



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



GIÙ I CONSUMI, SU I CONSUMATORI. TRA ITALIANI E VINO UNA RELAZIONE INSTABILE

FRANCIA

La Borgogna inaugura le sue tre città del vino. Il 17 giugno la grande apertura a Beaune costata oltre 22 mln di euro

OCM PROMOZIONE

Slitta ancora l'ok dello Stato-Regioni al decreto attuativo. Filiera delusa malgrado le rassicurazioni del Masaf

ENOTURISMO

Quasi 10 milioni di italiani viaggiano per motivi gastronomici. La Sicilia è la prima destinazione

ABRUZZO

La peronospora invade i vigneti. Il Consorzio chiede un tavolo istituzionale: "A rischio la prossima vendemmia"

ETICETTATURA

Health warning inutili contro l'abuso di alcol. Federvini: "Dall'Italia un esempio virtuoso sul bere responsabile"



In Francia si inaugura ufficialmente la Città dei vini di Borgogna

Si avvicina il momento più importante del 2023 per la Borgogna. I prossimi 17 e 18 giugno sanciranno ufficialmente l'inaugurazione della Cité des climats et vins de Bourgogne, ovvero la casa che celebra le zone viticole e i vini di questo importante territorio francese. Sarà un evento concomitante in tre sedi diverse: Macon, dove la prima città del vino è stata inaugurata lo scorso 3 maggio, Chablis, che ha aperto le porte il 17 maggio, e Beaune, che il 17 maggio sancirà l'apertura finale.

In programma, ci sono due giorni di festeggiamenti dedicati al grande pubblico con un intenso calendario di eventi: percorsi di visita multisensoriali, visite guidate, mostre fotografiche, degustazioni di vini, incontri con i produttori e assaggi di eccellenze agroalimentari, animazioni e incontri con artigiani locali.

Grande attesa a Beaune, in particolare, per la vista panoramica che si potrà ammirare dall'alto della terrazza a cielo aperto a 25 metri di altezza, raggiungibile con una lunga rampa circolare esterna che attraversa i diversi piani (che ospiteranno anche una scuola di formazione sui vini di Borgogna). Questa terza città (costata 22,5 milioni di euro, di cui 5,3 saranno recuperati entro il 2023 grazie a donazioni di mecenati) è sicuramente la più spettacolare da un punto di vista architettonico e scenografico. **Gli organizzatori stimano oltre 120mila presenze annue solo a Beaune.** Il grande progetto delle tre città del vino della Borgogna ha preso piede dopo l'iscrizione nel patrimonio Unesco dei Climats di Borgogna nel 2015. - **G.A.**

foto: ©Cité des Climats et vins de Bourgogne

AGROALIMENTARE. Stabile il valore aggiunto nel primo trimestre. Sui vini pesano le giacenze e preoccupano le fitopatie nel post-alluvione

Sostanziale stabilità del valore aggiunto agricolo nel primo trimestre 2023, dopo il calo dell'1,8% nel quarto trimestre 2022, con prospettive negative per il secondo, considerati gli effetti del maltempo di maggio in Emilia-Romagna dove, nel solo vitivinicolo, si concentra il 4,5% della superficie nazionale, ma anche l'8% dell'ortofrutta e il 13% del frumento tenero. Lo si legge nel report AgriMercati di Ismea. Anche l'indice destagionalizzato della produzione industriale dell'alimentare a marzo 2023 è invariato su febbraio. Nel settore agricolo, lieve crescita dell'occupazione, collegata soprattutto all'aumento degli indipendenti. Sia l'indice Ismea dei prezzi dei prodotti agricoli nazionali (-0,4%), che quello dei prezzi dei mezzi correnti (-0,8%), mostrano un rallentamento dell'aumento delle quotazioni rispetto ai trimestri precedenti. L'export agrifood cresce, grazie all'industria (+11,6%, con agricoltura a +3,1%) ma aumenta l'im-

port (+12,5%) e, quindi, il deficit commerciale.

Sul mercato italiano del vino pesano giacenze a +3,8% nel mese di aprile rispetto al 2022. A ciò si aggiunge una contrazione della domanda sia interna che estera. L'export è sceso lievemente in volume, il valore è cresciuto ma "non in modo tale da rassicurare gli operatori". Anche in Gdo, il bilancio del vino è negativo (-6% a volume) con valori in deciso aumento solo per lo spumante (+10%) e una stabilità per i vini fermi. L'andamento dei prezzi, ricorda l'Ismea, è cedente su tutti i segmenti. Nelle ultime settimane, si sono aggiunte le preoccupazioni per la tenuta dei vigneti nelle aree colpite dalle alluvioni: l'eccessiva pioggia potrebbe anche vanificare i controlli messi in atto per le patogeni. L'indice del clima di fiducia degli operatori vitivinicoli nel primo trimestre è negativo (-3,2), rispetto a un +4,2 del totale dell'industria alimentare. - **G.A.**

ALLUVIONE. I fondi stanziati per l'agricoltura non bastano. Servono risposte dal Governo di Maurizio Gaddi

Il primo giugno è stato pubblicato il testo del decreto-legge per aiutare le zone dell'Emilia-Romagna colpite lo scorso mese. Quello del decreto è stato un percorso particolarmente complicato: dall'annuncio del Governo del 23 maggio sono passati diversi giorni senza che gli amministratori fossero a conoscenza dei dettagli del provvedimento, che ha provocato diverse difficoltà per rimettere in piedi le zone colpite, soprattutto per quanto riguarda il settore agricolo. Inoltre, nonostante il Governo avesse comunicato uno stanziamento di due miliardi e duecento milioni di euro per fronteggiare l'emergenza, il **fact-checking di Pagella Politica ha fatto emergere che i fondi messi a disposizione sono circa 600 milioni di**

euro in meno di quelli annunciati.

L'articolo 12 del decreto-legge stabilisce tipologia ed entità degli interventi in favore delle aziende agricole colpite, che a fronte del miliardo e mezzo di euro di danni subiti per ora ha visto stanziati 175 milioni complessivi oltre il fondo Agricat. Inoltre, 100 milioni del Fondo di Solidarietà sono stati tagliati da quelli già previsti per i danni da siccità del 2022 dal Governo. Sono 50 i milioni del Fondo di Solidarietà adibiti per l'indennizzo dei danni a colture, gestiti dalla società di Ismea che gestisce AgriCat, il Fondo Catastrofale.

Parlando del settore agricolo, il Sindaco di Cesena **Enzo Lattuca** ha detto che "tra il 20 e il 30% di aziende è a terra con danni pluriennali, anche se è impos-

sibile fare stime precise dei danni". Tra le lamentele di Lattuca anche quella per la mancata nomina di un commissario per l'emergenza, di cui il Governo ha parlato negli scorsi giorni senza però concreti passi in avanti. Di tenore simile le dichiarazioni del presidente di Legacoop Romagna, Paolo Lucchi: "Nell'agroindustriale si registrano difficoltà di approvvigionamento. Il vero dramma è nei campi, le nostre sette coop bracciantili hanno 6.150 ettari sui 12mila coltivati distrutti dall'acqua". Il problema è amplificato dall'incertezza sui fondi del Governo: "I 100 mln di euro di risarcimenti per l'agricoltura sono inadeguati: sono 50 mln di danni solo per le produzioni agricole. E ora il fango rende incoltivabile la terra. Ci vorranno 4 anni per riportare a produzione i frutteti".

OCM PROMOZIONE. Nuovo rinvio per il decreto attuativo e produttori al palo

Anche nell'annualità 2023 il decreto Ocm Promozione partirà in ritardo, nonostante le sollecitazioni della filiera nazionale che a metà maggio aveva chiesto al ministro Lollobrigida tempi rapidi. Lo stesso ministro il 7 giugno ha parlato di provvedimento "in dirittura d'arrivo". Niente da fare. La Conferenza Stato-Regioni è stata, infatti, riconvocata per dare l'ok al decreto il 21 giugno, in attesa delle osservazioni del ministero dell'Economia. Non è una novità che il bando promozione sia in ritardo. Molto spesso, nelle precedenti annualità, il ministero dell'Agricoltura lo aveva emanato addirittura a luglio. Tuttavia, per le imprese, queste tempistiche sono fortemente penalizzanti in vista dell'esecuzione dei progetti. Tra le associazioni filtra la delusione, anche perché in Francia, principale competitor italiano, il bando è stato già aperto.

FORUM. Il La masseria di Bruno Vespa diventa la "terza Camera" del Parlamento. Da Meloni a Lollobrigida, ecco gli ospiti. Non ci sarà Schlein

Quattro giorni - dall'8 all'11 giugno - alla masseria Li Reni, in Manduria, per parlare di politica, economia, agricoltura, ambiente. Torna il Forum in Masseria, la rassegna di Bruno Vespa giunta alla terza edizione che **quest'anno vede come argomento principale gli investimenti e le riforme da attuare con il Pnrr**, tema scottante sul quale fino a pochi giorni fa il governo sembrava brancolare nel buio, tra richiami dell'Ue e la frenata sui controlli della Corte dei Conti che tanto preoccupava il ministro Fitto.

Ad aprire le danze è, giovedì 8 giugno alle 19, la presidente del Consiglio dei Ministri Giorgia Meloni seguita da ben 8 ministri in altrettanti panel. Tante le tematiche affrontate nella rassegna a cominciare dall'agricoltura per spaziare poi alla salute, infrastrutture e ambiente.

Molto strutturato e vivace negli argomenti l'incontro di venerdì 9 giugno alle 15 che riguarda Le nuove sfide del settore agricolo alla luce degli obiettivi del Pnrr al quale partecipano il ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste Francesco Lollobrigida insieme a Chiara Corbo (direttrice Osservatorio Smart AgriFood Politecnico di Milano), Dominga Cotarella (ceo Famiglia Cotarella) e il presidente Confagricoltura Massimiliano Giansanti. Il programma degli interventi tocca varie tematiche come il recupero di materia ed energia, lo sviluppo sostenibile, la promozione delle fonti rinnovabili, la digitalizzazione, la tracciabilità, lo sviluppo della logistica.

Il ministro delle Infrastrutture Matteo Salvini sarà protagonista, insieme al presidente Anci Antonio Decaro nell'incontro di sabato: L'impegno per la modernizzazione delle infrastrutture del Paese e per una mobilità sostenibile.

Conclusione affidata al ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso con il dibattito sul futuro del Made in Italy (Sistema Italia. Coniugare investimenti, competenze e una nuova cultura aziendale per rendere attrattivo il nostro Paese nel mondo, domenica 11 h.12), in cui si parlerà senz'altro del nuovo ddl che prevede Liceo del Made In e il bollino per la ristorazione italiana all'estero.

E l'opposizione? Nel programma non perviene alcun rappresentante del Pd: **pare che Elly Schlein abbia rifiutato l'invito per essere presente al GayPride di Roma.** Presente, invece, il presidente del Movimento 5 Stelle Giuseppe Conte che, nella giornata conclusiva, sarà impegnato in un confronto aperto con Bruno Vespa.

Qui il programma completo

www.masserialireni.com/it/masseria-con-suites-di-lusso-manduria/eventi/forum-in-masseria

Per seguire online gli interventi:

youtube.com/@cominpartners3848



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2023



**Amarone della Valpolicella
Cecilia Beretta Ris. '15
PASQUA**

In Veneto, tra le zone del Valpolicella e del Valpantena, troviamo la cantina Cecilia Beretta che fa parte del gruppo Pasqua. Oggi l'azienda produce circa 200.000 bottiglie da vigne di proprietà e si contraddistingue per la produzione di Soave ed Amarone. Con Marco Sabellico assaggiamo l'Amarone della Valpolicella Cecilia Beretta Ris. '15. Dal colore rubino cupo e fitto, al naso è ricco di frutti rossi maturi di ciliegia, marasca e confettura di frutti rossi, note speziate e tostate. Al palato è strutturato, ricco di frutto, si sviluppa elegante e progressivo con un finale che chiude su note di frutti rossi maturi, note speziate e note agrumate. Ottimo in abbinamento con stracotti, cacciagione, selvaggina, con un risotto all'amarone oppure formaggi stagionati.

Visita il sito pasqua.it/it/ e visita l'e-commerce pasquashop.it/it/cecilia-beretta

Per guardare la puntata:
instagram.com/reel/CtHQUrFoWYn/

ENOTURISMO. Quasi 10 milioni di italiani viaggiano per motivi enogastronomici. Tra i nuovi trend, digital detox ed esperienze ludiche

Più della metà dei turisti italiani si mette in viaggio per motivi enogastronomici: nel 2023 sono già il 58% ovvero circa 9,6 milioni. Ma, in generale, cibo, vino e birra finiscono per rientrare nei viaggi di 7 italiani su 10. Lo dice la sesta edizione del Rapporto sul turismo enogastronomico italiano, curato da Roberta Garibaldi, che analizza un campione della popolazione italiana di 1500 persone. Un dato in linea con quanto emerge dallo studio della European Travel Commission, secondo cui le proposte a tema enogastronomico sono le più ricercate dai viaggiatori del Vecchio Continente per la prossima estate. Positive anche le prospettive economiche. **Nonostante la crisi, infatti, circa 1 turista italiano su 3 dichiara di avere un budget superiore al 2022 da dedicare all'acquisto delle proposte enogastronomiche.** "L'alto interesse dei turisti, l'offerta eccellente del nostro Paese, la crescita attesa per il turismo dei prossimi anni ci regala un incredibile tris di assi per il prossimo futuro" afferma Roberta Garibaldi "La sfida è oggi quello di trasformarlo in un poker, lavorando sui fattori per fare esplodere le potenzialità. Considerato anche che il turismo enogastronomico riduce l'overtourism e gli squilibri, contribuisce a mantenere le attività tradizionali nei piccoli borghi e nelle zone rurali, porta entrate aggiuntive ai produttori stimolandoli a tutelare attivamente il paesaggio, che è tra le principali leve di scelta del turista".

In particolare, sono quattro le principali tendenze emerse dal Rapporto:

VARIETÀ. I turisti italiani vogliono scoprire mete nuove (63%) e diversificare l'esperienza, ricercando proposte

Le top food&wine destination 2023

È la Sicilia la Regione in cima alle preferenze degli enoturisti italiani (46%), seguita da Emilia-Romagna (44%) e Campania (40%). Tra le città, invece, il podio è di Napoli (14%), con Bologna e Roma rispettivamente in seconda e terza posizione. Allargando il campo all'estero, la Spagna, con il 24% delle preferenze, stacca Francia (19%) e Grecia (9%).

autentiche e sperimentando attività sempre diverse a contatto con la natura. Tra le più gettonate compaiono le degustazioni in vigna e negli uliveti, eventi che abbinano gusto-arte-musica, workation nelle aree rurali, corsi di sopravvivenza e attività ludiche come escape room e caccia al tesoro. Cresce l'attenzione verso le esperienze in tutti i luoghi di produzione: non solo cantine, con i caseifici in prima linea.

FRICIONLESS. Accessibili e facilmente acquistabili: così devono essere le esperienze per il turista. Il gap tra interesse ed effettiva fruizione è ancora elevato: il viaggiatore oggi deve essere messo nelle condizioni di poter reperire facilmente le informazioni, scegliere e prenotare le proposte disponibili. Non è quindi un caso **che se il 63% degli intervistati dichiara di voler prenotare le visite alle aziende di produzione online**, solo il 23% le ha acquistate dal sito e il 20% tramite intermediari online. Nella scelta sono numerose le fonti di informazioni che il



turista utilizza, ma tende a fidarsi soprattutto di parenti ed amici (indicati dal 54% dei viaggiatori italiani). I social media sono importanti soprattutto per i più giovani (Facebook per i Millennials e Instagram per la Generazione Z). Da non sottovalutare, infine, l'effetto "The White Lotus": nella scelta della destinazione, cresce l'influenza di film e serie tv ambientate in uno specifico territorio.

GREEN & SOCIAL. Il turista italiano si mostra sempre più attento alla sostenibilità, adottando comportamenti consoni in viaggio: evita di sprecare cibo al ristorante (indicato dal 65%) e in vacanza ha comportamenti più rispettosi dell'ambiente rispetto a quando è a casa (54%). Mostra, inoltre, un forte desiderio di stare a contatto con la comunità locale e di contribuire al benessere sociale attraverso il suo viaggio.

LONGEVITY. Il viaggio enogastronomico diventa occasione per dedicarsi al proprio benessere e imparare a adottare stili di vita più salutari: **il 71% dei turisti italiani vorrebbe trovare menù con ricette che fanno bene alla salute.** L'ambito rurale costituisce il luogo ideale dove staccare dalla routine giornaliera e dalla tecnologia: il 62% degli intervistati desidera fare viaggi enogastronomici in cui ci sia la possibilità di un digital detox. - **L.S.**

La crescita nel tempo



Il profilo sociodemografico



ETICHETTATURA 1. Alleanza Coop denuncia l'Irlanda alla Commissione Ue per gli health warning sugli alcolici

"Abbiamo formalizzato la nostra contrarietà con la presentazione di un esposto alla Commissione europea affinché possa fare chiarezza rispetto alla legittimità dell'iniziativa irlandese sugli health warning. Decisione che riteniamo incompatibile con il diritto europeo". Con queste parole il Coordinatore Vino di Alleanza Cooperative Agroalimentari **Luca Rigotti** annuncia - a pochi giorni dalla ratifica della legge irlandese che, dal 22 maggio 2026, imporrà la presenza sull'etichetta delle bevande alcoliche di messaggi allarmistici sugli effetti dei prodotti alcolici sulla salute umana - l'avvenuta notifica di un reclamo alla Commissione europea per denunciare la violazione da parte dell'Irlanda del diritto Ue, con particolare riferimento agli articoli 34 e 36 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea.

"È necessario" continua Rigotti "lavorare per una maggiore armonizzazione della regolamentazione europea, senza frammentare il mercato interno con regole discriminatorie come quelle irlandesi, basate tra l'altro su un approccio ideologico, allarmistico e penalizzante per il vino, che non pone alcuna differenza tra abuso e consumo responsabile, l'unico che invece riteniamo corretto". Ora la **Commissione europea, che nel dicembre scorso aveva ritenuto di non precedere nei confronti della proposta di legge irlandese, dovrà esprimersi durante la prossima riunione, fissata per il 21 giugno**, del Comitato Barriere Commerciali del Wto.

ETICHETTATURA 2. Anche il Cile vuole gli health warning sugli alcolici

Non solo l'Irlanda. Dopo la promulgazione da parte di Dublino della norma che introduce l'obbligo degli health warning sulle etichette degli alcolici è ora la volta del Cile.

Anche il paese sudamericano ha, infatti, intenzione di introdurre l'obbligo degli alert in etichetta sulle bevande alcoliche e lo ha già notificato al Wto (Organizzazione mondiale del commercio).

In questo caso, però, la nuova etichettatura prevede solo la scritta "el consumo nocivo de alcohol daña tu salud" e, poi, i pittogrammi per le donne in gravidanza e per i giovani. Nessun link diretto, invece, con cancro e malattie del fegato com'è, invece, il caso dell'Irlanda. Tante le notifiche arrivate da parte degli altri Stati, tra cui anche quella dell'Unione Europea, soprattutto in merito alle tempistiche di adeguamento alla nuova normativa.



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2023



Brda Rebula Cru Selection '19 DOMAINE MARJAN SIMČIČ

In Slovenia più precisamente a Dobrovo troviamo l'azienda Domaine Marjan Simčič. La storica azienda fonda le sue radici nel 1860, quando Jožef Simčič comprò una fattoria a Medana e cominciò l'attività di viticoltura e di vinificazione. L'azienda possiede 24 oggi ettari di vigneti, che si estendono sul versante sloveno e sul versante italiano del Collio. Con Marco Sabellico assaggiamo il Brda Rebula Cru Selection '19. Dal colore giallo dorato brillante, al naso è ricco di frutta bianca matura, agrumi, cedro, note vanigliate e tostate. In bocca è pieno, ricco, strutturato, elegante, con una leggera astringenza che accompagna l'assaggio. Ottimo in abbinamento con un vitello tonnato, con un tagliolino al tartufo o una cernia al forno.

Visita il sito simcic.si/it

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

RISTORAZIONE. Gli italiani non rinunciano alla cena fuori, nonostante l'aumento dei prezzi: +17,9% nel primo quadrimestre dell'anno



Quasi tutti i ristoranti hanno dovuto ritoccare i prezzi finali. L'82%, per la precisione, secondo il Rapporto 2023 dell'Osservatorio Ristorazione: una scelta dettata dal rialzo dei costi, che riguarda soprattutto le bollette di luce e gas, che ad aprile hanno registrato un 16,7% in più rispetto allo stesso mese dello scorso anno. In aumento anche le materie prime (+12,1%), eppure la voglia degli italiani di andare al ristorante non sembra scemare. Anzi: l'Osservatorio Confimprese-Jakala ha rilevato che nel periodo com-

preso tra gennaio e aprile, i consumi nella ristorazione hanno segnato una crescita del 17,9%.

Che si tratti di revenge effect? In parte sì, c'è un senso di rivalsa dopo gli anni del Covid che spinge a mangiare fuori casa, recuperando le occasioni perdute, facendo tutte quelle esperienze che sono state proibite - a fasi alterne - per quasi due anni. Ma non solo: l'offerta è in costante crescita, sempre più sfaccettata e specializzata, dai locali monotematici ai ristoranti vegani, dalle cucine straniere allo stre-

et food. Altro motivo è il flusso di turisti: secondo i dati Istat solo nei mesi di gennaio e febbraio c'è stato un incremento del 45,5% delle presenze complessive, con un +70,5% registrato dagli stranieri. Il merito, poi, è anche delle nuove aperture di grandi catene internazionali. Ma anche le aziende italiane stanno lavorando bene, ampliando il loro raggio d'azione. Bomakine è un esempio: la catena di "uramakerie" dal look pop e la cucina nipponobrasiliana nel 2013 ha creato un format di successo che conta più sedi a Milano, ma anche a Torino, Venezia e infine a Roma, dove si è insediato da poco ed è già pronto a raddoppiare. Altra formula vincente è quella di Miscusi, locale nato a Milano nel 2017 e dedicato al più classico dei prodotti italiani, la pasta fresca: una piccola impresa che ha funzionato fin da subito, e che ora può fare affidamento su un'altra sede meneghina. - **M.B.**

FIERE. "Una piattaforma per tutte le manifestazioni italiane che accompagni il Made in Italy nel mondo". La proposta di Aefi

"Il settore fieristico italiano impiega 190 imprese e 3700 addetti ed esprime un valore di 1,4 miliardi di euro l'anno. È uno straordinario vettore di crescita per le imprese del made in Italy ancora però poco presente all'estero, dove pesa solo per il 9% del fatturato complessivo; per questo la sfida, già nel medio termine, consisterà nella creazione di uno strumento in grado di assecondare la crescita delle manifestazioni leader fuori dai confini nazionali". È la chiamata all'internazionalizzazione del settore da parte del presidente Aefi

(Associazione esposizioni e fiere italiane) nonché Ad di Veronafiere, **Maurizio Danese**, in occasione della Giornata mondiale delle fiere e dei 40 anni dell'Associazione.

Lo spunto è lo studio Aefi - Roland Berger, presentato al Tempio di Adriano di Roma alla presenza dei ministri del Turismo, Daniela Santanchè, e delle Imprese e Made in Italy, Adolfo Urso. Secondo l'analisi, dopo la "Call to action", sono necessari l'adesione degli operatori fieristici e delle principali rassegne a una piattaforma ("Club deal"), l'elaborazione di un programma condiviso con la definizione degli incroci strategici e il



matching manifestazioni/Paesi-obiettivo, la quantificazione degli impatti economici e degli investimenti, anche in ottica di acquisizioni, il coinvolgimento delle istituzioni.

Il Club deal, secondo il documento Aefi/Roland Berger, sarà una piattaforma aperta a tutte le manifestazioni internazionali leader del prodotto-Italia con un duplice obiettivo: assecondare ancora di più la crescita delle esportazioni e consolidare una presenza della quarta industry fieristica mondiale anche grazie a finanziamenti a supporto dello sviluppo globale del brand tricolore. Una regia unica, coordinata e condivisa da tutti i player che saranno liberi di partecipare o meno a iniziative - anche comuni e suddivise per filiere - in funzione delle loro scelte di portafoglio.

"L'obiettivo" ha concluso Danese "è accompagnare le nostre imprese nel mondo sotto un'unica bandiera e colmare il gap internazionale del nostro sistema per condurlo sui valori di Francia e Germania, le cui manifestazioni all'estero incidono quasi per il 30% del fatturato complessivo".



Dal 1936
la terra si fa vino



PALAMA[®]
VINICOLA NEL SALENTO

CUTROFIANO [LE] - Via Armando Diaz, 6 - Ph. +39 0836 542865 - WWW.VINICOLAPALAMA.IT

FOCUS

DOC ALTO ADIGE. Conferma per Andreas Kofler. "Ora zonazione, sostenibilità e nuova sede"

di Gianluca Atzeni

Non cambia la squadra del Consorzio vini Alto Adige. Il prossimo triennio vedrà ancora una volta ai vertici il riconfermato Andreas Kofler, alla sua seconda presidenza, assieme a Martin Foradori, come vice. All'interno del consiglio di amministrazione la suddivisione delle diverse componenti produttive vede Andreas Kofler, Klaus Pardatscher, Georg Eyrl assieme ai nuovi ingressi Philipp Plattner e Oscar Lorandi in rappresentanza delle cantine, mentre Martin Foradori, Alois Clemens Lageder e Peter Zemmer sono stati riconfermati come rappresentanti delle tenute dell'Alto Adige. Infine, per i vignaioli siedono nel nuovo Cda Stefan Vaja assieme a Hannes Andergassen.

LA SOSTENIBILITÀ. Sul piano programmatico, il Consorzio altoatesino andrà in continuità di obiettivi rispetto al precedente triennio. L'ente di Bolzano punta, infatti, a una "coerente implementazione dell'Agenda del vino Alto Adige 2030", ovvero il [grande piano per un futuro sostenibile di tutta la denominazione](#) con l'obiettivo di creare e in-

Il nuovo Cda

Andreas Kofler, Martin Foradori, Philipp Plattner, Oscar Lorandi, Georg Eyrl, Stefan Vaja, Peter Zemmer, Hannes Andergassen, Klaus Pardatscher, Clemens Lageder



crementare il valore lungo tutta la catena produttiva. Come ha spiegato lo stesso Kofler: "In fin dei conti, a consumatrici e consumatori vogliamo garantire non solo la qualità del nostro prodotto, ma anche la qualità della produzione".

LA ZONAZIONE. Di pari passo, si procederà al progetto di zonazione, già avviato nei mandati precedenti e pronto a concretizzarsi dopo un lavoro di diversi anni. L'obiettivo, come ha sottolineato Martin Foradori, è innalzare la qualità dei vini dell'Alto Adige a un livello ancora superiore, grazie all'individuazione di terroir unici e di vitigni selezionati per queste aree specifiche e grazie anche a una "ulteriore riduzione delle quantità di raccolto".

Il Consorzio, inoltre, è impegnato nel progetto della nuova sede dell'ente di tutela: "La concentrazione a livello di ambienti e spazi ci permetterà di raggruppare meglio le risorse e rendere la cooperazione ancor più stretta", ha dichiarato il presidente Kofler.

IL BILANCIO. Nel tracciare, infine, un bilancio del mandato precedente,

In cifre

5.600 ettari
5.000 viticoltori
186 soci
10.000 addetti
40 mln bottiglie prodotte
33% export
8% superficie bio

fonte: Consorzio Vini Alto Adige

il presidente ha sottolineato come la pandemia sia stata la sfida più importante per i 186 soci produttori: "Da un giorno all'altro abbiamo dovuto modificare la nostra intera comunicazione con i mercati".

Difficile anche la convivenza con la flavescenza dorata: "Siamo riusciti a mettere in piedi un sistema di monitoraggio per tenere sotto controllo la diffusione di questa malattia della vite". Il Consorzio, negli scorsi anni, ha anche dato il via a una certificazione di sostenibilità, secondo le norme Sqnpi (produzione integrata), che ha recentemente superato la fase pilota e sarà un altro degli elementi su cui puntare in futuro.



"LA TERRA È L'ANIMA DEL NOSTRO MESTIERE"

Carlo Ferrini Ferrini


San Leonardo
 1724

ABRUZZO. "È emergenza peronospora". Il Consorzio chiede un tavolo istituzionale

Dopo la siccità, l'eccesso di pioggia e di umidità. I produttori vitivinicoli, in questo 2023, dovranno risolvere il problema inverso rispetto all'annata 2022, risultata calda e siccitosa. In Abruzzo, infatti, la peronospora sta dilagando tra i vigneti e il Consorzio tutela vini d'Abruzzo ha chiesto di organizzare un tavolo d'emergenza tra Regione Abruzzo e ministero dell'Agricoltura. La richiesta è arrivata dal presidente Alessandro Nicodemi: "Un anno di lavoro messo a rischio. Le recenti straordinarie precipitazioni" ha spiegato "hanno creato un ambiente favorevole alla diffusione della peronospora, malattia fungina che può causare gravi danni alle viti e compromettere la qualità delle uve". Secondo il Consorzio, è necessario intervenire immediatamente perché la peronospora sta mettendo a repentaglio la prossima vendemmia: "Comprendiamo appieno la grande difficoltà che stanno affrontando le aziende e ci stiamo attivando per fare il possibile



anche finanziario, alle aziende colpite". Per il Consorzio è fondamentale agire prontamente per prevenire danni gravi e garantire una prospettiva di ripresa. "Siamo a disposizione per individuare assieme strategie efficaci per superare questa difficile fase" ha concluso Nicodemi "e proteggere l'interesse dei nostri produttori".

per sostenere i nostri produttori in questo momento critico. Ricordiamoci l'importanza del settore vitivinicolo per l'economia regionale, quindi non può essere ignorata questa situazione di emergenza". Il tavolo d'emergenza tra Regione Abruzzo e Masaf dovrà "cercare soluzioni immediate che possano esaminare il fenomeno e offrire sostegno concreto, quindi anche finanziario, alle aziende colpite". Per il Consorzio è fondamentale agire prontamente per prevenire danni gravi e garantire una prospettiva di ripresa. "Siamo a disposizione per individuare assieme strategie efficaci per superare questa difficile fase" ha concluso Nicodemi "e proteggere l'interesse dei nostri produttori".

TECNOLOGIA. A Enovitis in campo l'esibizione live dei motori del vigneto Italia. Comparto vale 2 mld



Si è appena conclusa la 17esima edizione di Enovitis in campo (7-8 giugno), l'appuntamento dinamico di Unione Italiana Vini che quest'anno ha portato 172 espositori tra i filari dell'azienda agricola Erian - Cantina Bottenago (Brescia). Un settore, quello delle macchine specializzate per il vigneto da 2 miliardi di euro di fatturato l'anno. Secondo l'indagine sulla filiera del vino in Italia realizzata dall'Osservatorio del vino Uiv-Vinitaly, sono infatti più di 10.250 gli addetti impiegati nelle circa 400 aziende "in campo" in vigna tra "impianto e vivaistica" (470 milioni di euro l'anno), "difesa e fertilizzanti" (800 milioni di euro) e "meccanizzazione" (730 milioni di euro), per un complessivo che vale il 38,8% del fatturato della filiera indiretta del vino Made in Italy.

Stando alle elaborazioni dell'Osservatorio su base Istat, pur registrando una contrazione dell'8% sulle performance 2021, lo scorso anno le vendite all'estero di macchine per l'agricoltura (in cui il vitivinicolo pesa per circa il 50%) hanno superato i 900 milioni di euro, con un saldo della bilancia commerciale in attivo per quasi 580 milioni di euro. Destinazione di 6 macchinari esportati su 10 si confermano i mercati comunitari che, tuttavia, hanno registrato tra gennaio e dicembre 2022 una flessione della domanda pari al 21%, complice il calo in doppia cifra degli acquisti da Francia (-35%), Spagna (-33%) e Austria (-40%). Ottima invece la risposta sul fronte extra-Ue, che ha visto gli Stati Uniti più che raddoppiare gli acquisti (+109%) nel corso dello scorso anno. Il trend globale torna in positivo (+38%) nel primo bimestre 2023, sollevato anche dalla ripresa dei principali partner commerciali europei (Francia +116% a fine febbraio).

IMPRESE. Accordo tra Unicredit e Consorzio

Nuovo accordo tra UniCredit e Consorzio del Nobile di Montepulciano per affiancare le aziende del territorio, supportandole nella realizzazione degli investimenti e nel loro percorso di crescita. L'intesa prevede un sostegno alla liquidità delle cantine. La banca renderà disponibili per le imprese afferenti al Consorzio del Nobile soluzioni mirate in tempi rapidi, in termini di credito e di consulenza, con un team di specialisti. "L'accordo" spiega il presidente Andrea Rossi "costituisce un vero e proprio progetto di sistema capace di stimolare un virtuosismo economico che negli ultimi anni ha caratterizzato Montepulciano, dove il 70% dell'economia (tra diretta e indotta) ruota proprio intorno al Vino Nobile di Montepulciano".



VINI&SCIENZA

Coltivare la biodiversità per trasformare la viticoltura



Bacone scriveva: "Non si comanda alla natura se non assecondandola". In altre parole, si può ottenere di più da ecosistema agricolo rispettandone il funzionamento, piuttosto che operando una forzatura che porti ad una deformazione dell'ecosistema stesso. L'ultima rivoluzione agricola, basata su vitigni selezionati e sull'uso di concimi minerali ed antiparassitari di sintesi, ha prodotto una sorta di industrializzazione della viticoltura e la biodiversità nel vigneto è stata vista come un fattore limitante da eliminare. La viticoltura e la natura rappresentavano allora due spazi ben delimitati, gestiti con regole profondamente diverse: lo spazio viticolo, destinato alla produzione, e quello naturale da preservare. La biodiversità in viticoltura è, malgrado l'intensificazione dei processi produttivi, un aspetto essenziale per la valorizzazione dei diversi ambienti di coltivazione. Si manifesta però quasi esclusivamente nelle scelte varietali, mentre è sostanzialmente trascurato l'aspetto relativo all'ecosistema dove la vite è coltivata, il suolo del vigneto ed il suo intorno naturale. È quindi necessario superare la visione vitigno-centrica del vigneto per proteggere e valorizzare la biodiversità dell'insieme dell'ecosistema viticolo, integrando e facendo convergere le discipline e le conoscenze agronomiche con quelle ecologiche. È necessario fare ricorso alla cosiddetta biodiversità pianificata, che si sviluppa nelle associazioni tra specie legnose (la vite) e quelle erbacee (l'inerbimento del vigneto) con modalità spaziali, temporali e di utilizzo molto diverse. Queste associazioni vegetali hanno obiettivi multipli ed assumono ruoli prevalenti a seconda delle problematiche che devono risolvere: proteggere il suolo dall'erosione o dal calpestamento, catturare azoto dall'aria, ergetica fossile, ridurre i rifiuti e moderare l'uso degli antiparassitari.

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



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2023



Farfalla Noir Collection
Extra Brut M. Cl. Rosè
BALLABIO

In Lombardia, più precisamente nella zona dell'Oltrepò Pavese, troviamo l'azienda Ballabio. L'azienda è stata fondata nel 1905 da Angelo Ballabio, oggi l'azienda conta 60 ettari di vigneto e una produzione di oltre 100.000 bottiglie. Con Marco Sabellico assaggiamo il Farfalla Noir Collection Extra Brut M. Cl. Rosè. Dal colore rosa pallido, con un perlage fine e persistente, al naso è ricco di frutti rossi di ribes, lampone e fragolina selvatica, note speziate di anice, note floreali di rosa appassita e note lievitate. Al palato è fine, ricco di frutto rosso e note speziate, con una fresca vena sapida che dona lunghezza e vitalità all'assaggio. Ottimo come aperitivo o in abbinamento con il salmone marinato con una salva gravlax.

Visita il sito ballabiowinery.it/

Per guardare la puntata:
[instagram.com/reel/CtMcH97IOJ_/](https://www.instagram.com/reel/CtMcH97IOJ_/)

NOMINE. Cinquina di Cavalieri del Lavoro per l'agroalimentare. Per il vino ci sono Piernicola Leone de Castris e Francesco Paolo Valentini

Dei 25 nuovi Cavalieri del lavoro nominati dal presidente della Repubblica Sergio Mattarella, cinque appartengono al mondo enogastronomico. E di questi, due sono nomi di peso della viticoltura. Dalla Puglia c'è Piernicola Leone de Castris della cantina leccese che per prima imbottigliò un vino rosato in Italia e dall'Abruzzo c'è **Francesco Paolo Valentini** della storica azienda di Loreto Aprutino. "Siamo particolarmente contenti che questo prestigioso riconoscimento sia giunto in un anno molto significativo per l'azienda, ovvero l'80esimo per la vendemmia del Five Roses, primo rosato imbottigliato in Italia" è il commento dell'azienda pugliese che ricorda che lo stesso titolo venne dato nel 1979 al padre di Piernicola, Salvatore Leone. Incredulo ma felice il produttore abruzzese **Francesco Paolo Valentini**: "E pensare che ho sempre dei dubbi sulle mie capacità" è stato il com-

mento dell'imprenditore, che ha dichiarato di aver festeggiato stappando una delle sue bottiglie dell'annata 2019, l'ultima in cui ha imbottigliato il suo Cerasuolo, perché, come ha ricordato lo stesso Valentini: "se non sono convinto delle annate, si sa, neanche imbottiglio". Nella lista dei nuovi Cavalieri del Lavoro ci sono anche due riconoscimenti al settore del caffè: il napoletano **Massimo Renda**, fondatore e presidente di Caffè Borbone e **Roberto Danesi**, presidente dell'azienda romana Danesi Caffè. Il quinto Cavaliere del Lavoro 2023 viene, invece, dal mondo dell'aceto. È **Armando De Nigris**, presidente dell'azienda di famiglia De Nigris leader nella produzione di aceto e aceto balsamico di Modena Igp. Lo scorso anno, tra i nuovi Cavalieri c'era Chiara Soldati, alla guida della cantina piemontese La Scolca.

M&A. La famiglia Antinori amplia Tenuta di Biserno. Acquisita Villa Caprareccia per 5 milioni di euro



Trenta ettari, di cui 15 vitati, per Tenuta di Biserno che acquisisce Villa Caprareccia, a Bibbona, non lontano da Bolgheri. Un segno importante della volontà di crescere da parte della cantina fondata da Piero, Lodovico e Ilaria Antinori con il socio Uberto Mannoni e

condotta da Niccolò Marzichi Lenzi, figlio di Ilaria Antinori. Oltre ai terreni, l'operazione comprende una cantina, l'agriturismo e il ristorante di Villa Caprareccia. L'investimento, per circa cinque milioni di euro, porta a complessivi cento ettari i possedimenti della tenu-

ta. Come fa sapere l'azienda, la parte storica coltivata a cabernet franc, merlot, cabernet sauvignon e a petit verdot produce il prestigioso Biserno e il rinomato Pino di Biserno. Più in basso, si trova la Tenuta Campo di Sasso, che dà origine al Vermentino Occhione e al rosso Insoglio del Cinghiale. Poi, Tenuta Collemezzano, ultima acquisizione effettuata prima di Villa Caprareccia, con circa 15 ettari di vigneto da cui nasceranno nuove etichette tra pochi anni. **Tra i progetti in cantiere, come ha dichiarato Marzichi Lenzi, c'è la costruzione di "una cantina dedicata al nostro vino di punta, il Biserno"**. Per la tenuta (500mila bottiglie annue e 12 milioni di euro di ricavi), si tratta della seconda acquisizione in due anni, anche se non c'è l'intenzione di denaturare la caratteristica di piccolo châteaux: "Siamo e rimarremo" ha concluso "una piccola azienda". - **G.A.**

Al settimanale Tre Bicchieri il premio "Words of wine 2023"

Il settimanale Tre Bicchieri del Gambero Rosso è tra le cinque categorie vincitrici del premio giornalistico Words of wine 2023, organizzato dal Consorzio vini d'Abruzzo, dedicato agli articoli che raccontano il territorio abruzzese e i suoi vini. Nella sezione "settimanali di settore" la giuria di esperti ha scelto un articolo di Gianluca Atzeni dedicato al nuovo modello Abruzzo delle Doc e delle Igt. Gli altri vincitori sono Lorenzo Frassoldati (QN) per la carta stampata, Lara Loreti (Il Gusto) per i quotidiani online, Alessandro Regoli (Winenews) per la webtv, Tom Hyland (Forbes) per la categoria stampa estera. "Non è stato semplice scegliere i vincitori poiché sono arrivate davvero tante candidature, per tutte le categorie e da tutto il mondo", ha dichiarato il presidente del Consorzio, Alessandro Nicodemi



bevidoc.it

#palladiowines

SFIDE. La supremazia francese nel vino... anche nel lessico. Ecco un piccolo glossario

di William Pregentelli



È innegabile che il mondo del vino (Italia inclusa) sconti una certa sudditanza nei confronti della Francia. Balza subito agli occhi quella al livello commerciale: perché va bene produrre tanto vino ed essere i primi in classifica tra i Paesi produttori, ma poi quello che conta davvero è il prezzo a cui quel vino viene venduto. Giusto per fare il paragone "tra noi e loro": l'Italia nel 2022 ha prodotto 49,8 milioni di ettolitri di vino, la Francia qualcosa in meno, 45,6 milioni; l'Italia ne ha mandato all'estero ben 21,9 milioni di ettolitri; i cugini molto meno, 14 milioni; il dato importante però è che loro da tutto questo hanno guadagnato 12,3 miliardi di euro, noi "solo" 7,8. Perché questa differenza? Le motivazioni sono tante. Certamente i francesi, storicamente, non hanno iniziato prima degli altri a produrre vino. Anzi. Le prime vigne sono arrivate alle popolazioni galliche viaggiando con le legioni dell'Impero Romano. Il fatto è che la Francia ha creduto prima di tutti gli altri nel suo prodotto, **ha iniziato prima di tutti a venderlo in bottiglie e a farlo viaggiare nel mondo, cercando di aumentare sempre di più il prestigio e provando a non svalutarne mai il prezzo.** Tutto ciò ha contribuito a creare una sorta di alone mitologico intorno alle etichette che si riflette anche nel lessico che utilizziamo per parlare del vino. Qui sotto abbiamo creato un piccolo glossario con le parole francesi che si ritrovano più spesso sulle etichette dei nostri vini o sulla bocca di chi le racconta.

TERROIR

È una delle parole più inflazionate; tutti quelli che comunicano il vino hanno trovato una sponda nel "terroir" prima o poi. Che, attenzione, non significa "territorio". Il lemma descrive un concetto più vasto, che abbraccia sì il territorio, ma anche il terreno, il clima di una determinata zona, la commistione di queste caratteristiche con un determinato vitigno e, non ultimo, la mano dell'uomo che storicamente si è dedicata alla trasformazione di tutto questo complesso di cose in vino.

VIGNERON

Qui in realtà si potrebbe utilizzare tranquillamente il corrispettivo italiano "vignaiolo", ma in francese fa più figo: pura esterofilia.

BOUQUET

Anche questo è un termine che può essere intercambiabile con tante altre espressioni italiane. Il bouquet è il "mazzo" generalmente di fiori; si utilizza per descrivere l'insieme degli aromi di un vino.

CRU

Anche questo è uno dei termini che più vengono utilizzati in Italia, e nel mondo, quando si parla di vino. Cru è il participio passivo sostantivato del verbo croître, "crescere"; quindi, letteralmente è "ciò che cresce". È passato a indicare uno specifico vigneto, o anche una sua piccola parte ben precisa, in una determinata zona a particolare vocazione vinicola, il tutto individuato da una

qualità maggiore riconosciuta. I più famigerati sono quelli di Bordeaux e Borgogna; negli ultimi anni, distinzioni simili, sono state fatte anche in alcune denominazioni italiane: per esempio afferiscono a questo concetto le Menzioni Geografiche Aggiuntive nel Barolo e nel Barbaresco.

BLANC DE BLANCS, BLANC DE NOIRS

"(Vino) bianco da uve bianche" e "bianco da uve nere": è innegabile che in francese suoni parecchio meglio. E forse è il motivo per cui tanti produttori di spumanti italiani, e non solo, scrivono così sulle loro etichette. Ovviamente la locuzione è diventata di uso comune grazie al prestigio (storico) dello Champagne.

ROSÉ

In italiano lo traduciamo con "rosato". Ma i due termini sono del tutto intercambiabili, tanto che il lemma francese è contemplato in diversi disciplinari di produzione.

CUVÉE

È il risultato delle operazioni di tagli di vari vini, anche di diverse annate, solitamente alla base degli spumanti Metodo Classico, ma non solo.

PERLAGE

È quel filo di bollicine di anidride carbonica che si forma nel calice degli spumanti; più sono fini e continue, più sono eleganti e ben definite.

BRUT

Il termine deriva direttamente dal latino "brutus", che può significare anche "genuino". In francese, e poi in tutte le altre lingue, è utilizzato per indicare un basso dosaggio di zuccheri in uno spumante. Per quanto riguarda il dosaggio poi, sono utilizzate spesso anche altre due locuzioni francesi: è il caso di "dosage zéro" e "pas dosé" (entrambe indicano la totale assenza di zuccheri nella cuvée).



www.carlettipoliziano.com



POLIZIANO

CAN'T GET MORE POLIZIANO THAN THIS

EVENTI. A Roma i 20 anni di Vinòforum dal 9 giugno



Roma capitale del vino e delle eccellenze enogastronomiche per dieci giorni. Negli spazi del Parco di Tor di Quinto, dal 9 al 18 giugno, la celebre kermesse torna per festeggiare i 20 anni di storia.

“Il segreto del successo della nostra manifestazione risiede nel perfetto mix tra divertimento e conoscenza, condivisione e approfondimento”, spiega il ceo di Vinòforum, Emiliano de Venuti, che cita anche il connubio tra eccellenze enologiche e i più importanti volti della ristorazione italiana.

Quest'anno il numero di espositori raggiungerà quota 800 per un totale di 2.500 etichette in degustazione. Tra i Consorzi presenti: Prosecco Doc, Roma Doc, Friuli Doc, Alto Adige Doc, Cirò e Melissa Doc, Frascati Docg, Terre di Cosenza Doc, ma anche Strade del Barolo e Grandi vini di Langa, Unaprol. In programma sono previste degustazioni (top tasting), masterclass, dieci cene (una per ogni serata) nella “Night dinner”, incontri business, spazi per la mixology e street food.

vinoforum.it

supervisione editoriale

Marco Mensurati

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Michela Becchi, Maurizio Gaddi, Marzio Taccetti, William Pregentelli, Attilio Scienza

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

ENO MEMORANDUM

9 GIUGNO

❖ VINI E SAPORI IN STRADA

Bertinoro (Forlì-Cesena) centro storico
fino al 10 giugno
fb.me/e/1abeiKEFh

9 GIUGNO

❖ ORVIETO DIVINO

Orvieto (Terni)
fino all'11 giugno
orvietodoc.it

9 GIUGNO

❖ VINOFORUM

Roma
via Fornaci
di Tor di Quinto, 1
fino al 18 giugno
facebook.com/vinoforumroma/

9 GIUGNO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

San Leonardo
San Leonardo '18
sui canali social del
Gambero Rosso

10 GIUGNO

❖ ENOWEEK

Moncalieri (Torino)
Centro storico
e Giardino delle Rose
del Castello Reale
piazza Baden Baden, 4
fino al 16 giugno
mymoncalieri.it/moncalieri-eno-week/

10 GIUGNO

❖ PROSIT, ASPETTANDO VINI MILO 2023

Milo (Catania)
Centro Servizi
via Etna, 1
fino all'11 giugno
www.vinimilo.it

10 GIUGNO

❖ AMBASCIATORE ALBANABERTINORO

(Forlì-Cesena)
Palazzo Comunale
ore 15.30
www.aisromagna.it/master-romagna-albana-docg-2023-vii-edizione/

11 GIUGNO

❖ CAMPANIA WINE

Napoli
Galleria Umberto I
fino al 12 giugno
www.campania.wine

12 GIUGNO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Poliziano
Nobile di Montepulciano
Asinone '20
sui canali social del
Gambero Rosso

14 GIUGNO

❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Castello di Querceto
Chianti Cl. Gran Selezione
La Corte '19
sui canali social del
Gambero Rosso

16 GIUGNO

❖ LA BARBERA INCONTRA SAN DAMIANO D'ASTI (Asti)

fino al 18 giugno
www.labarberaincontrafestival.it/

17 GIUGNO

❖ WHITE SUMMER

ore 20.30
Vico Equense (Napoli)
Hotel & resort Le Axidie
www.leaxidie.it/

18 GIUGNO

❖ BORDERWINE

Villa Manin
Codroipo (Udine)
fino al 19 giugno
www.facebook.com/borderwineitaly

18 GIUGNO

❖ BOLLE A TORGIANO

Torgiano (Perugia)
Cantina Lungarotti
fino al 19 giugno
info: enoteca@lungarotti.it



PANGEA

FARFALLA

Cave Privée

Farfalla è l'essenza stessa della cantina Ballabio.

Un progetto che portiamo avanti ogni giorno nato dalla passione e dalla continua ricerca verso l'eccellenza.



Ballabio

www.ballabiowinery.it

Tel. 0383.805878

Le grandi cantine dell'Abruzzo

I
ILLUMINATI

C.DA SAN BIAGIO, 18 | 64010 CONTROGUERRA (TE) | WWW.ILLUMINATIVINI.IT | 0861 808008

L'azienda sorge nel cuore delle colline Teramane tra l'imponenza del Gran Sasso e la costa del Mare Adriatico. Nata nel 1890 da un sogno di Nicola Illuminati, per oltre 50 anni la passione del vino si è tramandata tra le diverse generazioni fino ad oggi con Stefano e Lorenzo in prima linea nella gestione dell'azienda. I 130 ettari nella zona di Controguerra, sono coltivati con vitigni tipici come il montepulciano, il pecorino, il trebbiano. La tecnologia e la sperimentazione sono al servizio della produzione aziendale, senza però dimenticare il valore e il rispetto per la terra. L'azienda infatti è portata avanti con un approccio etico e volto alla sostenibilità con l'intento di preservare il territorio.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Montepulciano d'Abruzzo Riparosso '20

Rosso rubino con riflessi violacei. Al naso e al palato esprime tutte le sensazioni tipiche di un montepulciano, con sentori di viola, rose, spezie dolci e caffè. Pieno, con una decisa trama tannica, è il vino ideale per della carne rossa in umido.

Montepulciano d'Abruzzo Ilico '19

Al naso si percepiscono note intense di ciliegia, prugna e macchia mediterranea. Al palato è caldo e appagante, con una trama tannica fitta e una freschezza che sostiene il sorso. Ideale per arrostiti o carne grigliata.



Colline Teramane Montepulciano d'Abruzzo Zanna Ris. '18

Prodotto con uve che provengono da un unico vigneto che porta l'omonimo nome, sprigiona al naso sentori di frutti rossi maturi e fiori appassiti. Al palato i tannini morbidi e vellutati accompagnano un sorso pieno e lungo. Da provare con la selvaggina.



Consorzio
Tutela Vini
Oltrepò Pavese

GAMBERO ROSSO®

Oltrepò Wines Experience

DEGUSTAZIONE



26 giugno | ore 18
ROMA | Palazzo Brancaccio
info: gamberorosso.it

consorziovinioltrepo.it

PREZZI. Il fondatore di Amazon spende 4mila dollari per un vino che vale 600 dollari. Il web non perdona

di Marzio Taccetti



Si sa che il denaro non compra felicità, ma a quanto sembra neanche ti protegge dal prendere sonore “fregature”. È quanto accaduto al fondatore di Amazon e miliardario Jeff Bezos che durante una cena del suo fidanzamento con Lauren Sánchez a La Petit Maison a Cannes, ha ordinato una bottiglia di Dugat-Py Charnes-Chambertin Grand Cru 2015 pagandola molto di più il valore di mercato. Una notizia che si è diffusa a macchia d'olio sui social grazie a un post su Instagram di **un'enoteca di New York, Parcelle Wine, che ha pubblicato una foto della bottiglia “incriminata” commentando: “notizia del vino del giorno, Jeff Bezos ne sa meno di te ed è stato fregato in Francia”**, innescando una cascata di commenti ironici e canzonatori ai danni del multimiliardario. Infatti,

pur essendo stata pagata la cifra ragguardevole di 4,285 dollari, il vino rosso ne varrebbe molto di meno. Secondo il New York Post, la medesima bottiglia sarebbe stata battuta all'asta a un prezzo totale di 637 dollari. Il prezzo del vino a un ristorante è di certo un argomento spinoso, ma si può parlare in questo caso di vera e propria “fregatura”? Sull'azienda produttrice nulla da dire: è un domaine storico guidato dalla dodicesima e tredicesima generazione e coltiva vigneti nel territorio vocato della Borgogna Gevrey-Chambertin dall'inizio del XVII secolo e che possiede diversi cru tra cui Chambertin, Mazis-Chambertin, Charnes-Chambertin e Mazoyères-Chambertin con vini che variano dai 400 a più di 2000 dollari. L'etichetta ordinata da Bezos su [Wine-Searcher](#) avrebbe un prezzo medio che si aggira intorno a 500 euro

il che farebbe pensare a un ricarico del 800%. In generale una bottiglia di vino -al ristorante- subisce un ricarico inversamente proporzionale al suo prezzo iniziale, quindi più sarà pregiato e costoso, più bassa sarà la percentuale con cui si applica la maggiorazione sul costo finale in carta. A questo vanno aggiunti altri fattori non secondari come l'annata, il numero di bottiglie prodotte, il luogo dove viene acquistata la bottiglia (ci sarà un evidente differenza di prezzo se ordino la stessa bottiglia in una trattoria o un ristorante di lusso) e così via, variabili che sicuramente fanno lievitare il conto. Tutto questo giustifica il prezzo pagato da Bezos? Forse no, ma di certo le sue finanze non ne avranno da soffrire molto e noi potremmo farci una risata a spese del fondatore di Amazon.

CROGNOLO

Balancing innovation and tradition.





CALENDAR 2023/2024

2023

APRIL

02 VERONA - Italy	trebicchieri - Vinitaly Special
18 MIAMI - USA	Top Italian Wines Roadshow
20 AUSTIN - USA	Top Italian Wines Roadshow
25 MEXICO CITY - Mexico	Top Italian Wines Roadshow

MAY

12 AUCKLAND - New Zealand	trebicchieri - Special Edition
15 SYDNEY - Australia	Top Italian Wines Roadshow
17 MELBOURNE - Australia	Top Italian Wines Roadshow
19 HO CHI MINH - Vietnam	Top Italian Wines Roadshow
24 SINGAPORE	trebicchieri - Vinexpo Special

JUNE

02 VANCOUVER - Canada	trebicchieri
05 MONTREAL - Canada	trebicchieri
08 TORONTO - Canada	trebicchieri

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

Marchesi Alfieri - Mario Olivero

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

La percentuale è del 65%, concentrata soprattutto in Canada, Cina, Svizzera e gli Usa.

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

Direi purtroppo in modo passivo, cercando di porre molta attenzione alla tempistica degli acquisti dei materiali ed evitando ove possibile di fare scorte eccessive considerato proprio l'instabilità dei prezzi.

Il problema dei trasporti influisce su tempistiche (sempre più lunghe e quindi problematiche specialmente per i nostri importatori fuori Europa) e costi (sostenuti nel caso dei vini sempre dall'importatore - incoterms Ex-cellar). Il risultato è quello di ricevere spesso ordini non pianificati in anticipo con la richiesta di spedire in tempi talvolta molto stretti.

3 Quali strategie per superare questo momento?

Le aziende con un brand storico e consolidato inserite in una zona considerata espressione di alta qualità come il Piemonte ha dimostrato di essere, devono imparare a comunicare meglio la propria storia, i propri vitigni autoctoni ed il grande lavoro che c'è dietro una bottiglia di vino. Ci siamo impegnati molto negli ultimi 20 anni nel "fare" e forse poco nel "far conoscere".

4 Come va con la burocrazia?

Direi, purtroppo, non ancora bene, con dispendio di tempi, costi ed energie.



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

Sono certamente aumentati la curiosità e l'interesse per le diverse espressioni dei nostri vitigni tradizionali.

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

Partecipando a presentazioni e degustazioni in affiancamento con i nostri importatori ed invitandoli in azienda per approfondire la conoscenza dei luoghi e della zona di produzione. La pandemia ha reso più informali, diretti ed agili i contatti grazie all'abitudine ormai consolidata dell'utilizzo di riunioni in video call. Al tempo stesso la pandemia ci ha fatto capire quanto sia importante e necessario incontrarsi per parlare di vino e degustarlo in luoghi adatti e spazi dove le persone possano stare bene e sentirsi a proprio agio.

NEL PROSSIMO NUMERO
CANTINE DI VERONA

❖ Marchesi Alfieri - San Martino Alfieri - Asti - marchesialfieri.it

NON SERVONO GLI ALERT: IN 15 ANNI CONSUMI QUOTIDIANI DI VINO DIMINUITI DEL 22%

di Loredana Sottile

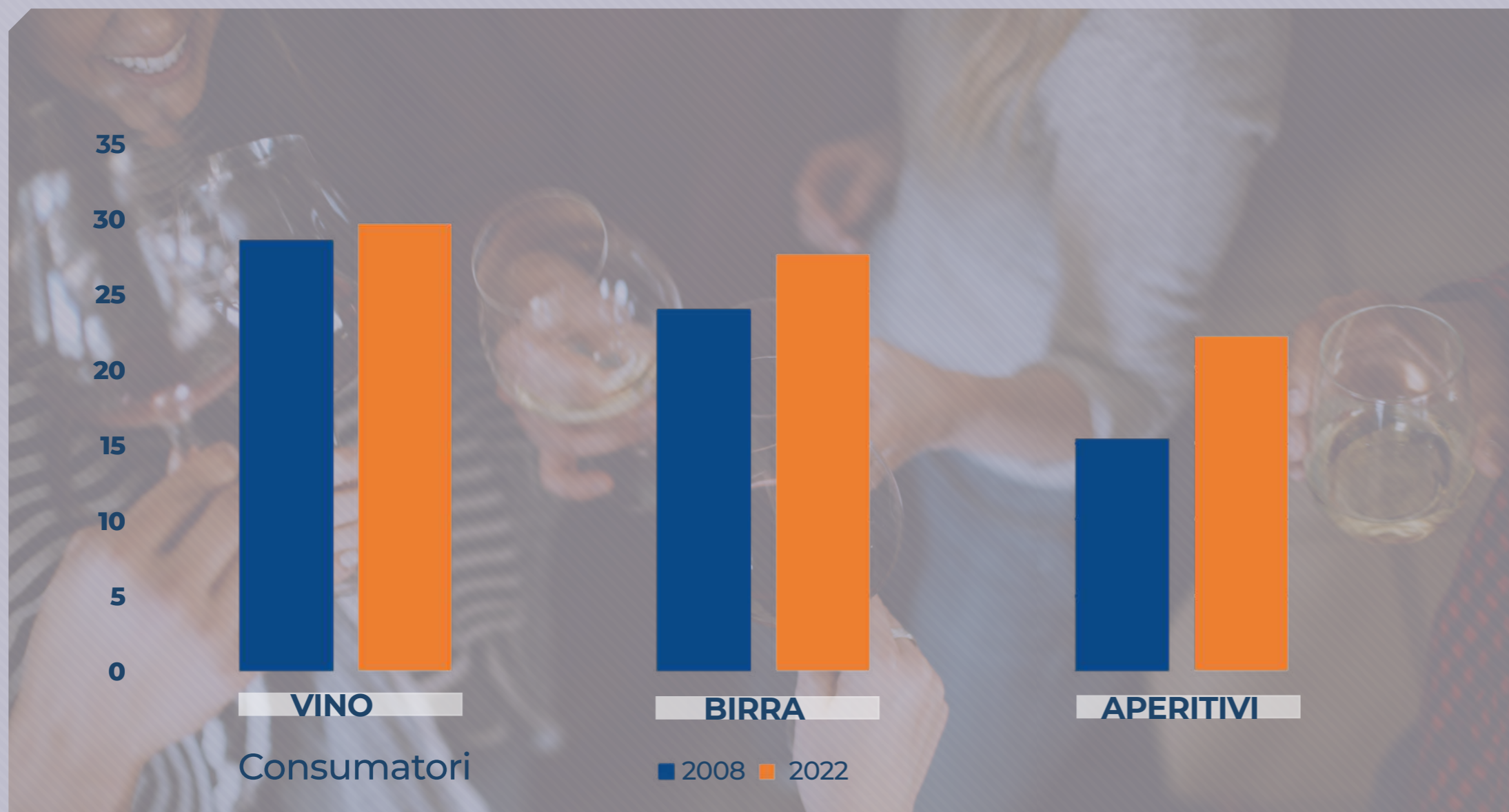
Sale il numero di consumatori ma, secondo l'analisi Uiv, gli italiani sono diventati sempre più moderati, preferendo bere in occasioni specifiche e meno nel quotidiano. È in crisi il rapporto vino-Millennial, insidiato da un crescente trend salutistico. Avanzano le donne, tra cui è boom di aperitivi

Scendono i consumi, salgono i consumatori. Come stanno insieme queste due realtà, apparentemente in contrapposizione tra loro? Lo spiega l'Osservatorio di Unione Italiana Vini, elaborando i dati Istat, secondo cui negli ultimi 15 anni (2008-2022), a fronte della diminuzione dei consumi quotidiani, sono cresciuti quelli saltuari.

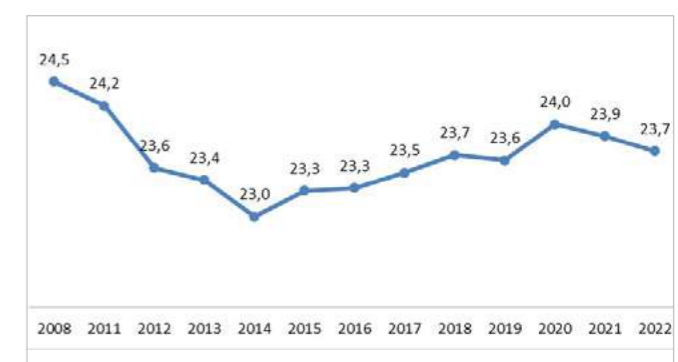
Nel dettaglio, questi ultimi registrano un +35% (+4,4 milioni di euro), mentre la fruizione quotidiana è in calo del 22%. **In pratica, lo scorso anno i consumatori quotidiani di vino hanno stappato 461 milioni di bottiglie in meno rispetto al 2008, mentre i saltuari hanno aumentato i volumi acquistati per un equivalente di 344 milioni di bottiglie.** Chi prima beveva oltre mezzo litro di vino al giorno (fascia che ha perso il 42% di fruitori in 15 anni), adesso è passato a 3-4 bicchieri (fascia che infatti sale a +58%), mentre chi beveva 1-2 bicchieri al giorno (fascia che resta prevalente ma che registra un -32%) è diventato consumatore saltuario.

Il nuovo volto dei consumatori italiani di vino - oggi a quota 29,4 milioni (ovvero 55% della popolazione) - è, quindi, sempre più moderato. E questo senza bisogno di alert in etichetta, in netta contrapposizione rispetto a quello che sostiene l'Irlanda.

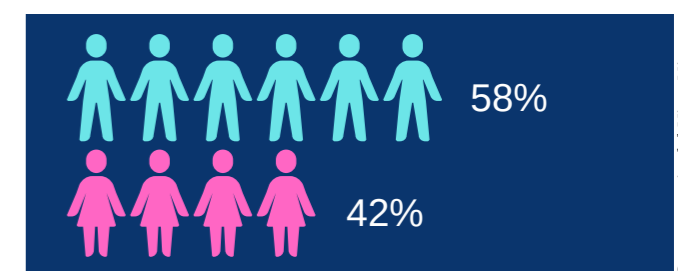
"I numeri" rileva il presidente Uiv, **Lamberto Frescobaldi** "sintetizzano una volta di più il rapporto responsabile degli italiani con il vino, oggi inteso più come elemento di socialità e di stile di vita che come alimento. È la prova di come l'approccio culturale al prodotto sia ormai fondamentale in un Paese che non solo è il primo produttore di vino al mondo ma anche uno dei più virtuosi in termini di aspettativa di vita".



Evoluzione consumi di vino (mln/hl)

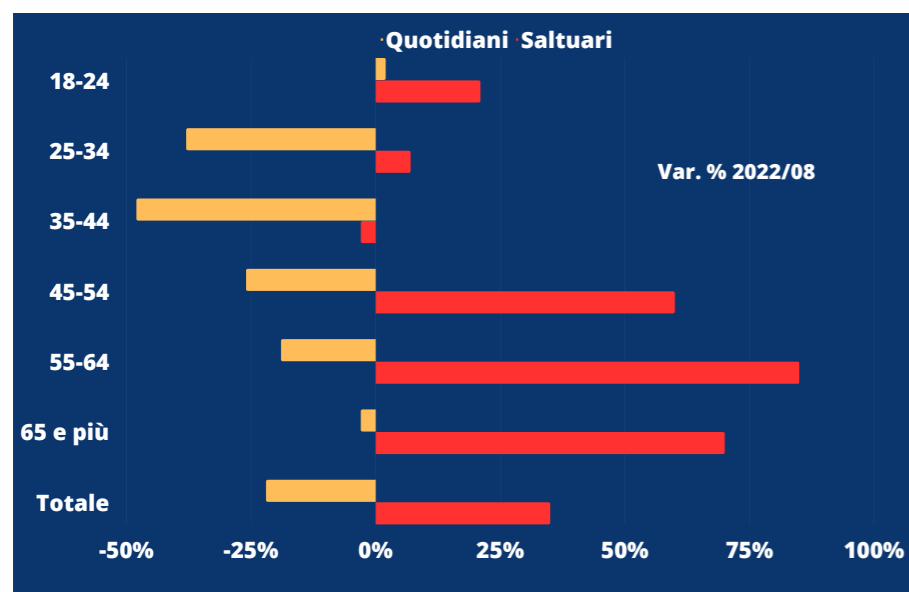


Consumatori di vino in Italia 2022 (55% della popolazione)

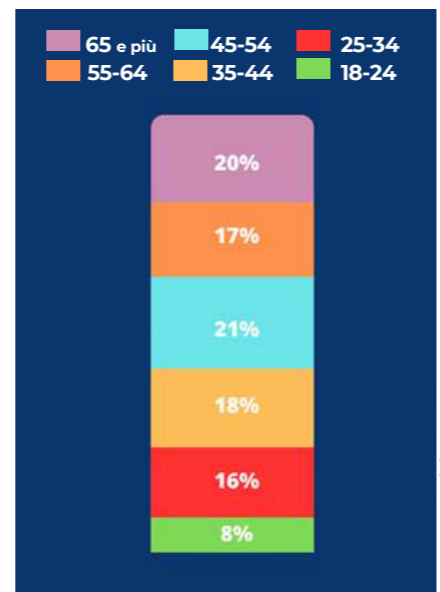


Elaborazione Tre Bicchieri dati Istat

Evoluzione consumi per frequenza ed età



Consumatori saltuari per età



» **IL VINO RESTA IL PREFERITO DEGLI UOMINI OVER 65**

L'identikit del consumatore di vino corrisponde ancora a quello dell'uomo maturo. Il genere maschile rappresenta, infatti, il 58% dei consumatori contro il 42% delle donne. Tuttavia, **in termini di incremento cresce più il consumo femminile (+12%) a fronte del -2% degli uomini.** Tra le consumatrici, aumentano le "saltuarie" (+33%), contro "le quotidiane" (-15%), soprattutto nelle fasce di età più mature

In termini di età, sono, le fasce di ultrasessantacinquenni a bere di più (27,5%) seguiti dalla fascia 45-54 (19,4%) e 55-64 (18,7%). Se, però, tutti i cluster d'età hanno visto decrementi dei consumatori abituali, al contrario quasi gli stessi cluster (eccezione fatta per la fascia 35-44 anni) mostrano degli incrementi per i consumatori saltuari. In particolare, si noterà anche una crescita notevole della fascia 18-24 anni. Segno che **la GenZ non è completamente distante dal vino, ma lo beve solo in determinate occasioni.**

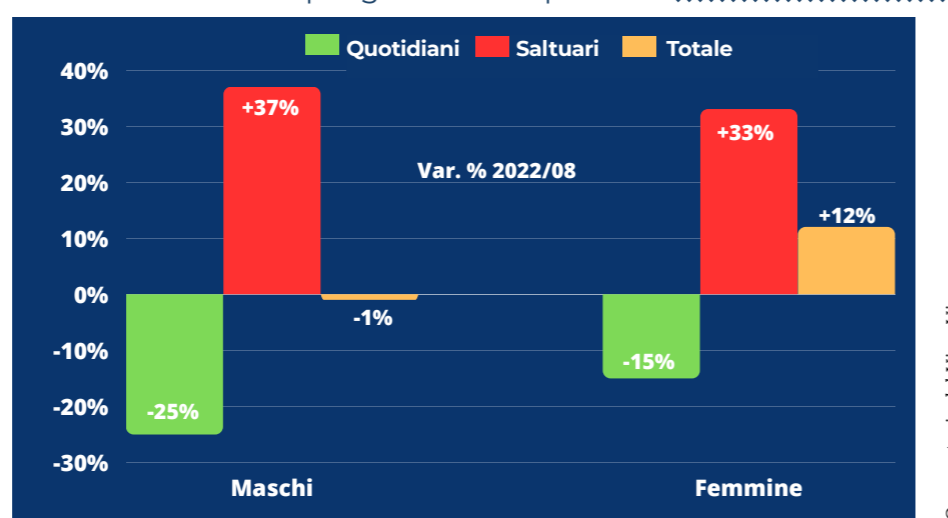
Come si compone, quindi, la colonna dei consumatori saltuari? La più rappresentata al suo interno è la fascia 45-55 anni (21%), seguita dagli over 65 (20%), Ben rappresentata anche la fascia 35-44 anni (18%), mentre si va più giù con gli under 34. Segno di un rapporto in crisi tra vino e Millennials, probabilmente legato alla diffusione di trend salutistici che li allontanano sempre più dal bere sia in modo saltuario, sia quotidiano (-40%).

LE DONNE GUIDANO I CONSUMI DI APERITIVI ALCOLICI

Cambiando bevanda, cambia anche la modalità di consumo. **Per quanto riguarda la birra, ad esempio, si registra il segno più sia per gli user quotidiani (+19% in 15 anni), sia per quelli occasionali (+30%),** con un calo solo per gli "stagionali", legati al periodo estivo. Complessivamente a bere birra sono 27,4 milioni di italiani. Forte accelerata, poi, per gli aperitivi alcolici, vino e cocktail compresi (soprattutto nella versione spumante mixato), che raggiungono 22 milioni di adepti (+41% a partire dal 2008), grazie soprattutto al boom femminile dei consumi fuori casa (+79%).

Se tra le donne prevalgono gli aperitivi regolari (58% Vs 42% di quelli saltuari), per gli uomini vale il contrario (48% regolari Vs 52% saltuari). Interessante, l'evoluzione femminile negli ultimi 15 anni: **oggi il 60% delle donne tra i 25 e i 34 anni consuma aperitivi alcolici** contro il 33% del 2008.

Evoluzione consumi per genere e frequenza



ministero delle politiche agricole alimentari e forestali



Radici Virtuose



PROGRAMMA DI RIGENERAZIONE ECONOMICA, SOCIALE E AMBIENTALE DEL TERRITORIO JONICO-SALENTINO COLPITO DA XYLELLA FASTIDIOSA, RADICI VIRTUOSE, FINANZIATA A VALERE SULL'AVVISO MIPAAF N.10900 DEL 17.02.2020 CONTRATTI DI DISTRETTO XYLELLA



ITALIANI “AFFEZIONATI” A DOP E IGP. NEL VINO 9 SU 10 SPENDEREBBERO DI PIÙ

▲ di Gianluca Atzeni

All'assemblea Federvini, due ricerche di Nomisma e TradeLab rivelano il rapporto virtuoso dei consumatori coi prodotti di qualità e col bere responsabile. La presidente Pallini e il ministro Lollobrigida contro Irlanda e Cile: “Health warning inutili a combattere l'abuso di alcol. Si prenda l'Italia come esempio”



italiani promossi in materia di marchi e certificazioni di qualità di vini e prodotti agroalimentari e, allo stesso tempo, ben consapevoli della necessità di un consumo moderato di alcolici. Lo rivelano due distinte ricerche condotte da TradeLab e da Nomisma presentate entrambe durante l'assemblea generale della Federvini, svoltasi a Roma il 7 giugno. La prima mostra che il valore delle Indicazioni geografiche (Ig) è riconosciuto dal consumatore finale sia sul mercato italiano sia su quello straniero, la seconda evidenza, da un lato, una sensibilità diffusa sul tema del consumo responsabile e, dall'altro, conferma quanto certificato dai dati Istat degli ultimi decenni (vedi articolo di copertina a pag. 26) sulla decisa trasformazione dei bevitori di vino.

Un quadro generale tutto sommato virtuoso che suggerisce alla Federvini una importante considerazione politica alla presidente **Micaela Pallini**: “Gli health warning in etichetta decisi dall'Irlanda e anche la linea seguita recentemente dal governo del Cile sono inutili a combattere gli abusi di alcol. Il caso italiano andrebbe preso come modello e come esempio”.



DOP E IGP COME VALORE AGGIUNTO

La ricerca di Nomisma per Federvini (su un campione 1.500 consumatori tra 18 e 70 anni, a maggio 2023) traccia un quadro in cui i cittadini italiani si dimostrano piuttosto avvezzi al tema delle certificazioni di qualità. C'è, infatti, un 53% del campione che dichiara di conoscere il significato delle sigle Dop e Igp e le considera una garanzia di qualità, e c'è un terzo degli intervistati (33%) che, pur ammettendo di non sapere, si dice interessato alla materia. Il 78% associa invece maggiore qualità ai prodotti certificati, il 74%

alla tracciabilità del prodotto e il 68% a sicurezza e controlli. Relativamente al vino, secondo quanto illustrato da **Emanuele Di Faustino** (responsabile industria, retail e servizi di Nomisma) **quasi nove italiani su dieci si dicono disposti a spendere fino al 25% in più per avere un vino certificato** rispetto

a uno generico. Considerando esclusivamente il packaging dei vini, l'etichetta (29%), la forma della bottiglia (19%) e il colore del vetro della bottiglia (15%) sono i tre elementi che maggiormente attraggono la curiosità dei consumatori.

VINI, SPIRITI E ACETI

Qual è, poi, il livello di consapevolezza su vino, spiriti e aceti certificati? Il 62% dei consumatori ritiene che i vini Doc/Docg/Igt rispettano specifiche caratteristiche qualitative e particolari metodi di produzione. Per gli spi- »

» riti certificati, la percentuale è del 28% mentre è del 47% per l'Aceto balsamico di Modena Igp. *"Il valore delle Igp è riconosciuto dal consumatore finale sia in Italia sia all'estero"* ha sottolineato **Albiera Antinori**, presidente del gruppo vini di Federvini *"facendo registrare un differenziale di prezzo tra vini Doc/Docg e quelli da tavola, sia in Gdo (+228%) sia sul fronte export (+50%)"*. **E tra i driver di scelta assume un ruolo importante il brand, col 21% dei consumatori.** *"Raccogliamo con fiducia questi dati, convinti che la strada della valorizzazione sia un percorso a senso unico: solo lavorando sulla qualità intrinseca e sul valore intangibile dei nostri prodotti saremo in grado di mettere al sicuro il settore vino dalle tempeste che vediamo all'orizzonte. Al Governo"* ha concluso Antinori *"chiediamo semplificazione e un quadro normativo che favorisca la creazione di valore"*.



CONSUMATORI "VIRTUOSI".

Gli italiani si distinguono per un consumo virtuoso di bevande alcoliche. Lo afferma la ricerca di TradeLab, basata su mille interviste a cittadini di 18-74 anni, realizzata a maggio 2023. Dall'indagine, emergono quattro capisaldi: un consumo limitato di alcolici, un consumo quasi sempre abbinato al cibo, la consapevolezza degli effetti dell'alcol sull'organismo unita all'attenzione alla salute, un consumo di alcol soprattutto in situazioni di convivialità. Nove italiani su dieci consumano alcolici con moderazione con solo il 14% del campione che dichiara di esagerare qualche volta. Il 78% li abbina sempre ai pasti. Considerando solo la fascia più giovane, ben 7 cittadini tra 18 e 24 anni dichiarano che l'attenzione a non esagerare con le bevande alcoliche faccia parte del proprio stile di vita.

IL TERMINE "CONSUMO RESPONSABILE"

Ma cosa si intende con l'espressione "consumo responsabile"? Il 60% degli intervistati da TradeLab associa tale concetto alla sicurezza, il 48% all'abbinamento al cibo e il 30% all'amicizia. Inoltre, il 74% pensa alla capacità di evitare l'abuso di alcol e il 72% alla conoscenza delle problematiche e alle conseguenze correlate al consumo eccessivo. La ricerca certifica una sensibilità diffusa sull'argomento: l'85% degli

Un comparto da oltre 20 mld di euro

Vini, spiriti e aceti rappresentano un asset fondamentale del Made in Italy, con un giro d'affari di 20,6 miliardi di euro, 2.600 imprese, 30.000 occupati e il 21% dell'export food & beverage italiano, prima voce dell'export agroalimentare nazionale.

Ok alle nuove "Linee guida sulla comunicazione commerciale"



Le nuove Linee guida sulla comunicazione commerciale degli aderenti alla Federvini, presentate in assemblea, rafforzano le indicazioni dell'articolo 22 del Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale (emanato da Iap-Istituto autodisciplina pubblicitaria) e prendono il posto della Carta etica, precedentemente approvata dalla federazione.

Tra i numerosi principi (indicati in un documento di 30 pagine), il fatto che il marketing sulle bevande alcoliche non incoraggi il consumo eccessivo o inappropriato, non raffiguri la sobrietà, la moderazione o l'astemia come valori negativi; non sia fraudolenta, discriminatoria o offensiva. In materia di minori, la comunicazione non deve essere attrattiva nei loro confronti, deve esclusivamente rappresentare dei testimonial di almeno 25 anni di età, non deve mai associare il consumo di alcol al raggiungimento dell'età adulta. Le Linee guida intervengono anche sul digitale, suggerendo alle imprese di evitare di veicolare la comunicazione in piattaforme o altri canali mediatici con bassi livelli qualitativi di sicurezza, con certificazioni scadute. Nei social network, i contenuti devono essere accompagnati da messaggi sul bere responsabile. Rispetto alla salute, i messaggi non devono mai insinuare che il consumo di alcolici comporti benefici per chi li assume.

Giuseppe D'Avino, presidente del gruppo spiriti di Federvini, ha parlato di strumento per le imprese che ha l'obiettivo di garantire uno standard comunicativo "corretto e trasparente, che richiami i valori del consumo moderato e responsabile, da sempre nella mission di Federvini".



LA PROSSIMA CENA IN PROGRAMMA:

8 giugno 2023 | ore 20:30

Ristorante Muse del Grand Hotel Parker's

C.so Vittorio Emanuele, 135 | Napoli

INFO E PRENOTAZIONI: ☎ 081 7612474

INFO: www.gamberorosso.it

I luoghi comuni sull'alcol

Tra le convinzioni più diffuse, in particolare tra i giovanissimi, c'è quella che l'alcol aiuti a vincere la timidezza (75% nella fascia 18-24) e a riscaldarsi quando si ha freddo (62% nella fascia 18-24), un bicchiere di alcol prima di dormire aiuta il sonno (27%). In generale, le convinzioni sbagliate sono più radicate tra i consumatori che dichiarano di esagerare a volte con l'alcol. (fonte Indagine TradeLab per Federvini).

» italiani sente il tema vicino (il 60% tra 18 e 34 anni dichiara anche di volerne sapere di più). Sul profilo della comunicazione, il 64% del campione più giovane (under 35) ritiene che sia un aspetto molto importante in termini di sensibilizzazione, percentuale che sale al 71% tra gli adulti (35-54 anni).

HEALTH WARNING "INUTILI"

La Federvini ha recentemente contestato a Bruxelles, assieme ad altre associazioni italiane ed europee del settore, la decisione dell'Irlanda di applicare gli alert salutistici nelle etichette degli alcolici dal 2026, considerando la legge approvata da Dublino contraria alle norme sul mercato unico e sulla concorrenza.

"Purtroppo abbiamo registrato la sordità del Wto. E ciò che ci preoccupa" ha rimarcato la presidente Pallini *"non è tanto il valore dell'export di bevande alcoliche italiane verso l'Irlanda quanto il danno reputazionale nei confronti dell'insieme dell'industria delle bevande alcoliche"*. Ecco perché, ad avviso della Pallini, occorre continuare a fare squadra a livello internazionale per evitare che il caso Irlanda possa indurre altri Paesi a seguire la stessa strada. *"Gli irlandesi"* ha aggiunto il ministro dell'Agricoltura, **Francesco Lollobrigida**, nel suo intervento *"dovrebbero guardare più all'educazione alimentare invece che stigmatizzare un prodotto che difficilmente può essere la causa del problema dell'alcolismo che si registra nel loro territorio"*.

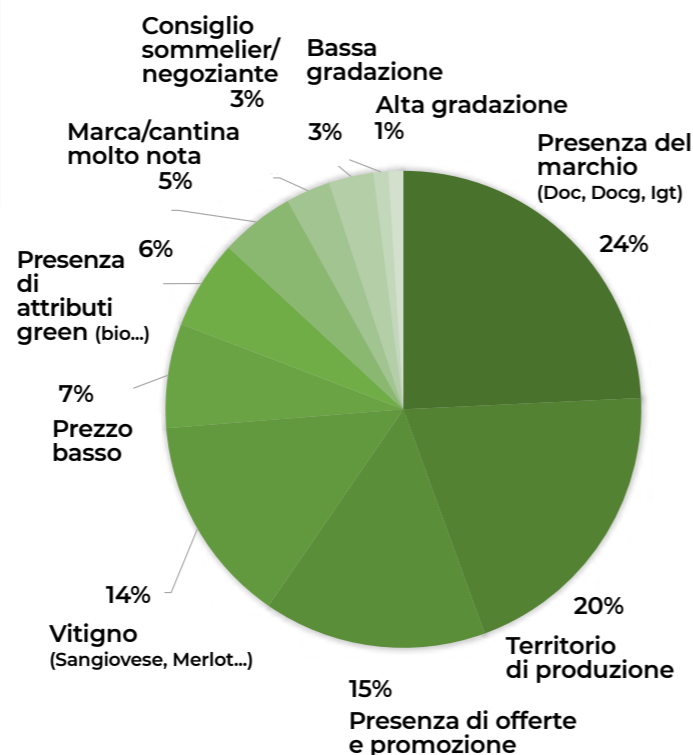


INCOGNITA DOSSIER IMBALLAGGI

Assieme a questa criticità, per le imprese del settore resta l'incognita sul dossier imballaggi, con l'Ue che ha deciso di accelerare la revisione del regolamento europeo. Secondo la Federvini, gli obiettivi fissati al 2030 e al 2040 avranno impatti forti in materia di packaging. *"La riforma parla di riutilizzo e non di riciclo, segmento in cui l'Italia è campione. Questo dossier"* ha evidenziato la Pallini *"rischia di mettere le nostre aziende in una condizione complicata, dal momento che il riuso è difficile e costoso da attuare. Inoltre, il mer-* »

Criteri di scelta e ruolo della marca e del pack

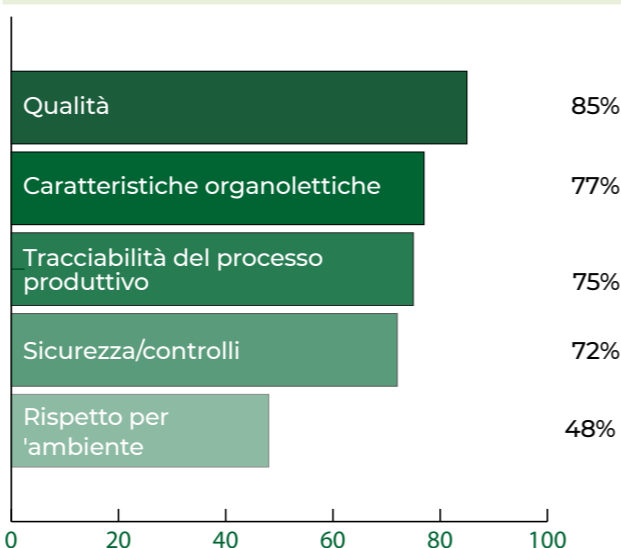
DOMANDA. Oltre a tipologia, qualità e gusto personale, con quali altri criteri sceglie solitamente il vino da acquistare/consumare?



fonte: Consumer survey Nomisma per Federvini

Percezione delle certificazioni di qualità

DOMANDA. Per lei un vino certificato Doc/Docg/Igt rispetto a uno generico ha...



fonte: Consumer survey Nomisma per Federvini

62% consumatori che sanno che i vini certificati Doc/Docg/Igt rispettano specifiche caratteristiche qualitative e precisi metodi di produzione e lo considerano garanzia di qualità

GAMBERO ROSSO®

OLIVID'ITALIA Tour 2023

SETTIMANE DELL'EXTRAVERGINE

nei ristoranti/gastronomie/enoteche
con assaggi di una selezione di oli delle aziende aderenti

TORINO
dal 22 al 27 maggio

ROMA
dal 29 mag al 5 giu

MILANO
dal 12 al 17 giugno

Scopri [i produttori e gli oli aderenti al Tour](#)

EVENTI DI DEGUSTAZIONE FINALI degli oli delle aziende aderenti al tour

TORINO
28 maggio
Mercato Centrale Torino

ROMA
8 giugno
Palazzo Brancaccio

MILANO
19 giugno
Osteria del Treno

Partecipa [agli eventi](#)

IN COLLABORAZIONE CON



I MIGLIORI EXTRAVERGINE ONLINE

PARTNER EVENTO



» *cato sarebbe spinto verso una standardizzazione del packaging con effetti negativi sull'immagine dei prodotti".*

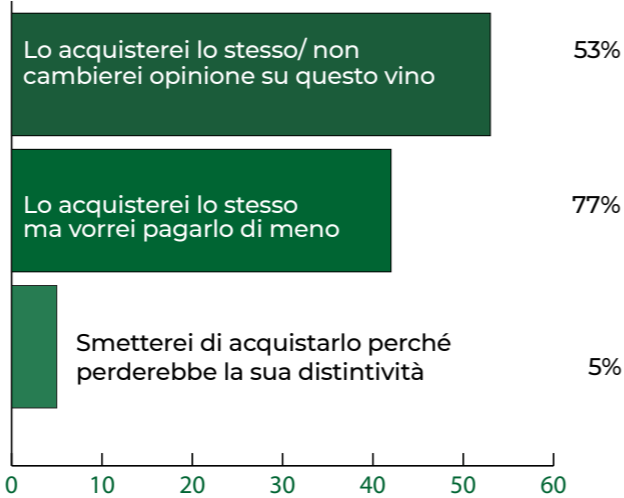
LA FIDUCIA NELLA RIFORMA DELLE IG

Fiduciosa, invece, la posizione della Federvini nei confronti della riforma del Regolamento delle Ig, in corso in Europa. "Gli attacchi che da più fronti hanno insidiato nei mesi scorsi alcuni tra i prodotti più caratterizzanti dell'agroalimentare italiano, dall'Aceto balsamico di Modena al Prosecco, devono ricordarci che la battaglia per la tutela del Made in Italy ha un carattere prioritario per le imprese e per il Paese. Chiediamo al Governo" ha concluso **Giacomo Ponti**, presidente del gruppo aceti "di promuovere dei ricorsi contro Slovenia e Cipro. E guardiamo con speranza alla riforma del Regolamento delle Ig per garantire il rispetto dell'autenticità dei prodotti, ponendo un freno alle imitazioni che rischierebbero di causare un danno ai nostri comparti". ❖



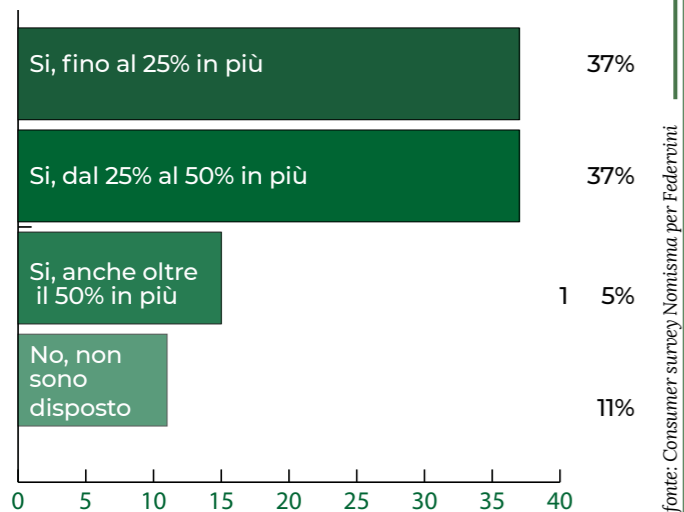
LA RILEVANZA DEL PACKAGING NEL VINO

DOMANDA. Immagini che domani il suo vino preferito sia confezionato in bottiglie standard (bottiglia uguale a tutti gli altri vini) anziché nel suo packaging distintivo che è abituato a trovare. Questo aspetto cambierebbe il suo comportamento d'acquisto nei confronti di questo vino?



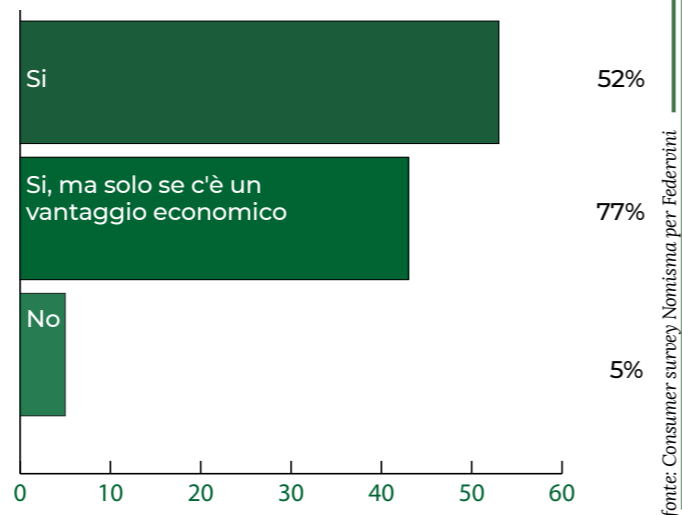
WILLINGNESS TO PAY

DOMANDA. È disposto a spendere di più per un vino Doc/Docg/Igt rispetto a uno generico?



L'IMPORTANZA DEL VUOTO A RENDERE

DOMANDA. Se nel punto vendita che frequenta abitualmente ci fosse un sistema di riuso ovvero di vuoto a rendere, sarebbe disposto a conservare a casa la bottiglia vuota di vino e poi riconsegnarla al supermercato?



Consorzio Tutela Vini d'Acqui

Consorzio Tutela Vini d'Acqui e Gambero Rosso vi attendono a

Il dolce, il rosso, il rosé

Alla scoperta dei vini d'Acqui

21 giugno

Masterclass | ore 17.00

Degustazione guidata da un esperto di vino di Gambero Rosso riservata al settore Horeca

Wine Tasting | ore 19.00-21.00

Città del Gusto Roma | via Ottavio Gasparri, 17 | Roma



Per la Degustazione, gratuita, è obbligatoria la registrazione qui

<https://www.gamberorosso.it/speciali/vini-dacqui-e-brachetto-tour/vini-d-acqui-e-brachetto-on-tour-rome/>

Per la Masterclass, obbligatoria la prenotazione a academy@gamberorosso.it

Abbonati a PREMIUM

Accedi a tutti i contenuti delle guide ovunque sei, quando vuoi



gamberorosso.it/abbonamenti

PROVALO GRATIS*



*Primo mese gratuito, disdici quando vuoi

GAMBERO ROSSO

Vini Alto Adige DOC: quando il vino racconta un territorio



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



Südtirol Wein 
Vini **Alto Adige**

www.vinialtoadige.com

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice	Var% settimanale	Var% inizio anno
S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	0,90	-2,50
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	-0,05	3,52
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	0,53	0,31

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-1,84	-3,12	8,26	697
Campari	Italia	4,44	33,91	21,36	14.752
Centrale del Latte d'Italia	Italia	7,03	-6,80	-12,63	38
Marr	Italia	1,37	29,47	2,25	981
Newlat Food	Italia	5,45	33,49	-5,34	254
Orsero	Italia	0,46	-2,40	3,85	229
Valsoia	Italia	2,32	1,04	-13,64	104
Anheuser Bush I	Belgio	-0,25	-9,10	-2,45	88.857
Danone	Francia	0,81	14,10	1,70	38.050
Pernod-Ricard	Francia	-2,05	9,17	11,21	51.744
Remy Cointreau	Francia	-1,31	-9,45	-16,91	7.247
Suedzucker Ma Ochs	Germania	2,21	2,08	30,46	3.405
Dsm	Olanda	0,00	-0,22	-21,70	763
Heineken	Olanda	-1,28	8,51	3,49	54.927
Jde Peet S	Olanda	1,47	2,00	-0,88	13.855
Ebro Foods	Spagna	1,09	14,32	1,72	2.578
Viscofan	Spagna	0,48	4,98	24,19	2.938
Barry Callebaut N	Svizzera	-2,54	-1,53	-14,21	10.193
Emmi N	Svizzera	1,08	19,16	2,44	5.146
Lindt N	Svizzera	4,66	18,32	6,23	15.658
Nestle N	Svizzera	0,76	1,89	-7,37	300.533
Associated British Foods	Gran Bretagna	0,52	16,75	4,75	16.649
Britvic Plc	Gran Bretagna	0,73	14,74	6,69	2.674
Cranswick Plc	Gran Bretagna	1,80	6,69	5,22	2.048
Diageo	Gran Bretagna	-1,51	-8,19	-7,25	87.481
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	1,73	11,78	3,78	3.708
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	1,34	-22,04	-19,68	37.985
Beyond Meat	Stati Uniti	7,48	-10,07	-64,02	665
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-0,06	1,58	-6,51	3.196
Brown-Forman B	Stati Uniti	1,58	-4,84	-7,56	18.132
Bunge Ltd	Stati Uniti	-1,61	-7,36	-18,11	13.029
Campbell Soup	Stati Uniti	0,44	-10,85	4,48	14.176
Coca-Cola Co	Stati Uniti	0,89	-5,19	-7,58	244.144
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	0,09	-11,32	3,44	15.321
Constellation Brands	Stati Uniti	2,29	4,64	-3,76	41.592
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	0,99	2,72	-22,04	9.651
Flowers Foods	Stati Uniti	-1,11	-13,22	-7,72	4.945
Freshpet Inc	Stati Uniti	1,51	21,91	-13,23	2.897
General Mills	Stati Uniti	0,61	-0,08	19,14	46.547
Hershey Company	Stati Uniti	-0,42	10,24	20,58	35.196
Hormel Foods	Stati Uniti	5,48	-11,24	-21,18	20.683
Ingredion Inc	Stati Uniti	0,66	8,71	11,79	6.579
Kellogg Co	Stati Uniti	0,63	-6,19	-4,87	21.276
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	0,26	-12,84	-11,88	40.840
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	3,85	27,00	60,73	15.478
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	1,24	1,82	60,93	5.176
Mccormick & Co	Stati Uniti	5,54	8,76	-8,09	21.167
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	7,85	26,44	9,52	12.217
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	1,26	9,95	13,50	93.416
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	1,00	14,90	28,81	54.601
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-2,38	3,16	-3,47	4.194
Nomad Foods	Stati Uniti	2,39	1,74	-19,95	2.864
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	8,48	2,87	-60,62	992
Pepsico Inc	Stati Uniti	-0,03	0,50	5,73	234.518
Performance Food Gr	Stati Uniti	2,01	-2,81	25,69	8.295
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	1,33	-3,75	-32,90	5.060
Post Holdings	Stati Uniti	1,25	-5,86	1,13	5.069
Seaboard Corp	Stati Uniti	-0,17	-0,84	-10,48	4.067
Smucker, J.M.	Stati Uniti	0,63	-7,72	15,74	14.596
Sysco Corp	Stati Uniti	4,82	-4,68	-17,71	34.566
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-4,50	-25,22	-52,22	1.013
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	-0,16	-7,17	0,05	43.412
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-3,70	-18,97	-42,46	13.484
Us Foods Holding	Stati Uniti	4,03	23,02	21,14	9.179

FINE WINE AUCTIONS

Château d'Yquem, i formati magnum che sorprendono gli investitori

Il palcoscenico è riservato questa settimana alle magnum di Château d'Yquem perché, imprevedibilmente, le annate delle sue bottiglie da un litro e mezzo quotate adesso e per le quali è possibile il confronto con la quotazione che avevano nel 2021 sono 15, cioè non solo più del solito ma in quantità sufficiente per poter dedicare la puntata, questa volta, all'analisi dei prezzi di Yquem in questo formato speciale, che a lume di naso non si direbbe abbia le caratteristiche per essere tra i più apprezzati dagli investitori. Però i risultati, verificabili in tabella, dicono che farebbero bene a interessarsene anche loro. Complessivamente, infatti, i 15 millesimi, che nel 2021 valevano 13.492 euro, sono quotati adesso per 14.622, e la differenza è di 1.130 euro, una bella sommetta che rappresenta l'8,37% del capitale investito. Le magnum, insomma, hanno fatto guadagnare a Yquem tre volte tanto le mezze bottiglie (+2,87%), prese in esame la settimana scorsa. Questo incremento di valore non è stato però generato dalla lievitazione dei prezzi ma da rialzi e ribassi anche clamorosi. Due i casi più evidenti: il 1990, che ha subito un calo del 57%, fa pensare che sia in corso il ridimensionamento delle quotazioni delle grandi annate, spesso sopravvalutate dalla speculazione. Ma è un'ipotesi subito smentita perché l'annata più grande presente in tabella, il 1967, che già godeva di una valutazione molto alta nel 2021, è stata aumentata nel 2022 addirittura del 135%, raggiungendo così la sconcertante quotazione di 4.100,80 euro. Che dire? È la legge del mercato, bellezza...

– Cesare Pillon

Château d'Yquem - Sauternes

Annate	Lotto	Asta	Data	Prezzo 2022/23	Prezzo 2021	+ / -
11967	1 m	Hart Davis Hart, Usa	23/09/22	€ 4.100,80	€ 1.745,89	+135%
1973	1 m	Dreweatts, Londra	08/12/22	€ 370,98	€ 523,83	-29%
1975	1 m	Hart Davis Hart, Usa	20/01/23	€ 1.570,29	€ 1.571,92	=
1976	3 m	Zachys, NY online	27/07/22	€ 981,06	€ 698,45	+40%
1983	1 m	Christie's, Los Angeles online	14/02/23	€ 755,22	€ 628,60	+20%
1988	1 m	Hart Davis Hart, Usa	12/08/22	€ 972,30	€ 1.041,00	-7%
1989	1 m	Bonhams, Usa online	27/10/22	€ 809,49	€ 685,32	+18%
1990	1 m	Hart Davis Hart, Usa	16/12/22	€ 753,36	€ 1.743,56	-57%
1995	2 m	Hart Davis Hart, Usa	23/09/22	€ 512,60	€ 396,20	+29%
1997	3 m	Acker Wines, Usa	20/12/22	€ 469,86	€ 919,00	-49%
1999	3 m	Acker Wines, Usa	12/05/22	€ 398,73	€ 674,00	-41%
2001	6 m	Sotheby's, Hong Kong	02/10/22	€ 1.767,19	€ 1.348,00	+31%
2003	6 m	Acker Wines, Usa	12/05/22	€ 398,73	€ 735,00	-46%
2005	6 m	Sotheby's, Hong Kong	02/10/22	€ 407,81	€ 398,90	+2%
2008	6 m	Sotheby's, live, Hong Kong	02/10/22	€ 353,44	€ 382,55	-8%
2015	3 m	Zachys, live, New York	11/03/22	-	-	-



GAMBERO ROSSO
ITALY
FOOD WINE
ACADEMY



Il tuo talento ha bisogno di nuove sfide?

Scopri i nostri corsi professionali
su gamberorosso.it/academy

ROMA | TORINO | NAPOLI | LECCE | PALERMO

PARTNER



SPONSOR

