOLTA DATI E CRM

21,5%
aziende che non raccolgono dati dei loro clienti

1.450
contatti mediamente presenti in un CRM

39,2%
contatti con i consensi marketing tra quelli presenti nei CRM

fonte: Wine Suite/Divinea

Perché non raccogli dati?

Non ho gli strumenti giusti	37,8%
Non ho il tempo da dedicare a questa attività	31,1%
Non ci ho mai pensato	15,6%
Per privacy	6,7%
Raccolgo solo l'email	4,4%
Non ne vedo l'utilità	2,2%
Non ho le risorse da dedicare a quest'attività	2,2%

fonte: Wine Suite/Divinea

L'identikit dell'enoturista: i 10 profili principali

La fascia d'età più gettonata è quella 25-34 che incuba circa 1/3 del totale anche se incalza la fascia dei giovani tra 18 e 24 anni che salgono al 22,8% seguite dalle persone tra i 35 e i 44 anni che sono il 21,2% del totale tra chi prenota. **Le donne sono ancora in prima linea, con il 58,4% delle prenotazioni contro il 41,6% degli uomini**, sebbene in calo rispetto all'exploit del 66% del 2021. Salgono anche i visitatori ricorrenti, ovvero quelli che sono tornati a far visita alla stessa azienda nel corso dell'anno, che nel 2022 sono stati il 3,9%.

58,4% **41,6%**

3,9%
Visitatori ricorrenti

fonte: Wine Suite/Divinea

1 Turista enogastronomico

È il profilo più presente nelle cantine italiane. È particolarmente apprezzato da parte dei produttori in quanto è curioso, ha un potere di spesa mediamente alto ed ha spesso un buon network di conoscenze tra cui attivare il passaparola

2 Wine Lover / Sommelier

Attrarre conoscenti del settore resta sempre una priorità da parte delle cantine. La loro testimonianza e il loro endorsement può portare prestigio all'azienda e raggiungere un pubblico maggiore

3 Coppia romantica

Negli anni si sono fatti strada, spingendo sempre più aziende a creare proposte enoturistiche disegnate in funzione dei loro bisogni, in occasione di ricorrenze come compleanni e San Valentino

4 Visitatori stranieri

Nonostante il Covid abbia rallentato il loro »



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2023



Brunello di Montalcino Gualto Ris. '16 CAMIGLIANO

In Toscana nella zona di Montalcino troviamo l'azienda Camigliano. L'azienda è stata fondata nel 1957 dalla famiglia Ghezzi ed oggi si estende su 530 ettari di cui 92 vitati. Con Marco Sabellico assaggiamo il Brunello di Montalcino Gualto Ris. '16. Dal colore rubino granata, al naso è intenso ricco di frutti rossi maturi di ciliegia, marasca, ribes, note di scorza di agrume, note balsamiche e speziate. Al palato è elegante, armonico, fresco, sorretto da una bella vena acida con lunga persistenza aromatica. Ottimo in abbinamento con arrostiti, cacciagione, carna alla brace, ma anche formaggi stagionati.

Visita il sito camigliano.it

Per guardare la puntata:
[instagram.com/reel/CrtGzrzI8p2/](https://www.instagram.com/reel/CrtGzrzI8p2/)

» **QUANTO VALE UN CLIENTE FIDELIZZATO?**

Ma perché è così importante raccogliere dati? Perché, come spiega il report, l'enoturismo è fatto di tre fasi: il pre-visita (in cui è compito della cantina attrarre i visitatori), la visita in sé (in cui bisogna trasformare il visitatore in cliente attraverso la raccolta dati) e il post visita (in cui bisogna fidelizzare i clienti). Per quanto riguarda questa ultima fase, è probabilmente quella più sottovalutata. Ad oggi, infatti, solo una parte irrisoria delle aziende vinicole lavora in maniera corretta ed efficace. Spesso capita che il personale lavori in maniera inefficiente, svolgendo azioni ripetitive e a poco valore aggiunto che potrebbero essere automatizzate. Parliamo per esempio dell'invio di email informative e telefonate per programmare, confermare o modificare gli appuntamenti. Forse si lavorerebbe diversamente se si tenesse a mente che **un cliente fidelizzato vale nel tempo 10 volte il valore di un cliente occasionale.**

Ma quali sono i dati necessari a fidelizzare il cliente? Dal report emerge che per i produttori la priorità sia tracciare il nome e il cognome, l'email e la lingua preferita. Quasi nella metà dei contatti è presente anche il numero di telefono mentre solo l'11,1% dei contatti tiene traccia della data di nascita che è, invece, un dato indispensabile per segmentare la clientela in base all'età e per mandare comunicazioni personalizzate il giorno del compleanno.

MARKETING DIGITALE, QUESTO SCONOSCIUTO

Se dal punto di vista della raccolta dati ci sono stati significativi miglioramenti nel corso del 2022, il marketing online resta ancora un canale da sviluppare.

Guardando al budget medio investito mensilmente, si osserva come quasi il 60% delle aziende metta un valore inferiore a 200 euro, di cui il 23,5% non investe alcun budget per promuovere il brand. Inoltre, l'email marketing resta un'attività per poco più della metà delle aziende vinicole (51,5%) dove nella mag-

gioranza dei casi l'invio di comunicazione avviene, al più, una volta al mese, perdendo un enorme potenziale, considerando che l'open rate nel settore vitivinicolo è del 48,8%, più del doppio rispetto ad un buon open rate nel settore consumer, che si aggira attorno al 20%.

LA DEGUSTAZIONE RESTA LA PRIMA PROPOSTA

Passando ai "contenuti" della visita in cantina, il report Divinea mostra come l'offerta enoturistica italiana resti fortemente focalizzata sulle degustazioni tradizionali che, rispetto a tutte le tipologie di esperienze, si attestano al 70,8%, in linea con l'anno precedente. Crescono le esperienze speciali, vista la presenza sempre maggiore di proposte enogastronomiche e di pic-nic che complessivamente raggiungono il 18% dell'offerta. In lieve diminuzione invece il costo dello scontrino medio delle prenotazioni enoturistiche nel 2022 (82,7 euro ovvero -3,3% rispetto al 85,5 euro del 2021). Il tempo che intercorre tra la prenotazione e la visita in cantina è di 12 giorni che è una conseguenza del cambio di abitudini dopo l'emergenza sanitaria visto che prima del Covid le prenotazioni avvenivano mediamente 23 giorni prima. Guardando ai principali dati del Report **si scopre che solo il 31,8% delle cantine riceve i visitatori anche la domenica, che potenzialmente è una delle giornate preferibili per i clienti privati.** Nell'arco dell'anno, invece, la stagione enoturistica si concentra tra maggio e ottobre, mese quest'ultimo che raggiunge il picco di visitatori. Il 95,1% delle esperienze sono anche in lingua inglese, ma è solo il 7,5% dei siti web consente di prenotare una visita pagando anticipatamente online. Altro dato negativo è il tasso del 75% di rifiuto da parte delle cantine: un valore ancora troppo alto se si considera che basterebbe tenere il calendario delle disponibilità aggiornato per rifiutare di rifiutare una prenotazione che equivale ad una mancata opportunità di business per l'azienda. ❖

» arrivo, restano un bacino prezioso con un potere di spesa alto e che tendono ad acquistare significativi quantitativi di vino

5 Neofiti

Sempre più aziende stanno adattando la comunicazione per avvicinare persone curiose di scoprire per la prima volta cosa c'è dietro una bottiglia di vino

6 Sportivi

Le aziende si stanno sempre più attrezzando per venire incontro alle loro esigenze con proposte dedicate e strutture dotate dei servizi necessari

7 Famiglie

Sono spesso persone che arrivano nel fine settimana dai principali centri cittadini e che scelgono cantine della stessa regione o, comunque, raggiungibili con tragitti in auto relativamente brevi

8 Visitatori per caso

Sono molteplici le circostanze che portano persone inaspettate in azienda e che, se ben gestiti, possono riservare piacevoli sorprese

9 Visitatori con animali domestici

Le aziende vinicole sono per natura un ambiente ospitale per questo genere di visitatori, tuttavia, avere l'accortezza di prendersi cura degli animali è un piccolo investimento che può far felice il padrone

10 Visitatore ricorrente

Un visitatore su 25 torna a visitare la stessa azienda nel corso dell'anno se ha avuto un'esperienza positiva. Si tratta dei migliori candidati a diventare ambasciatori del brand cantina



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2023



**Maremma Toscana Vermentino
Pagliatura '22
FATTORIA DI MAGLIANO**

In Toscana, più precisamente nella zona della Maremma, troviamo la Fattoria di Magliano. L'azienda è stata fondata nel 1997 da Agostino Lenci ed oggi conta 52 ettari di vigneti sono distribuiti in tre aree: Colle Sterpeti, Vigna Tizzi e Poggio Bestiale. Con Marco Sabellico assaggiamo il Maremma Toscana Vermentino Pagliatura '22. Dal colore paglierino brillante, al naso è ricco di note floreali di taglio, note di frutta bianca matura, note agrumate e note di erbe aromatiche. In bocca è pieno, strutturato, sapido, fresco e verticale. Ottimo in abbinamento con carni bianche, formaggi freschi e primi piatti a base di pesce.

Visita il sito fattoriadimagliano.it/

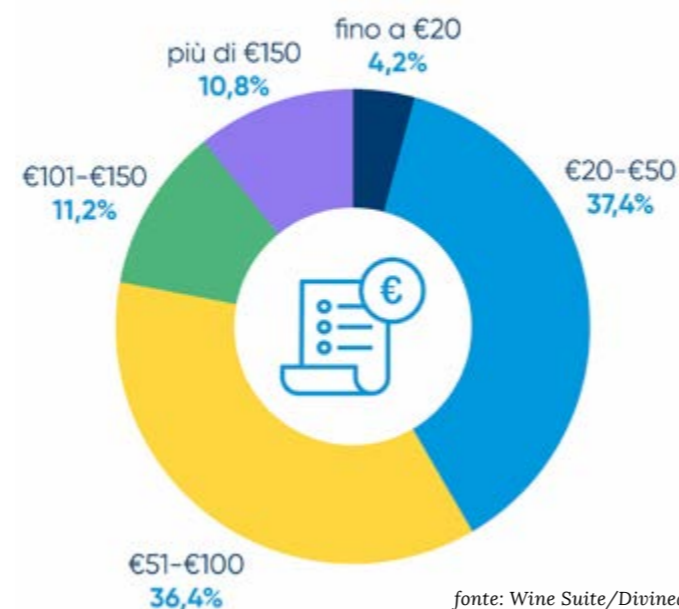
Per guardare la puntata:
www.instagram.com/reel/CryQXqNoAkR/



Le automation più utilizzate

Email di benvenuto dopo il primo contatto	67,5%
Ricontatto dopo una visita	55%
Invito ad iscriversi alla newsletter	50%
Ricontatto dopo un'acquisto	40%
Augurio di compleanno	40%
Carrello abbandonato	15%

fonte: Wine Suite/Divinea

Fasce scontrino in %

fonte: Wine Suite/Divinea

FINE WINE. FRANCIA AL TOP, MA L'ITALIA SI FA SPAZIO

▲ a cura di Gianluca Atzeni

Il nuovo Barometro di Idealwine rileva nel 2022 un incremento di quotazioni e transazioni del 40% per oltre 38 milioni di euro di giro d'affari. Piemonte e Toscana si confermano tra le regioni più richieste. Forte interesse per i vini sostenibili, biologici e biodinamici. Tenuta San Guido la più ricercata

« oggi vini pregiati e dici Francia. Lo confermano, ancora una volta, i dati del barometro di Idealwine del 2022. La casa d'aste online, la principale in Francia, ha registrato transazioni sulla propria piattaforma per 53 milioni di euro (+28%) tra aste e acquisti diretti mentre attraverso 47 vendite all'incanto ha assegnato oltre 197mila bottiglie nel corso del 2022, per un valore di 38,3 milioni di euro (+40%), incluse le commissioni d'acquisto. È stato un anno caratterizzato da un incremento dei prezzi di aggiudicazione, con una media di quasi 194 euro (+39%) per una bottiglia da 0,75 litri. Bordeaux, Borgogna e Valle del Rodano sono le tre macroregioni a guidare la classifica sia in valore sia in volume relativamente ai vini messi all'asta lo scorso anno, con percentuali aggregate del 73% e 83,6%. Il report analizza l'andamento di 14 regioni e tra le protagoniste del 2022 c'è l'Italia, per la quale si registra un sensibile incremento della ricerca di vini pregiati da parte dei collezionisti.

BORGOGNA PIGLIATUTTO

Guardando l'andamento generale dei 12 mesi del 2022, all'aumento dei prezzi nel corso del primo semestre, in linea con la tendenza registrata per il 2021, è seguito un forte ribasso nel secondo semestre, soprattutto per brand come Leroy, Auvénay, Rousseau, Roumier, Bizot, Lachaux, Rayas e Grange des Pères.

In termini di valore, la Borgogna ha rappresentato nel 2022 il 45,3% del totale aggiudicato, mentre in termini di volume ha pesato per il 22,8%, seconda posizione dopo Bordeaux (36,6%). Il prezzo medio a bottiglia per i vini di Borgogna è stato di quasi 384 euro (+59%). E, per avere un'idea della supremazia di tale »

Il Barometro

Il Barometro annuale di Idealwine è un report (di circa 160 pagine) contenente un'analisi dettagliata sul mercato dei fine wine e sulle principali tendenze nelle vendite all'incanto. I dati sono stilati sulla base di circa 200.000 bottiglie, messe all'asta ogni anno. Per completare l'offerta di vini rari venduti all'asta, Idealwine (nata nel 2000, con tre sedi europee, a Parigi, Bordeaux e Beaune) propone anche l'acquisto diretto, grazie a una rete di quasi 900 produttori, e grazie a una community di 650.000 amanti del vino. Le bottiglie sono spedite in più di 60 Paesi. Il gruppo, tra filiali e partecipate, include la società Iwa (International wine auction), la maison de négoce Lmgv Bordeaux e la piattaforma Fine spirits auction, in partenariato con La Maison du Whisky.



foto Top Producers 2022

» regione, basti dire che i suoi vini occupano 31 posizioni nella classifica dei primi 50 lotti più costosi. Inoltre, sono tutte borgognone le posizioni della top 50 tra le etichette più care. La regione Champagne risulta la seconda col prezzo medio a bottiglia più alto (259 euro, +42% sul 2021).

IN SALITA BIO E NATURALI

Aumenta la presenza dei vini biologici, biodinamici e "naturali". In testa, tra i più venduti in questa categoria ci sono i vini di Domaine de la Romanée Conti, d'Auvenay, Leroy e Leflaive, che sono noti anche per l'approccio biodinamico. Il report di Idealwine sottolinea che anche le quotazioni dei vini definiti "naturali" hanno registrato notevoli aumenti, con superamenti della soglia dei mille euro a bottiglia. In particolare, per importanti brand francesi tra cui Bizot, Selosse, Prieuré Roch, Domaine des Miroirs, Overnoy, Thierry Allemand e Jardins Esmeraldins.

Tra i fattori che hanno guidato il mercato dei vini pregiati, c'è il concetto di rarità. I collezionisti hanno privilegiato microaziende, vecchie annate quasi introvabili e tali fattori hanno fatto impennare le quotazioni.

ITALIA OTTAVA IN CLASSIFICA DOPO LE REGIONI FRANCESI

I collezionisti di vino, nel 2022, hanno scelto prevalentemente Piemonte e Toscana tra le aree vitivinicole italiane con cui fare affari. In generale, i vini italiani su Idealwine hanno incrementato del 32% nel 2022 i quantitativi aggiudicati all'asta con 5.584 bottiglie equivalenti da 0,75 litri. Ma il record è stato raggiunto a valore, con un +53%, nel segno di una "premiumizzazione" dei lotti, frutto di un prezzo medio a bottiglia di 105 euro (+16%). L'Italia, del resto, sta incrementando la sua presenza nel catalogo vendite delle aste firma-

I più costosi del 2022

La tenuta più scambiata:

Domaine d'Auvenay (386 bottiglie eq. da 0,75 l.) per 2,1 milioni di euro e un prezzo a bottiglia di 5.464 euro

Il lotto più costoso: 12 Grand Cru 2018

del Domaine de la Romanée-Conti (1 Corton, 1 Montrachet, 2 Échézeaux, 1 Grands-Échézeaux, 2 Romanée Saint-Vivant, 1 Richebourg, 3 La Tâche, 1 Romanée-Conti), aggiudicato per 84.320 euro

La bottiglia più cara: Musigny Grand Cru del Domaine Leroy, a 34.100 euro

La bottiglia speciale più cara:

matusalem (6 litri) di Petrus 2015, a 62.000 euro

Top 10 brand Italia

tenuta	valore scambiato (eq. 0,75 l)	volume	prezzo medio
Tenuta San Guido	103.334	402	257
Angelo Gaja	42.346	184	230
Bartolo Mascarello	25.575	94	272
Giacomo Conterno	25.301	67	378
Giuseppe Rinaldi	24.664	112	220
G. B. Burlotto	19.502	83	235
Tenuta Ornellaia	14.770	24	615
Cappellano	12.727	43	296
Giacomo Borgogno	12.579	97	130
Bruno Giacosa	10.471	41	25

fonte: Barometro Idealwine 2022

te Idealwine. **Nel 2022, rappresenta il 61% dei vini non francesi a catalogo, rispetto al 39% del 2021.** Ed è l'ottava regione nella classifica, la prima dopo le altre sette regioni francesi.

La domanda di vini italiani è focalizzata, appunto, in Piemonte e Toscana nella logica di una concentrazione del mercato. Idealwine evidenzia, in particolare, la crescita del valore dei lotti più cari aggiudicati nel 2022, con prezzi medi di 809 euro, che è pari a sette volte il prezzo medio del resto dei vini italiani venduti all'asta.

TOSCANA, PIEMONTE E VENETO: LE QUOTAZIONI

Tra i più scambiati, **il leader della classifica del 2022 è la Tenuta San Guido, con il Sassicaia**, che conferma la propria posizione rispetto a un anno prima (vedi tabella in alto). Questa etichetta ha visto crescere i volumi scambiati del 121%, per 402 bottiglie, con un valore a +165% e un prezzo medio a bottiglia di 257 euro. L'annata 1985 ha ottenuto il primato della bottiglia più cara: 2.170 euro.

I vini piemontesi sono nel 2022 i più ricercati sulla piattaforma Idealwine, col 51% delle bottiglie aggiudicate. Considerando la top 20, si nota una ricerca di vecchie annate, oltre i dieci anni. La più cara tra le piemontesi è un Barbaresco Docg Santo Stefano di Neive, di Bruno Giacosa 1964, battuto all'asta per 1.854 euro. Ma è un'eccezione, perché **è il Barolo a occupare dieci posizioni su 13.** In tutto, sono state scambiate 1.809 bottiglie con prezzi di 132 euro a bottiglia di questa tipologia. Tra gli altri nomi ben presenti nelle aste 2022: Franco Cappellano e Bartolo Mascarello, entrambi in ascesa, e Giuseppe Rinaldi. Tra gli altri, la casa francese segnala Luca Roagna (la cuvée Crichton Pajé 1996 è stata venduta per 868 euro, ottava in classifica), ma anche Angelo Gaja (Sori Tildin 1997, a 558 euro). Esordio nella top 20 per Giacomo Borgogno e Pelissero.

Il Veneto è l'unica nuova regione a entrare nelle classifiche di Idealwine. Nel 2022, sono 285 le »



VIVA LA SOSTENIBILITÀ
NELLA VITIVINICOLTURA
IN ITALIA

VEGAN FRIENDLY
WINES



CARPINETO.COM



» bottiglie scambiate, con la new entry in piattaforma di Bertani. Mentre tra i lotti più costosi, l'unico rappresentante per il Veneto è un Amarone della Valpolicella: la cuvée Riserva 2003 di Giuseppe Quintarelli (496 euro).

ITALIA: ECCO CHI SONO I PIÙ SOSTENIBILI

Trend molto forte in Francia, la sostenibilità è una tra le caratteristiche emerse nelle aste anche per i vini pregiati targati Italia, grazie agli approcci biologici e biodinamici che diverse cantine stanno portando avanti. Negli anni precedenti il 2022, i vini di Abruzzo e Lombardia (con Valtellina e Oltrepò Pavese) erano stati scambiati su Idealwine, ma nel 2022 è emersa molto forte la Sicilia, protagonista con 204 bottiglie scambiate. In particolare, si segnalano i vini di Frank Cornelissen (cuvée Magma 2016, a 360 euro), Tenuta delle terre nere (Vigna don Peppino 2008 a 161 euro). In linea generale, nel 2022, oltre mille lotti aggiudicati di vini italiani sono prodotti secondo i principi di sostenibilità, come il Brunello di Montalcino riserva Soldera di Case Basse annata 2004 (Gianfranco Soldera) venduto per 1.165 euro. ❖

Top 10 Paesi acquirenti di vini italiani

- 1 Francia
- 2 Hong Kong
- 3 Singapore
- 4 Italia
- 5 Danimarca
- 6 Germania
- 7 Belgio
- 8 Corea Del Sud
- 9 Stati Uniti
- 10 Svizzera

fonte: Barometro Idealwine 2022

Il percorso ideale per investire nel vino, secondo Wine Profit

Wine Profit è una società ibrida che si posiziona tra società di investimento nel vino e commercianti di vino. Nata nel 2018 all'interno di Moneysurfers, con cui condivide la sede a Chiasso, in Svizzera, possiede circa 65.000 bottiglie di vino a magazzino, per oltre 7 milioni di euro. Secondo la società, il percorso di investimento in vini pregiati dovrebbe essere strutturato in 4 step principali, per creare collezioni di vini su misura, garantire la qualità di stoccaggio e maturazione fino al raggiungimento del picco finanziario e di mantenere le bottiglie esenti da Iva e accise.

- 1 **Consulenza.** A ogni investitore dovrebbe essere sempre data la possibilità di richiedere un confronto preliminare con un account manager per ricevere tutte le informazioni e chiarire eventuali dubbi su rischi e benefici dell'investimento. L'account manager diventa una figura di riferimento per il collezionista.
- 2 **Acquisto delle migliori bottiglie.** Dopo aver discusso la strategia e varato una proposta di collezione di vini, l'investitore procederà all'acquisto. La selezione dovrebbe essere creata solo su etichette esclusive, di alta qualità e il cui valore si stima possa crescere nel tempo. Inoltre, si consiglia l'acquisto delle bottiglie direttamente dal produttore finale o dai distributori certificati, per garantirne l'originalità e l'integrità.
- 3 **Stoccaggio nel magazzino fiscale.** Dopo l'acquisto, il vino deve essere trasferito in sicurezza presso magazzini dedicati alla maturazione di bottiglie di pregio, affinché venga conservato secondo le corrette condizioni: posizione orizzontale, minima esposizione alla luce, umidità e temperatura costante, assenza di vibrazioni e forti odori.
- 4 **Liquidazione sul mercato.** Una volta che il vino ha raggiunto il suo picco di valore, l'investitore può valutare la vendita delle bottiglie a potenziali acquirenti: ristoranti, alberghi, enoteche o collezionisti privati.

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

Illustrazione di Carlo Alberto Giardina

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice	Var% settimanale	Var% inizio anno
S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	1,08	2,44
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	-1,91	9,10
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	0,34	6,27

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-1,30	-1,56	6,16	708
Campari	Italia	0,88	26,42	14,46	13.927
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-0,76	-10,88	-12,96	36
Marr	Italia	0,58	22,46	-7,30	928
Newlat Food	Italia	-4,02	20,83	-11,02	230
Orsero	Italia	-0,63	-5,26	0,96	223
Valsoia	Italia	-0,83	-1,04	-13,06	102
Anheuser Bush I	Belgio	-2,96	3,61	8,61	101.278
Danone	Francia	-0,60	22,04	4,85	40.604
Pernod-Ricard	Francia	-2,76	15,05	7,39	54.530
Remy Cointreau	Francia	-14,88	-3,30	-19,55	7.739
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-0,88	10,34	44,36	3.681
Dsm	Olanda	-5,65	-1,31	-27,51	2.625
Heineken	Olanda	-1,00	17,89	13,05	59.673
Jde Peet S	Olanda	0,22	3,03	1,24	13.996
Ebro Foods	Spagna	-1,99	14,19	-1,53	2.575
Viscofan	Spagna	-4,92	2,82	19,96	2.878
Barry Callebaut N	Svizzera	0,63	4,59	-15,58	10.670
Emmi N	Svizzera	-3,10	19,80	-2,60	5.099
Lindt N	Svizzera	-1,08	16,00	-1,61	15.128
Nestle N	Svizzera	-0,83	6,93	-8,93	320.131
Associated British Foods	Gran Bretagna	-1,41	24,11	21,76	17.335
Britvic Plc	Gran Bretagna	-0,43	18,60	7,53	2.709
Cranswick Plc	Gran Bretagna	2,61	4,55	1,26	1.967
Diageo	Gran Bretagna	-3,87	-0,52	-9,64	93.118
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	0,12	15,30	6,17	3.748
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-0,50	-18,66	-15,44	38.607
Beyond Meat	Stati Uniti	-3,31	4,39	-66,48	751
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-1,26	-5,53	-20,45	2.896
Brown-Forman B	Stati Uniti	1,03	-1,63	-1,09	18.262
Bunge Ltd	Stati Uniti	-0,25	-8,64	-20,90	12.464
Campbell Soup	Stati Uniti	-0,22	-3,88	16,31	14.893
Coca-Cola Co	Stati Uniti	0,25	0,63	0,90	252.456
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	0,81	-0,65	12,36	16.723
Constellation Brands	Stati Uniti	0,90	-1,38	-6,34	38.193
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-3,30	-10,08	-25,57	8.231
Flowers Foods	Stati Uniti	1,18	-4,18	5,64	5.306
Freshpet Inc	Stati Uniti	3,97	29,05	-26,85	2.984
General Mills	Stati Uniti	0,56	6,14	28,09	48.175
Hershey Company	Stati Uniti	4,30	18,45	26,10	36.844
Hormel Foods	Stati Uniti	0,47	-11,72	-22,40	20.042
Ingredion Inc	Stati Uniti	1,81	7,91	23,53	6.357
Kellogg Co	Stati Uniti	3,84	-0,08	5,66	22.078
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-9,33	-8,75	-10,92	41.658
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	1,48	24,69	69,15	14.805
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	2,09	6,15	38,86	5.266
Mccormick & Co	Stati Uniti	2,78	6,44	-9,91	20.183
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	10,85	26,32	19,81	11.891
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	7,03	16,43	21,65	96.378
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	6,14	13,35	35,79	27.414
National Beverage Corp.	Stati Uniti	4,11	11,65	18,50	4.421
Nomad Foods	Stati Uniti	3,74	11,02	3,57	3.041
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	-0,45	26,44	-40,22	1.188
Pepsico Inc	Stati Uniti	1,34	6,42	14,60	241.939
Performance Food Gr	Stati Uniti	2,34	5,74	22,67	8.792
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-0,23	-8,26	-25,60	4.699
Post Holdings	Stati Uniti	1,38	0,03	23,38	4.841
Seaboard Corp	Stati Uniti	-0,07	5,57	-2,55	4.219
Smucker, J.M.	Stati Uniti	2,83	0,16	17,62	15.435
Sysco Corp	Stati Uniti	1,11	-0,85	-10,97	35.031
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	1,16	7,85	-48,02	1.423
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	0,03	-3,10	-6,03	44.145
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-0,10	-2,10	-34,40	15.873
Us Foods Holding	Stati Uniti	2,05	11,17	-0,55	8.000

FINE WINE AUCTIONS

Château d'Yquem, le bottiglie centenarie

Le protagoniste di questa settimana hanno una caratteristica eccezionale, l'età: sono bottiglie centenarie. La più giovane ha 101 anni, la più anziana 158: quando nel Sauternes nasceva quest'ultima, nel 1865, la neonata Italia stava traslocando la capitale da Torino a Firenze. E' sorprendente che le case d'asta siano riuscite a vendere all'incanto sia nel 2021 che nel 2022-2023 le stesse 16 annate di rarità assoluta, ma la sorpresa raddoppia quando si scopre che il vino bordolese di longevità secolare al centro di questa straordinaria vicenda non è un grande rosso, è un bianco dolce. Si tratta di Château d'Yquem, l'unico premier cru che ottenne la qualifica di "superieur" nel 1855, quando la Camera di commercio di Bordeaux, su richiesta di Napoleone III, compilò il Gotha dei grandi vini rossi della Gironda. Che accoglienza hanno avuto alle aste queste bottiglie fuori del comune? **La più a buon mercato, dell'annata 1916, è stata aggiudicata a 2.541,60 euro**, per la più costosa, del 1865, di euro ne sono stati sorsati 17.632,50. Quotazioni in ribasso per entrambe, per la seconda addirittura dell'81%: nel 2021 costava la bellezza di 46.987,50 euro. Difficile stabilire se il ribasso ha ridimensionato delle sopravvalutazioni o se è stato determinato dal diverso stato di conservazione delle bottiglie, di primaria importanza quando hanno più di cento anni. Complessivamente, infatti, i 16 millesimi di Château d'Yquem non sono affatto in calo: hanno guadagnato l'1,91% rispetto al 2021, passando da 150.898,85 a 153.776,60 euro. Niente male, in un periodo tormentato come questo.

- Cesare Pillon

Château d'Yquem - Sauternes

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2022/23	Prezzo 2021	+ / -
1865	1 b	£ 15.000	Sotheby's, Londra	26/05/22	€ 17.632,50	€ 46.987,50	-81%
1869	1 b	Hk\$ 87.500	Christie's, Hong Kong	24/03/23	€ 10.360,00	€ 8.205,00	+26%
1874	1 b	Hk\$ 100.000	Christie's, Hong Kong	24/03/23	€ 11.840,00	€ 11.002,50	+8%
1876	1 b	£ 13.750	Sotheby's, Londra	23/03/23	€ 15.532,00	€ 5.574,60	+179%
1884	1 b	£ 10.625	Sotheby's, Londra	23/03/23	€ 12.002,00	€ 8.068,50	+49%
1885	1 b	£ 10.000	Sotheby's, Londra	23/03/23	€ 11.296,00	€ 8.068,50	+40%
1887	1 b	£ 10.625	Sotheby's, Londra	23/03/23	€ 12.002,00	€ 8.068,50	+49%
1888	1 b	£ 7.500	Sotheby's, Londra	23/03/23	€ 8.472,00	€ 5.574,60	+52%
1893	1 b	£ 7.500	Sotheby's, Londra	23/03/23	€ 8.472,00	€ 4.107,60	+106%
1896	1 b	£ 15.000	Sotheby's, Londra	26/05/22	€ 17.632,50	€ 10.795,35	+63%
1906	1 b	Hk\$ 56.250	Christie's, Hong Kong	24/03/23	€ 6.660,00	€ 8.068,50	-17%
1907	1 b	£ 5.625	Sotheby's, Londra	23/03/23	€ 6.354,00	€ 4.401,00	+44%
1908	1 b	£ 3.500	Sotheby's, Londra	23/03/23	€ 3.953,60	€ 5.783,23	-32%
1914	1 b	£ 2.750	Sotheby's, Londra	23/03/23	€ 3.106,40	€ 1.591,50	+95%
1916	1 b	£ 2.250	Sotheby's, Londra	23/03/23	€ 2.541,60	€ 3.999,40	-36%
1921	1 b	Hk\$ 50.000	Christie's, Hong Kong	24/03/23	€ 5.920,00	€ 10.602,58	-44%

