



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



VINI ROSSI IN CRISI CONSORZI ALLA RICERCA DI UNA EXIT STRATEGY

ANTITRUST

Al via istruttoria sul caro vetro
Si ipotizza accordo per incrementare i listini delle bottiglie di vino

GAZA

Le ripercussioni di un mese di guerra sulla viticoltura israeliana
Le testimonianze

BIO

La spagnola Penedés si attribuisce il primato di denominazione interamente green
Ma in Italia c'è già

RIFORME

Arriva l'alcol-lock per misurare il tasso alcolemico
Salvini annuncia le novità del nuovo Codice della strada

MONDO

Sarà la vendemmia più scarsa degli ultimi 60 anni
L'Oiv delinea uno scenario apocalittico



Per sette giorni tutto il mondo si gusta l'Italia

Al via una settimana che vale un anno, con eventi, video-lezioni, fumetti e abbinamenti originali. È l'ottava edizione della Settimana della Cucina Italiana nel Mondo (13 -19 novembre). Uno sforzo condiviso da tante aziende e istituzioni sotto la regia del Maeci. "Abbiamo chiamato l'edizione di quest'anno 'A tavola con la cucina italiana: il benessere con gusto' per sottolineare la relazione tra alimentazione e benessere" spiega il ministro degli Affari esteri Antonio Tajani "Vogliamo valorizzare la Dieta Mediterranea quale stile di vita salutare e modello di alimentazione equilibrata accessibile a tutti". Il tutto nell'anno in cui il Belpaese ha presentato la candidatura della Cucina italiana nella lista del patrimonio immateriale dell'Unesco.

Sono oltre mille le iniziative in programma per l'edizione 2023. A dare il suo supporto ci sarà anche il Gambero Rosso, coinvolto nel progetto sull'Africa per la promozione dell'olio di oliva e del vino attraverso video lezioni dedicate alle più famose cultivar italiane di olive e ai principali vitigni italiani e una serie di video ricette di piatti tipici africani ai quali associare l'uso dell'extravergine. "L'Africa" spiega Tajani "è un continente in crescita e figura tra le priorità di politica estera del Governo. Vi sono ampi margini per una maggiore diffusione e distribuzione dei prodotti italiani di eccellenza".

Tra le altre iniziative, quella con Casa Artusi per far conoscere gli "italianismi" gastronomici nel mondo: un racconto del forte intreccio tra storia, cultura ed enogastronomia. Dalla collaborazione con l'Accademia Italiana della Cucina è stata, invece, sviluppata la pubblicazione la "Storia della cucina italiana a fumetti. Dalle tagliatelle etrusche al Tiramisù", un excursus riproposto in chiave narrativa, dagli albori al giorno d'oggi.

OCM PROMOZIONE. Pubblicato l'elenco dei beneficiari della quota nazionale Dal Masaf 18 mln di euro a 11 progetti

Il Masaf ha pubblicato la graduatoria provvisoria dei beneficiari dei fondi per l'Ocm promozione dei vini nei mercati extra europei. Si tratta della graduatoria dei progetti nazionali 2023/24 (quelli regionali e multiregionali sono attesi nelle prossime settimane) che **arriva tra ritardi, proroghe e polemiche sia per la complessità delle procedure tecnico-burocratiche sulle domande sia per i tempi troppo lunghi** tra la pubblicazione del bando (luglio 2023) e l'esito della graduatoria che quest'anno è stata resa nota a novembre (vedi [articolo Il Gran Casinà dell'Ocm produzione](#)). Sono 11 i progetti nazionali sull'Ocm promozione ritenuti ammissibili dal Comitato di valutazione, costituito il 19 settembre scorso. Su quasi 100 milioni complessivi previsti per la misura Ocm promozione nel 2023/24, le risorse disponibili per i progetti nazionali ammontano a 21,28 milioni di euro. Il Masaf finanzia le attività delle imprese con quasi 18 milioni di euro, che svilupperanno oltre 43 milioni di euro di investimenti sulla promozione dei vini, considerando che l'Ocm è una misura che prevede una quota di spese (co-finanziamento) anche da parte delle imprese partecipanti. In graduatoria, il maggior punteggio è stato assegnato a Federdoc e, a pari merito, a Vigneto Italia, rispettivamente

con un progetto da 502mila euro e da 1,93 milioni di euro. Seguono i progetti promozionali di La Marca (4 mln), Nosio (6,18 mln), Santa Margherita Kettmeir assieme a Cantine Torresella (quasi 6 mln), Gruppo italiano vini (5 mln), Fantini Group (4,33 mln), Casa vinicola Zonin s.p.a. (5,7 mln), l'Associazione temporanea di imprese (Ati) Italian wine selection (4,5 mln), l'Ati Italy edge of the world (1,5 mln) e, infine, l'associazione Be wines (3,5 mln). Dei 18 milioni assegnati dal Masaf, 14,3 peseranno sull'esercizio finanziario 2022/23 per il pagamento degli anticipi e i restanti 3,5 milioni di euro

andranno a saldo sui successivi esercizi finanziari. La promozione Ocm è una misura altamente strategica per le esportazioni di vino italiano, che hanno visto incrementare il loro valore dal 2010, primo anno di effettiva applicazione. È apprezzata dalle aziende vitivinicole ma altrettanto complessa da gestire, al punto che molti imprenditori, soprattutto medio piccoli, preferiscono rinunciare a un investimento che potrebbe migliorare la competitività aziendale, come è emerso in un recente rapporto dell'Ismea di cui abbiamo parlato [nella Cover Story della scorsa settimana](#). – G.A.

Ocm Promozione 2023/24 – progetti nazionali

beneficiario	punteggio	importo progetto	contributo ammesso
Federdoc	95	502.577	246.263
Vigneto Italia	95	1.930.243	919.163
La Marca	85	4.039.531	1.695.347
Nosio	85	6.182.853	2.597.837
Santa Margherita e Cantine Torresella	85	5.944.104	2.497.523
Gruppo italiano vini	85	5.098.016	2.142.023
Fantini group	85	4.335.520	1.821.647
Casa vinicola Zonin	77,5	5.696.941	2.388.363
Italian wine selection (Ati)	77,5	4.540.410	1.679.984
Italy to edge of the world (Ati)	77,5	1.507.559	518.563
Associazione Be wines	62,5	3.520.852	1.461.173
TOTALE		43.298.605	17.967.886

ANTITRUST. Al via istruttoria sul caro vetro: nel mirino nove imprese Si ipotizza accordo per incrementare i listini delle bottiglie di vino

L'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Agcm) ha avviato un'indagine su un presunto cartello di imprese che si sarebbe accordato, da inizio 2022, per aumentare il prezzo delle forniture di bottiglie di vetro cavo alle imprese. L'Antitrust ha agito dopo alcune segnalazioni (di Fondazione Filiera Italia e Bottega spa), a cui se ne è aggiunta una anonima inviata tramite la piattaforma Agcm di whistleblowing. Sotto la lente ben 9 società (Berlin Packaging Italy, Bormioli Luigi, O-I Italy, Verallia Italia, Vetreria Cooperativa Piegarese, Vetreria Etrusca, Vetri Speciali, Vetropack Italia e Zignago Vetro) in merito a una *"presunta intesa restrittiva della concorrenza nella vendita delle bottiglie di vetro"*. **L'ipotesi è che le società si siano coordinate, da inizio**

2022, nel chiedere ai propri clienti analoghi aumenti di prezzo delle bottiglie di vetro nello stesso arco temporale, a fronte di contratti di fornitura firmati nel 2021 e validi per l'anno successivo. Secondo Agcm, si potrebbe prefigurare un accordo o una pratica concordata per evitare il confronto concorrenziale tra i principali operatori del settore. Gli incrementi, presentati come temporanei, sarebbero proseguiti nel 2023, si legge nell'istruttoria. L'indagine interessa anche Assovetro (Associazione nazionali degli industriali del vetro), che il [settimanale Tre Bicchieri aveva intervistato a giugno 2023](#). Il procedimento si concluderà entro il 2024. Si rischiano sanzioni di almeno il 15% sul valore delle vendite. – G.A.

UMANI RONCHI
VITICOLTORI IN MARCHE E ABRUZZO



Dedicato
alla nostra terra



umanironchi.com

GDO. Nove mesi ancora poco esaltanti per il vino italiano all'estero
Tornano a crescere gli spumanti in Usa, ma non in Uk



Vendite di vino italiano ancora avere di soddisfazioni nella Grande distribuzione nei tre principali Paesi buyer. Secondo le elaborazioni dell'Osservatorio Uiv su base Nielsen-IQ, nei primi 9 mesi **la performance complessiva allo scaffale negli Stati Uniti, Germania e Regno Unito vira timidamente in territorio positivo, a +0,4% nei volumi** (era a -0,2% nel semestre), per un valore totale di oltre 3,3 miliardi di euro (+1,9%).

Nel complesso, nei tre Paesi scende a volume la domanda tendenziale degli sparkling tricolori (-2%) mentre salgono dell'1,2% i fermi (2,15 miliardi di euro), per un totale di 3,4 milioni di ettolitri pari a 452 milioni di bottiglie da 0,75/litri.

Tra le buone notizie, la crescita volumica degli spumanti negli Usa (+3,7%) e quella del mercato dei vini

fermi in Germania e Uk (attorno al +4%), grazie anche a sensibili miglioramenti di Primitivo, Montepulciano e Nero d'Avola.

Per contro, nel primo mercato al mondo soffrono i fermi del Belpaese (-6,6%), mentre le variazioni degli spumanti in Uk e Germania sono negative e si attestano rispettivamente a -5,9% e a -1,4%. Il computo finale segna Uk stabile (+0,1%), Germania in terreno positivo (+3,9) e Usa ancora in calo (-3,5%).

Vendite di vino italiano - gen-set 2023

Litri	Spumanti	Var. %	Vini fermi	Var. %	Totale	Var. %
	32.569.839	3,7%	65.307.007	-6,6%	97.876.847	-3,5%
	44.647.568	-5,9%	76.215.638	3,9%	120.863.206	0,1%
	7.422.067	-1,4%	117.029.673	4,3%	124.451.740	3,9%
Totale	84.639.474	-2,0%	258.552.318	1,2%	343.191.792	0,4%
Euro	Spumanti	Var. %	Vini fermi	Var. %	Totale	Var. %
	573.876.257	7,8%	906.514.110	-3,4%	1.480.390.367	0,7%
	537.482.408	-3,5%	722.065.823	8,0%	1.259.548.231	2,8%
	69.295.572	3,9%	524.131.963	3,4%	593.427.535	3,5%
Totale	1.180.654.237	2,1%	2.152.711.895	1,9%	3.333.366.132	1,9%

fonte: Elaborazioni Osservatorio del Vino UIV su dati NielsenIQ

Negli Stati Uniti è low alcol mania: 4 bottiglie italiane su 10 a bassa gradazione
Fanno capo ad un unico marchio

Se nella Gdo americana non decollano le vendite di vino italiano – meno 3,5% a volume - c'è un fenomeno da tenere d'occhio: tra i vini fermi 4 bottiglie tricolore su 10 sono low alcol. Si tratta di prodotti provenienti in larga parte dal Piemonte che fanno capo ad un unico marchio: **Stella Rosa della Riboli Family con sede in California**, passato (secondo Impact Databank) da un milione di casse del 2015 a oltre 72 milioni del 2021. Cosa li ha fatti crescere così tanto? Profili di gusto più accessibili (perfino con aromi alla frutta) e bassa gradazione alcolica (si arriva fino ai 5 gradi).

In particolare, su un totale di 906 milioni di euro relativo agli acquisti di "table wines" italiani (vini fermi e frizzanti, esclusi spumanti), il brand americano somma vendite per 341 milioni di euro, con un'incidenza sul venduto della tipologia al 38% sia a valore sia a volume. Prezzo medio 13,40 euro contro 13,88 euro dei vini "tradizionali".

"Il fenomeno" è il commento del segretario generale di Unione italiana vini **Paolo Castelletti** "deve far riflettere la nostra filiera, perché è la sintesi delle potenzialità multitarget del vino in una fase di forte transizione dei trend di consumo. Il modello italiano – ha aggiunto Castelletti – rimane chiaramente quello tradizionale dell'alta qualità e del sistema delle denominazioni, ma ciò non esclude l'apertura verso forme produttive più "laiche", con "contaminazioni" che assecondino una domanda giovane sempre più disimpegnata e spesso attenta al grado alcolico. Il player statunitense, sfruttando anche il brand Italia, negli ultimi 7 anni ha aumentato il proprio business del 500% e non è certo un caso". - **L.S.**

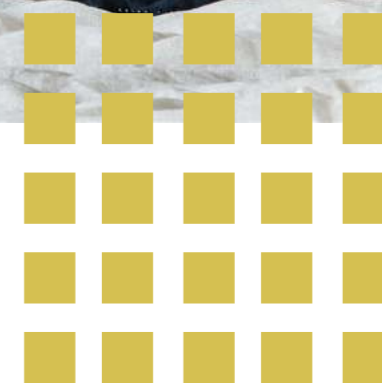
TESSERE DI MAESTRIA

MUSIVUM — latino per "MOSAICO" —

è un progetto di valorizzazione dei vigneti più pregiati del Trentino — Alto Adige, per dare vita a vini che esprimano al meglio l'incanto del territorio e la sua secolare arte di fare il vino.



Bevi Mezzacorona Responsabilmente



(MUSIVUM)

TESSERE DI MAESTRIA

MEZZACORONA

I vini Musivum sono irripetibili, preziosi, capaci di esprimere nel tempo profumi sempre diversi e sorprendenti.

GAZA. Vendemmiatori al fronte, cantine sotto attacco, produttori in ansia L'impatto devastante di un mese di guerra sulla viticoltura israeliana

di Loredana Sottile

La vendemmia 2023 in Israele sarà ricordata come quella della guerra. Quando un mese fa, le forze armate di Hamas hanno attraversato il confine di Gaza, lanciando i primi attacchi contro gli israeliani, i produttori vitivinicoli stavano per finire la raccolta o avevano appena iniziato i lavori in cantina. Subito, però, è stato chiaro che non si sarebbe andato avanti. Almeno non come prima.

La prima conseguenza diretta della guerra è stata quella di dire addio a molti dipendenti delle cantine richiamati immediatamente al servizio militare. Lo ha fatto l'azienda vinicola Golan Heights che, come racconta Wine Spectator, ha anche visto partire per il fronte il figlio del proprietario, Shai, in visita a casa per il fine settimana.

Ma come lui sono tante le storie che vanno ad intrecciarsi con il vino. Ad oggi sono 300mila per persone arruolate nell'esercito. Tra questi ci sono molti viticoltori che, abbandonate le vigne hanno imbracciato i fucili. Inoltre, **molte aziende vinicole impiegano sia israeliani che palestinesi** e sono preoccupate per il proprio personale su entrambi i lati del conflitto. D'altronde si sa, in ogni guerra i primi a pagarne le conseguenze sono i civili e anche le storie vitivinicole spiegano bene l'impatto del conflitto sulla quotidianità. È il caso di Daniel Lifshitz, proprietario della Bourgogne Crown – un importatore di vini pregiati in Israele – i cui nonni sono stati presi in ostaggio da Hamas.



Stessa sorte è toccata al figlio di un altro importatore di vino, Shai Wenkart, rapito durante il rave notturno vicino al Kibbutz Re'im. Mika Ran Mandel, proprietaria ed enologa della Mika Winery sulle alture di Golan, ha perso il fratello nell'attacco.

Ci sono, poi, anche le storie di chi in Israele ci era arrivato per lavoro, come i 21 braccianti agricoli thailandesi massacrati da Hamas, e altri 14 presi in ostaggio, e poi rimpatriati in Thailandia. *“Restano lo shock e la tristezza: il vino sembra una cosa molto secondaria in questo momento”*, ha detto il **Master of Wine israeliano Eran Pick** dell'azienda vinicola Tzora, parlando con Wine Spectator 30 minuti dopo essere emerso da un rifugio sotto la sua azienda vinicola: i missili in arrivo erano atterrati nelle vicinanze. Tzora è, infatti, a sole 25

miglia dal confine con Gaza. La sua non è l'unica cantina finita sotto attacco: un razzo è finito nei vigneti di Domaine du Castel, un'altra azienda vinicola leader nella regione; un altro ha colpito l'azienda vinicola Ramat Negev, nel Negev occidentale, distruggendo un pallet di bottiglie di vino. A Tzora, quest'anno un quarto del personale addetto alla raccolta proveniva da Gaza, a soli 40 minuti di macchina. *“Ero così orgoglioso del nostro team eterogeneo – arabi, musulmani, ebrei ortodossi, abitanti di Gaza, ucraini – che lavoravano tutti insieme”* ha raccontato Pick *“Sono preoccupato per la nostra attività, per il nostro Paese, per il nostro futuro come comunità. Quando potremo di nuovo lavorare tutti insieme in questo modo? Saremo in grado di ricostruire la fiducia e la sicurezza che abbiamo condiviso?”*

Al via le iniziative solidali

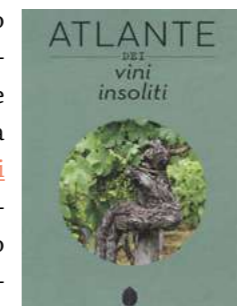
Nel frattempo, le vendite di vino israeliano sono prevedibilmente andate giù del 60% sul mercato domestico, con la stragrande maggioranza dei ristoranti chiusi, i turisti in fuga e i residenti che pensano a tutto tranne che a bere.

Ma non si sono fatte attendere le manifestazioni di solidarietà, in primis con l'aumento degli ordini dall'estero, soprattutto Europa e Stati Uniti. E, poi, e l'IWPA- Israeli Wine Producers Association ha lanciato la campagna “Sip in Solidarity” per alimentare questo sostegno: il 10% dei proventi di ogni cassa di vino spedita a novembre e dicembre sarà donato ai soccorsi israeliani.

LIBRI. Nell'Atlante dei vini insoliti il sunto di 30 anni di viaggi alla scoperta delle produzioni più bizzarre

di Andrea Cuomo

Dalle vendemmie notturne al “vino della pace” che raccoglie più di 600 vitigni da ogni parte del mondo, dalle viti di 15 metri di altezza in Italia (come le “alberate” dell'Asprinio di Aversa) e in Portogallo ai vini di ghiaccio del Québec, dal vino del deserto del Gobi alle doppie vendemmie consentite dal clima di Taiwan. E poi le vendemmie del 31 dicembre, le vigne trattate con la musica classica, una tipologia di Bordeaux alla “neve carbonica”, uno spumante che ognuno può sboccare da sé, il vino affinato in fondo a un pozzo profondo 75 metri. Infine, forse, la più strana di tutte: la vigna che oltrepassa un muro lungo diversi chilometri. Sono le più curiose, ma non le sole, produzioni vitivinicole più bizzarre e rare raccontate dall'**Atlante dei vini insoliti**, il nuovo libro di Pierrick Bourgault edito da Jonglez, casa editrice internazionale che pubblica in più lingue in 40 Paesi nel mondo (nel 2016 Bourgault ha firmato anche “Vini insoliti”). Testi e fotografie conducono il lettore alla scoperta di vini segreti e tecniche estremamente singolari, come quella del viticoltore dilettante, dell'uomo che “parla” alle sue viti, dei vini conservati sott'acqua. Il libro è frutto di trent'anni di viaggi attraverso i cinque continenti, e utilizza un linguaggio chiaro e accessibile a tutti, cominciando dalle pratiche classiche fino a quelle più insolite. L'autore, Pierrick Bourgault, dopo una formazione in ingegneria agricola e in antropologia ha intrapreso un viaggio alla scoperta dei viticoltori di tutto il mondo.



IG. Presentato l'Atlante Qualivita 2024 Le denominazioni del vino sono 527

Dalle L'Italia vanta un patrimonio di Ig che è salito a 887. Prodotti tutelati a livello europeo e raccolti nell'edizione 2024 dell'Atlante Qualivita. Sono 11 quelli nuovi che arricchiscono il volume (di oltre mille pagine) presentato a Borgo Solomeo, in provincia di Perugia, alla presenza del ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida: *“Gli italiani sanno trasformare le materie prime in eccellenza, in tutti i settori. La qualità è la nostra cifra distintiva”*.

Sono 540 le schede aggiornate, contenenti 108 modifiche ai disciplinari di produzione. Le denominazioni vitivinicole rappresentano la maggioranza (527) rispetto ai prodotti agroalimentari (325) e alle bevande spiritose (35). La nuova edizione arriva in occasione del recente via libera al nuovo testo unico europeo sulle produzioni di qualità, che ha ripreso molti elementi dal modello italiano delle filiere e dei Consorzi di tutela Dop e Igp.



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2023



**Volpolo '21
PODERE SAPIAO**

In Toscana nella zona di Bolgheri più precisamente in provincia di Livorno troviamo l'azienda Podere Sapaio. L'azienda nasce nel 1999 a Castagneto Carducci ed è gestita da Massimo Piccina, oggi l'azienda conta 26 ettari vocati alla produzione di due etichette: Sapaio e Volpoo Con Marco Sabellico assaggiamo il Volpolo '21. Dal colore rubino cupo e fitto con riflessi violacei, al naso è elegante con note di frutti rossi di mora, ciliegia, lampone e ribes nero, note balsamiche, speziate e floreali di viola e geranio. In bocca è strutturato, ricco di frutto e avvolgente. Ottimo in abbinamento con carni rosse come una fiorentina cotta alla brace o con formaggi stagionati.

Visita il sito sapaio.com/

Per guardare la puntata:
[instagram.com/reel/CzT3WGYo3QR/](https://www.instagram.com/reel/CzT3WGYo3QR/)

BIO. È sfida tra Spagna e Italia per avere la prima denominazione green La Penedès si attribuisce il primato, ma una piccola Doc italiana lo ha già raggiunto

di Lorenzo Ruggeri

La posta si è alzata. La singola cantina che si converte al biologico non fa più notizia, anche perché, se il vicino di vigna continua a utilizzare una serie di pesticidi basta un soffio di vento per rinviare il problema a data da destinarsi. La sostenibilità ambientale e la svolta bio sono temi sempre più centrali nelle agende dei consorzi e delle denominazioni.



Dalla Spagna arriva la notizia

che la Do Penedès, i cui ettari insistono nelle province di Barcellona e Tarragona, si appresta a raggiungere l'ambito traguardo di prima denominazione completamente biologica nel 2025. Il presidente della Denominación Joan Huguet è stato chiaro nell'intervista rilasciata a The Drink business: "Per noi è facile. Siamo una regione vicina al mare, quindi abbiamo pochi problemi e per noi è facile essere biologici. Siamo sicuri che il biologico sia migliore per il nostro paesaggio, più sano e più sostenibile. Sicuramente nel 2025 sarà obbligatorio essere biologici. Se non si è biologici non si può far parte della Do. Penedès". La denominazione spagnola produce oggi circa 18 milioni di bottiglie di vino fermo e 1 milione di bottiglie di spumante. Di pari passo, sempre nel 2025 la vicina Cava otterrà la certificazione bio per la categoria più alta, la Cava de Paraje Calificado. E in Italia come siamo messi? Tra le denominazioni più importanti spicca la Franciacorta che oggi vanta circa il 70%

dei suoi 3mila ettari vitati condotti secondo il regime biologico e ha varato articolati protocolli interni per valutare e monitorare i livelli di biodiversità. Ma chi è ancora più avanti è una denominazione toscana, **ci muoviamo nella provincia di Arezzo (più le sottozone Pratoma-gno e Pietraviva), parliamo della Doc Valdarno di Sopra** (sangiovese e varietà interna-

zionali per i rossi, malvasia, chardonnay o sauvignon per i bianchi), nata nel 2011. E, con buona pace del Penedès, qui il traguardo è già stato tagliato, ma la strada per essere riconosciuto è ancora lunga. "Oggi la nostra denominazione è l'unica in Italia tutta certificata biologica. Siamo una ventina di produttori più tre erga omnes e nel nostro territorio non ci sono cantine sociali né imbottigliatori. Non è una scelta di marketing né di green washing, bensì un rafforzativo che deve portarci all'obiettivo finale: avere la Doc bio", dichiara il presidente del Consorzio Luca Sanjust. Ancora però il Ministero non ha approvato la questione di inserire il bio come condizione essenziale nel disciplinare. Nel 2020 il Masaf (allora Mipaaf) ha dato risposta negativa, ma i produttori toscani - che già potrebbero sbandierare il primato in Europa - non si arrendono e rivendicano il loro traguardo già raggiunto, ma ostacolato da chi dovrebbe promuoverlo. Nemo propheta in patria.

SICUREZZA STRADALE. "A chi guida un bicchiere di vino non fa male"

Salvini annuncia le novità del nuovo Codice della Strada. C'è anche l'alcol-lock

"Nel nuovo Codice della strada non tocchiamo il tasso alcolemico: un bicchiere di vino non solo non fa male, ma è assolutamente lecito per chi lo ritiene salutare". Lo ha detto il ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti Matteo Salvini intervenendo all'evento inaugurale di Eicma, l'esposizione internazionale delle due ruote alla Fiera di Milano Rho.

Qualche novità però ci sarà anche per il consumo di vino. Salvini ha, infatti annunciato che "per i recidivi le cose cambieranno. Sul modello di alcuni Paesi europei" ha



spiegato "prevediamo l'installazione a bordo delle vetture del sistema dell'alcol-lock che inibisce l'accensione del motore. Quindi: **prima sanzione ritiro della patente per un periodo limitato; seconda sanzione ritiro per 30 anni e installazione dell'alcol-lock**".

Ma cos'è e come funziona l'alcol-lock? Si tratta di una misura di sicurezza stradale che mira a prevenire gli incidenti causati dalla guida in stato di ebbrezza e che è già stato adottato in Paesi come la Francia, la Svezia, la Finlandia e il Belgio.

In pratica è un etilometro mobile collegato al sistema di avviamento dell'auto. Al guidatore il compito di soffiare in un bocchaglio prima di mettere in moto il veicolo. Qualora il tasso alcolemico fosse superiore al limite consentito dalla legge, il sistema blocca l'accensione del motore e registra l'infrazione. Con il nuovo Codice della Strada che dovrebbe essere approvato entro fine anno, sarà obbligatorio per i guidatori recidivi che, quindi, dovranno farlo installare a spese loro sul proprio veicolo e ripetere l'operazione di soffiare dentro per ogni avviamento del motore. - L.S.



La grande crisi dei rossi Ai giovani piacciono meno

di Vittorio Ferla

Dal Nero d'Avola al Montepulciano d'Abruzzo le vendite delle Doc rossiste virano in negativo. A tradire sono i giovani che preferiscono birre bollicine e mixati. Intanto i Consorzi pensano a nuove strategie. Anche "alleggerire" i vini troppo carichi.



Suona l'allarme sulle vendite dei vini rossi. Sotto stress sia il comparto interno concentrato nella grande distribuzione sia l'export (vedi tab. a pag. 15). Sul primo fronte, come rileva l'Osservatorio Uiv-Ismea, nei primi nove mesi dell'anno i vini fermi segnano una generale flessione nei volumi pari al -3,9% (contro il +2,6% nei valori) con un calo oltre la media proprio per i vini rossi (-4,8%). Nel merito dei prodotti a indicazione geografica, ad eccezione di Vermentino di Sardegna, Puglia Igp e Cannonau che mostrano una dinamica positiva, l'arretramento è palpabile su diverse tipologie di rossi. Dal Nord al Sud, **annaspano i Lambruschi emiliani (-11%), le Bonarde oltrepadane (-15), il Montepulciano d'Abruzzo (-6,6 a settembre, risultato che in ogni caso dimezza il -14 di marzo), il Chianti (-4,4), l'Igt Salento (-9) e il Nero d'Avola (-12).**

Anche sul secondo fronte, quello delle esportazioni, la situazione dei vini rossi nei primi sette mesi di quest'anno appare tutt'altro che confortante: i rossi imbottigliati cedono il 10% a volume (a fronte di una media complessiva a -1,5 e a un gap delle performance dei vini in bottiglia a -4,9). Una risacca che riguarda anche le dop rosse di Veneto (-18%), Toscana (-16,3) e Piemonte (-6,6), capisaldi dell'Italia rossista, per le quali ha influito soprattutto un eccesso di acquisti post-covid con i distributori che stanno ancora smaltendo le scorte. A dirla tutta, però, il fenomeno è mondiale.

Perfino i nostri cugini e concorrenti francesi arrancano: Bordeaux (-7,4%), Borgogna (-13,4) e Languedoc (19,7) hanno registrato da gennaio a settembre una contrazione rilevante.

VINI ROSSI TRADITI DAL RICAMBIO GENERAZIONALE

Come si spiegano questi numeri? La prima causa è congiunturale. "Dal 2017 la Cina ha ridotto di oltre la metà il volume delle proprie importazioni, fatte per oltre due terzi di vino rosso", spiega **Carlo Flamini**, responsabile dell'Osservatorio Uiv. "Questa perdita di volume - 4 milioni di ettolitri fino al 2022 - ha generato effetti a cascata sui principali fornitori: in primis l'Australia, espulsa dal mercato cinese per l'imposizione di dazi supplementari, ma anche Francia, Cile, Spagna e in maniera più marginale l'Italia. I volumi non più veicolati sul mercato cinese sono stati dirottati su Usa, Uk, Germania, innescando fenomeni di concorrenza al ribasso sui prezzi", conclude Flamini.

Ma la motivazione più consistente è quella strutturale. I grandi Paesi consumatori di vino - in testa l'Italia - fanno i conti con l'invecchiamento progressivo della popolazione. In sostanza, avverte Flamini, "i consumatori di vino sono sempre più maturi, mentre i giovani consumano quantitativamente meno e qualitativamente in maniera differente".

Il cambio generazionale favorisce le bollicine, le »



#stappacongamberorosso

VINI D'ITALIA 2023



Trento Dosaggio Zero Oro Rosso Ris. '17 CEMBRA CANTINA DI MONTAGNA

In Trentino più precisamente nella zona della Valle di Cembra troviamo l'azienda Cembra Cantina di Montagna. Cembra è una struttura cooperativa nata negli anni '50, composta da circa 300 ettari dedicati a vigneti, lavorati da 320 soci conferitori. Con Marco Sabellico assaggiamo il Trento Dosaggio Zero Oro Rosso Ris. '17. Dal colore paglierino brillante dai riflessi verdolini, con un perlage fine e continuo, al naso è elegante con note di frutti gialli maturi di susina e mela golden, con note floreali, di erbe di montagna e di pasticceria. Al palato è asciutto, fresco, sapido, ricco di frutto, con una tagliente acidità che dona verticalità all'assaggio. Ottimo come aperitivo o in abbinamento con crostacei, pesce crudo o primi piatti a base di pesce.

Visita il sito cembracantinadimontagna.it/

Per guardare la puntata:
[instagram.com/reel/CzMI41LosNY/](https://www.instagram.com/reel/CzMI41LosNY/)

LE STORIE

Troppo vino rosso in Australia Ora i produttori piantano Fiano

La tendenza dei consumatori ad allontanarsi dai rossi strutturati è un fenomeno globale che non risparmia neppure l'Australia, dove l'eccesso di offerta sta portando i viticoltori a cambiare varietà, allontanandosi dallo Shiraz e dal Cabernet Sauvignon. Complice anche la disputa commerciale con la Cina che dal 2020 ha imposto una forte tassazione sui vini australiani bloccando così il mercato. A questo punto, i piccoli viticoltori stanno pensando di sperimentare altre varietà. Tra questi anche il Fiano, che sarà piantato su larga scala.

birre, i seltz, i mixati a base di spumante, mentre erodono spazi al vino "tradizionale": che è quello rosso. Un esempio? "Bonarda e Lambrusco sono vini tipici di un consumatore di 60 anni. Ecco perché si cerca di promuovere il Lambrusco come un vino per i giovani, puntando negli Usa anche sugli ispanici". Queste dinamiche proseguiranno nel lungo periodo: "gli attuali giovani consumatori in futuro saranno diversi dai 60enni di oggi", avverte Flamini. A tutto ciò contribuisce anche la nuova mentalità salutista che fugge dall'eccesso di gradazione e di calorie tipico dei rossi.

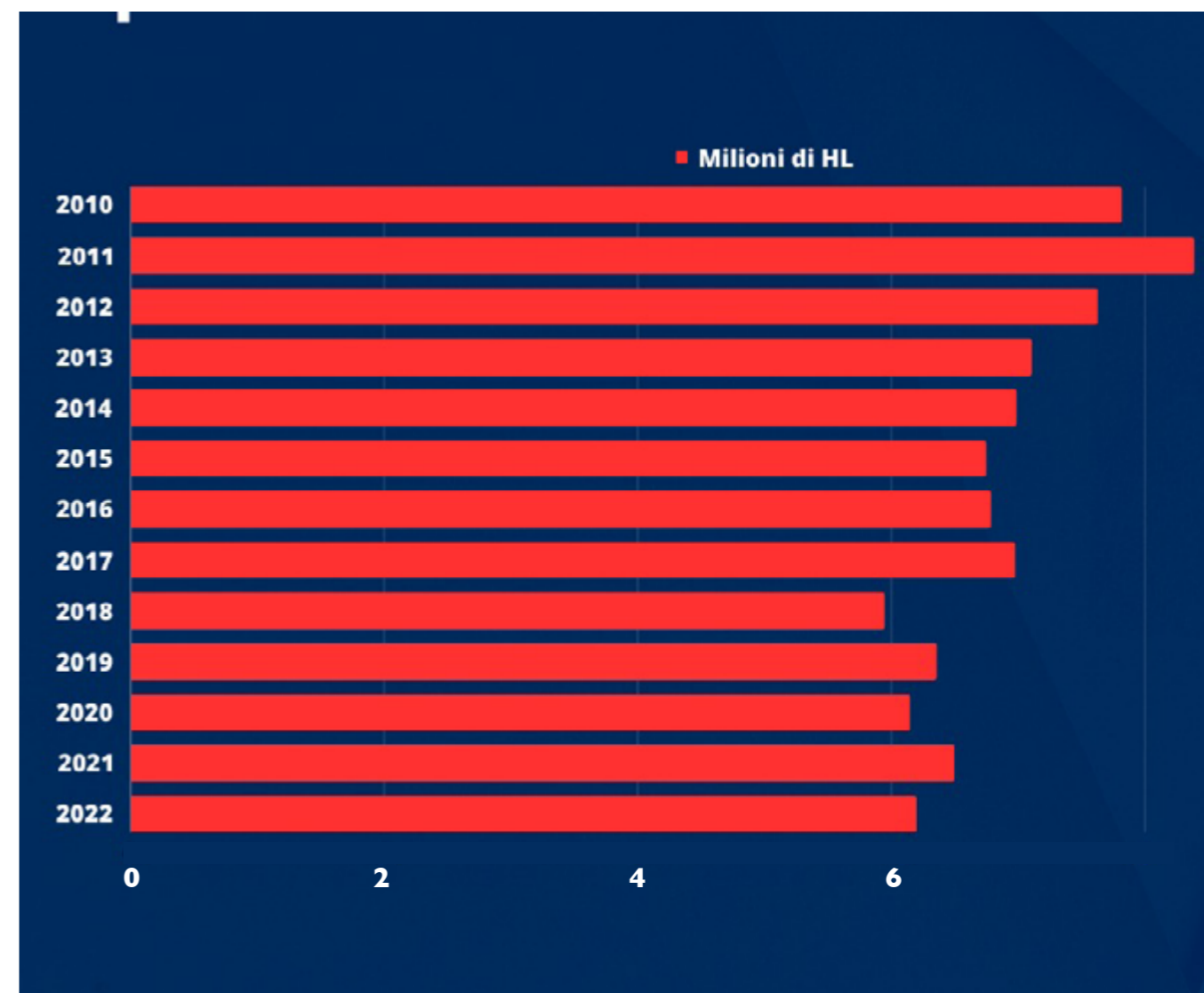
MONTEPULCIANO D'ABRUZZO "BISOGNA ANDARE INCONTRO AL MERCATO"

Alessandro Nicodemi, presidente del Consorzio Vini d'Abruzzo, è consapevole che i consumatori "vogliono vini più semplici, immediati, croccanti. Il nostro Montepulciano - come il Primitivo - è opulento per Dna. Bisogna cominciare a lavorarli come li vuole il mercato". Ma attenzione ai numeri. "Per tanti anni il Montepulciano è stato 'un buon vino a buon prezzo'. Però l'ultima ricerca di Nomisma sui vini in Gdo ci dice che se i vini sotto i 4 euro (o gli 8 dollari) calano nelle vendite, il Montepulciano da 20 euro in su acquista quota", assicura Nicodemi. È una tendenza generale.

Il vino rosso da consumo quotidiano attraversa una crisi, ma i prodotti premium e luxury continuano a crescere: lo conferma l'analisi dell'Osservatorio Uiv-Vinitaly sulle esportazioni delle categorie premium (da 6 a 9 euro/litro in cantina) e superpremium (oltre i 9 euro) di vino rosso negli ultimi 12 anni. Al di là del calo generale dei volumi di rosso esportati, nel 2010 i prodotti sotto i 6 euro rappresentavano a valore i due terzi del mercato. Oggi c'è un'inversione di tendenza, con gli over 6 euro al 60% delle vendite nel 2022. In poco più di 10 anni la crescita del segmento di fascia alta - che vale ora quasi due miliardi di euro di export - è stata del 200%. Così anche il Montepulciano d'Abruzzo, garantisce Nicodemi, "si sposta sempre più al 'bere meno, bere meglio': con le quattro »

LE STORIE

Export vini rossi italiani (2010-2022)



fonte: Osservatorio del Vino Uiv - Vinitaly

sottozone - Terre di Chieti, Terre de L'Aquila, Colline Pescaresi, Colline Teramane - e un disciplinare più restrittivo cerchiamo di affrontare meglio la sfida della qualità". Ciò non significa abbandonare la Gdo, "ma i vini di consumo quotidiano devono diventare più snelli, con macerazioni più brevi e minore estrazione", ammette Nicodemi. Infine, serve dare più spazio al vino simbolo della regione. "Dovremmo lavorare molto sul Cerasuolo, ridargli il senso e il gusto del rosso: in fondo il Cerasuolo è un rosso scarico, in netta crescita, adatto al consumo giornaliero e versatile negli abbinamenti. E poi c'è richiesta di un vino esile e fruttato", conclude Nicodemi.

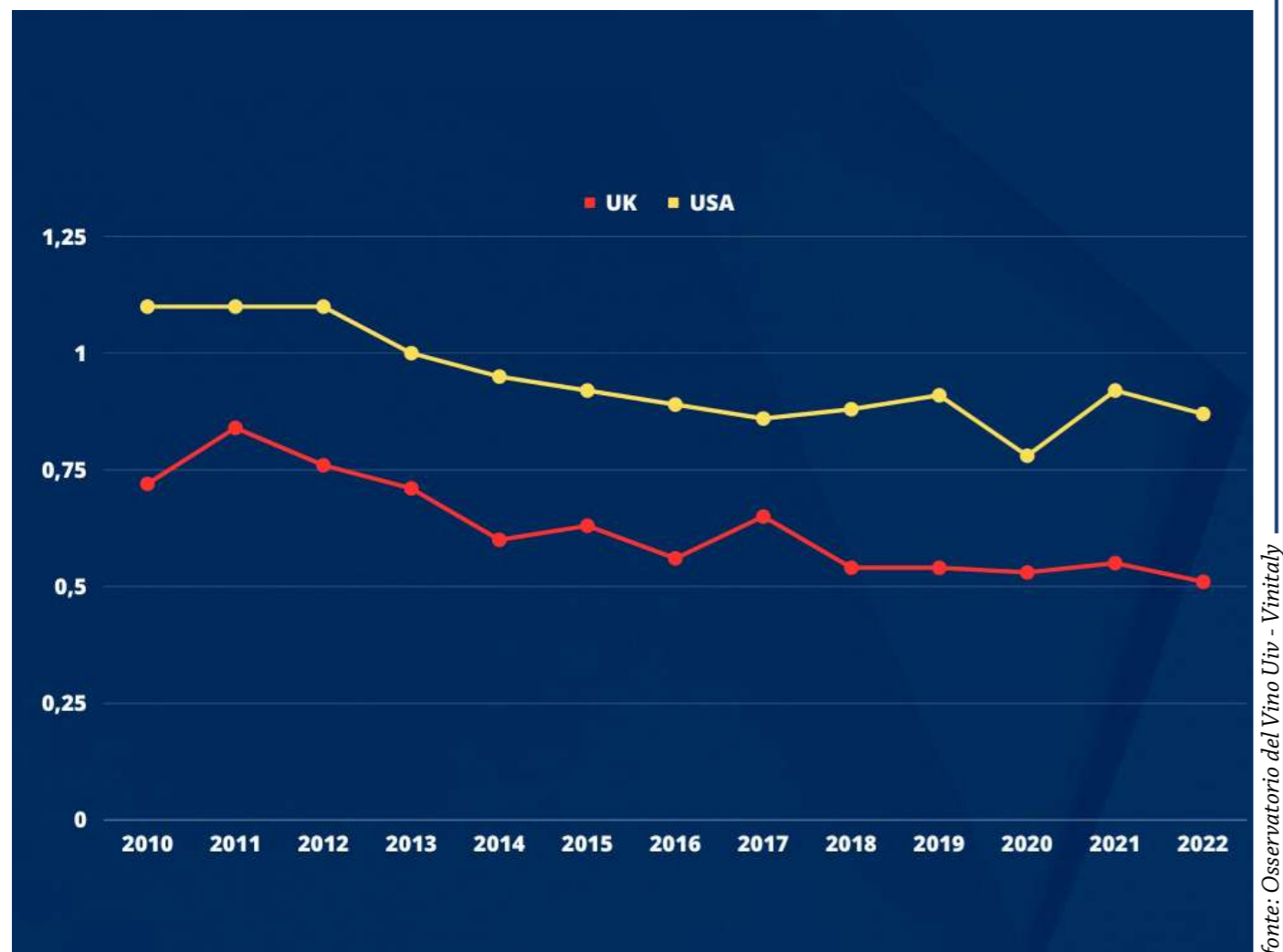


VALPOLICELLA SUPERIORE LA RIVINCITA DEL ROSSO "LIGHT"

Prova a reagire il Consorzio della Valpolicella: versatilità e modernità sono le chiavi di lettura della new wave della versione Superiore in controtendenza al trend globale che registra la crisi dei vini rossi. "Abbiamo deciso di rilanciare il Valpolicella Superiore circa quattro anni fa per rispondere alla crisi d'identità degli ultimi 10-15 anni, proprio mentre Ripasso e Amarone crescevano", racconta **Christian Marchesini**, presidente del Consorzio.

Il nuovo progetto sfrutta il trend globale dei light reds, vini raffinati e pronti da bere. "In questo modo il Valpolicella Superiore può esprimere bene il territorio, ma distinguendosi dagli altri grandi vini della regione che usano la tecnica dell'appassimento", racconta Marchesini. Una scelta favorita anche dai cambiamenti climatici. "Le uve che un tempo non raggiungevano una maturazione ottimale per la produzione del Valpolicella doc ora maturano perfettamente, consentendo di creare un Valpolicella Superiore di alta qualità", spiega il presidente del Consorzio. »

Export vini rossi verso UK e USA (mln hl)



» PRIMITIVO: OBIETTIVO PRODURRE MENO

Tra i distretti che soffrono di più in questa fase c'è quello pugliese del Primitivo, per anni best seller in Germania, oggi sottoposto a trend disarmanti, in parte provocati dalla crisi globale dei rossi. Ma in Puglia ci sono problemi specifici, a partire dal fatto che solo metà della produzione arriva in bottiglia, mentre l'altra metà è vino sfuso che va fuori regione.

“Non è vero che il consumatore si è stancato del Primitivo, anzi ha avuto successo proprio perché è già un prodotto moderno: fruttato, con poco tannino, rotondo”, assicura **Massimo Tripaldi**, presidente della sezione Assoenologi di Puglia, Basilicata e Calabria. Il problema è, semmai, l'aumento eccessivo di produzione che provoca adesso giacenze troppo alte nelle aziende. “A seguito del boom degli anni scorsi, c'è stata una corsa a riconvertire i vigneti a Primitivo e ad aumentarne la produzione. In passato, le produzioni scarse avevano fatto lievitare i prezzi rendendo il prodotto molto appetibile. Poi sono arrivate le difficoltà: l'aumento dei prezzi della materia prima, l'uva, e di tutto il resto, a partire dal vetro delle bottiglie. La crisi è dovuta dunque all'aumento dei prezzi unito all'aumento delle produzioni”, racconta Tripaldi. Inoltre, l'aumento del co-

sto dei vini più costosi in un momento di freddezza del mercato ha colpito soprattutto l'Igt del Primitivo. Qual è dunque la soluzione? “Bisogna rivedere le rese di produzione per ettaro perché, **se dobbiamo parlare di qualità, per il Primitivo Igp i 220 quintali per ettaro sono ormai improponibili**, così come sono anacronistici i 170 ettari per il Primitivo Salento”, spiega l'esperto. “Dobbiamo rivedere i disciplinari, non possiamo produrre troppo: in regione di discute proprio di questo. In genere, quando si parla di diminuzione i produttori non sono mai d'accordo, ma ora è un pensiero condiviso. In passato si fuggiva dalla terra, oggi tanti giovani vedono nella viticoltura una prospettiva di vita e vanno premiati”, conclude Tripaldi.

Comunque gli spazi per il rilancio dei vini rossi non mancano. Secondo i dati dell'Osservatorio Uiv relativi alla Gdo tedesca, nell'ultimo trimestre proprio il Primitivo vira di nuovo in positivo: +7% a volume e +3% a valore. “Non basta togliere l'alcol, bisogna aggiornare gli schemi produttivi: ci vuole un pensiero che parta dai dati. Noi siamo il primo Paese produttore al mondo: dobbiamo pensarci per tempo”, è l'invito finale di Flamini per reagire alla crisi. ❖

ELEGANZA, TRADIZIONE, GUSTO PER UN NATALE AUTENTICO



CANTINA
COPPOLA
1489
cantinacoppola.it

A Natale, scegli un vino del Salento per farti ricordare.
Doni preziosi che custodiscono una storia familiare secolare
e raccontano la bellezza di una Terra unica.

Produzione mondiale tra le più scarse degli ultimi 60 anni

di Gianluca Atzeni



Le stime preliminari dell'Oiv disegnano uno scenario quasi apocalittico. Ma c'è di più: la crisi climatica sarà la nuova normalità. Unica nota positiva: il crollo dei quantitativi può restituire al mercato l'equilibrio che manca

Mai così in basso come nel 2023. Almeno da 60 anni. La produzione mondiale di vino di questa annata disastrosa nei quantitativi è un pesante mix di congiunture sfortunate per entrambi gli emisferi nord e sud, capace di trascinare negli abissi i volumi di vino attesi. Le vittime principali sono i grandi Paesi produttori, a partire da quelli europei, con Italia e Spagna su tutti, fino ad Argentina, Brasile, Cile, Australia e Sud Africa. *“Unfavorable weather conditions”*, scrive l'Oiv, l'organizzazione internazionale della vigna e del vino, che martedì 7 novembre ha reso note le stime preliminari sulla vendemmia 2023, basate sulle rilevazioni di 29 Stati che rappresentano il 94% della produzione globale. È vero che il settore vitivinicolo si confronta ormai da due decenni con *“condizioni climatiche non favorevoli”*, ma non era mai accaduto che due emisferi perdessero contemporaneamente così grandi quantità di vino.

NUMERI IMPIETOSI

I numeri diffusi dall'Oiv sono impietosi. A livello mondiale, escludendo mosti e succhi d'uva, la produzione di vino è stimata a 244,1 milioni di ettolitri (-7% sul 2022), come risultato di una forbice che prevede un massimo di 246,6 mln/hl (livello comunque al di sotto dei 248 mln/hl di un'altra annata complicata come la 2017) e un minimo di 241,7 milioni di ettolitri, vale a dire l'annata più scarsa mai vista in sessant'anni. Il 1961, per l'appunto, registrò appena 214 mln/hl.

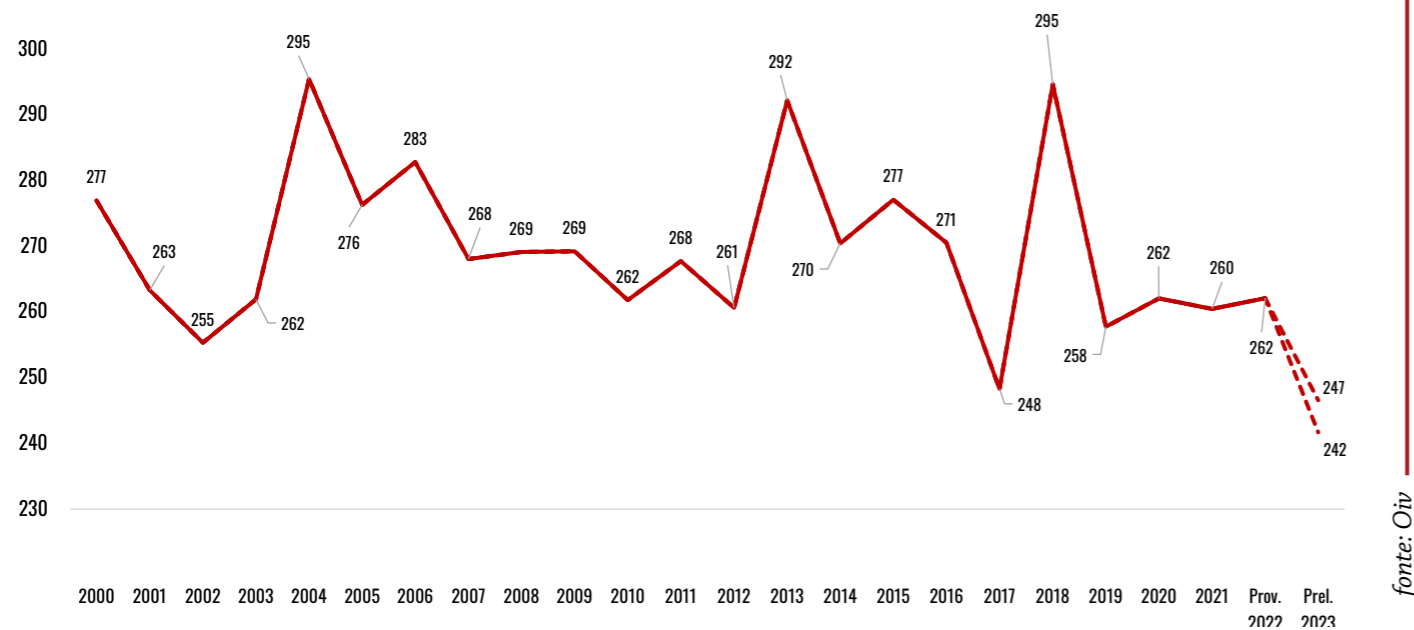
Il duro colpo al sistema arriva dopo quattro anni di sostanziale stabilità nei volumi, intorno a 260 mln/hl tra 2019 e 2022, ma se si guarda con attenzione al trend dal 2000 in avanti, si nota una lenta parabola discendente (vedi grafica a pag 18) che indica come la crisi climatica sia ormai diventata il nemico numero uno dei produttori.

CRISI CLIMATICA NUOVA NORMALITÀ

Nell'analisi generale su un vigneto globale di circa 7,25 milioni di ettari (dato 2022), soltanto poche zone hanno goduto di buone condizioni meteo, che hanno consentito di portare a casa un raccolto senza problemi. Per il resto, la 2023 è stata un'annata di dannose fitopatie, alluvioni, gelo, siccità estrema, grandinate e incendi. *“Le anomalie climatiche stanno diventando la nuova normalità”*, ha sottolineato **Giorgio Delgrosso**, responsabile statistico dell'Oiv che ha trasferito di recente la propria sede ufficiale da Parigi a Digione.

Tuttavia, in un contesto in cui le condizioni estreme hanno impattato in modo determinante, se si considera il generale calo dei consumi e il contemporaneo incremento delle giacenze, a partire dall'Italia, una produzione di livello inferiore al passato come quella del 2023 potrebbe, secondo l'Oiv, portare equilibrio a tutto il sistema vitivinicolo. »

Produzione vino mondiale (esclusi succhi d'uva e mosti) 2000-2023



» IL NUOVO PODIO: FRANCIA IN TESTA

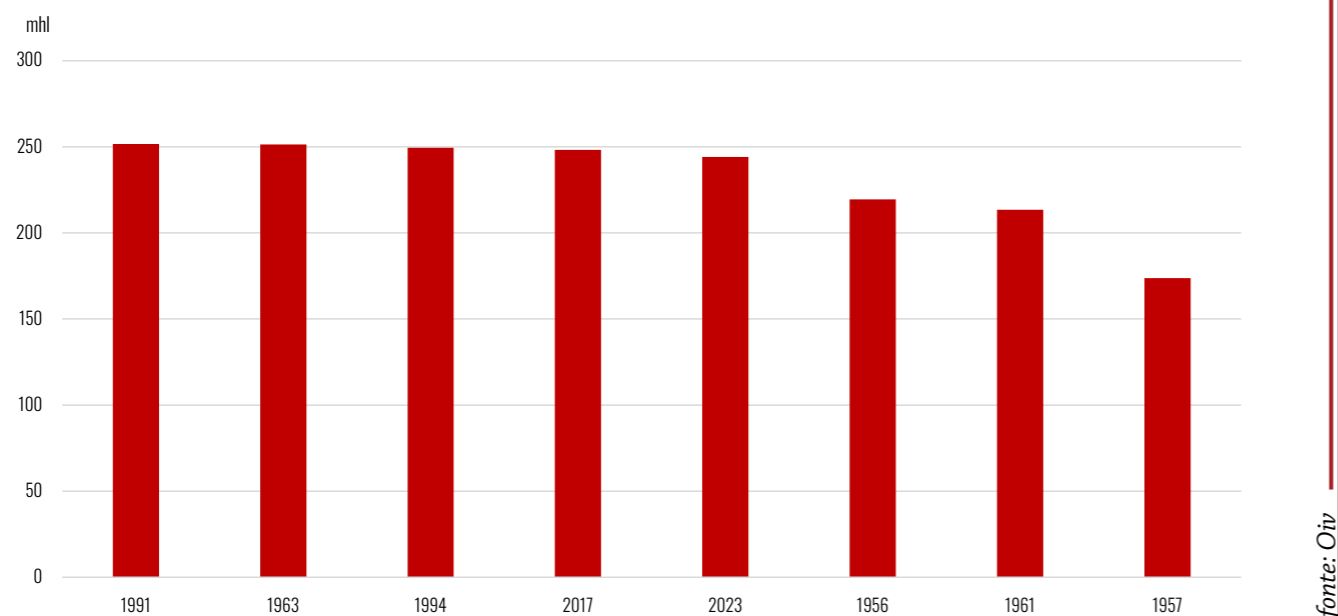
Dopo nove anni di primato indiscusso, l'Italia (con un -12% sul 2022, a 43 mln/hl) lascia lo scettro di primo produttore mondiale alla Francia (45,8 mln/hl, stessa produzione del 2022) mentre al terzo posto si conferma la Spagna (-14% e 30,7 mln/hl). **Quarta piazza per gli Stati Uniti, in controtendenza rispetto alla maggior parte dei Paesi**, grazie a un +12% nel raccolto 2023 che porta i volumi a 25,2 mln/hl. Anche i grandi produttori del Sud dell'equatore hanno sofferto, primo tra tutti il Cile (-20% e una stima di 10 mln/hl), seguito dall'Australia (-24% a 9,9 mln/hl), dal Sud Africa (-10% a 9,3 mln/hl) e dall'Argentina (-23% a 8,8 milioni di ettolitri di vino): tutti ampiamente (e in doppia cifra) al di sotto delle medie produttive degli ultimi cinque anni.

L'UNIONE EUROPEA A -7%

Nel dettaglio, l'Unione europea dovrebbe chiudere il 2023 con volumi intorno ai 150 milioni di ettolitri, con una perdita secca di 11,2 mln/hl, ovvero il 7% in meno del 2022 e l'8% al di sotto della media dell'ultimo quinquennio. **Complessivamente, nel 2023 la quota europea sulla produzione mondiale sarà del 61%, in linea con la media decennale.** Per l'Europa, se la stima sarà confermata, si tratterebbe del terzo più basso livello quantitativo dopo il 2017 e il 2012.

Il nuovo leader produttivo, la **Francia**, ha beneficiato del buon andamento delle regioni Cognac, Champagne e Corsica, a fronte di cali a Bordeaux, nel Sud-Ovest e in Languedoc-Roussillon. **L'Italia** ha sofferto soprattutto al

Produzione vino mondiale - annate più scarse in volume



Centro-Sud gli effetti della peronospora dopo un abbondante 2022. La **Spagna**, i cui livelli sono i più scarsi da 20 anni, ha fatto i conti con la siccità e con le alte temperature in Castilla-La Mancha, che perde dal 10% al 15%. **Germania** in controtendenza, con +1% a 9 mln/hl, così come **Portogallo** (+8% a 7,4 mln/hl) e **Romania** (+15% a 4,4 mln/hl). In terreno positivo, rispetto al 2022, anche Ungheria, Bulgaria e Slovenia. Al contrario, l'**Austria** perde il 7% a causa degli effetti del maltempo ma è soprattutto la **Grecia** a soffrire la congiuntura meteo sfavorevole (pioggia, fitopatie, siccità, ondate di calore), con un -45% in volume (a 1,1 mln/hl), che significa una produzione dimezzata rispetto alle medie quinquennali.

NELL'EXTRA UE, GLI USA RECUPERANO VOLUMI

Gli **Stati Uniti** brindano a un +12% a 25,2 mln/hl, al di sopra del 4% sulle medie dei cinque anni, grazie alle temperature fresche e a un inverno rigido nelle prestigiose aree di Napa e Sonoma, che negli anni scorsi avevano sofferto terribilmente la siccità. Non disponibili, invece, i dati preliminari della **Cina** (lo saranno nel primo semestre 2024). In **Russia**, la produzione di vino è in linea col 2022, a 4,9 mln/hl, ma superiore del 9% sul quinquennio. Male la **Georgia**, che scende a 1,5 mln/hl, con un -28% che significa il 20% in meno sui cinque anni. Situazione analoga in **Moldova**, dove il 10% in meno porta i volumi a 1,3 mln/hl. La **Svizzera** il milione di ettolitri di vino stimato è superiore del 4% al 2022 e del 14% sulla media dei cinque anni.

EMISFERO SUD INDIETRO DI DECENNI

Con 45 milioni di ettolitri di vino, l'emisfero Sud del mondo torna improvvisamente ai livelli quantitativi dei primi anni Duemila, dopo un 2021 e un 2022 nettamente sopra le medie, rispettivamente a 59 e 56 mln/hl. L'annata 2023 significherà, se confermata dai dati definitivi, **il 19% in meno sul 2022 e soprattutto il 18% in meno della media quinquennale.** Da questa

PRODUZIONE VINO
Peggiori cali rispetto al 2022

Italia	-5,9 mln/hl
Spagna	-5,0 mln/hl
Australia	-3,1 mln/hl
Argentina	-2,6 mln/hl
Cile	-2,5 mln/hl

fonte: Oiv - stime preliminari 2023

PRODUZIONE VINO
maggiori aumenti rispetto al 2022

Stati Uniti	+2,8 mln/hl
Germania	+0,9 mln/hl
Portogallo	+0,6 mln/hl
Romania	+0,6 mln/hl
Bulgaria	+0,1 mln/hl

fonte: Oiv - stime preliminari 2023

macroarea geografica arriverà il 19% del vino mondiale. Annata difficile per il **Cile**, che si ferma a 10 milioni di ettolitri di vino, con un taglio alle produzioni del 20% sul 2022. Male anche l'**Argentina** che raggiunge a malapena gli 8,8 mln/hl e registra, col -23% sullo scorso anno, una delle peggiori vendemmie nella sua storia. Calo in doppia cifra anche per il **Brasile**, a 2,3 mln/hl frutto di un -30%, per la siccità nell'area del Rio Grande do Sul. In difficoltà anche il Sud Africa, le cui stime si collocano a 9,3 mln/hl (-10%).

Nella lontana Oceania, l'**Australia** perde il 24% del raccolto sul 2022 a 9,9 mln/hl, a causa delle continue piogge e delle temperature basse che hanno condizionato la vendemmia. La **Nuova Zelanda**, infine, nonostante il -6% sul 2022 (a 3,6 mln/hl) registra un +14% sulla media degli ultimi cinque anni.

DOMANDA IN CONTRAZIONE: SERVE EQUILIBRIO

La scarsità dell'annata 2023 si ripercuoterà sul mercato del 2024. Del resto, il sistema vitivinicolo arriva da un triennio in cui si sono susseguiti una pandemia, una crisi mondiale dei prezzi delle materie prime, due guerre (Ucraina e Israele ancora in corso) e un andamento meteorologico che si sta dimostrando sempre più difficile da prevedere, con effetti via via più importanti. L'alluvione in Emilia-Romagna è tra gli esempi più eclatanti. La combinazione di questi fattori, secondo l'Oiv, ha avuto forti impatti sulla domanda globale di vino.

Sul settore stanno giocando contro anche alcuni fenomeni come una comunicazione errata e distorta sull'uso e abuso di alcolici e l'affermarsi di trend salutistici tra le nuove generazioni di consumatori. Non va dimenticata la forte competizione che arriva dalla progressiva diffusione in mercati fondamentali, tra cui gli Stati Uniti, di bevande low/no alcol. Insomma, in un momento di vendite altalenanti, un'annata scarsissima come la 2023 potrebbe anche evitare eccessi e accumuli di scorte di prodotto invenduto. ❖

FOCUS

ACQUI. Il Brachetto cerca il rilancio Si riparte dal dolce

di Gianluca Atzeni

Tempi non facili ma anche tempi di strategie di pianificazione e rilancio per la filiera dell'Acqui e il suo Brachetto. La denominazione piemontese, che riunisce nel Consorzio 60 iscritti (numero stabile nell'ultimo triennio), sta provando a riconquistare un mercato che nel tempo, a causa della congiuntura difficile, come accaduto anche ad altre Dop, è stato inferiore alle attese.

LE TIPOLOGIE. La versione rosata spumante secca, introdotta alcuni anni fa, non ha fatto ancora breccia tra i consumatori e non ha conquistato la fiducia delle imprese produttrici (circa 30mila bottiglie annue) anche se c'è una ripresa della versione più storica e tradizionale del Brachetto (rossa e secca ferma), gradita ai ristoratori locali.

Il peso della Dop, quindi, resta sulle spalle della versione dolce spumante, venduta in prevalenza in Italia e in Gdo, con l'Horeca al 33%. Ecco perché il Cda ha messo mano a un piano di promozione e marketing che punta sulle festività 2023 e 2024. Anche per evitare di ricorrere, come in questo 2023, a misure drastiche come la distillazione di crisi.

IL MERCATO. Il mercato dice che gli ettari iscritti nella vendemmia 2022 a Brachetto d'Acqui sono stati

In cifre

60 soci
930 ettari
3,9 mln (2022)
bottiglie
35% export

fonte: Consorzio tutela vini Acqui



circa 930, di cui 787 rivendicati, a cui vanno sommati i 210 ettari rivendicati a Piemonte Brachetto. La produzione totale sfiora i 4 milioni di bottiglie, di cui 2,9 mln a Brachetto d'Acqui e 942mila di Piemonte Brachetto. **L'export vale poco più di un terzo delle vendite** e si concentra negli Usa e in Europa (Danimarca, Paesi Bassi), con una menzione per l'emergente Corea del Sud. La piazza italiana vede una diminuzione degli imbottigliamenti. Secondo i dati consortili, la flessione è di circa il 30% nel primo semestre 2023 (poco sopra i 900mila pezzi) rispetto allo stesso periodo 2022. Il Consorzio, tuttavia, sottolinea che alcune aziende presenti confermano i numeri del 2022. Considerando, infine, la vendemmia 2023 da una prima autocertificazione delle aziende corrispondente a circa 85% della filiera (dati definitivi a gennaio 2024), i quintali d'uva raccolta sono 46.500 e gli ettolitri di vino 26.300.

LE STRATEGIE. L'ente piemontese ha pianificato una comunicazione che si concentrerà a ridosso del Natale, con degustazioni programmate in Gdo nei punti vendita concordati con le aziende. *"Un'attività"* fa sapere il presidente Paolo Ricagno *"che po-*

trebbe essere ripresa anche per la Pasqua 2024". Per le aziende non presenti in Gdo, il Consorzio ha previsto attività più fieristiche e la partecipazione a eventi mirati: *"Stiamo, inoltre, selezionando influencer e blogger professionisti per divulgare la denominazione nei social e in piattaforme e-commerce"*. Per quanto riguarda le strategie estere, il lavoro si concentra sulla Danimarca, con masterclass e incoming e azioni di promozione su carta stampata e online. *"Probabilmente"* aggiunge Ricagno *"ci sarà un coinvolgimento diretto in loco con le aziende e una serie di attività b2b"*.

L'ENOTURISMO. L'incoming sul territorio è tra le chiavi del rilancio della Dop. Il Consorzio lavora in sinergia con Comuni, enoteche, pro loco per diffondere la cultura del vino e del cibo piemontese. E quasi tutte le aziende sono organizzate per l'accoglienza: degustazioni, picnic in vigna con prodotti locali, passeggiate e tour in e-bike, camminate in vigna.

Il territorio dell'Alto Monferrato, ricorda il Consorzio, è inserito nel Big bench community project, progetto turistico che dal 2015 cura l'installazione di panchine giganti nei punti panoramici.

GAMBERO ROSSO



BENTU LUNA

SARDEGNA

PRESENTA

GLI ABBINAMENTI DI GIUSEPPE CARRUS CON LE RICETTE DI LUIGI POMATA



Giuseppe Carrus, curatore della guida Vini d'Italia del Gambero Rosso ci accompagna a scoprire il

Bentu Luna Sardegna Rosso Sobi 2019

in abbinamento con

Bottoni di pasta fresca ripieni di stracotto di manzetta, gamberi rossi, crema di ricotta, coste, gel di pera e sugo d'arrosto dello chef Luigi Pomata

GUARDA IL VIDEO



LOMBARDIA. "Gli agriturismi fanno concorrenza sleale ai ristoranti" Fipe contro la Regione dopo il via libera alle nuove agevolazioni

di Loredana Sottile

"Troppe agevolazioni per gli agriturismi a danno della ristorazione". Fipe-Confcommercio Lombardia punta il dito contro il Consiglio Regionale lombardo che ha dato il via libera ad una serie di agevolazioni per le attività agrituristiche, tra cui **la deroga nei giorni festivi al limite massimo di pasti quotidiani** (fissato in precedenza a 160) e l'ampliamento delle superfici destinate alla somministrazione.

Per giorni festivi si intendono oltre dieci ricorrenze annuali, quali Festa della Liberazione, Festa dei Lavoratori, Ferragosto e così via. "Giornate estremamente importanti" secondo Fipe "capaci di dare respiro al settore della ristorazione, anche grazie al comparto dei ricevimenti. In questo modo" spiega il presidente di Fipe Lombardia **Lino Stoppani** "si crea una totale sovrapposizione con i pubblici esercizi nonostante le attività agrituristiche operino in condizioni sfavorevoli rispetto a quelle dei pubblici esercizi, in termini fiscalità generale, agevolazioni e obblighi burocratico-amministrativi". Da qui l'accusa di concorrenza sleale da parte della Federazione dei pubblici esercizi. "Non si tratta di essere contro la libertà di mercato" sottolinea Stoppani "Tutt'altro:



si tratta di affermare il principio 'stesso mercato stesse regole', coerentemente con quanto previsto anche dal Mercato unico europeo".

Non si è fatta attendere la risposta di Confagricoltura affidata alle parole del presidente della sede di Pavese **Giacomo Brusa**. "Viene lamentata una concorrenza sleale che non c'è. I pubblici esercizi sono siti prevalentemente in centri urbani, potenzialmente attivi 365 giorni all'anno, senza limitazioni nell'acquisto di prodotti e nell'offerta di piatti e in generale senza condizionamenti meteo climatici. L'attività agriturbistica si svolge in territori rurali, fuori dai centri urbani, è prettamente

stagionale e fortemente legata all'andamento meteorologico". **Brusa ricorda, poi, i vincoli a cui sono soggetti gli agriturismi, tra cui servire solo vini lombardi e almeno il 35% di produzione aziendale.** Per poi concludere con una considerazione più ampia: "Il vero senso dell'agriturismo è garantire una integrazione al reddito agricolo in zone difficili, mantenere gli agricoltori sul territorio, ampliare l'offerta turistica e valorizzare il territorio anche con la conoscenza diretta delle imprese agricole e delle loro produzioni. Tutto questo naturalmente va a vantaggio dell'offerta turistica complessiva. È proprio così difficile fare sistema?"

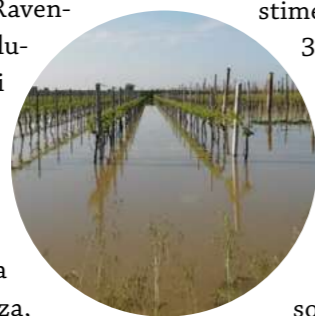
ALLUVIONE. Accordo Cia-Bper Banca per supportare le imprese danneggiate

Prestiti a zero interessi e zero spese. È, in sintesi, il contenuto dell'accordo tra Cia-Agricoltori italiani e Bper Banca per il sostegno delle aziende agricole dell'Emilia-Romagna (Reggio Emilia, Modena, Bologna, Ferrara, Ravenna, Forlì-Cesena e di Rimini) colpite dall'alluvione di maggio. Sottoscritta nella sede Cia di Cesena, dal responsabile del nuovo servizio Agri banking di Bper Banca, Oliviero Giacomo Falconi, e dal presidente nazionale di Cia, Cristiano Fini, l'iniziativa dà modo a Cia di mettere a disposizione i fondi raccolti con la campagna nazionale promossa per l'emergenza, plafond a copertura degli interessi e dei costi a carico dei richiedenti, in favore delle aziende associate. Da parte sua, **la banca rinuncia alla propria redditività nell'o-**

perazione di finanziamento, applicando condizioni di favore limitate alla copertura dei propri costi.

Nel dettaglio, i prestiti, con finalità liquidità oppure investimento, potranno avere una durata fissa di 24 o 36 mesi e un importo tra 15mila e 30mila euro. Entro il 31 gennaio 2024, le aziende interessate dovranno rivolgersi direttamente alle sedi locali di Cia incaricate di verificare il rispetto dei requisiti previsti e rilasciare la "Lettera di presentazione accompagnatoria", necessaria per richiedere il finanziamento agevolato presso le filiali Bper Banca. Il presidente Cristiano

Fini parla di possibilità di mettere a terra un progetto di solidarietà concreta per la ripartenza, assieme a un partner storico come l'istituto di credito modenese.



NEUROMARKETING

Gli effetti dell'etichetta "allarmante"



L'Irlanda sarà il primo paese al mondo a imporre l'etichetta sulle bevande alcoliche per avvertire dei pericoli per la salute legati al loro consumo, come per le sigarette. La legge entrerà in vigore nel 2026 dopo la mancata opposizione della Commissione Ue (per tacito assenso), che ha riaperto il dibattito sul tema "alcol e salute". Ma un'etichetta con indicazioni salutistiche avrà effetto sul mercato?

Considerando indispensabile la corretta la posizione di rifiuto di tutto il mondo enologico, a partire dal presidente di Assoenologi, Riccardo Cotarella, possiamo fare delle considerazioni sull'efficacia del messaggio. Le frasi "il fumo fa male" e/o "il fumo provoca il cancro" e le terribili immagini nei pacchetti di sigarette sono stati oggetti di studio neuroscientifico (come narrato da Martin Lindstrom autore di Buyology) attraverso metodologie classiche (interviste, focus group e questionari) e tramite risonanza magnetica funzionale (fMRI) per analizzare la "vera reazione" alle etichette allarmanti. I soggetti coinvolti erano fumatori e non fumatori. In una prima fase di indagine con metodi classici la ricerca fece emergere una forte reazione negativa alle immagini, dichiarata dai soggetti fumatori e non, lasciando presupporre che la scelta di inserire queste immagini nel pacchetto di sigarette avrebbe avuto una sicura capacità di riduzione del consumo di tabacco. I risultati della risonanza magnetica furono illuminanti. Nei soggetti non fumatori, i ricercatori rilevarono una profonda reazione emotiva negativa con attivazione nel Sistema Limbico dell'Insula deputata al disgusto e dell'Amigdala legata alla reazione di paura. Giusto. L'effetto era quello sperato. Ma ciò accadde solo con i non fumatori. E i fumatori? Si attivarono con il loro Nucleo Accubens che risiede sempre nel Sistema Limbico e che è legato alle reazioni emotive positive. Insomma, la vista del pacchetto di sigarette, sebbene ricco di immagini allarmanti, aveva attivato i fumatori provocando la piacevole sensazione di una sigaretta che sta per arrivare. Non vi fu pertanto l'effetto sperato.

Oggi, nessun fumatore sostiene che le immagini sui pacchetti di sigarette hanno un effetto sui loro comportamenti di consumo. Probabilmente, lo stesso capiterà con il vino. Non credo che l'etichetta allarmante avrà affetti sul mercato, se non in piccola parte. Cionondimeno, il sistema vino dovrà continuare a contrastare questa discutibile decisione europea

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

PROGRAMMI TV. Maestri di Cantina è la brutta copia di Quattro ristoranti Niente litigi e giudizi di fuoco, solo nozioni generali sul vino

di Marzio Taccetti

Chi si aspetta un programma in cui i concorrenti cercano di affossarsi l'un l'altro a colpi di critiche negative resterà deluso. Non ci sono scambi di giudizi citrini durante le prove o discussioni accese riguardo al prodotto dell'uno o dell'altro, ma solo presentazioni aziendali e qualche nozione essenziale sul mondo del vino. È arrivato su Mediaset Infinity la prima puntata di Maestri di Cantina dal titolo "Chicche del Piemonte". La ricetta del nuovo format dedicato al vino è semplice: tre cantine si sfidano per uscire come vincitore finale insigniti dal Tappo d'oro. Ogni puntata è contraddistinta da una tematica che lega i concorrenti dell'episodio e, a fare da giudici, ci sono un esperto del mondo del vino insieme a un influencer, che cambiano a ogni puntata. Alessandra Ferdi è la padrona di casa che guida la trasmissione e presenta gli ospiti delle aziende. Tre le sfide previste: terroir e cantina, esperienza di cantina, degustazione con storytelling. Segue la faticosa valutazione dei due giudici e



la relativa premiazione della cantina vincitrice. Ma, Se avevate in mente di assistere a un programma sulla stregua di Quattro ristoranti e Quattro alberghi rimarrete delusi, infatti le autrici del programma Alessandra Fedi e Alessandra Cardone avevano dichiarato che "la novità è che i produttori non vengono messi in competizione sul vino, ma sulla loro

capacità di raccontare al meglio tutto ciò che ci sta intorno". Il format è più che altro un racconto individuale di ogni cantina, intervallato da qualche piccola lezione del sommelier turno. Gli scenari suggestivi, i voli panoramici sui vigneti e gli incantevoli paesaggi colorano la puntata, ma più che una sfida tra cantine è una presentazione delle stesse con una premiazione finale. Il risultato è che si viene invogliati a partire per quelle destinazioni, grazie a un buon lavoro di regia e le nozioni sul vino sono pillole veloci che avranno appeal tra chi si sta avvicinando al vino, ma che rimangono sulla superficie di un argomento vasto e complesso.

SOSTENIBILITÀ 1. Ruffino prima cantina con la certificazione per la parità di genere di Divina Vitale

“Dobbiamo produrre un impatto positivo su tutti i fronti” ha detto **Sandro Sartor** (foto), presidente e amministratore delegato Ruffino alla presentazione del quinto bilancio di sostenibilità (economico, sociale, ambientale) rendicontato attraverso le linee guida internazionalmente riconosciute del Global Reporting Initiative. “Siamo *“contadini”* ha proseguito *“e lavoriamo un prodotto che viene dalla terra; per forza l'elemento ambientale deve essere la chiave della nostra strategia”*.”

Ma c'è di più. Ruffino è fra le prime aziende vitivinicole italiane a ottenere la certificazione PDR 125/22 relativa alla parità di genere, **grazie al rispetto di più parametri, tra i quali la presenza quasi uguale fra uomini e donne, pari retribuzione per stessa posizione e presenza di donne nel leadership team aziendale**. “Dobbiamo sviluppare la capacità di essere più inclusivi possibile per potersi avvicinare ad un mercato globale” continua Sartor.

Il percorso sostenibile dell'azienda toscana non nasce ora: era il 2018 quando fu sviluppata la piattaforma di comunicazione Ruffino Cares, un progetto che si è evoluto negli anni fino a incubare, sviluppare e raccontare oggi tutte le azioni del Gruppo in ambito ESG. Considerevoli le certificazioni già conseguite in ambito ambientale: la SNQPI e Biodiversity Friend per il 100% dei vigneti di proprietà, ormai prossima anche quella biologica di tutte le tenute, oltre 500 ettari di vigneto, che sarà totalmente conseguita dalla vendemmia 2024. Importanti i progetti per dare valore all'acqua con un risparmio del 50% dei volumi di acqua utilizzati grazie all'irrigazione di precisione rispetto a quella tradizionale, la creazione di 3 nuovi bacini artificiali (e 3 in fase di costruzione) per il collettamento di acqua piovana con cui alimentare i si-



stemi di irrigazione: obiettivo aziendale è quello di soddisfare il fabbisogno di circa il 60% dei propri vigneti toscani entro il 2025. In ambito produttivo la sostenibilità passa anche dal confezionamento: Ruffino dichiara la totalità del packaging completamente riciclabile, **un risparmio di 300 tonnellate di vetro utilizzato rispetto all'anno precedente grazie a un progetto di riduzione del peso delle bottiglie** e l'obiettivo di lavorare con carta e cartone interamente certificato FSC entro due anni. Infine, ma non per importanza, c'è l'aspetto del consumo responsabile. “Fondamentale” secondo Sartor *“perché il vino contiene alcool e quindi può creare problematiche importanti. In questo senso abbiamo promosso un progetto attivo nelle scuole per parlare con i ragazzi e fare educazione”*.

SOSTENIBILITÀ 2. Sale il rating Esg di Banfi: performance migliori nel 2022

Performance ambientali in miglioramento per Banfi, azienda di Montalcino (produttrice del primo Brunello certificato Equalitas), che sulla sostenibilità ha investito da anni e che, nell'ambito della riorganizzazione societaria avvenuta nel 2023, ha istituito anche un comitato Esg (Environmental, social, governance), col compito di indirizzare le strategie ambientali, sociali e di governance. Se, infatti, per il 2021 il giudizio di Cerved rating agency (società terza che misura l'impatto ambientale) è stato di “BB”, per l'anno 2022 il giudizio è migliorato, salendo a “BBB”. **Gli spazi di crescita sono ancora ampi, se si pensa che la scala di rating prevede altri tre livelli superiori, fino alla tripla A**. Banfi ha fatto meglio in materia di emissioni, di completamento del calcolo della impronta carbonica e idrica e, per gli aspetti sociali, ha aumentato le ore di formazione e ha abbassato il tasso di infortuni: *“Il passaggio del rating alla categoria di valore alto ci spinge a migliorare costantemente le nostre performance”*, ha dichiarato direttore generale Enrico Viglierchio.



NOMINE. Andrea Conzonato nuovo Ad di Santa Margherita Gruppo Vinicolo

Nuovo amministratore delegato per Santa Margherita Gruppo Vinicolo. Dopo l'interim di Stefano Marzotto, arriva Andrea Conzonato, **55 anni veronese, ingegnere elettronico, esperto di digitalizzazione delle imprese** che ha lavorato sia nel ramo beauty con Procter&Gamble sia nel food con Campari group, sia nel settore tabacchicolo con British americano tobacco. Conzonato si è detto *“onorato di entrare a far parte di una delle realtà storiche del vino italiano”*. *“Confermiamo la tradizione nella gestione manageriale delle società con l'innesto di professionalità esterne di grande spessore a fianco della famiglia”*, è stato il commento di Stefano Marzotto (attualmente presidente di Zignago Holding). *“Ci avviciniamo al traguardo dei novant'anni”* ha aggiunto Gaetano Marzotto, presidente del gruppo vinicolo *“con molti punti di forza: nel modello di cooperazione e di sostenibilità sociale adottato, nelle tecnologie impiegate sul versante della sostenibilità ambientale e del contrasto al riscaldamento globale, nella conduzione biologica, nel modello di gestione delle imprese e delle relazioni industriali e nella proiezione internazionale”*. Nel 2022, Santa Margherita ha superato i 260 milioni di euro di fatturato, per il 73% realizzato all'estero.



CONSORZI. Gioia del Colle sceglie Nicola Chiaromonte

Cambio ai vertici del Consorzio per la tutela e la valorizzazione dei vini Dop Gioia del Colle. Il Cda, riunito il 26 ottobre scorso, ha eletto Nicola Chiaromonte alla presidenza **al posto di Nicola Insalata che diventa vice** insieme a Pasquale Petrerà. Sono membri del consiglio anche Filippo Casano, Doni Coppi, Alessia Maggioletti e Giovanni Zullo. L'ente di tutela, fondato nel 2000, comprende i territori di 16 comuni, 92 soci, con trentaquattro cantine. Da una produzione iniziale di 70mila bottiglie si è arrivati a un milione, per circa 400 ettari vitati. Il rinnovo del disciplinare e ottenimento la Docg sono tra gli obiettivi del nuovo mandato. Si punterà anche sulla promozione e su una nuova strategia di comunicazione.



#stappacongamberorosso
VINI D'ITALIA 2023



Pinot Nero dell'Oltrepò Pavese
Poggio della Buttinera Ris. '19
TRAVAGLINO

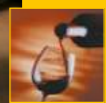
Nella zona dell'Oltrepò Pavese più precisamente a Calvignano troviamo l'azienda Travaglino. Nel 1868 la famiglia Comi acquista la tenuta di Travaglino che conta 80 ettari di vigneti. Con Marco Sabellico assaggiamo il Pinot Nero dell'Oltrepò Pavese Poggio della Buttinera Ris. '19. Dal colore rosso rubino, al naso è elegante con note di frutti rossi di fragoline selvatiche e ribes nero, note speziate e vegetali. Al palato è ricco di frutto, con tannini morbidi ed eleganti ed una bella acidità che dona verticalità all'assaggio, chiude su note balsamiche e speziate. Ottimo in abbinamento con un risotto ai funghi porcini o al tartufo, con un piccione al forno oppure con dei formaggi di capra.

Visita il sito travaglino.com/it/

Per guardare la puntata:
[instagram.com/reel/CzZA8Vgo8Wz/](https://www.instagram.com/reel/CzZA8Vgo8Wz/)

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.



M&A. L'australiana Twe sborsa un miliardo di dollari per l'americana Daou Vineyards



Maxi acquisizione negli Stati Uniti da parte del gigante del vino australiano, Treasury Wine Estates (Twe). A finire sotto il controllo del gruppo quotato alla borsa di Sydney è stata la società Daou Vineyards, fondata nel 2007 dai fratelli Georges e Daniel Daou, nel distretto Adelaida di Paso

Robles (California), attiva nel segmento del vino di alta gamma. Per un miliardo di dollari Usa, la Twe si garantisce il marchio, le strutture per l'ospitalità nelle aree montane, 160 ettari di vigneto, quattro boutique winery. Ma soprattutto si posiziona nel segmento luxury (tra 20 e 40

dollari) e consolida la fascia sopra i 40 dollari. Negli Stati Uniti, sottolinea Twe nella nota che annuncia l'acquisizione, il segmento vale 4 miliardi di dollari ed è quello coi più alti tassi di crescita.

Twe, guidata dal ceo Tom Ford, definisce Daou Vineyards come una delle imprese che è cresciuta più rapidamente in questi anni, grazie a un approccio moderno e attento alle nuove generazioni. Ogni anno, per esempio, oltre 90mila enoturisti visitano la struttura di Paso Robles. **I fratelli Daou resteranno in azienda e Daniel continuerà a fare il responsabile enologo.** "Con Daou" ha dichiarato Ford "ci posizioneremo al meglio per entrare in contatto con una nuova generazione di amanti del vino, unendo tradizione e innovazione, esperienze culturali, e una distribuzione a livello globale". L'acquisizione dovrebbe chiudersi entro il 2023 e dovrà essere approvata dalle autorità antitrust. - G.A.

RICONOSCIMENTI. Pasqua azienda "innovativa" per Wine Enthusiast

C'è anche Pasqua Vigneti e Cantine nell'elenco dei Wine Star Award, promosso dalla rivista internazionale statunitense Wine Enthusiast e giunto alla sua 24esima edizione. L'azienda veneta, con base in Valpolicella e guidata da Umberto, Riccardo e Alessandro Pasqua, è stata scelta da Wine Enthusiast come innovatrice dell'anno. Un premio che per la prima volta viene in Italia e che, per la cantina veronese, arriva contemporaneamente alla certificazione Equalitas.

In questa edizione del premio, il Belpaese ha ben figurato. Sui 15 premi destinati ai personaggi, alle aziende e ai territori più influenti e importanti dei settori vino, alcolici e bevande ci sono ben tre italiani. Nell'elenco ci sono anche Alessio Planeta, enologo dell'anno, e Ca' del Bosco, azienda franciacortina indicata come Cantina europea dell'anno. I riconoscimenti saranno consegnati in una serata gala a New York, a febbraio 2024.

www.wineenthusiast.com/wsa-winners-2023/



* gambero rosso
channel

GAMBERO ROSSO sky

* Il primo canale italiano
interamente dedicato al food & wine

on air su piattaforma
sky canale 133 e 415



agrimontana

GAMBERO ROSSO®



Il Gelato di Filiera

Dal campo al cono



Limone di Amalfi IGP - Mela Annurca IGP - Nocciola IGP

EVENTO. Fino al 12 novembre
Cantine Aperte a San Martino


Torna Cantine Aperte a San Martino. La nuova edizione, che ha preso il via sabato 4 novembre, si chiuderà il giorno 12 con un programma ricco, sotto la guida del Movimento Turismo del Vino. Il presidente Nicola D'Auria parla di occasione unica dedicata a tutti i wine-lover per entrare in contatto con i produttori, condividere la fine della vendemmia e gettare le basi per il nuovo anno vitivinicolo.

In tutta Italia sono previste passeggiate in vigna, degustazioni guidate di vecchie e nuove annate, escursioni, visite nei luoghi di rilevanza storico-culturale, performance musicali, laboratori didattici per scoprire tutte le fasi di produzione del vino. Non mancheranno pranzi e cene con i prodotti tipici del territorio.

Il programma integrale del consueto appuntamento di fine anno a cura di Mtv si può consultare su www.movimentoturismovino.it/

supervisione editoriale

Marco Mensurati

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Vittorio Ferla, Cesare Pillon,

Lorenzo Ruggeri, Vincenzo Russo, Marzio

Taccetti, Divina Vitale

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

ENO MEMORANDUM
FINO AL 12 NOVEMBRE
❖ CANTINE APERTE A SAN MARTINO

in tutta Italia
www.movimento-turismovino.it/

FINO AL 19 NOVEMBRE
❖ LA VILLA, IL VINO, VENEZIA

NELLE VILLE VENETE
consorziovinivenezia.it/

10 NOVEMBRE
❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO PIEVALTA

Castello di Jesi Verdicchio
 Cl. San Paolo '20
 sui canali social
 del Gambero Rosso

11 NOVEMBRE
❖ MAREDIVINO

Livorno
 fino al 13 novembre
maredivino.it

12 NOVEMBRE
❖ BACK TO THE WINE

Venezia
 Terminal 103
 presso Stazione Marittima
 fino al 13 novembre
backtothewine.com

13 NOVEMBRE
STAPPA CON GAMBERO ROSSO

❖ Laurent Perrier
 Grand Siècle N.26
 sui canali social
 del Gambero Rosso

15 NOVEMBRE
❖ STAPPA CON GAMBERO ROSSO

Pasqua
 Trevenezie Y By 11 Minutes
 Rosé '21
 sui canali social
 del Gambero Rosso

18 NOVEMBRE
❖ FIERA DEI VINI

Piacenza
 Piacenza Expo
 fino al 20 novembre

19 NOVEMBRE
❖ THE WINE REVOLUTION

Sestri Levante (Genova)
 fino al 20 novembre
thewinerevolution.it

19 NOVEMBRE
❖ FESTIVAL DEI VINI E DEI SAPORI DI LOMBARDIA

Broni (Pavia)
 Enoteca Regionale
facebook.com/viniesaporidilombardia.it

19 NOVEMBRE
❖ DURELLO & FRIENDS

Verona
 Mercato coperto
 (ex macello)
 Galleria Filippini
 dalle 17 alle 20
 fino al 20 novembre
montilessini.com

20 NOVEMBRE
FORUM NIZZA

Nizza Monferrato
 Palazzo Carignano
 Museo del Risorgimento
 Italiano
 dalle 15 alle 19.30
ilnizza.net/

20 NOVEMBRE
❖ BIENNALE INTERNAZIONALE DEL VINO

Vicenza
 Villa Curti
 fino al 21 novembre
biennaledelvino.com

25 NOVEMBRE
❖ MERCATO DEI VINI DEI VIGNAIOLI

Bologna
 fino al 27 novembre
mercatoideivini.it/

26 NOVEMBRE
❖ BEREBENE

Roma
 Palazzo Brancaccio
 dalle 16 alle 20
store.gamberorosso.it/

Con il patrocinio di:



PIACENZA
 18-20
 novembre
 2023

**Fiera
 dei
 Vini**

www.fieradeivini.it

*il vino
 si compra
 in fiera
 naturalmente!*



PIACENZAEXPO

Tel. 0523 602711

fieradeivini@piacenzaexpo.it



VISITA IL
 NOSTRO SITO

AUSTRALIA. Export vino in negativo Male States e Regno Unito



di Gianluca Atzeni

Se si guarda nel dettaglio ai dati export dell'Australia si capisce ancora meglio l'esultanza dei produttori vitivinicoli locali per il fallimento del negoziato sul libero scambio tra il governo di Canberra e Bruxelles di qualche giorno fa a Osaka, in Giappone. Perché, in una congiuntura che da qualche anno è negativa, **la prospettiva di poter produrre ancora il Prosecco aussie significa in qualche modo ossigeno per i bilanci economici di molte aziende.** Il -11% a valore e il -4% a volume registrato a settembre dalle vendite estere, secondo i dati di Wine Australia, dicono molto delle difficoltà che sta incontrando questo Paese sul mercato dei vini, soprattutto da

quando i rapporti commerciali con la Cina si sono deteriorati. Ultimamente, c'è stato un riavvicinamento tra le parti, stando alle dichiarazioni riconcilianti dei rispettivi governi, ma prima che i vini rivedano la luce ci vorrà un po' di tempo.

L'Australia nei 12 mesi terminanti a settembre 2023 ha venduto complessivamente 604 milioni di litri di vino per 1,79 miliardi di dollari australiani, a un prezzo medio che sfiora i 3 euro al litro, anch'esso in calo del 7%. Il 59% della produzione di vino nazionale varca i confini. Secondo Wine Australia, a sfavore stanno giocando diversi fattori, a cominciare dal calo dei consumi in molti mercati maturi e in particolare nelle fasce al di sotto dei dieci dollari Usa a bottiglia. A pesare risultano anche l'aumentato costo della vita e

una certa generale moderazione nel bere da parte di consumatori orientati sempre più al risparmio. In particolare, **nell'ultimo trimestre (luglio-settembre) sono stati i mercati Uk e Canada ad aver pesato di più in senso negativo sui volumi**, mentre sono stati gli Stati Uniti ad aver determinato maggiormente la flessione a valore, seguiti da Canada e Uk. Mentre Hong Kong è in controtendenza, con un +26%.

Per dare un'idea di quanto difficile sia il momento economico per i vini australiani, basti pensare che a ottobre del 2020 furono raggiunti i 3 miliardi di dollari di export e, come ha fatto notare lo stesso Peter Bailey, responsabile delle analisi di mercato per Wine Australia, da quel momento in poi il trend è stato discendente. Di positivo c'è che è cresciuto il numero di imprese locali che esportano i propri vini, con un centinaio di imprese in più, in prevalenza verso Hong Kong, Thailandia e Filippine. Le prospettive future per il comparto sembrano, in generale, essere moderatamente positive, dal momento che la Cina ha annunciato, come detto, di voler rimettere mano ai durissimi dazi in fase di importazioni dall'Australia.

Australia - primi 5 mercati del vino (valore)

Usa	-11%
Uk	-10%
Hong Kong	+26%
Canada	-22%
Singapore	-12%

fonte: Wine Australia - settembre 2023

Australia - primi 5 varietà esportate

Chardonnay
Shiraz
Caberner Sauvignon
Pinot Gris/Grigio
Merlot

fonte: Wine Australia - settembre 2023

Con il contributo della
Fondazione Gambero Rosso

GAMBERO ROSSO

WINE Feed Your Soul

Esperienze
enogastronomiche
da sogno per
Medici Senza Frontiere

4 dicembre 2023
ore 14.00

Per partecipare all'asta registrati su
www.6enough.bid



6enough

 **MEDECINS SANS FRONTIERES**
MEDICI SENZA FRONTIERE



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

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

www.gamberorossointernational.com

GamberoRossoInternational  

2024

JANUARY

15 STOCKHOLM - Sweden	trebicchieri 2024
17 OSLO - Norway	trebicchieri 2024
19 COPENHAGEN - Denmark	Vini d'Italia
30 NAIROBI - Kenya	Top Italian Wines Roadshow

FEBRUARY

05 ZURICH - Switzerland	Vini d'Italia
07 MUNICH - Germany	trebicchieri 2024
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
21 LONDON - U. K.	trebicchieri 2024

APRIL

14 VERONA - Italy	trebicchieri 2024 - Vinitaly Special
25 MEXICO CITY - Mexico	Top Italian Wines Roadshow
29 DALLAS - USA	Top Italian Wines Roadshow

MAY

1 MIAMI - USA	Vini d'Italia/Top Italian Wines Roadshow
3 VANCOUVER - Canada	trebicchieri 2024
6 TORONTO - Canada	trebicchieri 2024
8 OTTAWA - Canada	trebicchieri 2024
15 ALMATY - Kazakhstan	Top Italian Wines Roadshow
HO CHI MINH - Vietnam	Top Italian Wines Roadshow
SINGAPORE	trebicchieri 2024
28-30 HONG KONG	trebicchieri 2024 - Vinexpo Special

JUNE

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

IL MIO EXPORT

La Cappuccina - Elena Tessari

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

La percentuale di export sul totale aziendale è di circa il 65%, il restante 35 % è Italia che rimane il primo mercato per noi. Tra i mercati esteri Stati Uniti, Canada, Giappone e poi Germania, Inghilterra e Nord Europa.

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

Noi vendiamo meglio negli Stati Uniti perché è un mercato vasto che adora la cucina italiana e tutto quello che ruota attorno all'*italian life style*. Di converso risulta più difficile in Cina che, pur essendo altrettanto estesa, è, per tradizione agli albori nell'apprezzare la cultura del vino.

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

Tutti questi eventi negativi insieme creano un mix esplosivo che conduce ad un generale clima di sfiducia. Non esportiamo più in Ucraina e siamo veramente rammaricati per la distruzione che sta avvenendo. Per quanto riguarda la sfera energetica nello specifico, oltre dieci anni fa abbiamo realizzato un impianto fotovoltaico, ampiamente ammortizzato, che ci consente di essere quasi autonomi per la produzione di energia elettrica di origine solare.

4 Quali strategie per superare questo momento?

Il sistema vino in Italia soffre da sempre di una estrema frammentazione, servirebbe maggior coesione a livello produttivo. Ritengo in ogni caso che sia fondamentale la qualità: noi siamo una piccola realtà familiare che punta sull'autenticità dei propri vini e valori. L'artigianalità è un elemento che va preservato altrimenti finiremmo per avere una produzione standard, omologata di anno in anno.

5 Come va con la burocrazia?

Viviamo la burocrazia come uno zaino sempre più pesante da portare che rallenta il nostro operato



quotidiano e ci rincresce non poter dedicare queste energie ad attività certamente più soddisfacenti e produttive.

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

Gli stranieri fortunatamente continuano a preferire e scegliere il nostro vino italiano. La nostra enogastronomia è così variegata e "biodiversa" da incontrare sia il gusto del consumatore più sofisticato che quello meno esperto. Se poi il vino è anche certificato bio tanto meglio per la salute e l'ambiente. Tra qualche anno festeggeremo il 40° anniversario di agricoltura bio e siamo fieri, da pionieri, di averla diffusa in tutto l'areale del Soave

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

Fin dai primi viaggi all'estero le persone non credevano che fosse possibile incontrare i produttori e quando ci chiedevano chi fossimo e che lavoro facessimo ci è sempre piaciuto rispondere che "produciamo vino e tanta felicità".

NEL PROSSIMO NUMERO

❖ La cappuccina - Monteforte d'Alpone - Verona - www.lacappuccina.it

FONZONE

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice

S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	Var% settimanale 2,10	Var% inizio anno -10,26
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	Var% settimanale 2,15	Var% inizio anno -3,45
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	Var% settimanale 2,82	Var% inizio anno -6,87

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	6,90	-3,38	3,05	695
Campari	Italia	4,79	15,25	17,10	12.696
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-1,42	-5,44	8,17	38
Marr	Italia	4,64	2,81	5,21	779
Newlat Food	Italia	1,87	37,86	31,94	263
Orsero	Italia	1,63	12,61	2,46	265
Valsoia	Italia	1,67	-11,23	-11,96	91
Anheuser Bush I	Belgio	3,23	-1,62	5,21	96.171
Danone	Francia	1,25	15,48	15,80	38.531
Pernod-Ricard	Francia	2,15	-6,88	-5,37	43.738
Remy Cointreau	Francia	4,81	-28,74	-29,55	5.754
Suedzucker Ma Ochs	Germania	0,00	-12,48	2,14	2.919
Dsm	Olanda	0,00	-0,22	-2,65	763
Heineken	Olanda	2,41	-1,25	3,58	49.985
Jde Peet S	Olanda	0,84	-2,07	-7,87	12.897
Ebro Foods	Spagna	1,74	11,60	9,21	2.517
Viscofan	Spagna	0,37	-8,97	-7,67	2.548
Barry Callebaut N	Svizzera	4,80	-21,21	-25,03	8.216
Emmi N	Svizzera	1,98	11,75	11,75	4.863
Lindt N	Svizzera	3,84	8,21	8,10	14.387
Nestle N	Svizzera	1,59	-7,02	-7,40	276.319
Associated British Foods	Gran Bretagna	11,06	42,77	57,51	19.823
Britvic Plc	Gran Bretagna	1,19	9,14	13,37	2.448
Cranswick Plc	Gran Bretagna	2,23	16,05	17,35	2.216
Diageo	Gran Bretagna	2,61	-12,66	-12,54	82.327
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	0,32	-11,07	-11,09	2.925
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	0,75	-22,34	-24,57	37.827
Beyond Meat	Stati Uniti	16,75	-43,38	-47,59	419
Boston Beer `A`	Stati Uniti	3,12	4,51	-6,16	3.262
Brown-Forman B	Stati Uniti	5,22	-10,03	-11,92	17.137
Bunge Ltd	Stati Uniti	-1,28	4,86	1,37	14.224
Campbell Soup	Stati Uniti	0,05	-28,76	-20,91	11.326
Coca-Cola Co	Stati Uniti	1,22	-10,11	-3,88	231.406
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	0,11	-29,22	-24,13	12.251
Constellation Brands	Stati Uniti	3,57	4,65	-1,61	41.681
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-1,31	-30,16	-45,43	6.559
Flowers Foods	Stati Uniti	0,68	-23,17	-22,39	4.366
Freshpet Inc	Stati Uniti	18,28	28,65	2,77	3.063
General Mills	Stati Uniti	-0,21	-22,36	-17,79	36.158
Hershey Company	Stati Uniti	0,07	-19,04	-18,23	26.297
Hormel Foods	Stati Uniti	0,12	-28,45	-30,67	16.667
Ingredion Inc	Stati Uniti	8,82	3,98	9,31	6.303
Kellanova	Stati Uniti	0,85	-23,86	-23,91	16.200
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	2,21	-13,07	-17,25	40.565
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	4,03	4,54	9,82	12.670
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	0,23	-14,06	-18,72	4.366
Mccormick & Co	Stati Uniti	1,36	-21,86	-18,98	15.231
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	2,32	14,73	15,95	11.083
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	3,44	2,76	6,37	87.223
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	9,55	10,27	13,21	54.875
National Beverage Corp.	Stati Uniti	7,76	7,41	5,51	4.366
Nomad Foods	Stati Uniti	3,47	-17,05	-8,63	2.334
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	23,61	-65,52	-69,85	332
Pepsico Inc	Stati Uniti	2,39	-7,46	-7,23	215.882
Performance Food Gr	Stati Uniti	4,69	3,56	16,90	8.838
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	3,73	11,46	4,50	5.861
Post Holdings	Stati Uniti	4,81	-6,78	-4,42	4.819
Seaboard Corp	Stati Uniti	3,27	-4,07	-7,00	3.933
Smucker, J.M.	Stati Uniti	-3,25	-30,49	-26,21	10.526
Sysco Corp	Stati Uniti	1,61	-11,63	-18,82	32.038
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	6,97	-26,95	-37,79	989
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	5,18	-18,72	-13,31	37.980
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	0,80	-24,95	-30,54	12.484
Us Foods Holding	Stati Uniti	6,96	22,43	40,52	9.623

Per un regalo speciale scegli
le raffinate scatole di Cioccolato Maglio.



Cioccolato Italiano dal 1875

zafferano

Poldina,
la luce dove non
l'avevi mai vista

Scopri l'originale
lampada portatile
di Zafferano su
poldina.com

Stores
Milano | Treviso | New York
online zafferanoeshop.it

Lampada portatile: **Poldina**
Calici: Esperienze
Bicchieri: Provenzale, Bilia

FINE WINE AUCTIONS

Chambertin-Clos de Bèze: le quotazioni cambiano se cambia il nome

Dopo Romanée-Conti e Musigny è inevitabile prendere in esame le quotazioni dello Chambertin: è il terzo vertice fra i rossi di Grand Cru della Borgogna. Il suo prestigio è determinato dalla rarità della produzione consentita dalla piccola estensione del vigneto, poco più di 13 ettari situati nel comune di Gevrey-Chambertin, nella Côte de Nuits, frazionati tra una ventina di proprietari. Ci sono però anche altri otto vigneti circostanti che hanno la stessa appellation d'origine contrôlée, ma con l'aggiunta di una seconda indicazione territoriale collegata con un trattino, come Griotte-Chambertin e Charmes-Chambertin, per esempio. Sono anch'essi dei Grands Crus, ma non della stessa rilevanza: il vino di uno solo, infatti, lo Chambertin-Clos de Bèze, può essere venduto come Chambertin Aoc. L'eccellente reputazione non è bastata però a proteggere questo illustre rosso dalla ventata di ribasso che ha investito quest'anno con particolare intensità i Pinot Noir della Borgogna: la tabella, che espone i 16 risultati più significativi ottenuti dalle vendemmie del 20esimo secolo (per le quali è possibile confrontare il prezzo attuale con quello dell'anno scorso) testimonia perdite piuttosto rilevanti. Complessivamente, nel 2022 le 20 annate del 1900 costavano 136.927 euro, mentre adesso la loro quotazione globale è scesa a 110.103. **Il calo di 26.824 euro segnala una perdita del 20%.** Curiosamente le rare volte in cui lo Chambertin-Clos de Bèze si è presentato sul mercato col suo nome anziché come Chambertin, la sua quotazione o è scesa pochissimo o è addirittura rincarata.

– Cesare Pillon

Chambertin-Clos de Bèze

Annata	Lotto	Vino	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2023	Prezzo 2022	+ / -
1964	2 b	Chambertin	\$ 8.750	Zachys, New York	27/07	€ 3.932,69	€ 4.659,20	-16%
1969	1 b	Chambertin	\$ 1.700	Hart Davis Hart, Usa	21/07	€ 1.528,30	€ 2.588,36	-41%
1976	1 b	Cham.-Clos de Bèze	\$ 2.000	Hart Davis Hart, Usa	28/04	€ 1.821,40	€ 1.883,40	-3%
1978	1 b	Chambertin	Hk 79.680	Acker Wines, Hong Kong	21/04	€ 9.250,85	€ 10.546,19	-12%
1983	2 b	Chambertin	Hk 42.330	Zachys, Hong Kong	21/04	€ 2.463,61	€ 3.225,02	-24%
1983	2 b	Chambertin	Hk 42.330	Zachys, Hong Kong	21/04	€ 2.463,61	€ 1.803,96	+37%
1985	1 b	Cham.-Clos de Bèze	Hk 79.680	Acker Wines, Hong Kong	12/07	€ 9.234,91	€ 7.862,67	+17%
1989	1 b	Chambertin	Hk\$ 39.840	Acker Wines, Hong Kong	21/04	€ 4.625,42	€ 8.030,21	-42%
1990	1 b	Chambertin	\$ 6.225	Acker Wines, Usa	12/04	€ 5.699,61	€ 10.464,19	-46%
1991	1 b	Chambertin	\$ 9.960	Acker Wines, Usa	02/03	€ 9.392,28	€ 12.654,18	-26%
1993	1 b	Chambertin	\$ 8.093	Acker Wines, Usa	17/01	€ 7.464,17	€ 9.380,45	-20%
1994	10 b	Chambertin	Hk\$ 394.800	Acker Wines, Hong Kong	21/04	€ 4.583,63	€ 6.025,80	-24%
1995	1 b	Chambertin	\$ 6.225	Acker Wines, Usa	02/03	€ 5.870,18	€ 9.038,70	-35%
1997	1 b	Chambertin	Hk\$ 60.000	Zachys, Hong Kong	15/09	€ 7.194,00	€ 9.038,70	-20%
1999	1 b	Chambertin	\$ 6.225	Acker Wines, Usa	02/03	€ 5.870,18	€ 7.862,67	-25%
2000	1 b	Chambertin	€ 9.424	Pandolfini, Firenze	21/04	€ 9.424,00	€ 10.765,76	-12%

