



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



FRENA L'ONDA ROSA SU LA PRODUZIONE GIÙ I CONSUMI

FIERE

"A Vinitaly 2024 porteremo l'alta moda". La nuova idea del ministro Lollobrigida per il Made in Italy

CONTROVERSIE

La Commissione Ue contro la viticoltura:
❖ "Non è essenziale".
L'ira delle associazioni

M&A

L'Italia del vino non è mai stata così dinamica: in
❖ 5 mesi annunciate 11 operazioni di acquisizioni e fusioni

MONTALCINO

Non solo Brunello. Per il rosso
❖ vendite 2022 a +20% e possibile allargamento delle superfici vitate

CONSUMI

La crescita è finita: da qui
❖ al 2040 solo +0,35 l'anno. Francia e Italia in fase di recessione



Catena Zapata è la più bella cantina al mondo: il trionfo dell'Argentina al World's best vineyards

Svelato il podio del premio World's best vineyards 2023. A salire sul trono della migliore destinazione enoturistica mondiale è l'argentina Catena Zapata, nella regione Mendoza. La critica internazionale di esperti l'ha preferita alla spettacolare e futuristica Bodegas de los Herederos del Marqués de Riscal, nella Rioja. L'evento di premiazione, tenuto proprio nella regione vitivinicola spagnola, presso Bodegas Beronia, ha assegnato il terzo posto alla cilena Vik, mentre al quarto posto si è piazzata la sudafricana Creation, che ha vinto il primo premio nella categoria miglior cantina dell'Africa.

La classifica 2023 (www.worldsbestvineyards.com) premia la bellezza delle aziende argentine. Oltre a Catena Zapata, azienda fondata nel 1902 e considerata pioniera della riscoperta del malbec, si sono posizionate molto bene anche Bodegas Salentein (nono posto), Enemigo wines (decimo) e Finca Victoria, posseduta dalla famiglia Durigutti, che è la new entry più alta col 13esimo posto. **In Europa, sono 23 le aziende in classifica, con la Francia che occupa 9 posizioni nelle prime 50.** Gli organizzatori del premio, la William Reed, hanno evidenziato i nuovi ingressi da Georgia, Libano e Ungheria. Tra i vincitori dei primi premi nei rispettivi continenti, vanno segnalate cantine come Château Mercian Mariko winery (Giappone), Rippon (Nuova Zelanda) e Jordan vineyard and winery (Sonoma, Stati Uniti).

Per quanto riguarda l'Italia, nella top 50 l'unica italiana è Ceretto (Piemonte). Mentre altre destinazioni e strutture enoturistiche (da Donnafugata a San Leonardo, da Villa Sandi a Tenuta Cavalier Pepe, da Castello Banfi a Ferrari Trento) sono nella lista dal 50° al 100° posto. Infine, Antinori nel Chianti Classico, primo classificato lo scorso anno, entra nella hall of fame del concorso. – G.A.

foto: Catena Zapata

OCM. IL 21 luglio sarà pubblicato il bando per i fondi promozione

Il bando per assegnare i fondi della promozione dell'Ocm Vino sarà pubblicato il 21 luglio. Sono questi i tempi annunciati dal ministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare Francesco Lollobrigida davanti ai produttori, riuniti da Unione Italiana Vini per parlare degli scenari futuri per i consumi.

Il ritardo, come spiegato dal Ministro, sarebbe dovuto ad "un confronto dialettico con l'Unione europea e con le Regioni, con le quali" ha aggiunto *"abbiamo cercato una formula di pari responsabilità per evitare incresciosi incidenti che si sono verificati nel passato"*.

In dotazione ci sono 100 milioni di euro (30 milioni in mano al Masaf e 70 alle Regioni), a disposizione di produttori di vino, organizzazioni professionali, consorzi, associazioni temporanee di scopo che, entro luglio dovranno presentare i loro progetti (nazionali, regionali e multiregionali) di durata annuale. Una corsa contro il tempo, visti i ritardi accumulati e visto che in Francia il bando è stato pubblicato da mesi. *"Faremo in modo che Agea entro ottobre riesca a fare tutti i pagamenti"*, ha concluso.

Come ricorda Federvini: *"Il settore vitivinicolo dallo scorso 27 giugno, data della pubblicazione del decreto sulle modalità attuative della misura, era rimasto in attesa della pubblicazione dell'avviso con i dettagli sulle procedure operative e le tempistiche di presentazione dei progetti di promozione. Mai come in questo periodo, caratterizzato da un momento congiunturale particolarmente complicato, i tempi di programmazione degli investimenti promozionali nei mesi che precedono le festività natalizie, diventano cruciali per la tenuta del sistema Italia"*, chiosa la presidente Federvini Micaela Pallini.

CANTINA ITALIA. Giacenze ancora in aumento, vicine ai 50 mln di ettolitri. Salgono bianchi e rossi a Dop, in calo gli stock di rosati

Sfiorano quota 50 milioni di ettolitri le giacenze di vino nelle cantine italiane. Rispetto a un anno fa, l'incremento registrato al 30 giugno 2023 è pari al 5,1% (2,38 milioni di ettolitri in più), per un totale di 49,5 milioni di ettolitri a cui si aggiungono 4,2 milioni di mosti (-8,8% sul 2022). Rispetto al mese di maggio 2023, le giacenze sono in diminuzione del 6,3%, per una differenza di 3,3 mln/hl.

I dati di Cantina Italia, report curato da Icqrf, dicono in particolare che **sono in sensibile aumento, su base annua, le giacenze di bianchi Dop (+15,9% a 11,7 mln/hl), così come quelle dei rossi Dop (5,9% a 13,6 mln/hl), mentre scendono quelle dei rosati (-5,7% a 785mila ettolitri)**. Considerando i vini Igp, in aumento rossi e rosati rispettivamente a 8,3 mln/hl e a 510mila ettolitri (+5,8% e +4,5%). Vini da tavola in lieve calo dell'1,6% a 9,2 mln/hl. Il 55,2% del vino italiano è detenuto nelle regioni del Nord, prevalentemente nel Veneto, con un contributo significativo delle province di Treviso (9,9%) e Verona (8,4%). Oltre al Veneto (23,7% del totale), la classifica delle giacenze vede

"A Vinitaly 2024 porteremo l'alta moda". La nuova idea del ministro Lollobrigida per promuovere il Made in Italy di Loredana Sottile

"Al prossimo Vinitaly porteremo il connubio tra alta moda e vino". Lo ha rivelato il ministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare Francesco Lollobrigida, intervenendo all'Assemblea di Unione Italiana Vini, che si è tenuta a Roma nella sede di Confcommercio. Durante l'incontro con focus sugli scenari vitivinicoli futuri - "Il mondo del vino che verrà. Scenari demografici e di consumo al 2040" - il Ministro ha ricordato la mostra realizzata nella scorsa edizione di Vinitaly, che ha portato in fiera il Bacco di Caravaggio e quello di Guido Reni.

Sull'onda del successo dell'iniziativa ha, quindi, rilanciato per il 2024: "Il prossimo anno a Verona mi piacerebbe promuovere il Made in Italy mettendo insieme le grandi firme della moda e i grandi nomi del vino".

È ancora troppo presto per capire come si concretizzerà l'idea di Lollobrigida, ma **lo stesso Ministro ha ipotizzato una sinergia a livello di etichette con firme autorevoli della moda se non addirittura delle vere e proprie sfilate**.

Il tutto, senza rinunciare al capitolo arte, aperto lo scorso anno con i due quadri di Bacco. "Stiamo già pensando ad altre opere d'arte da portare in Fiera", ha detto lo stesso Lollobrigida.

Puglia (11,9%), Emilia-Romagna (10,7%), Toscana (10,6%), Piemonte (8,4%), Sicilia (7%), Abruzzo (5,6%) e Lombardia (4,4%).

Il 53% del vino è a Dop, il 26,9% a Igp, i vini varietali costituiscono appena l'1,4% del totale. Il 18,8% è rappresentato dai vini da tavola e altri vini. - **G.A.**

Top 10 giacenze vini Dop e Igp in Italia

DOP/IG	ettolitri	%
Prosecco Dop	4.178.531	10,6
Puglia Igp	2.335.638	5,9
Sicilia Doc	1.564.980	4
Salento Igp	1.531.975	3,9
Toscana/Toscana Igp	1.430.711	3,6
Montepulciano d'Abruzzo Doc	1.409.995	3,6
Terre Siciliane Igp	1.329.294	3,4
Delle Venezie Dop	1.240.617	3,1
Chianti Dop	1.136.146	2,9
Veneto Igp	1.050.370	2,7

fonte: Cantina Italia, dati al 30 giugno 2023

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

CONTROVERSIE. La Commissione Ue difende il regolamento di sostenibilità e sminuisce il ruolo della viticoltura: "Non è essenziale". L'ira delle associazioni europee

di Loredana Sottile

"La produzione di uva non è una coltura essenziale". La frase, contenuta in uno studio sulla sostenibilità della Commissione Ue fa infuriare il mondo vitivinicolo che risponde facendo fronte comune. Nello specifico **il report mostra l'impatto del regolamento Sur (Sustainable use of pesticide regulation), prevedendo un calo della produzione di uva dovuto agli effetti della riduzione dei fitosanitari, stimato al 18% in Spagna, al 20% in Italia e al 28% in Francia.**

Poco male, secondo la Commissione Ue, considerato che "la produzione di uva non è una coltura essenziale per la sicurezza alimentare europea e che una diminuzione della produzione di

vino in Europa sarebbe irrilevante".

Non ci stanno le associazioni di settore italiane, francesi e spagnole che, già devono fare i conti con una produzione in calo nei prossimi anni per gli effetti dei cambiamenti climatici. Così **23 sigle di settore dei tre principali Paesi produttori (Italia, Francia e Spagna) in una nota congiunta, rivendicano il ruolo della produzione di uva per l'economia comunitaria.** "Sì, la viticoltura è essenziale in Europa" scrivono "L'Unione Europea è il primo produttore di vino al

mondo, con il 45% della superficie viticola mondiale. Questo settore ad alto valore aggiunto è vitale per molte regioni rurali europee, genera milioni di posti di lavoro e contribuisce in modo significativo alla bilancia commerciale dell'Ue". Poi l'invito agli Stati membri e agli eurodeputati, affinché prendano una posizione chiara su questo tema. "Il nostro settore chiede di essere sostenuto per continuare le azioni di transizione ecologica con regolamenti realistici e un calendario operativo, che permetta l'implementazione delle soluzioni alternative efficaci esistenti e in arrivo", conclude la nota.

Il regolamento, proposto lo scorso anno dalla Commissione Ue all'interno della strategia "Dal produttore al consumatore", obbligherebbe gli agricoltori a ridurre del 50% l'uso dei fitofarmaci entro il 2030.

Federvini ha un nuovo direttore generale. È Marco Montanaro e succede a Vittorio Cino, passato ad aprile scorso a Centromarca e Ibc.

Montanaro assumerà il suo nuovo incarico il primo settembre prossimo, ha 57 anni, ha maturato la sua ultima esperienza professionale in Kellogg's come direttore public affairs per l'Europa, con base a Bruxelles. In precedenza, è stato direttore delle relazioni istituzionali per il gruppo Barilla presso la sede generale dell'azienda in Italia. Ha lavorato per The Coca-Cola Company, alla guida della direzione affari pubblici e comunicazione per l'Italia. Inoltre, lavorato per Philip Morris e per Eridania Beghin-Say (Gruppo Montedison). Laureato in Giurisprudenza all'Università di Bologna, si è formato all'IMD business school di Losanna (Svizzera).



L'appello di Federvini



"Non prendere in debita considerazione il rilievo economico, occupazionale e sociale che il comparto vitivinicolo europeo ricopre appare un chiaro errore di valutazione. In Italia così come in altri Paesi membri dell'Unione europea, il settore assume un ruolo invece essenziale, assicurando benessere e lavoro a centinaia di migliaia di persone considerando anche l'indotto. Per questo non possiamo che respingere le conclusioni dello studio della Commissione europea, auspicando un intervento deciso dai nostri rappresentanti in sede comunitaria"

– Micaela Pallini, presidente di Federvini

CONSUMI. Arriva la card contro il caro prezzi: 380 euro per fare la spesa

Far fronte al caro spesa: ecco la missione della card solidale, distribuita da Poste italiane e attiva a partire dal 18 luglio 2023. Un contributo governativo per l'acquisto di generi alimentari di prima necessità, previsto dalla legge di Bilancio con l'istituzione di un fondo specifico di 500 milioni di euro. A riceverlo, 1,3 milioni di famiglie italiane.

Una mossa del Governo per aiutare le persone in difficoltà, disponibile per circa un milione e mezzo di famiglie. Stando ai calcoli, a partire dal 18 luglio **saranno 1,3 milioni di famiglie a ricevere la carta**, una tessera Postepay elettronica prepagata e ricaricabile, che conta **382.50 euro da destinare all'acquisto di beni alimentari**. Sono i Comuni a inviare le comunicazioni ai



beneficiari, che possono poi ritirare le carte presso gli Uffici postali della zona. Ma chi può usufruire della carta? Due i requisiti necessari: l'iscrizione all'Anagrafe della popolazione residente e la titolarità di una **certificazione Isee ordinario, con indicatore non superiore ai 15mila euro l'anno**. Esclusi dal contributo, invece, tutti i nuclei familiari percettori di reddito di cittadinanza, reddito di inclusione o qualsiasi altra misura di sostegno.

"La card per la spesa alimentare è importante ma è anche necessario favorire l'acquisto di prodotti alimentari made in Italy" specifica il presidente della Coldiretti Ettore Prandini, "in modo da sostenere l'economia e il lavoro nei territori aiutando la ripresa del Paese e la sua resilienza".

L'ESPERTO RISPONDE

È consentito inserire il claim "vegano" in etichetta?



È sempre più frequente leggere nelle etichette dei prodotti vitivinicoli il termine "vegano" e diciture simili. Tali indicazioni non sono regolamentate in modo specifico né dalle norme comunitarie né da quelle nazionali. Si configurano, pertanto, come un'informazione facoltativa libera ex art. 7 del Regolamento UE n. 1169/2011. Tale disposto consente di far figurare in etichetta indicazioni veritiere, tali da non indurre in confusione o in errore il consumatore per quanto riguarda, in particolare, la natura, l'identità e le proprietà dell'alimento. È consentito, quindi, all'operatore del settore vitivinicolo utilizzare, in etichettatura e presentazione dei suoi prodotti, termini che rappresentino solo situazioni veritiere, documentabili e tracciabili.

Nel settore vitivinicolo spesso i cosiddetti "chiarificanti", utilizzati in fase produttiva, hanno origine animale (ad esempio l'albumina d'uovo, la caseina o i caseinati, la colla di pesce e la gelatina). Utilizzare diciture relative alla produzione "vegana" vuol dire segnalare, invece, al consumatore una scelta differente in fase produttiva e il relativo mancato utilizzo di prodotti di origine animale (e relativi derivati) durante l'intero processo produttivo e, conseguentemente, l'assenza di residui animali nel prodotto finale.

Dichiarare che il prodotto è vegano vuol dire attestare l'assenza di prodotti di origine animale e derivati, non solo come additivi e/o coadiuvanti tecnologici, ma anche negli ausiliari di fabbricazione e nei materiali di confezionamento quali attrezzature, packaging o colle utilizzate per applicare le etichette. Nel caso in cui ciò sia efficacemente dimostrabile attraverso opportuna documentazione, allora la locuzione "vegano" (e simili) in etichetta è legittima, come da posizione espressa anche un recente passato dal Mipaaf (ora Masaf).

Per ulteriori approfondimenti si rimanda alle [BANCHE DATI GIURIDICHE Vite e Vino](#)

e [Denominazioni di Origine](#) di Unione Italiana Vini

– a cura del [Servizio Giuridico dell'Unione Italiana Vini](#)

Per domande e informazioni scrivere a serviziogiuridico@uiv.it

NOMINE 1. Marco Montanaro nuovo direttore generale di Federvini

Federvini ha un nuovo direttore generale. È Marco Montanaro e succede a Vittorio Cino, passato ad aprile scorso a Centromarca e Ibc.



Montanaro assumerà il suo nuovo incarico il primo settembre prossimo, ha 57 anni, ha maturato la sua ultima esperienza professionale in Kellogg's come direttore public affairs per l'Europa, con base a Bruxelles. In precedenza, è stato direttore delle relazioni istituzionali per il gruppo Barilla presso la sede generale dell'azienda in Italia. Ha lavorato per The Coca-Cola Company, alla guida della direzione affari pubblici e comunicazione per l'Italia. Inoltre, lavorato per Philip Morris e per Eridania Beghin-Say (Gruppo Montedison). Laureato in Giurisprudenza all'Università di Bologna, si è formato all'IMD business school di Losanna (Svizzera).

NOMINE 2. Assovini Sicilia sceglie Mariangela Cambria. Vertice al femminile, con Lilly Ferro e Josè Rallo

Un vertice al femminile per Assovini Sicilia, ente che riunisce cento aziende vitivinicole siciliane.

La nuova presidente dell'associazione è Mariangela Cambria ed è stata eletta dal nuovo consiglio di amministrazione. **Subentra a Laurent Bernard de la Gatinais, dopo un mandato durato 3 anni.**

Mariangela Cambria, messinese, co-proprietaria dell'azienda Cottanera insieme ai fratelli Francesco, Emanuele e allo zio Enzo, si occupa di marketing comunicazione e accoglienza, segna una svolta all'interno di Assovini che può contare su un vertice tutto al femminile, con Lilly Ferro vicepresidente e con Josè Rallo, consigliere delegato al coordinamento delle attività di finanza agevolata. "Il mio obiettivo è dare continuità allo spirito di squadra e associazionismo voluto dai miei predecessori e di interpretare il ruolo dell'associazione come collante tra le grandi e le piccole cantine", ha dichiarato.



Il nuovo Cda

Mariangela Cambria (presidente); Lilly Ferro (vicepresidente); Josè Rallo (Donnafugata); Achille Alessi (Terre di Giurfo); Federico Lombardo di Monte Iato (Firriato); Alberto Aiello Graci (Graci); Santi Planeta (Planeta); Laurent Bernard de la Gatinais (Rapitalà); Costanza Chirivino (Tasca d'Almerita).

M&A. Nel vino annunciate 11 operazioni di acquisizione e fusione in 5 mesi. Italia dinamica e in controtendenza col trend mondiale



di Gianluca Atzeni

Italia in netta controtendenza rispetto alla media mondiale sul fronte delle operazioni di acquisizione e fusione (M&A) nel settore food & beverage. Da gennaio a maggio 2023, sono aumentate del 7% (48 in totale) rispetto a un -8% rilevato a livello mondiale. Alla voce Beverage, in particolare, i 12 deal annunciati nel 2023 in Italia (rispetto ai 17 del 2022) sono quasi esclusivamente relativi al vino.

Tra queste operazioni, che aumentano da 8 a 11, spicca l'acquisizione della storica Stag's Leap Wines Cellar (California, Usa; nella foto) da parte della Marchesi Antinori, unico deal italiano nel mercato americano realizzato da parte di un operatore di grandi dimensioni. Le altre dieci operazioni del settore vitivinicolo, tutte da parte di operatori industriali, come spiega **Maria Teresa Ceglia**, director consumer markets di PwC Italia, al settimanale Tre Bicchieri, vanno in primo luogo nella

direzione di una valorizzazione del territorio (Calzedonia/La Giuva), in secondo luogo verso la creazione di poli vitivinicoli cross-regionali (Marchesi Frescobaldi/Tenuta Poggio Verrano, Piccini/Vinicola Cide, Fattoria San Michele/Monterinaldi), che permettano di fare leva sulla maggiore capacità commerciale di vini di origine e Dop diverse che siano "complementari e non in competizione tra loro nei vari canali distributivi"; e in terzo luogo verso una multicanalità distributiva, anche attraverso piattaforme online e di win-e-commerce (Compagnia dei Caraibi/We R-Eticsoul).

Secondo PwC, società di consulenza strategica, sono ferme le operazioni nel segmento vino da parte di operatori finanziari, che sono comunque azionisti di alcune tra le aziende italiane di dimensione più rilevante (Argea/Clessidra, Farnese Vini/Platinum, Hyle Capital/Contri Spumanti, Made in Italy Fund/Prosit) oltre a detenere investimenti nel settore Wine-e-commerce (Made in Italy Fund/Xtra-wine, Italmobiliare/Cal-mewine).

Food&Beverage - Deal gen-mag 2023 e confronto con 2022

segmento	2022	2023	var
AGRICOLTURA	2	3	1
vini	8	11	3
caffè	4	-	-4
soft drink, birra e spirit	5	1	-4
BEVERAGE	17	12	-5
panetteria, cereali e pasta	5	4	-1
dolci	7	7	-
alimenti surgelati	-	3	3
ortofrutta	4	2	-2
latticini, carne e pesce	4	7	3
FOOD	20	23	3
FOOD SERVICE E RISTORAZIONE	5	3	-2
GROCERY	1	7	6
TOTALE	45	48	3

fonte: PwC Italia

mipaaf
ministero delle politiche
agricole alimentari e forestali

Radici
Virtuose

CONSORZIO DI TUTELA
PRIMITIVO DI MANDURIA
DOC e DOCG



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



La soluzione logistica avanzata per il mercato Wines & Spirits

Wine & Spirits Logistic Solution è il pacchetto logistico personalizzato per l'industria del settore "beverages", un mercato all'interno del quale Gori ha raggiunto elevati standard in termini di competenze, partnership, risorse, capacità organizzative e tecnologie. Procedure di trasporto modulari e sicure, contratti con i vettori più affidabili, tariffe e condizioni eccellenti, sistemi di magazzino ottimali, faciliteranno il percorso dei vostri prodotti dalla linea di imbottigliamento fino al consumo finale. Soluzioni informatiche web-based, arricchite da preziosi strumenti di controllo e previsione, vi forniranno informazioni in tempo reale sull'intero processo logistico.

DHL

A DHL company
GORI
Wine and spirits logistics

AGRICOLTURA. Polizze assicurative più care nel 2022. Primato dell'uva da vino per valori: +10% a 2,3 miliardi di euro



I dati della campagna assicurativa 2022 confermano la tendenza alla crescita di premi, tariffe e valori. Secondo l'ultimo Rapporto Ismea sulla gestione del rischio in agricoltura, basato sulle comunicazioni da parte delle compagnie assicurative, risulta che i premi hanno toccato il record di 735 milioni di euro (considerando anche zootecnia e strutture) di cui 696,9 mln nel solo comparto coltivazioni, contro i 621,4 mln del 2021. I valori assicurati (relativi all'insieme delle polizze agevolate, finanziate fino al 70% con contributi Ue e nazionali) hanno raggiunto il picco di 9,6 miliardi di euro (+5,2%), di cui 7,1 mld del solo comparto colture vegetali, mentre la tariffa media assicurativa ha sfiorato per la prima volta la soglia del 10% confermando, con un +6,5% nel 2022, un trend in ascesa in atto da sei anni.

Il 2022 anno più caldo dal 1800 e più siccitoso dal 1979

In Italia, nel 2022, secondo dati Cnr-Isac, la temperatura media annua è risultata superiore di 0,98 °C rispetto al trentennio 1991-2020. Il 2022 è l'anno più caldo dal 1800. Anomalie più evidenti al Nord (+1,28 °C) rispetto al Meridione (+0,78 °C). Il dato 2022 si inserisce in un trend delle temperature in costante ascesa, con circa +0,46 °C per decennio dal 1979 a oggi. Sul fronte piogge, l'anno è stato il più secco dal 1979 (2,3 mm/gg su una media 1991-2020 di 2,8 mm/gg). Tra gli eventi avversi, l'alluvione nelle Marche (15/16 settembre) mentre tra marzo e aprile 2022 il gelo tardivo ha colpito Puglia, Centro Italia e Pianura Padana, ma con impatto significativamente minore del 2021.

Aumenta, secondo il Rapporto, il numero di imprese assicurate, sempre nel comparto coltivazioni, con +1,7% rispetto al 2021, e quasi 65.700 aziende. Considerando anche allevamenti e aziende con polizze contro i danni alle strutture, si superano le 76.600 unità. Nel complesso, la platea è più estesa (+1% circa sul 2021). Nel segmento colture vegetali, il Nord Italia ha una quota di mercato preponderante (78,5%), contro il 9,2% del Centro e il 12,3% del Sud (Isole comprese). Il Mezzogiorno, nelle ultime sei campagne assicurative, ha recuperato oltre 5 punti percentuali. Ma il mercato è ancora sbilanciato territorialmente.

Il segmento uva da vino si conferma quello con maggiore concentrazione dei valori assicurati: nel 2022 ha raggiunto 2,3 miliardi di euro (+10%), seguito da mele (oltre 682 mln di valori assicurati; -2,6% sul 2021), mais da granella (548 mln di euro; +25,5%), riso, e pomodoro da industria.

Nel quinquennio 2017-2021, è positivo il saldo tra le aziende "fidelizzate" (mai uscite dal mercato), e quelle che, dopo il 2017, non hanno più sottoscritto una polizza. In particolare, per le polizze colture, il divario è di oltre 31mila aziende, con la permanenza nel sistema, dopo il 2017, di più di 37mila imprenditori, a fronte di abbandoni nel periodo 2018-2021 per circa 5.800 unità.

L'Ismea conferma il trend verso un graduale disimpegno da parte delle compagnie assicurative in relazione alle avversità catastrofali (gelo, brina, siccità, alluvione), con forme di limitazione e **condizioni sempre più stringenti nelle coperture assicurative contro gli eventi estremi** che, in questi ultimi anni, sono aumentati sia per intensità sia per frequenza. - G.A.

AGRICOLTURA. Il settore primario fuori dagli obiettivi della "legge natura". Giansanti all'assemblea Confagricoltura: "Ue tenga conto della sostenibilità economica"

Il tema della Legge natura è stato tra i più dibattuti all'assemblea nazionale di Confagricoltura, tenuta a Roma tra il 12 e il 13 luglio. La legge europea punta a recuperare gli ecosistemi danneggiati (80% degli habitat è in cattive condizioni) ma le esigenze e gli obiettivi del piano della Commissione Ue, passato a maggioranza risicata in sede di Parlamento europeo (entro il 2030 occorre adottare misure che coinvolgano almeno il 20% delle aree terrestri e marine), non piacciono all'Italia.

La buona notizia è che il settore agricolo è stato escluso dagli obiettivi di Bruxelles. Come ha spiegato Paolo De Castro, membro della Comagri al Parlamento Ue, **la cancellazione dell'articolo 9 sul ripristino degli ecosistemi agricoli ha fatto sì che gli agricoltori siano fuori dall'ambito di applicazione del testo in discussione.**

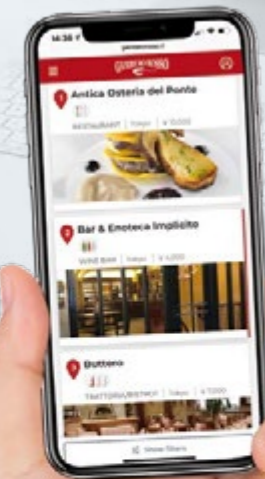
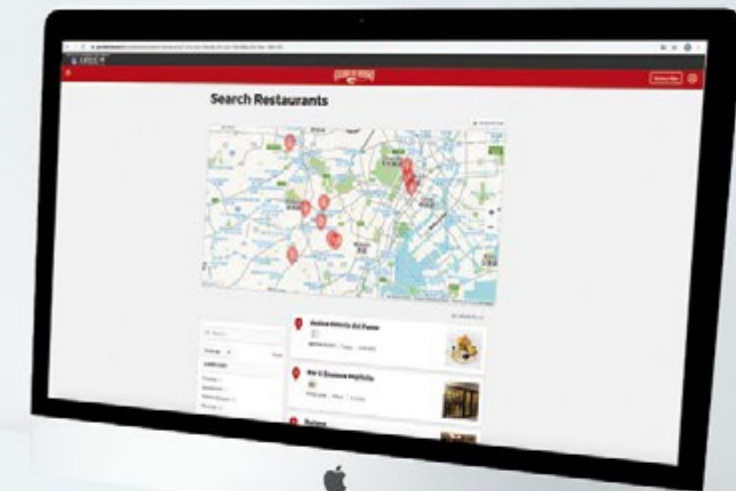
Gli esponenti del governo italiano hanno comunque espresso netta contrarietà all'iniziativa europea. Per Francesco Lollobrigida (ministro dell'Agricoltura), la legge "riduce il sistema produttivo e non avvantaggia la sostenibilità ambientale, ma mette solo in condizione i produttori di fare enormi sacrifici e questo non lo consideriamo un valore aggiunto". Antonio Tajani (ministro degli Esteri e vicepremier) ha preso atto che le cose che riguardano l'agricoltura "non ci sono più ma intendiamo andare avanti" ha dichiarato "lungo un percorso che tuteli industria e agricoltura sia pure con un forte impegno ai cambiamenti climatici. Abbiamo una visione pragmatica ma non ideologica".

Massimiliano Giansanti, presidente di Confagricoltura, ha evidenziato come in materia di ripristino della natura, ma anche sull'uso dei fitofarmaci e sulle emissioni, il quadro resti aperto: "Non è stata presa alcuna decisione definitiva, anzi i punti di riferimento dei rispettivi negoziati sono migliorati rispetto alle proposte iniziali della Commissione Ue. Restano ancora impegnative le sfide per coniugare la sostenibilità ambientale con quella economica".



TOP ITALIAN RESTAURANTS

www.gamberorossointernational.com/restaurants/



f GamberoRossoInternational Instagram GamberoRossoInternational

SPONSOR



FOCUS

MONTALCINO. Vendite 2022 a +20%. Ora il Rosso Doc cerca nuovi ettari

di Gianluca Atzeni

fuori luogo dire che possa rappresentare una minaccia per il fratello maggiore, il Brunello. Ed è altrettanto difficile pensare che possa essere un'ancora di salvezza per i produttori nel caso di una crisi della Docg, anche perché la crisi non è un vocabolo conosciuto nel territorio ilcinese negli ultimi anni, dove un ettolitro di vino atto a divenire Brunello è pagato ben mille euro. Tuttavia, per il Rosso di Montalcino si è giunti a un "punto di svolta", come ha dichiarato **Fabrizio Bindocci**, presidente del Consorzio, che forse non si aspettava nemmeno tutto questo successo.

L'EXPLOIT. L'osservatorio prezzi, nel corso del 2022, ha registrato **una crescita delle vendite di quasi il 20% a valore, con un prezzo medio a +9% in un anno** (oltre il surplus dei costi di produzione), un exploit della domanda nazionale e aumenti anche per le esportazioni verso i mercati storici, come Stati Uniti, Svizzera, Germania, Svezia, Germania e Francia. Un trend decisamente in controtendenza rispetto al generale calo del segmento dei vini rossi.

Nel dettaglio, gli aumenti sono superiori al 40% in Usa (che valgono il 30% dell'export) e in Svezia (primo acquirente europeo). Vendite sopra la media in Svizzera e Germania, con Uk, Belgio, Danimarca in positivo. Exploit della Francia (+50%). In calo ci sono Canada, Norvegia, Brasile e l'emergente Sud Corea, dopo il boom degli anni scorsi. In Italia, il Nord vale il 48% della domanda, mentre Toscana, Lombardia ed Emilia-Romagna sono le principali destinazioni.



IL FUTURO. Oggi, il prodotto appare "ben posizionato sul segmento premium". I risultati del biennio 21/22 sono confortanti, con un incremento del 13% dei prezzi medi, una vendita diretta in crescita e una domanda nel canale Horeca che sta rispondendo molto bene sia in Italia sia all'estero. "Dobbiamo ora assecondare la crescita, non perdendo di vista gli equilibri della denominazione", ha avvertito Bindocci, sottolineando come nella filiera sia in corso un confronto sulle strategie di indirizzo.

Nonostante il 2023 non sia ai livelli degli anni precedenti, l'avvio è stato più lento, l'affermazione del Rosso impone una riflessione sul futuro, secondo il presidente, che non esclude la necessità di un allargamento delle superfici vitate: "La media dell'imbottigliato negli ultimi 5 anni è

di 4,4 milioni di bottiglie l'anno: per alcuni sono poche, visto l'incremento del mercato, per detenere stock in cantina di un prodotto il cui sfuso arriva a 4,5 euro al litro e i cui declassamenti in uscita sono ormai pari a zero". **Da 26 anni il vigneto è contingentato a 510 ettari e per il 98% è gestito da produttori/imbottiglieri**, con appena il 2% dei contrassegni distribuiti a imbottiglieri puri.

L'EVENTO. La seconda edizione di "Red Montalcino" (in programma il 15 luglio) dedicherà un focus sul prodotto con un walk around tasting tra 70 produttori, abbinamenti a specialità gastronomiche regionali, vegan e fusion. Dalle 21, sarà attiva l'enoteca collettiva con servizio sommelier, mentre la mixology sarà la protagonista dopo le 22.

Il Rosso di Montalcino Doc

Assieme a Sant'Antimo e Moscadello, il Rosso di Montalcino è una delle quattro denominazioni del distretto del Brunello. Doc dal 1983, è ottenuto dagli stessi vigneti da cui si ottiene la Docg ed è destinato a essere bevuto giovane, grazie alle sue caratteristiche di freschezza e vivacità.

La resa massima è 90 quintali per ettaro, può essere commercializzato dal primo settembre dell'anno successivo alla vendemmia, la gradazione alcolica minima è 12%, l'acidità totale minima è 4,5 g/l.

host
Milano

INTERNATIONAL
HOSPITALITY EXHIBITION

13-17
OTTOBRE
2023

fieramilano

NEW SHAPES OF
HOSPITALITY

In collaborazione con:

madeinitaly.gov.it



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation



ITALIAN TRADE AGENCY



FIERA MILANO

PIEMONTE. Il Roero ha un nuovo presidente: è Massimo Damonte

Massimo Damonte, imprenditore vitivinicolo di Canale (Cuneo), è il nuovo presidente del Consorzio del Roero, che riunisce 250 aziende per una produzione annua di 8 milioni di bottiglie e 1.250 ettari. Classe 1965, Damonte **succede a Francesco Monchiero, rimasto alla guida per tre mandati consecutivi**. Fa parte del consiglio di amministrazione del Consorzio dalla sua fondazione e ricopre la carica di vicepresidente dal 2020.

“*Nei prossimi tre anni*” ha dichiarato il neopresidente, contitolare dell'azienda Malvirà *“intendo proseguire con una comunicazione mirata e strategie per valorizzare tutta la filiera e a sottolineare l'importanza e il legame con un territorio unico al mondo, riconosciuto patrimonio dell'umanità Unesco”*. Nel nuovo mandato, l'attenzione verso i consumatori italiani ed esteri *“sarà ancora più alta, con l'obiettivo di far crescere sia la denominazione in termini di volumi e di valore sia la percezione dell'identità del territorio del Roero Docg”*.

Infine, Damonte si è detto soddisfatto che il Roero esprima oggi il nuovo presidente di Piemonte Land of wine, ente che coordina l'attività dei 14 consorzi vitivinicoli regionali.



BILANCI. Per Montelvini obiettivo 50 milioni di fatturato entro il 2026.

Guerini nuovo direttore commerciale

Nuovo direttore commerciale per la cantina veneta Montelvini: è Alessandro Guerini, 42 anni, già export director del gruppo Santa Margherita e, precedentemente, regional manager overseas per Casa Vinicola Zonin.

L'inserimento del manager arriva in una fase cruciale per l'azienda: *“Dopo gli ottimi risultati del 2022, con il rag-*

giungimento dei 31 milioni di fatturato complessivo e oltre 7,3 milioni di bottiglie commercializzate” spiega l'Amministratore delegato Alberto Serena **“abbiamo ottenuto un'ulteriore crescita del 10% nei primi sei mesi di quest'anno, trainati da mercati tradizionali, come Stati Uniti e Germania, ma anche da un forte incremento nei Paesi dell'Est Europa e del Far East Asiatico”**.

La strategia dell'azienda rimane quella di crescere nel posizionamento, affermare il brand, migliorare la qualità della distribuzione ed essere gli ambasciatori dell'Asolo Prosecco Superiore Docg.

“Abbiamo presentato ad Alessandro Guerini il piano strategico della nostra azienda per i prossimi 4 anni, che prevede di raggiungere entro il 2026 i 50 milioni di fatturato”, spiega Sarah Serena, direttore generale di Montelvini *“continuando a perseguire il progetto per imporci come cantina premium”*.

In questo momento Montelvini si trova sulla rampa di lancio: i forti investimenti in struttura - 5 milioni negli ultimi 2 anni - la certificazione di sostenibilità ed il progetto Asolo Experience, che coinvolge locali top in Italia e presto all'estero, permettono alla cantina di guardare al futuro con grande entusiasmo.

“La nostra principale mission” conclude Alessandro Guerini *“è quella di guidare l'Asolo Superiore in cima alla piramide qualitativa del mondo Prosecco, con un lavoro che deve partire dall'home area per svilupparsi sui mercati esteri”*.



Krombacher
SEIT 1803
Krombacher
★★★★★
GAMBERO ROSSO
BEER OF CHOICE

Il gusto della birra Naturale.

ENOTURISMO 1. Adesso la vendemmia turistica è regolamentata. Siglato accordo tra Città del Vino e Ispettorato del Lavoro

Via libera alla vendemmia turistica, grazie al protocollo d'intesa sottoscritto dall'Ispettorato nazionale del lavoro e l'Associazione nazionale Città del Vino.

Secondo l'accordo, questo tipo di attività non può considerarsi un rapporto di lavoro, ma "si intende l'attività di raccolta dell'uva, non retribuita, di breve durata, episodica, circoscritta ad appositi spazi, avente carattere culturale e ricreativo, svolta da turisti e correlata preferibilmente al soggiorno in strutture ricettive del territorio e/o alla visita e degustazione delle cantine locali nell'ambito di un'offerta turistica di tipo integrato".

Nel documento sottoscritto si precisa anche che "per lo svolgimento della vendemmia turistica non può essere corrisposto ai turisti alla stessa partecipanti alcun emolumento, né in denaro né in natura. L'attività è ristretta a poche ore alternativamente nella fascia oraria antimeridiana o postmeridiana e non può ripetersi per più di 2 volte nella stessa azienda vitivinicola nell'arco della stessa settimana".



Unicamente uno strumento finalizzato all'enoturismo, quindi, come ricorda il presidente dell'Associazione nazionale Città del Vino, **Angelo Radica**: "Andare a regolamentare la vendemmia turistica significa dare un importante impulso all'enoturismo, che in Italia vale già un giro d'affari di 2,5 miliardi di euro e 14 milioni di presenze, ed è un'opportunità ulteriore per tutti i territori enologici. Grazie a questo accordo" aggiunge "le cantine avranno tutta la tranquillità di far svolgere in sicurezza per i turisti una esperienza turistica, senza incorrere in spiacevoli equivoci con le autorità preposte ai controlli sul lavoro".

Inoltre, i filari predisposti per la vendemmia turistica devono essere resi riconoscibili e distinguibili dai luoghi ove i vendemmiatori professionisti svolgono la vendemmia ordinaria. Come? Con degli appositi cartelli, oltre che con le coordinate mappali inserite nella dichiarazione al Suap (Sportello unico attività produttive). Ancora, i referenti aziendali/tutor e i turisti impegnati nella vendemmia turistica dovranno indossare obbligatoriamente un cartellino o un braccialetto identificativi.

ENOTURISMO 2. Calici di Stelle al via il 28 luglio. Non solo degustazioni ma anche eno-astronomia

Saranno tre settimane intense di appuntamenti per enoturisti e appassionati in tutta Italia. Il Movimento turismo del vino (Mtv) ha annunciato l'atteso Calici di Stelle 2023. In collaborazione con Città del vino, per la sua 26esima edizione, l'evento si terrà da venerdì 28 luglio a domenica 20 agosto. Tra le iniziative in programma: passeggiate in vigna, degustazioni, incontri coi produttori nei borghi sparsi per lo Stivale, spettacoli musicali ed esperienze eno-astronomiche, dal momento che agosto sarà il mese della superluna e del passaggio dello sciame meteorico delle Delta Acquaridi che determina il fenomeno delle stelle cadenti.

"Calici di stelle rappresenta l'essenza del nostro impegno nel promuovere il vino italiano attraverso un approccio culturale e responsabile", ha dichiarato il presidente di Mtv, Nicola D'Auria. Per Angelo Radica (Città del vino) offrire al grande pubblico dei wine lovers "un appuntamento che mette al centro qualità del vino e bellezza dei luoghi è un connubio vincente".

Info: movimentoturismovino.it e cittadelvino.it

TECNOLOGIA. Il 9% dei vigneti italiani è sopra i 700 metri. A Chiusa si è appena svolta la seconda edizione di Enovitis Extrême

La viticoltura eroica ha preso quota con Enovitis Extrême, che si è appena svolta nei vigneti alpini della Cantina Valle Isarco - Eisacktal (Chiusa, Bolzano). In vetrina, trattori, mini-cingolati, transporter e portattrezzi progettati, quasi su misura, da aziende spesso artigianali e specializzate in questa nicchia tecnologica. **Giunta alla seconda edizione, la manifestazione ha messo insieme 83 aziende espositrici ed è stata realizzata in partnership con il Cervim e con il Consorzio Vini Alto Adige.** "Enovitis Extrême punta a sostenere e valorizzare realtà che operano in un contesto caratterizzato da altissimi costi di produzione" spiega il segretario generale Uiv Paolo Castelletti "Basti pensare che ciò che in pianura viene realizzato con una media di meno di 100 ore lavorative per ettaro, in questi vigneti ne richiede più di 600". Si parla di viticoltura eroica in caso di una pendenza del terreno superiore a 30%, o di altitudine superiore ai 500 m s.l.m., in presenza di sistemi viticoli su terrazze e gradoni, o in caso di viticoltura delle piccole isole.

Secondo l'indagine dell'Osservatorio del vino Uiv-Vinitaly, **il 51% dei vigneti nazionali si colloca sopra i 300 metri di quota**, con il 42% in collina (301-700 metri) e il 9% in montagna (sopra i 700 metri). Nello specifico, si concentrano in montagna 6 su 10 vigneti in Valle d'Aosta e Liguria, mentre sono circa il 30% in Campania, Basilicata, Calabria, Molise e Piemonte. Sono invece 281 mila gli ettari dedicati alla viticoltura collinare, che interessa soprattutto quelle abruzzese (96%), umbra (89%), marchigiana (85%) e toscana (81%), a cui si aggiungono le produzioni di alta collina in provincia di Bolzano (86%) e Trento (40%).

QUANTI MESI PER UN...

- 3 → LESSINI DURELLO DOC METODO ITALIANO
- 6 → LESSINI DURELLO DOC METODO CLASSICO
- 36 → LESSINI DURELLO DOC METODO CLASSICO RISERVA

VITIGNO: DURELLA*
 *VITIGNO AUTOCTONO (COLTIVATO E DIFFUSO NELLA STESSA ZONA STORICA DI ORIGINE)
SINONIMI: RABIOSA, CAGNINA, DURONA BIANCA

OGGI SONO ALLEVATI 12 CLONI (VARIETÀ) DI DURELLA:

- 1 FESTUGATI
- 2 DORATA
- 3 GENTILE
- 4 GIALLA
- 5 PICAIA
- 6 MARAZZANI / GROSSA / CLASSICA
- 7 PRUINOSA / SPIAZZI 1 / SPIAZZI 2 / BEVILACQUA

SENTORI IDENTIFICATORI: ANANAS, MELA VERDE, MELA COTOGNA, IDROCARBURI, LIME

PROFILO SENSORIALE

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
FRUTTA MATURA	[Progressive bar]										
FIORI BIANCHI	[Progressive bar]										
AGRUMI	[Progressive bar]										
MELA VERDE	[Progressive bar]										
SPEZIATO	[Progressive bar]										
MINERALE	[Progressive bar]										

MAPPA DEI SUOLI

LEGENDA:

- ALTA PIANURA OLOCENICA DEI TORRENTI LESSINEI
- DEPOSITI COLLUVIALI AL FIANCO DEI VERSANTI
- RILIEVI COLLINARI A SUBSTRATO CALCAREO
- RILIEVI COLLINARI A SUBSTRATO VULCANICO

PREVALENZA DI SUOLI VULCANICI

14 SOTTOZONE GEOGRAFICHE TRA VERONA E VICENZA: AVEGLIANA - SANTA MARGHERITA, ARZIGNANO - VAL DI CHIANTO, TRISSINO - VAL LEGRERA, SAN GIOVANNI - VESTEMANOVA - CATTENANO, MARADUSA - CALVARINA - PIANI - DUELLO - BELUNTO

UNESCO
 IL TERRITORIO DELLA VAL D'ADIGE È CANDIDATO PER IL RICONFIRMAMENTO UNESCO (UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION)

50 MILIONI DI ANNI FA (PRIMA DEI VIGNETI)

VULCANI ATTIVI

MARE CON: TARTARUGHE, COCCODRILLI, PALME E ISOLE...

EVENTO. A Roma e Napoli di scena "I drink pink"

Nel mese di luglio doppio appuntamento con I Drink Pink, la degustazione dei migliori vini Rosati d'Italia selezionati dal Gambero Rosso. **La prima tappa è Napoli, il 17 luglio a Palazzo Belvedere**, una villa

monumentale nel cuore del vomero ex residenza del principe Carlo Carafa di Belvedere. Oltre ai banchi d'assaggio dedicati alle cantine da tutta Italia, non mancheranno sfiziosi assaggi per accompagnare al meglio la degustazione: il marchigianotto di Sabatino Cillo; I pani di Rodolfo Molettieri; le orecchiette con Rapa rossa, tartufo estivo, polvere di capperi e fonduta di burrata affumicata a cura dello chef Nicola Miele.

Il 20 luglio, invece, l'evento sbarcherà a Roma negli splendidi giardini di Palazzo Brancaccio, la residenza nobiliare costruita sul Colle Oppio. Un appuntamento estivo con una selezione di etichette di altissimo livello della produzione rosé nazionale, dall'Alto Adige alla Puglia, dalla Sardegna alla Sicilia. Ad accompagnare i vini, ci sarà la pizza di I Belcastro, Il gelato di Cremeria Alpi e direttamente dal resident chef Mirko Iemma, il mezzo pacchero freddo con salsa al datterino giallo, crudo di gambero rosso, jalapeño, croccante di prosciutto e maggiorana.

store.gamberorosso.it/it/eventi/980-4603-i-drink-pink-2023-evento-degustazione.html#



supervisione editoriale
Marco Mensurati
coordinamento contenuti
Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Cesare Pillon,
Servizio Giuridico Uiv
progetto grafico
Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago
foto
Consorzio Bardolino (cover)
contatti
settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

ENO MEMORANDUM

15 LUGLIO

❖ **RED MONTALCINO**
Montalcino (Siena)
consorzio
brunellodimontalcino.it/it/1993/red-montalcino

17 LUGLIO

❖ **PORDENONELEGGE IN CANTINA**
provincia di Pordenone
fino al 28 luglio 2023
pordenonelegge.it

17 LUGLIO

❖ **GAIOLE WINE CONTEST**
Gaiole in Chianti (Siena)
Piazza Ricasoli
dalle 18.30
iscrizioni su:
info@capannelle.com

17 LUGLIO

❖ **I DRINK PINK**
Napoli
Palazzo Belvedere
via Aniello Falcone, 122
dalle 19 alle 23
store.gamberorosso.it/it/eventi/980-4603-i-drink-pink-2023-evento-degustazione.html#

18 LUGLIO

❖ **JAZZ AND WINE IN MONTALCINO**
Montalcino (Siena)
fino al 23 luglio
jazzandwinemontalcino.it

20 LUGLIO

❖ **I DRINK PINK**
Roma
Palazzo Brancaccio
viale del Monte Oppio, 7
dalle 19 alle 23
store.gamberorosso.it/it/eventi/980-4603-i-drink-pink-2023-evento-degustazione.html#

23 LUGLIO

❖ **BARATUCIAT**
vitigno in cam(m)ino
tra Valsusa, Langhe
e Monferrato
Castello di Comino
(Alessandria)
Info:
agr.dellavalle@gmail.com

28 LUGLIO

❖ **DUE MARI WINE FEST**
Taranto
fino al 30 luglio
duemariwinefest.com

28 LUGLIO

❖ **CALICI DI STELLE**
in tutta Italia
fino al 20 agosto
movimentoturismovino.it/it/eventi/3/calici-di-stelle/

28 LUGLIO

❖ **TERRE SICANE WINE FEST**
Contessa Entellina
(Palermo)
fino al 30 luglio
terresicanewinefest.it

8 SETTEMBRE

❖ **EROICO ROSSO**
Tirano (Sondrio)
nei palazzi storici
fino al 10 settembre
eroicorosso.it

7 SETTEMBRE

❖ **EXPO CHIANTI CLASSICO**
Greve in Chianti (Firenze)
fino al 10 settembre
chianticlassico.com

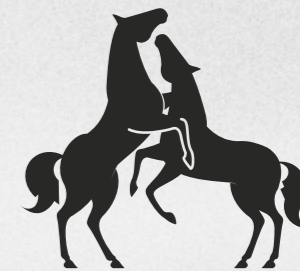
15 SETTEMBRE

❖ **VINO AL VINO**
Panzano (Siena)
fino al 17 settembre
chianticlassico.com

22 SETTEMBRE

❖ **TRENTODOC FESTIVAL**
in provincia di Trento
fino al 24 settembre
trentodoc.prezly.com/
trentodoc-in-cantina

l'essenza della nostra terra
è la nostra forza



LE COLTURE

VALDOBBIADENE
PROSECCO SUPERIORE D.O.C.G.

Le grandi cantine della Basilicata

BASILISCO

VIA DELLE CANTINE, 20 | 85022 BARILE (PZ) | WWW.BASILISCOVINI.IT | 0972 771033

Fondata agli inizi degli anni '90, è stata acquisita nel 2011 dalla famiglia Capaldo e affidata da subito alla cura e alla gestione di Viviana Malafarina. Oggi la proprietà si estende su 25 ettari di vigna interamente coltivati in biologico. Il territorio su cui sorge l'azienda è quello dell'incantevole parco Naturale del Vulture. Qui un mosaico di vigne, alcune a piede franco e altre con oltre 80 anni di età, sono dislocate nelle contrade più vocate di Barile ad un'altitudine tra i 450 e i 600 metri. Dai terreni vulcanici e tufacei e anche grazie alle notevoli escursioni termiche, si producono vini ricchi di frutto, freschezza e mineralità, inconfondibili.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Aglianico del Vulture Sup. Basilisco '13

La miglior espressione dell'Aglianico del Vulture della cantina. Rosso rubino intenso. All'olfatto sono netti i sentori di piccoli frutti a bacca rossa, uva spina, salvia ed eleganti note speziate. Al palato si mostra complesso e profondo, con una fitta trama tannica che porta a un finale sapido e minerale. Ideale con carne rossa in umido e selvaggina.

Aglianico del Vulture Sup. Storico '13

Un cru che proviene da un vigneto storico di oltre ottant'anni, a piedefranco e allevato a capanno. Da qui il suo nome. Un profilo olfattivo complesso e ampio, in cui spiccano frutti rossi, cardamomo e petalo di rosa. Il sorso rivela una struttura solida, potente, dai tannini setosi e una lunga persistenza che avvolge il palato.

Da provare con piatti a base di selvaggina.



Aglianico del Vulture Teodosio '19

Rosso rubino con riflessi viola. Prevalgono sentori di prugna e visciola al naso, con un sottofondo di toni boisé. Il sorso è caratterizzato da una piacevole freschezza, da richiami fruttati nel finale e da una fitta trama tannica. Ottimo con carne alla griglia.



Le grandi cantine della Basilicata



VIA PADRE PIO, 10 | 85028 RIONERO IN VULTURE (PZ) | WWW.DONATODANGELO.IT | 0972 724602

Figura emblematica dell'Aglianico del Vulture, Donato D'angelo ha da sempre dedicato la sua vita al vino, testimoni le sue quasi 50 vendemmie. Una volta diplomatosi e dopo diverse esperienze nel Nord Italia, ritorna nella sua terra per dedicarsi completamente al suo vitigno, l'Aglianico del Vulture. Convola a nozze con Filomena Ruppi, anche essa enologa e proveniente dal contesto enologico pugliese. Saranno anni di grandi successi e soddisfazioni ed entrambi, dopo anni trascorsi nell'azienda storica del Vulture, decidono di dar vita nel 2001 a un nuovo progetto imprenditoriale: nasce così l'Azienda Agricola Donato D'Angelo.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Aglianico del Vulture Calice '20

Dal colore rubino che volge al granato con l'invecchiamento. Al naso spiccano Rosso rubino con tenui sfumature granata. Al naso spiccano note di frutti di bosco, tabacco e pepe nero. Pieno e vivace, il sorso è costellato di tannini e toni boisé perfettamente integrati nella struttura del vino. Ideale con secondi di carne rossa.

Aglianico del Vulture Donato d'Angelo '20

Al naso spiccano frutti rossi maturi e note speziate di liquirizia, vaniglia e cannella. Pieno, con una fibra tannica fine e complessa che emerge da un sorso caldo e dal finale persistente e speziato. Ottimo con piatti di selvaggina.



Balconara '20

Naso espressivo e intenso, in cui si percepiscono note di sottobosco, mora, ribes e amarena. Il palato ha una perfetta corrispondenza con il naso in cui al frutto si accompagna un tannino dolce e piuttosto fitto. Da provare con primi piatti a base di carne.

CROGNOLO

Balancing innovation and tradition.



TENUTA SETTE PONTI
TOSCANA

Follow our story: www.tenutasetteponti.it

DAL MONDO

SPAGNA. Piano da 69 milioni per il turismo enogastronomico. A Valladolid il centro culturale del vino

La Spagna accelera sul turismo enogastronomico. Con il Piano turistico nazionale 2022, il Paese iberico ha destinato 68,6 milioni di euro a tale voce, forte della sua settima posizione come esportatore di prodotti agroalimentari al mondo. A conferirgli il titolo di “potenza gastronomica”, il primo posto come esportatore di olio d’oliva, il secondo come esportatore di carne ed il terzo per vino (primo per volumi), frutta e verdura. **I fondi messi a disposizione si sviluppano nell’ambito del Recovery Plan e riguardano il biennio 2022-2024.** In totale sono 196 i progetti beneficiari.

Dal lato turistico, nel 2019 (anno prima della pandemia) sono stati 83,5 milioni i turisti stranieri che hanno visitato la Spagna e di questi, due su dieci hanno partecipato a una qualche attività enogastronomica. Motivo per cui, il Governo ha deciso di scommettere ed investire su questo settore, partendo da un assunto: “Se il turismo ha un alleato nell’enogastronomia anche l’enogastronomia ha un alleato nel turismo”.

Gli obiettivi del Piano sono cinque: promuovere le mete enogastronomiche spagnole; generare esperienze di cucina sostenibile e diversificata; migliorare la formazione degli operatori che lavorano nel turismo enogastronomico; dare spazio e voce dentro ad un contenitore unico ad esperienze già esistenti; dare risalto all’enogastronomia come messaggio fondamentale per la promozione turistica del Paese.

“Il Piano nazionale del turismo gastronomico sviluppato nel 2022 riassume il lavoro nell’ambito della promozione della nostra gastronomia, vini e prodotti in genere, la cui promozione si svolge già dal 2008 con il Piano Strategico del Tu-



rismo Orizzonte 2020” spiega il direttore dell’Ente del Turismo Spagnolo **Gonzalo Ceballos Watling** “È una promozione turistica basata su ciò che produciamo, su come lo produciamo e sul nostro lifestyle. Ha lo scopo di valorizzare quella Spagna che è il settimo Paese esportatore di prodotti agroalimentari nel mondo”.

Tra i progetti inseriti nel Piano nazionale del turismo enogastronomico, c’è anche la creazione di un centro di cultura del vino a Valladolid. L’obiettivo è consolidare

questa città come una destinazione enoturistica e porta d’ingresso per la promozione della cultura vitivinicola spagnola. Il centro culturale sorgerà nel convento di Santa Catalina per un investimento di 4,9 milioni di euro. Il progetto, che si basa sul restauro e il riadattamento eco-efficiente e sostenibile dell’edificio, prevede anche il recupero dell’area esterna del convento per ripristinare l’antico orto monastico come spazio verde. L’inaugurazione è prevista per il 2025.

I numeri del turismo enogastronomico in Spagna

Secondo l’Istituto di Turismo di Spagna (Turespaña), nel 2019, più di 18 milioni di turisti hanno realizzato un’attività enogastronomica. Praticamente il 22% del totale dei turisti, con una crescita del 33% sul 2016 per una spesa complessiva di 3,5 milioni di euro.

Nel 2019, la spesa giornaliera di chi ha svolto attività enoturistica è superiore del 5,5% alla spesa media giornaliera tra il 2016 e il 2021 (è da considerare lo stop al turismo nel biennio pandemico). Tra le mete enogastronomiche preferite dagli stranieri nella cinquina rientrano: Catalogna, Comunità di Madrid, Comunità Valenciana, Andalusia e Canarie.

Il turista enogastronomico che arriva in Spagna ha meno di 45 anni, è un professionista con un potere d’acquisto medio-alto, viaggia per pochi giorni da solo o con un partner.



CALENDAR 2023/2024

2023

SEPTEMBER

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

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
NAIROBI - Kenya	Top Italian Wines Roadshow

FEBRUARY

05 ZURICH - Switzerland	Vini d'Italia
07 MUNICH - Germany	trebicchieri 2024
12-14 PARIS - France	trebicchieri 2024 - Vinexpo Special
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
LONDON - U. K.	trebicchieri 2024
TEL AVIV - Israel	Top Italian Wines Roadshow

APRIL

MIAMI - USA	Vini d'Italia
DALLAS - USA	Top Italian Wines Roadshow
MEXICO CITY - Mexico	Top Italian Wines Roadshow

MAY

HO CHI MINH - Vietnam	Top Italian Wines Roadshow
HONG KONG	trebicchieri 2024 - Vinexpo Special
ALMATY - Kazakhstan	Top Italian Wines Roadshow
VANCOUVER - Canada	trebicchieri 2024
TORONTO - Canada	trebicchieri 2024

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION
www.gamberorossointernational.com

IL MIO EXPORT

Tenuta di Biserno – Niccolò Marzichi Lenzi

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

Vendiamo circa il 30% Italia, mentre il 70% della produzione va all'estero, principalmente Europa e Stati Uniti.

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

Facciamo prova di resilienza e ci accontentiamo di navigare a vista cercando delle soluzioni temporanee nella speranza di ritrovare il prima possibile una sorta di stabilità.

3 Quali strategie per superare questo momento?

Siamo in quello che molti hanno chiamato il "new normal". Ora che l'Italia è riuscita ad attirare l'attenzione, dovremo essere bravi a mantenerla continuando a lavorare sulla qualità del prodotto, ma anche migliorando il modo in cui lo raccontiamo. Non dobbiamo fermarci in nessun modo perché la concorrenza è rude in un mondo che viaggia a una velocità mai vista prima. C'è da stare in guardia.

4 Come va con la burocrazia?

La burocrazia è uno dei maggiori problemi del nostro Paese, soprattutto considerato che siamo in Europa, che molte regole sono comunitarie e che solamente in Italia vengono applicate in maniera estremamente rigida, aggiungendo un ulteriore fastidio. È una cosa che personalmente mi crea sdegno, ma purtroppo dobbiamo cercare di convivere con queste procedure, seppur assurde.

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

Venti anni fa, quando si parlava di vini importanti non si sentiva nient'altro che nomi di Chateaux



Bordolesi. Oggi invece, più spesso che mai, i vini italiani vengono paragonati a quei vini e questa è una grandissima soddisfazione.

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

Mi trovo all'estero in aeroporto: una persona mi ha fermato perché aveva visto il mio giubbotto con la scritta Biserno solo per dirmi che era il suo vino preferito e che lo aveva scelto per festeggiare i suoi cinquant'anni insieme ai suoi amici e alla sua famiglia. Ho visto gioia nello sguardo di quel signore e trovo meraviglioso che un nostro vino possa suscitare delle emozioni. Anche per questo amo il mio mestiere!

ROSATI. LA PRODUZIONE SALE A 23 MLN DI ETTOLITRI MA IL MERCATO È IN STAGNAZIONE

▲ di Gianluca Atzeni

Nonostante il calo nel biennio 2020-2021, oggi una bottiglia di vino su 10 consumata è rosa: Francia, Germania e Usa sono sul podio. L'Italia cresce ed è terzo esportatore. Intanto si affacciano i "nuovi produttori". Gli ultimi dati dell'Osservatorio Civep e FranceAgrimer

era attesa per capire lo stato di salute globale dei rosati nel periodo pandemico, ma anche per analizzare l'andamento della categoria sul lungo periodo. Dopo un anno di pausa, l'Osservatorio mondiale dei rosé ha diffuso i dati del 2021, anno parzialmente condizionato dalla crisi Covid.

In sintesi, il quadro è quello di un consumo in generale flessione, con spiragli di incremento in specifici mercati, una produzione che prosegue ad aumentare, scambi internazionali che restano vivaci, con oltre il 50% della produzione che attraversa una frontiera e con l'Italia che vede migliorare alcuni parametri. In linea generale, i rosati, secondo gli analisti del Civep (Consorzio interprofessionale dei vini di Provenza assieme a FranceAgrimer), seppure in un quadro altalenante tra le difficoltà di due anni complicati come il 2020 e 2021 sono stati un "valido ammortizzatore, una sorta di cuscinetto per le aziende alle prese con la crisi dei vini fermi".

RIMBALZO DELLA PRODUZIONE

Sono 23 i milioni di ettolitri di rosé prodotti nel 2020, un livello che, dopo il calo del 2019, è molto vicino alla produzione record del 2018 considerato eccezionale (23,15 mln/hl). L'annata, di fatto, ha evidenziato un rimbalzo nelle quantità.

La Francia, in particolare, si conferma il primo produttore mondiale della tipologia, rappresenta il 35% dei volumi di rosato, seguita da Spagna (20%), Stati Uniti (10%), Italia (9%) e Sud Africa (4%). (vedi tabella) >>

Principali produttori di vini rosé (2020)

Francia	35%
Spagna	20%
Stati Uniti	10%
Italia	9%
Sud Africa	4%
Germania	3%
Cile	2%
Portogallo	1%
Romania	1%
Australia	1%

fonte: Osservatorio mondiale rosé

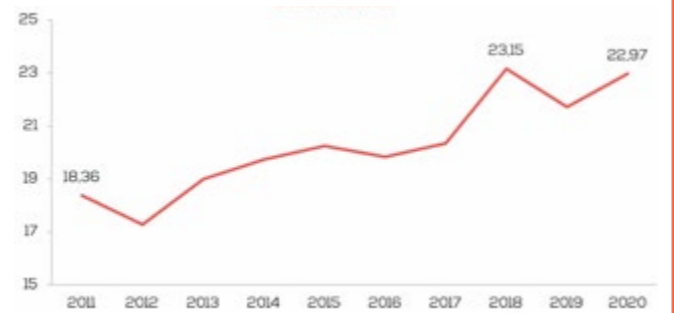
L'Osservatorio mondiale dei rosé

Nato nel 2002 su iniziative del Conseil interprofessionnel des vins de Provence (Civep) e di FranceAgrimer, l'Osservatorio mondiale dei rosé studia e rende noti i dati di produzione, consumo e scambi mondiali dei vini rosati.

Sono 45 i mercati presi in esame, tra cui la Francia, con l'obiettivo di individuare i cambiamenti e i trend di una categoria che è in crescita da molti anni, per fornire alle imprese elementi per pianificare le strategie economiche future. L'Osservatorio si avvale anche della consulenza di una ventina di esperti e analisti e raccoglie dati anche tramite panel di consumatori.

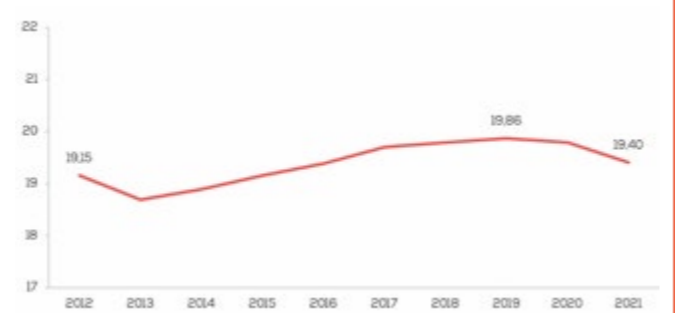


Produzione mondiale rosati (volumi 2020 in mln/hl)



fonte: Osservatorio mondiale rosé

Consumo mondiale di rosé (volumi 2021 in mln/hl)



fonte: Osservatorio mondiale rosé

» Considerando il lungo periodo, in dieci anni, i rosati registrano una progressione. Il 2011 aveva fatto segnare quantitativi di poco superiori ai 18 milioni di ettolitri, con il minimo storico nel 2012, intorno ai 17 mln/hl (vedi grafico in alto). La Francia ha consolidato e migliorato il ruolo da leader, con oltre un terzo delle quote e, assieme alla Spagna, rappresenta oltre metà del totale. Gli Stati Uniti, al terzo gradino del podio, hanno registrato un trend calante mentre, al contrario, l'Italia incrementa i volumi sul lungo periodo. Dopo il Sud Africa (4%), sono presenti in classifica Germania, Cile, Portogallo, Romania e Australia, con percentuali tra il 3% e l'1 per cento. Infine, è interessante rilevare come un nuovo gruppo di Paesi si sia affermato tra i nuovi produttori di rosé. Si tratta di Cile e Nuova Zelanda nell'emisfero sud del mondo e di Romania, Bulgaria e Ungheria nell'Est Europa (vedi box in basso).

CONSUMI IN CALO A 2,58 MILIARDI DI BOTTIGLIE

Il 2020 e il 2021 sono gli anni in cui l'effetto della pandemia da Covid-19 e la conseguente chiusura del canale Horeca hanno impattato sui mercati mondiali e, pertanto, anche per i rosati si è registrato un calo dei consumi. I 19,4 mln di ettolitri del 2021 (all'interno del comparto dei vini fermi), equivalenti a 2,58 miliardi di bottiglie, resi noti dall'Osservatorio mondiale dei rosé, rappresentano il secondo segno meno consecutivo dopo il record di un 2019 molto vicino ai 20 mln/hl. (vedi grafico in alto a destra).

I "nuovi produttori"

Sono Paesi che storicamente producono vino e che l'Osservatorio mondiale dei rosé definisce oggi "nuovi produttori", capaci cioè di sfornare una quantità di almeno 50mila ettolitri annui e, soprattutto, in grado di far crescere del 50% i volumi negli ultimi dieci anni. Sono Cile, Nuova Zelanda, Ungheria, Romania e Bulgaria.

Tra gli altri elementi che hanno influito negativamente sulle scelte dei consumatori, secondo gli analisti, c'è la variabile climatica e, inoltre, un allontanamento verso quelle tipologie di vini rosati con maggiore residuo zuccherino. Sono soprattutto gli Stati Uniti a orientarsi verso prodotti più secchi e a più alto valore economico rispetto ai tradizionali blush o white Zinfandel, particolarmente diffusi in California. Civp e FranceAgrimer notano che il calo dei consumi è stato "meno significativo" per i rosati rispetto alla media del vino in generale. "Di conseguenza, dato il particolare contesto degli ultimi due anni come 2020 e 2021" scrivono "è difficile concludere che il consumo di rosati stia registrando una forte tendenza al ribasso". Ancora nel 2021, una bottiglia di vino su dieci consumata nel mondo è rosé. E questo trend sembra consolidarsi proprio nell'anno dell'uscita dalla pandemia.

TOP CONSUMER: LA GERMANIA SUPERA GLI USA

Considerando i singoli Paesi, Francia (33%, pari a circa 6,5 mln/hl, con una bottiglia consumata su tre di colore rosa), Germania (12%) e Stati Uniti (11%) sono sul podio dei principali acquirenti.

La Germania ha superato per la prima volta dagli inizi del 2010 il mercato nordamericano, sempre stabile finora al secondo posto. Da soli, questi tre Paesi rappresentano quasi il 60% dei consumi mondiali, ma la quota di consumatori provenienti da altre aree è in aumento e ciò è una buona notizia perché significa che si sta allargando la platea degli estimatori di questa tipologia.

L'Italia è al quinto posto, col 5% delle quote sul totale di 19,4 milioni di ettolitri, tra Regno Unito (6%) e Sud Africa (3,5%). Ci sono, in particolare, piazze che inaspettatamente hanno visto crescere i volumi proprio durante gli anni del Covid. È il caso dell'Europa centrale, dell'Europa orientale e dell'Asia-Oceania.

SCAMBI INTERNAZIONALI A 12 MLN DI ETTOLITRI

Nel corso del 2021, sono stati scambiati a livello internazionale circa 12 milioni di ettolitri di vini rosati. Oltre »



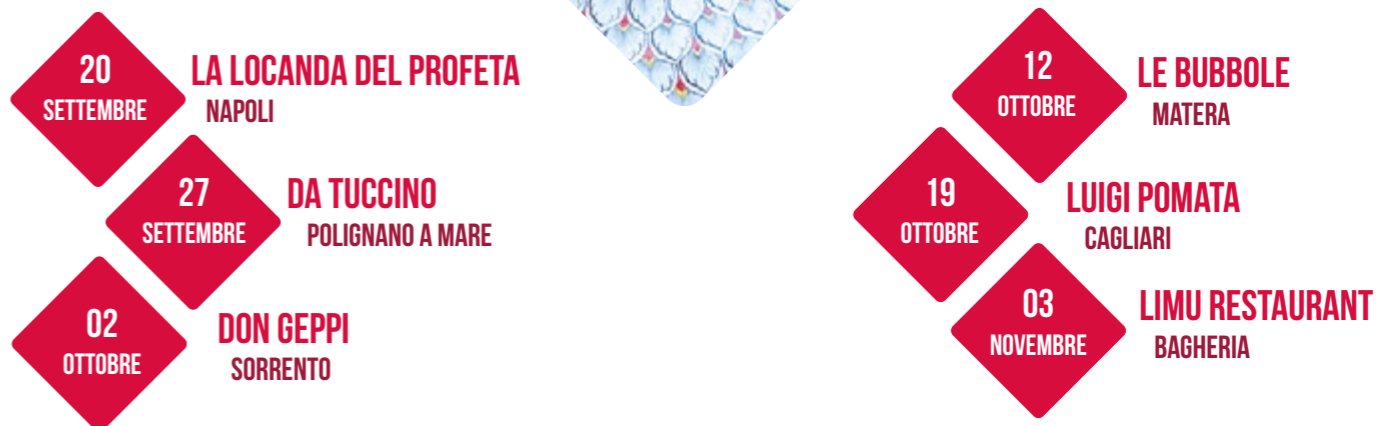
CONSORZIO TUTELA
LAMBRUSCO DOC

GAMBERO ROSSO



IL LAMBRUSCO E LA CUCINA DEL SUD

LE CENE DEGUSTAZIONE



» metà di questi vini ha superato un confine per essere consumato all'estero. E anche nel 2021 le importazioni sono aumentate, scrive l'Osservatorio, seguendo un percorso pressoché ininterrotto da un decennio, con un tasso medio anno di crescita del 2,8%. Francia, Germania e Regno Unito sono i grandi importatori di rosati. Ma mentre Germania, Belgio e Paesi Bassi vedono incrementare i volumi, i francesi stanno diminuendo costantemente dal 2017, un anno record per i transalpini.

L'analisi dei valori importati dice che nel 2021, gli Stati Uniti (che sono il sesto mercato importatore di rosati) e il Canada (nono mercato) sono coloro che pagano di più per una bottiglia di vino rosa da 0,75 litri, rispettivamente 3,5 euro e 3,20 euro (prezzo franco cantina, tasse escluse). Alle loro spalle si trovano Danimarca e Svezia. C'è anche chi acquista rosati a basso costo ed è il caso proprio di Francia e Italia, che scelgono i prodotti entry level, con prezzi medi per bottiglia di 0,5 euro.

Lo sguardo alle esportazioni vede Spagna, Francia e Italia dominare il mercato globale. Assieme pesano quasi il 75% e la situazione è invariata da dieci anni. **L'Italia, in particolare, le cui esportazioni sono rimaste stabili dal 2010 a 2018, sta crescendo ai ritmi della Francia, posizionandosi al terzo posto della classifica mondiale.** Per quanto riguarda gli Stati Uniti, invece, il 2021 ha visto un altro passo indietro con un segno meno che è ininterrotto dal 2015.

Se, infine, si sposta l'attenzione sui valori, col 45% delle quote, la Francia, grazie ai vini di Provenza, domina la classifica, seguita dall'Italia, dalla Spagna e dagli Stati Uniti. I Paesi che vendono all'estero rosati a minor prezzo sono la Spagna, il Cile e il Sud Africa, a causa delle alte percentuali di vino sfuso sul totale commercializzato. ❖

L'export: un'analisi dei flussi

Il confronto import-export per singoli mercati fa emergere quelli che possono essere definiti importatori netti (import superiore all'export) o esportatori netti (export superiore all'import). Germania, Regno Unito, Paesi Bassi, Belgio sono importatori netti. Spagna, Francia e Italia sono esportatori netti.

Inoltre, un'analisi dei flussi d'esportazione dei rosati consente all'Osservatorio mondiale dei rosé di evidenziare alcuni elementi utili a inquadrare la natura degli scambi internazionali della categoria.

- l'export della Spagna verso la Francia è il più grande al mondo: pari a 2,4 mln/hl, equivalente al 23% di tutto l'export mondiale di rosé
 - l'export della Spagna verso la Germania è il secondo e più importante canale di vendita: 719mila ettolitri, pari al 7% di tutte le esportazioni
 - l'export degli Stati Uniti verso il mercato Uk è al terzo posto, con 438mila ettolitri, pari al 4% del totale scambiato
- In conclusione, i 10 principali flussi di rosato mondiale valgono il 53% dell'export della categoria, per un totale di 5,5 milioni di ettolitri.

GAMBERO ROSSO



EVENTO DEGUSTAZIONE DEDICATO ALLE DIVERSE ESPRESSIONI DI PRIMITIVO GIOIA DEL COLLE DOC

*Alla Scoperta del
Primitivo Gioia del Colle DOC*

17 luglio 2023
ore 20:30 - 23:00 | WINE TASTING

ROMA | Palazzo Brancaccio
Viale del Monte Oppio, 7 | 00184


gambero rosso
channel


Il primo canale italiano
interamente dedicato al food & wine

on air su piattaforma
sky canale 133 e 415

GAMBERO ROSSO
sky

IL RICAMBIO GENERAZIONALE FRENA I CONSUMI. INCREMENTO DI APPENA 0,35% L'ANNO FINO AL 2040

di Loredana Sottile

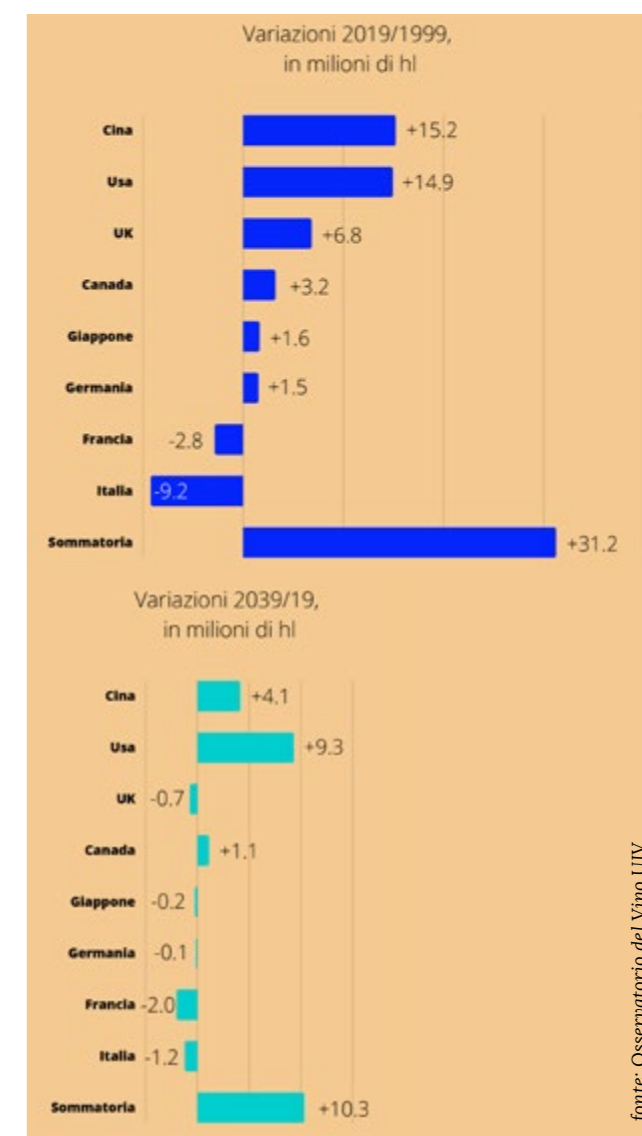
Negli ultimi 20 anni la crescita dei consumi negli 8 top buyer è stata del 27%, nei prossimi 20 anni sarà di appena il 7%. Francia e Italia in fase di recessione nell'outlook 2040 dell'Osservatorio Vino di Uiv. Frescobaldi: "Puntare sulle fasce premium e razionalizzare l'offerta"

Consumatori sempre più vecchi, consumi sempre più in calo. È questo il paradigma che caratterizzerà l'andamento del vino nel mondo nei prossimi 20 anni. Da qui al 2039 si prevede un incremento a rallentato: appena il 7%, con una crescita media annua dello 0,35%. Nel ventennio 1999-2019 – periodo di maturità del mercato – l'incremento era stato del 27%. E questo nonostante le stime delle Nazioni Unite secondo cui nel 2040 la popolazione mondiale arriverà a sfiorare i 9,2 miliardi di individui contro gli 8,1 attuali. **Non è, quindi, solo questione di invecchiamento della popolazione, ma anche di una contestuale preoccupante distanziamento dal vino da parte delle nuove generazioni.** È quanto è emerso nel corso dell'assemblea generale di Unione italiana vini, nell'analisi "Il mondo del vino che verrà. Scenari demografici e di consumo al 2040" dell'Osservatorio del vino Uiv.

CONSUMI: CRESCITA AL RALENTI IN TUTTI I PRINCIPALI PAESI

I tassi di crescita sono destinati a smorzarsi in tutti i principali Paesi consumatori: la **Cina** si attesterà a »

Variatione consumi (2019/1999 e 2038/2019)



Consumi mondiali a 37 miliardi di bottiglie

Nel mondo si consumano oltre 37 miliardi di bottiglie di vino l'anno, di queste più della metà sono stappate in 8 Paesi: Stati Uniti (14%), seguiti da Francia (10%), Italia e Germania (7%), quindi Cina (6%) e Regno Unito (5%), Canada (2%) e Giappone (1%). In questi Paesi, negli ultimi vent'anni (1999-2019) la crescita della domanda di vino è stata del 27%. Nei prossimi vent'anni sarà appena del 7%.

» +4,1 milioni di ettolitri (nel periodo 1999-2019 aveva registrato un +15,2 milioni di ettolitri); gli **Usa** passeranno da +15 milioni di ettolitri a +9 milioni; il **Canada** ridurrà l'aumento del volume consumato di circa un terzo: +1,1 milioni di ettolitri, rispetto a +3,2 milioni dei 20 anni precedenti.

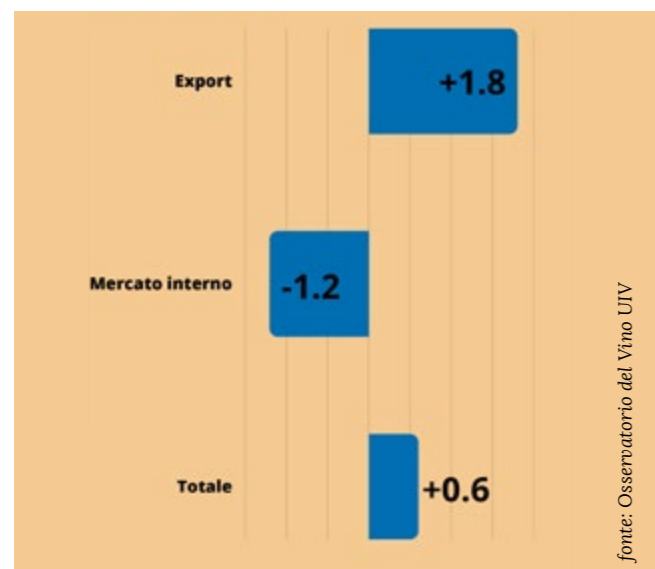
Segno meno per gli altri principali partner commerciali: il **Regno Unito**, nonostante la crescita attesa in termini demografici, a livello di consumi scenderà in territorio negativo (-700.000 ettolitri), così come **Giappone** (-200mila ettolitri), **Germania** (-100mila) e **Francia** (-2milioni di ettolitri).

PER L'ITALIA OUTLOOK 2040 IN NEGATIVO

La decrescita non grazierà l'Italia dove la distanza 2039-2019 si misura nell'ordine di -1,2 milioni di ettolitri. Tuttavia, nel periodo 1999-2019 la perdita era stata molto più ampia: -9,2 milioni di ettolitri, ma si veniva da consumi procapite ben sopra i 140 litri annui (anni '60). Consumi che oggi si aggirano sui 40 litri procapite.

Se, quindi, il saldo finale non sarà negativo lo si deve alle esportazioni che, sebbene con timidezza

Previsioni Italia al 2040 (mln di ettolitri)



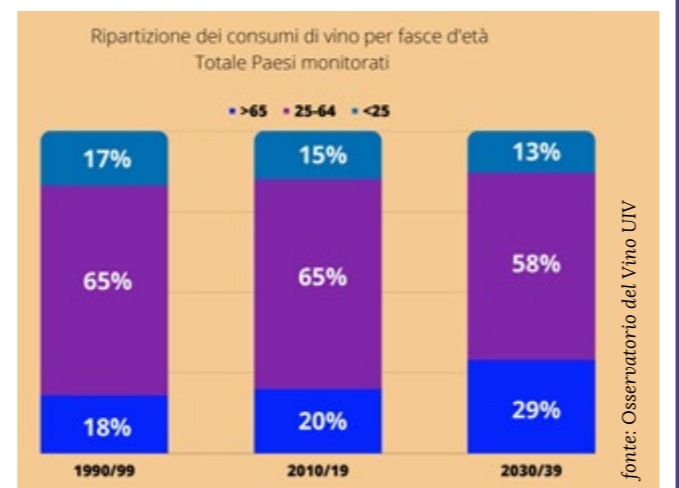
(+1,8 milioni di ettolitri, a quasi 23 milioni di ettolitri nel 2039) saranno in grado di compensare l'ammacco generato dal mercato interno, con un saldo positivo - lontano dagli anni del boom - di poco più di mezzo milione di ettolitri. Tutto ciò al netto di peggioramenti dovuti alla crisi economica o all'ondata salustica che sta travolgendo tutto il globo.

I CONSUMI DI VINO RIGUARDERANNO SEMPRE PIÙ GLI OVER 65

Lo studio analizza anche le tendenze basate sul progressivo invecchiamento dei consumatori: nel decennio 1990/99 i consumi over 65 e i giovani under 25 erano in perfetta parità, attorno al 18%, con la fascia media (25-64 anni) che occupava il 65%. Per il decennio che si chiuderà nel 2039 è attesa una vera e propria involuzione: il primo cluster di fascia più anziana (che sarà sempre più "core-consumer") inciderà per il 30% dei volumi, mentre il secondo scenderà al 13%.

In poche parole, l'effetto del cambiamento demografico acutizzerà una tendenza che si è già materializzata negli anni, con i Paesi tradizionali produttori (Italia, Francia, ma anche Germania e Spagna) entrati in una dinamica negativa e di cosiddetta normalizzazione rispetto al passato. Quella stessa tendenza, adesso travolgerà i cosiddetti "nuovi Paesi consumatori", tra cui Cina e Giappone. »

Mancato ricambio generazionale



Nel 2040 l'età media in Italia salirà a 51 anni. In Giappone sarà di 52

Per tutti gli otto Paesi monitorati è pronosticato (base Onu) un innalzamento dell'età media della popolazione: il Paese più anziano al 2040 sarà il Giappone (52 anni di media), seguito dall'Italia (51 contro 44 del 2020) e dalla Germania (47). **Sorprende il dato cinese: i 45 anni di media risultano superiori a Francia, Uk, Canada e Usa** (compresi tra 41 e 44 anni).


Contadi Castaldi
FRANCIACORTA

GAMBERO ROSSO



SPARKLING
DINNER

18 LUGLIO
Ora D'Aria
FIRENZE

14 SETTEMBRE
Divinity Terrace
del The Pantheon
Iconic Rome Hotel
ROMA

GUARDA LE VIDEOCETTE
E SCOPRI GLI ABBINAMENTI



“Meno burocrazia e meno tasse”. La ricetta dell'economista Carlo Cottarelli

“Non ci sono al momento, segnali di recessione. Io sono ottimista rispetto alla situazione economica italiana” ha detto l'economista Carlo Cottarelli, intervenendo all'Assemblea di Unione Italiana Vini. “Le previsioni di crescita del 2023 potrebbero anche essere superiore rispetto a quell'1% stimato dal Governo che, comprensibilmente si è voluto mantenere cauto nelle sue previsioni” ha detto l'ex senatore Pd, che ha da poco pubblicato il libro “Chimere. Sogni e fallimenti dell'economia” (Feltrinelli).

Tra i maggiori problemi che gravano sulle imprese, Cottarelli ha fatto riferimento alla burocrazia e ai livelli di tassazione che sono un disincentivo ad investire. “Io, se fossi diventato presidente del Consiglio, sarei partito da quelli”.

» FRESCOBALDI: “TROPPO VINO ABBASSA IL VALORE DELLA PRODUZIONE”

Di fronte a questo scenario non proprio idilliaco, cosa deve fare il mondo del vino per riuscire a riconquistare le generazioni più giovani e non perdere consensi?

La ricetta la detta il presidente di Unione Italiana Vini **Lamberto Frescobaldi**: “Il mondo che consuma vino non costruirà più la sua crescita sul volume, ma sul valore evocativo espresso dalle bottiglie: dal gusto all'esperienza, dal concetto di sostenibilità, al lifestyle”. La strada è, quindi, quella del valore. Ma non solo. “In questo quadro, la filiera del vino dovrà incrementare la tendenza premium delle proprie proposte, ma” ricorda Frescobaldi “se è vero che tutti vorrebbero vendere e comprare la Maserati, è altrettanto vero che alla fine dei conti, l'automobile più venduta resta la Fiat Panda”. Bene quindi puntare al valore, ma rinnovando e razionalizzando un'offerta che oggi in diversi casi risulta fuori fuoco rispetto a una domanda in forte cambiamento.

Per dirla con Frescobaldi creare valore significa anche “portare quel 50% della produzione senza madre né padre, dentro al sistema delle denominazioni. Inutile produrre di più” incalza il numero uno di Uiv “se poi ti ritrovi a giugno con le giacenze più alte della storia (vedi news a pag. 4). Quei litri in più nei magazzini delle cantine sono quelli che ci rendono deboli e non fanno alzare i prezzi. Serve, quindi, una più attenta programmazione a lungo termine”.



RENZO ROSSO: “I PRODOTTI PREMIUM CREANO PIÙ MARGINALITÀ”

Sull'esigenza di pensare più al valore che ai volumi, è intervenuto anche **Renzo Rosso**, imprenditore della moda e adesso anche del vino (con la holding Brave wine), che ha spiegato come il mondo vitivinicolo deve prendere esempio dal mondo del lusso, producendo meno ma più di qualità.

“Il vino deve tendere al mondo del lusso perché è lì che si fa più margine” ha detto Rosso “Credo nel posizionamento e in prodotti premium che consentono migliori marginalità e danno la possibilità alle aziende del settore di investire e lavorare in maniera più moderna. Inoltre, **il vino deve fare un grande salto di visibilità: comunicare di più, social media, capsule, grafiche e bottiglie speciali, celebrities, eventi... bisogna creare quella coolness del vino, in cui oggi i francesi sono più bravi di noi, mentre noi abbiamo una ricchezza del territorio incredibile da valorizzare**”. ❖

LA RICETTA UIV PER NON PERDERE CONSUMATORI

1. Premiumizzare il premiumizzabile
2. Razionalizzare l'offerta
3. Specializzare gli areali
4. Assecondare i più giovani
5. Consolidare i consumatori maturi



LA PROSSIMA CENA IN PROGRAMMA:

24 LUGLIO 2023 | ore 20:30
PASCUCCI AL PORTICCILO
 Via Fiumara, 2 | Fiumicino (RM)

INFO E PRENOTAZIONI: 06 6502 9204

www.gamberorosso.it

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice		
S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	Var% settimanale -1,17	Var% inizio anno -2,22
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	Var% settimanale -1,64	Var% inizio anno 1,27
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	Var% settimanale -1,47	Var% inizio anno 0,03

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	-0,27	-3,64	3,34	693
Campari	Italia	0,76	33,44	21,62	14.700
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-2,88	-8,16	-2,88	37
Marr	Italia	-0,14	22,46	8,39	928
Newlat Food	Italia	-1,61	41,08	3,90	269
Orsero	Italia	-2,54	-7,81	-8,49	217
Valsoia	Italia	-0,21	-1,25	-9,52	102
Anheuser Bush I	Belgio	-2,40	-9,51	-6,72	88.458
Danone	Francia	-1,59	11,76	3,00	37.291
Pernod-Ricard	Francia	-3,11	7,67	10,41	50.576
Remy Cointreau	Francia	-3,14	-9,84	-19,94	7.216
Suedzucker Ma Ochs	Germania	2,47	4,16	21,57	3.475
Dsm	Olanda	0,00	-0,22	-20,74	763
Heineken	Olanda	-2,46	6,67	0,45	53.994
Jde Peet S	Olanda	-1,54	-0,59	-2,18	13.503
Ebro Foods	Spagna	-1,09	11,87	5,67	2.523
Viscofan	Spagna	0,00	5,65	17,78	2.957
Barry Callebaut N	Svizzera	-1,18	-8,04	-22,13	9.524
Emmi N	Svizzera	2,21	12,26	-3,93	4.851
Lindt N	Svizzera	-3,80	12,00	6,08	14.788
Nestle N	Svizzera	-1,76	-1,92	-8,77	289.448
Associated British Foods	Gran Bretagna	1,64	30,08	29,38	18.695
Britvic Plc	Gran Bretagna	-0,29	9,91	0,71	2.586
Cranswick Plc	Gran Bretagna	-0,74	5,07	6,24	2.042
Diageo	Gran Bretagna	-3,19	-9,88	-7,79	86.847
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	0,69	2,08	-6,68	3.426
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	4,87	-13,33	10,79	41.048
Beyond Meat	Stati Uniti	17,39	25,59	-48,43	903
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-2,07	-8,01	-1,39	2.814
Brown-Forman B	Stati Uniti	-1,30	0,41	-6,09	18.599
Bunge Ltd	Stati Uniti	5,14	2,35	17,19	13.993
Campbell Soup	Stati Uniti	-0,67	-18,59	-5,21	12.585
Coca-Cola Co	Stati Uniti	-1,75	-6,43	-5,43	234.235
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	-2,85	-14,42	-6,86	14.373
Constellation Brands	Stati Uniti	2,02	8,94	4,70	42.112
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-0,73	1,74	9,66	9.293
Flowers Foods	Stati Uniti	-3,66	-15,76	-10,53	4.666
Freshpet Inc	Stati Uniti	0,06	27,08	39,59	2.936
General Mills	Stati Uniti	-2,65	-10,46	-0,90	40.551
Hershey Company	Stati Uniti	-4,18	4,17	9,40	32.330
Hormel Foods	Stati Uniti	-3,47	-13,92	-17,97	19.492
Ingredion Inc	Stati Uniti	2,06	10,99	25,94	6.529
Kellogg Co	Stati Uniti	-1,59	-5,31	-7,28	20.879
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-0,25	-11,97	-13,14	40.098
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	-4,00	23,67	48,08	14.652
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	-6,32	-4,81	47,98	4.703
Mccormick & Co	Stati Uniti	-5,27	0,76	1,45	19.084
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-3,26	25,08	14,95	11.749
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	-3,56	6,36	13,82	87.852
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-2,49	9,39	14,66	50.532
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-0,79	5,24	-0,63	4.159
Nomad Foods	Stati Uniti	-2,62	-0,70	-10,97	2.717
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	-4,48	10,34	-50,13	1.035
Pepsico Inc	Stati Uniti	-0,87	1,84	7,93	231.026
Performance Food Gr	Stati Uniti	0,18	4,42	27,34	8.663
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	3,83	-5,23	-23,92	4.845
Post Holdings	Stati Uniti	-2,00	-5,11	3,43	4.968
Seaboard Corp	Stati Uniti	-0,66	-6,14	-5,33	3.743
Smucker, J.M.	Stati Uniti	-1,72	-6,73	11,09	13.725
Sysco Corp	Stati Uniti	-1,74	-3,22	-14,30	34.120
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-0,08	-19,72	-41,38	1.057
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	-0,50	-12,48	-7,72	39.791
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-0,27	-17,00	-36,84	13.428
Us Foods Holding	Stati Uniti	-0,09	29,78	40,65	9.414

FINE WINE AUCTIONS

Le annate junior di La Tâche perdono il 16% del valore

Alle protagoniste di questa puntata, le annate junior di La Tâche, quelle del secondo millennio, si riferiva la puntata precedente di questa rubrica quando affermava: soltanto quando conosceremo quale trattamento hanno riservato le aste alle annate del 2000 sapremo esattamente come sono andate le cose. Il chiarimento così esplicitamente richiesto lo fornisce la tabella qui sotto, nella quale le quotazioni di quest'anno sono messe a confronto con quelle dell'anno scorso. Per motivi di spazio vi compaiono le 16 vendemmie più significative, ma il calcolo è stato fatto ovviamente su tutte quelle per le quali il confronto era possibile. È risultato così che i 19 millesimi in questione sono scesi, anch'essi di valore. Ma di quanto? La loro quotazione complessiva, che nel 2022 era di 145.990 euro, si è ridotta oggi a 138.720. La cifra erosa dal ribasso è di 7270 euro, ma percentualmente la perdita è piuttosto contenuta, -4,98%, molto lontana dal drammatico -24% registrato dalle annate del 1900 prese in esame la settimana scorsa. È così finalmente possibile sapere come sono andate esattamente le cose. I millesimi delle bottiglie da 0,75 litri di La Tâche quotati alle aste sia nel 2022 che nel 2023 sono 44 e vanno dal 1952 al 2019. **L'anno scorso tutti insieme valevano 336.706 euro, mentre oggi si possono avere per 282.940.** La diminuzione è cospicua, 53.766 euro, ma percentualmente il ribasso è del 15,97% ed era prevedibile: negli anni scorsi i grandi Borgogna avevano approfittato anche troppo del vento che soffiava al rialzo.

- Cesare Pillon

La Tâche - Côte de Nuits

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2023	Prezzo 2022	+ / -
2001	6 b	Hk\$ 300.000	Sotheby's, Hong Kong	02/04/23	€ 5.860,00	€ 7.468,75	-22%
2002	1 b	\$ 7.470	Acker Wines, Usa	17/01/23	€ 6.889,58	€ 7.392,19	-7%
2003	6 b	Hk\$ 275.000	Christie's, HK online	07/06/23	€ 5.454,17	€ 7.031,53	-22%
2005	6 b	\$ 75.000	Sotheby's, New York	02/03/23	€ 11.787,50	€ 13.988,75	-16%
2006	3 b	\$ 18.750	Sotheby's, New York	02/03/23	€ 5.893,75	€ 6.738,00	-13%
2007	12	Hk\$ 562.500	Christie's, HK online	07/06/23	€ 5.578,13	€ 6.738,00	-17%
2008	2 b	Hk\$ 106.250	Christie's, HK online	07/06/23	€ 6.321,88	€ 7.031,53	-10%
2009	3 b	\$ 35.000	Sotheby's, New York	02/03/23	€ 11.001,67	€ 10.622,50	+4%
2011	3 b	\$ 18.750	Sotheby's, New York	02/03/23	€ 5.893,75	€ 6.391,83	-8%
2012	6 b	\$ 35.000	Sotheby's, New York	02/03/23	€ 5.500,83	€ 6.419,34	-14%
2013	3 b	Hk\$ 150.000	Sotheby's, Hong Kong	02/04/23	€ 5.860,00	€ 6.231,00	-6%
2014	3 b	\$ 25.000	Sotheby's, New York	02/03/23	€ 7.858,33	€ 6.140,63	+28%
2015	6 b	\$ 75.000	Sotheby's, New York	03/05/23	€ 11.320,00	€ 8.985,91	+26%
2017	6 b	Hk\$ 325.000	Christie's, HK online	07/06/23	€ 6.445,83	€ 7.105,00	-9%
2018	1 b	£ 6.250	Zachys, Europa online	09/06/23	€ 7.285,00	€ 8.187,50	-11%
2019	6 b	\$ 47.310	Acker Wines, Usa	17/01/23	€ 7.272,34	€ 7.074,84	-3%

