



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



IL PASTICCIO DELL'OCM CENTO CANTINE AL TAR CONTRO IL MASAF

BOLLICINE

Negli States per la prima volta gli sparkling italiani superano i bianchi
L'analisi del mese di novembre

CONSUMI

Solo due bicchieri di alcolici a settimana
Anche gli Usa pronti a rivedere le linee guida

L'INTERVISTA

La Doc Prosecco annuncia il lancio delle sottozone
Il presidente Zanette "Ecco quali aree abbiamo individuato"

ASSOCIAZIONI

Scissione dei Vignaioli Artigiani Naturali
La presidente "Sottratti logo e marchio"

ESTERI

Bilancio amaro per lo Champagne
I francesi lo tradiscono con Prosecco e Crémant





Alto Piemonte e Gran Monferrato Capitale europea del vino 2024

Passaggio di testimone avvenuto tra la regione del Douro e la nuova Città europea del vino che quest'anno parlerà italiano. In questo 2024, infatti, saranno l'Alto Piemonte e il Gran Monferrato a fregiarsi del prestigioso riconoscimento. È stato il Commissario europeo all'Agricoltura, Janusz Wojciechowski, a consegnare il titolo durante una cerimonia tenuta a Sernancelhe sabato 13 gennaio. Il circuito italiano è composto dai 20 Comuni di Acqui Terme, Barengo, Boca, Bogogno, Borgomanero, Briona, Brusnengo, Casale Monferrato, Fara Novarese, Gattinara, Ghemme, Grignasco, Maggiora, Mezzomerico, Ovada, Romagnano Sesia, Sizzano, Suno, Vigliano Biellese e Villa del Bosco, appartenenti a quattro province (Alessandria, Novara, Vercelli e Biella). *“Si apre una strada per una grande strategia di marketing territoriale per i tempi futuri su altre realtà del territorio”*, è stato il commento dell'assessore regionale all'Agricoltura, Marco Protopapa, che ha partecipato alla cerimonia.

Intanto, **i centri della rete piemontese stanno mettendo a punto un folto calendario di incontri e manifestazioni** (www.cittaeuropeadelvino2024.eu). Per tutto l'anno, i vini e le offerte turistiche di questo territorio saranno il focus dell'attenzione in tutta Europa, grazie a tavole rotonde, degustazioni, convegni dedicati a tematiche di carattere generale o riguardanti le politiche comunitarie sulla vitivinicoltura: si andrà dal mercato locale, nazionale, europeo e mondiale del vino al rapporto col consumatore, dalla salute e all'educazione al consumo consapevole fino alla sostenibilità. La cerimonia di apertura della Città europea del vino 2024 è prevista nei giorni 1, 2 e 3 marzo prossimi. Alto Piemonte e Gran Monferrato hanno ottenuto il riconoscimento di Città europea del vino 2024 lo scorso 4 luglio a Bruxelles dal network Recevin (la rete europea delle Città del vino) prevalendo rispetto alle candidature di Montepulciano (Siena) e San Clemente (Rimini).

Foto: Consorzio Vini Alto Piemonte

EXPORT. In 10 mesi scendono valori e prezzo medio: ancora Dop e Igp in sofferenza Volumi in lieve ripresa ma grazie alle grandi confezioni. Crescono Asti e Prosecco

di Gianluca Atzeni

Da un lato, la ripresa dei volumi spediti all'estero ma, dall'altro lato, il calo dei fatturati e del prezzo medio al litro. Per il vino italiano sono stati dieci mesi non entusiasmanti quelli tra gennaio e ottobre 2023. Il nostro prodotto di bandiera ha sofferto la crisi economica e ineludendo un -0,8% a 6,43 miliardi di euro di giro d'affari, a fronte di un dato positivo per i volumi che si sono ripresi leggermente, con un analogo +0,8% a 1,79 miliardi litri, spinti però non tanto dalle Dop o dalle Igp in bottiglia, quanto dalle confezioni superiori a 2 litri e a 10 litri e dalla tipologia dei frizzanti. Il risultato generale è stato un calo del prezzo medio al litro, a 3,59 euro. Inoltre, se si considera il saldo commerciale a valore, dai dati Istat si nota un -2,2% a causa di un deciso incremento delle importazioni di vino (+22% a 460 milioni di euro).

Il prezzo più alto lo pagano i vini in bottiglia, che portano a casa una perdita generale del 4,2% (3,75 mld di euro totali) da attribuire prevalentemente ai vini Dop (-3,6% a 2,44 miliardi di euro) e, in particolare, ai vini rossi Dop con performance negative per le grandi regioni produttrici: Veneto

-14,4%, Toscana -5,6%, Trentino -4,5%, Sicilia -2,8%, Piemonte -2,6%). Stabili le vendite dei bianchi Dop. In brutte acque anche i vini Igp a -5,2 per cento. Positivo il bilancio dei vini in confezione superiore ai 2 litri: +0,7% a 209 milioni di euro.

Ancora una volta, gli spumanti, sono in controtendenza, con un giro d'affari salito in dieci mesi del 4%, a 1,82 miliardi di euro. Ed è migliore la performance dei frizzanti, cresciuti del 9,1% in dieci mesi a 425 milioni di euro. **All'interno della spumantistica si nota l'effetto traino delle bollicine a Dop (+4,7%) soprattutto Prosecco (+5,4% a 1,36 mld/euro) e Asti (+5,2% a 138 mln/euro).**

Considerando i principali mercati, gli **Stati Uniti** recuperano un po' di terreno grazie a un ottobre con 178 mln/euro, più alto del 2022 e anche del 2021, che consente di chiudere i 10 mesi a 1,47 miliardi di euro (-6,8%, un calo meno pesante del -9,5% dei

primi 9 mesi). Positivo il bilancio delle vendite di vino verso la **Germania**, che segna 980 milioni di euro (+4,9%), spinta dal +22% dei vini in confezione sopra i 2 litri, dal 7,8% degli spumanti e dal +12,4% dei frizzanti. **Regno Unito** in terreno positivo, con 700 milioni di euro di vino venduti (+5%) su cui pesa il +4,7% della spumantistica. Resta, invece, in terreno negativo il bilancio della **Svizzera** (-2% a 337 milioni di euro) bilanciato dall'andamento positivo degli spumanti (+7,4% con in testa il Prosecco Dop). Ottobre positivo per il **Canada** rispetto allo stesso mese del 2022, ma periodo cumulato gennaio-ottobre ancora negativo con -13,9% per l'export di vino, a quota 326 milioni di euro, senza eccezioni neppure per le bollicine, in calo di oltre dieci punti percentuali, Prosecco compreso.

Export vino Italia gen-ott 2023 - top 5 mercati

Paese	valori (mln/euro)	%
Stati Uniti	1478	-6,8
Germania	980	4,9
Regno Unito	700	5
Svizzera	337	-2
Canada	326	-13,9

fonte: elaborazione Tre Bicchieri su dati Istat

CANTINA ITALIA. Scendono le giacenze a 59 mln di ettolitri

Calo minimo per le Denominazioni. In testa Prosecco, Puglia e Salento Igp

Gli stock delle cantine italiane hanno perso in un anno 5 milioni di ettolitri di vini (tra Dop, Igp, varietali e da tavola), 3 milioni di mosti e un milione e mezzo di vini nuovi ancora in fermentazione. **A dicembre 2023 l'effetto di una vendemmia scarsa si osserva a pieno.** Secondo i dati di Cantina Italia (report di Icqrf) negli stabilimenti enologici italiani sono presenti 59,3 milioni di ettolitri di vini, 6,6 milioni di ettolitri di mosti e 1 milione di ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (vnaif) che risultano in diminuzione rispettivamente dell'8,7% per i vini, del 32,5% per i mosti e del 57,6% per i vnaif. Rispetto al mese di novembre 2023, le giacenze di dicembre sono superiori per i vini (+11,5%) e inferiori per mosti (-25%) e vnaif (-87,6%).

Nel dettaglio, per i vini Dop il calo delle giacenze su base annua è minimo (-2,4% a 32,7 mln/hl), per i vini Igp è dell'11,5%

(15,8 mln/hl) e per i vini da tavola del 21,3% (9,9 mln/hl). Il 59,3% del vino è detenuto nelle regioni del Nord, prevalentemente nel Veneto. Il 55,3% è a Dop con prevalenza dei bianchi, il 26,7% a Igp con prevalenza dei rossi, mentre i vini varietali costituiscono appena l'1,2% del totale. Il 16,8% è rappresentato da vini comuni.

Prosecco Dop (6,1 mln/hl), Puglia Igp (2,3 mln/hl), Salento Igp (1,77 mln/hl), Sicilia Dop (1,72 mln/hl), Delle Venezie Dop (1,63 mln/hl) sono le prime cinque tipologie di vino a indicazione geografica maggiormente detenute nelle cantine italiane a dicembre 2023. Le regioni con più vino

Dop/Igp in stock sono Veneto (29,7%), Toscana (10,7%), Puglia (10%), Emilia-Romagna (7,8%), Piemonte (7,6%), Sicilia (7,1%). Considerando i soli mosti, le giacenze sono superiori in Puglia (39,5%), Emilia-Romagna (26,4%), Piemonte (14%), Veneto (7,8%), Sicilia (6,9%). - **G.A.**



56th International
Wine and Spirits Trade Show

WORLD WINE BUSINESS

SINCE 1967

DDMBRANDING.COM

TRADE
ONLY



vinality.com

14-17 April
2024
Verona, ITALY

Organized by



Together with



In collaboration with

madeinitaly.gov.it



STATI UNITI. Storico sorpasso delle bollicine italiane sui bianchi Nel mese di novembre raggiungono quota 38%

Per la prima volta le bollicine superano i bianchi tra le tipologie italiane più consumate dai winelover statunitensi. È successo nel mese di novembre quando, registrando un +8% sullo stesso mese del 2022 gli spumanti hanno sfiorato quota 38% contro il 35,5% dei bianchi e il 17,5% dei rossi.

Lo rileva l'Osservatorio del vino di Unione italiana vini in occasione del suo primo webinar dedicato al mercato Usa e rivolto a imprese e consorzi del vino. Il report si basa sui dati SipSource, strumento che monitora il 75% degli esercizi commerciali statunitensi.

Se, quindi, a novembre, l'Italia è riuscita a fare meglio dei competitor sulla piazza americana, il merito sarebbe proprio dalla buona tenuta del segmento spumanti (+2,2% tendenziale nell'anno) a fronte di una discesa generalizzata dei prodotti fermi, con i rossi a -9%, i bianchi a -3% e i rosati a -13%.

Se si guarda ai consumi dal mondo, novembre è stato senza dubbio il mese



nero per le vendite di vino negli Stati Uniti, con un calo dell'11%. L'Italia, tuttavia, ha limitato le perdite a 3% a novembre (-3,5% nel cumulato dell'anno).

Tra le tipologie in maggiore difficoltà ci sono i rossi, con un calo del 10% su tutto il 2023. Unica voce in positivo è quella dei cocktail wine, che crescono del 2% sia a novembre sia nel computo degli 11 mesi.

Tra i canali, si attestano a -5% le perdite dei consumi fuori casa (ristorazione, bar, hotel), mentre si segnala in caduta la domanda off premise (gdo, vendita all'ingrosso, liquor store, grocery), che scende a -9%.

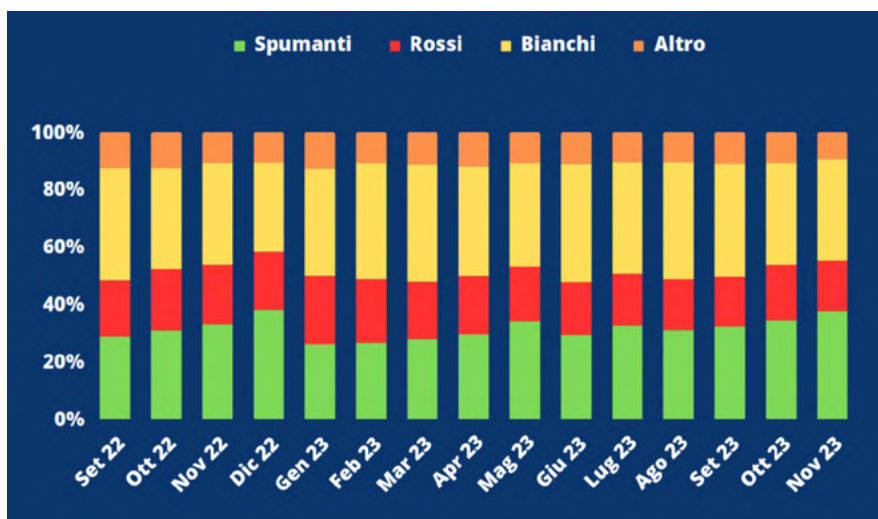


Spumante batte Champagne 3 a 1 Ma solo sui volumi

Nel 2023 sono state 936 milioni le bottiglie di spumante italiano stappate nel mondo: più del triplo di quelle di Champagne che scendono a 299 milioni (-8,2%). È quanto emerge da una analisi della Coldiretti su dati Ismea/Uiv nel commentare i dati divulgati dal comitato Champagne per il 2023. Va da sé che la situazione appare totalmente ribaltata a valore, con i francesi che riescono a spuntare prezzi nettamente superiori.

Fuori dai confini nazionali, i consumatori più appassionati sono gli americani dove però le bollicine italiane sono scese per la prima volta in valore del 9%, mentre al secondo posto ci sono gli inglesi in crescita del 5%. Su valori più bassi si trova la Germania ma con un +8% in valore. Lo spumante italiano, aggiunge la Coldiretti, piace molto anche nel Paese di Putin, con un incremento dell'8% in Russia nonostante le tensioni causate dalla guerra. A guidare la classifica delle produzioni nazionali è il Prosecco con un'incidenza del 70% degli spumanti imbottigliati, che è diventato uno dei simboli del Made in Italy all'estero.

Vendite vino italiano in Usa



Elaborazioni Osservatorio del Vino Uiv su dati SipSource



ROBERTO SAROTTO

La cantina Roberto Sarotto sorge tra le incantevoli colline delle Langhe, testimoni della dedizione per questo territorio che da sempre anima la famiglia.

Con 95 ettari di vigneti tra Barolo, Barbaresco, Gavi e Moscato d'Asti, la cantina Roberto Sarotto è una delle maggiori rappresentanti di eccellenze vinicole piemontesi, dimostrando equilibrio tra tradizione e innovazione.



www.robertosarotto.com

Loc. Ronconuovo 13, Neviglie, CN

SALUTE. Gli Usa pronti a rivedere le linee guida sul consumo di alcol Si va verso il limite di due bicchieri a settimana

di Gianluca Atzeni

In un mercato quantomai decisivo per le sorti del vino e degli spirit non solo italiani, come gli Stati Uniti, il 2025 potrebbe segnare l'avvio di un quinquennio ancora più difficile per il mondo del beverage, rispetto a quanto sia già accaduto negli ultimi anni. Perché il governo statunitense potrebbe scegliere presto di abbassare gli attuali limiti previsti nelle raccomandazioni alla popolazione in materia di consumo quotidiano di alcolici. **Una svolta nel segno della salute pubblica che, per il mondo industriale, sarebbe un nuovo duro colpo**, dopo quanto già accaduto a più livelli sul tema del rapporto alcol e salute: dalle ripetute e recenti prese di posizione dell'Organizzazione mondiale della sanità fino ai piani dell'Unione europea per l'abbattimento delle patologie cancerogene legate all'abuso di alcolici. Attualmente, le linee guida del governo di Washington sono in fase di revisione. L'aggiornamento dei documenti ufficiali è atteso per il 2025 e per ora valgono quelle approvate per il quinquennio a partire dal 2020 (www.dietaryguidelines.gov), in un clima di accesa discussione sugli effetti positivi o negativi dell'alcol sulla salute umana. Ma a far riflettere, e a creare una certa preoccupazione, sono le parole di uno dei massimi esperti in materia. Secondo quanto dichiarato da **George Koob**, attuale direttore dell'Istituto nazionale sull'abuso di alcol e sull'alcolismo (Niaaa – national institute of alcohol abuse and alcoholism), in una intervista al quotidiano britannico Daily mail, è da escludere che gli Stati Uniti sceglieranno di incrementare o mantenere invariati gli attuali limiti raccomandati alla popolazione, bensì **si propenderà per un avvicinamento ai quantitativi in vigore nel vic-**



no Canada. Vale a dire che si andrà verso una riduzione di tali limiti. Il Niaaa, va sottolineato, non decide direttamente sulle politiche sanitarie nazionali ma la scelta è in capo ai due ministeri statunitensi dell'Agricoltura e della Salute, che si baseranno a loro volta sul lavoro di un comitato di esperti che fa riferimento al Food and nutrition board delle Accademie nazionali, su preciso mandato politico del Congresso americano, che ha chiesto nel 2023 di prendere in esame gli ultimi studi e prove scientifiche pubblicati in materia di alcol ed effetti sulla salute.

Attualmente, **negli Usa, quelli suggeriti dalle linee guida per il consumo di alcolici, validi fino al 2025, sono di due drink al giorno per gli uomini e di uno per le donne** (maggiorescenti). Un drink equivale, grossomodo, a una birra o a un bicchiere di vino o a un bicchierino di liquore. Lo stesso Koob ha dichiarato di consumare due bicchieri di vino Chardonnay a settimana.

Quali sono le attuali indicazioni delle autorità sanitarie nazionali in Canada? Non più di un anno fa, il governo aveva preso posizione ufficialmente indicando agli abitanti canadesi

di non bere per nulla vino oppure, al massimo, di bere due bicchieri di vino a settimana. Se anche gli Stati Uniti propendessero per questa scelta, rispetto agli attuali due bicchieri di vino al giorno per gli uomini e al bicchiere suggerito per le donne, si tratterebbe di una rivoluzione che, senza alcun dubbio, avrà effetti importanti sul mercato degli alcolici nel continente americano. E i produttori europei si troveranno di fronte le istituzioni di due fondamentali piazze come quelle nordamericane, unite nel suggerire alla popolazione una drastica riduzione quotidiana dell'uso di alcol.

L'onda della moderazione sta conquistando i giovani Usa

Oggi, gli Stati Uniti stanno osservando una decisa ondata di moderazione nel rapporto dei cittadini rispetto agli alcolici. Secondo dati Iwrsr, Più di un terzo degli abitanti (37%) che hanno un'età legale per bere alcol afferma di non consumarlo per niente durante gli ultimi sei mesi (indagine Iwrsr ad aprile 2023). E questa percentuale è notevolmente più alta (54%) se si considerano le fasce dei consumatori più giovani, appartenenti soprattutto alla Z Generation.

Per fare un raffronto, nei 15 mercati principali per il consumo di alcolici nel mondo (vale a dire Australia, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, India, Italia, Giappone, Messico, Sud Africa, Spagna, Taiwan, Regno Unito, Stati Uniti) è del 24% la media di coloro che hanno dichiarato di non aver consumato bevande alcoliche negli ultimi sei mesi.

L'ESPERTO RISPONDE

Cosa prevede il nuovo sistema californiano di deposito dei contenitori?



Lo Stato della California, al fine di salvaguardare l'ambiente, ha incluso anche il vino e gli alcolici nel sistema di deposito dei contenitori statali della California (istituito dal California Beverage Container Recycling and Litter Reduction Act - noto come "Bottle Bill"), a partire dal 1° gennaio 2024.

Trattasi di un sistema di deposito con cauzione, in base al quale il consumatore paga una tassa ("California Redemption Value" - CRV) all'acquisto della bevanda e riceve il rimborso del CRV nel momento in cui restituisce il contenitore presso un centro di riciclaggio apposito.

Questo programma si pone l'obiettivo di raggiungere in California un tasso di riciclaggio dell'80% per tutti i contenitori per bevande in vetro, plastica e metallo venduti.

Al fine di informare i consumatori sull'inclusione o meno della bevanda in tale sistema, sull'etichetta deve essere riportato uno specifico messaggio. Il settore vitivinicolo (e in generale il settore degli alcolici) potrà godere di un'esenzione rispetto a tale indicazione fino al 31 giugno 2025.

A partire dal 1° luglio 2025, previa registrazione nel sistema California Department of Resources Recycling and Recovery, le etichette delle bevande alcoliche destinate al mercato californiano dovranno riportare in etichetta in modo chiaro, leggibile e indelebile il messaggio CVR, utilizzando una delle seguenti opzioni: "CA Redemption Value" / "California Redemption Value" / "CA Cash Refund / California Cash Refund" / "CA CRV".

Per ulteriori approfondimenti si rimanda a COMEX, la banca dati giuridica online per le esportazioni di Unione Italiana Vini (COMEX - Servizio Giuridico e Banche Dati unioneitalianavini.it)

– a cura del **Servizio Giuridico dell'Unione Italiana Vini**

Per domande da porre al Servizio Giuridico di UIV scrivere a serviziogiuridico@uiv.it

Alimentaria

International Food, Drinks & Food Service Exhibition

&

HOSTELCO

THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

BARCELONA 18-21 March 2024
Gran Via Venue

www.alimentaria.com
www.hostelco.com

United for excellence

Leading the Food & Hospitality Business



Alimentaria Exhibitions Fira Barcelona



Ocm promozione nel caos È pioggia di ricorsi al Tar

▲ di Loredana Sottile



Il Masaf bocchia i progetti sui mercati terzi di più di 100 cantine rischiando di perdere oltre 6 milioni di euro di fondi per la promozione. Le aziende puntano il dito contro criteri discutibili e richieste non chiare ma per Lollobrigida la colpa è dei progettisti poco attenti



Il primo bando Ocm Promozione del Ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida è una *débâcle* di tutto il settore vino. **Sui 21 milioni di fondi dell'Ocm Promozione Paesi Terzi da assegnare ai progetti nazionali, il Ministero dell'Agricoltura ne ha assegnati solo 14**, lasciando fuori 7 milioni – di cui 679mila redistribuiti poi ai progetti multiregionali – e soprattutto tagliando oltre 100 cantine.

Tra gli esclusi, sia chiaro, ci sono nomi di un certo peso: da Argea a Terre Moretti, da Ruffino a Frescobaldi, da Masi ad Antinori, inseriti dentro a progetti collettivi, come ad esempio quelli di Istituto Grandi Marchi. Non certo delle cantine alle prime armi o con poca dimestichezza con la burocrazia e con i mercati esteri. Ma ci sono anche piccole aziende che avevano partecipato all'interno di Ati- Associazione temporanea di imprese, sperando così di poter avere accesso alle piazze internazionali.

Complessivamente **il valore dei progetti bocciati ammontava a 20 milioni di euro, tra contributo europeo e contributo aziendale**. E adesso agli esclusi non resta che la via del ricorso al Tar.

Sulla ridestinazione dei fondi, invece, è tutto da vedere. Intanto, il Masaf, lo scorso 17 gennaio, ha pubblicato un nuovo decreto con cui riassegna parte dei fondi - 679mila euro - ai progetti multiregionali, ma mancano ancora all'appello gli altri 6,3 milioni. Per non rischiare di restituirli a Bruxelles, con tanto di multa da pagare per non averli spesi, è probabile che vengano destinati ad altri progetti. Comunque vada, la promozione può attendere. Mentre i ricorsi al Tar rischiano di bloccare tutto.

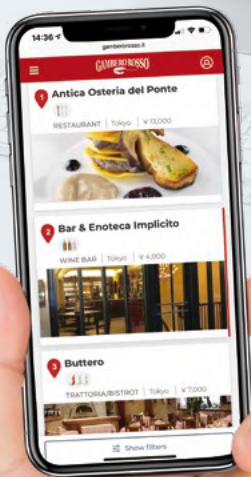
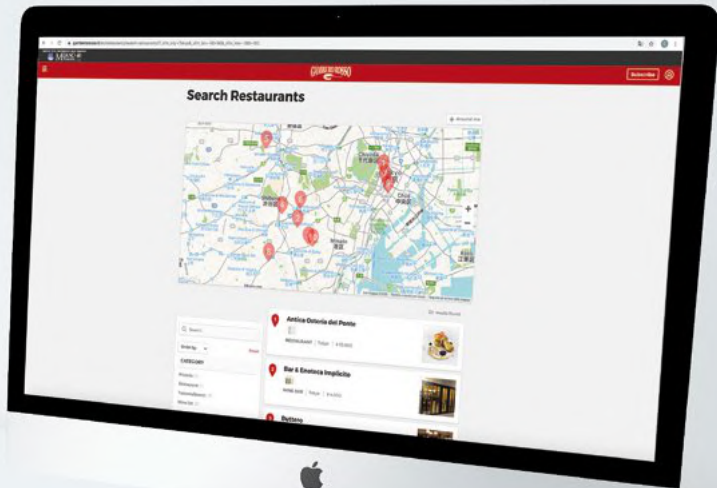
AZIENDE PRONTE AL RICORSO AL TAR

Cosa è successo, dunque? *“Un disastro”* è il commento riepilogativo del produttore pugliese **Sebastiano de Corato** *“Nel bando nazionale, sono state assegnate solo il 65% delle risorse. Visti i nomi e l'esperienza di chi è rimasto fuori, mi chiedo: di chi è la colpa? Delle aziende o di chi ha fatto il bando? Se il Ministero, dopo aver detto di voler spingere le aziende nel mondo, non riesce a spendere i fondi che l'Unione europea mette a disposizione, può chiamarlo un successo? No. Perché è un vero disastro”*, ribadisce il produttore, che poi, rivela come, nelle scorse settimane, i gruppi esclusi abbiano chiesto al Ministero l'accesso agli atti, presentando, allo stesso tempo, istanza di revisione dei punteggi in autotutela. Ma ancora una volta è arrivata una porta in faccia: bocciati tutti i ricorsi.

“A questo punto” conclude de Corato *“l'unica speranza è il ricorso al Tar, che però andrebbe ad annullare l'intera graduatoria”*. Ricorso a cui, tra gennaio e febbraio, ricorrerà gran parte dei bocciati, sperando che il riscontro sia rapido, come previsto in questi casi dalla normativa. Sugli esiti è chiaramente tutto da vedere. Anche perché, fa notare lo stesso produttore pugliese, **a creare scom-** >>

TOP ITALIAN RESTAURANTS

www.gamberorossointernational.com/restaurants/



Bando Ocm Promozione Cronaca di un caos annunciato Ad agosto la lettera al Ministero

Un bando iniziato male e finito peggio. All'indomani della pubblicazione del bando Ocm – avvenuta, dopo varie sollecitazioni, solo il 21 luglio – era già chiaro che qualcosa non andasse. Tant'è che in data 4 agosto 2023 le principali sigle di settore (Alleanza Coop, Assoenologi, Cia, Confagricoltura, Copagri, Federdoc, Federvini e Uiv) avevano scritto al capo dipartimento del Ministero dell'Agricoltura per evidenziare delle criticità.

In particolare, nella lettera che il settimanale Tre Bicchieri ha avuto modo di leggere, si chiedevano delucidazioni in merito alla richiesta di tre preventivi comparabili. Richiesta considerata "troppo onerosa dal punto di vista burocratico e di difficile realizzazione tenendo conto delle tempistiche". Sempre all'interno della stessa lettera si chiedeva di specificare chi, in mancanza dei **tre preventivi**, potesse essere considerato "**soggetto terzo qualificato** per attestare l'impossibilità di individuare altri soggetti concorrenti in grado di fornire i servizi o i prodotti proposti". Sempre in merito ai tre preventivi, si chiedeva quale **criterio utilizzare per la scelta**: se il più economico, la media dei tre o altro. Infine, veniva chiesto di fare luce sulle **voci di spesa rendicontabili**.

Tanti dubbi che hanno portato altrettante aziende a rinunciare a partecipare al bando (**vedi il caso della cantina Suvia**). Fino all'esito che ha lasciato fuori gran parte dei partecipanti.



» **piglio, tra gli altri, sarebbe stato il cosiddetto criterio di coerenza** ("che per forza di cose ha finito per penalizzare soprattutto i progetti collettivi, rispetto alle cantine singole", ci spiegano i progettisti): "Un criterio introdotto nel bando che però, per sua natura, non può che avere una connotazione molto astratta: difficile da quantificare così come difficile da contestare. In base a cosa decidi se una tale azienda sia coerente o meno? E" conclude "è coerente un Governo che parla dell'importanza della promozione all'estero e poi tarpa le ali alle imprese? Alla fine, sono i numeri che contano. E i numeri ci dicono che milioni di fondi europei non saranno utilizzati per la promozione perché il Ministero non è stato in grado di assegnarli". »

f GamberoRossoInternational  GamberoRossoInternational

SPONSOR



Ocm Promozione 2023/24 – progetti nazionali ammessi

beneficiario	punteggio	importo progetto	contributo ammesso gravante sull'esercizio finanziario 2023/2024
Federdoc	95	502.577	197.010
Vigneto Italia	95	1.930.243	735.331
La Marca	85	4.039.531	1.357.825
Nosio	85	6.182.853	2.078.270
Santa Margherita e Cantine Torresella	85	5.944.104	1.998.018
Gruppo italiano vini	85	5.098.016	1.713.619
Fantini group	85	4.335.520	1.457.318
Casa vinicola Zonin	77,5	5.696.941	1.903.393
Italian wine selection (Ati)	77,5	4.540.410	1.343.987
Italy to edge of the world (Ati)	77,5	1.507.559	416.579
Associazione Be wines	62,5	3.520.852	1.168.938
TOTALE		43.298.605	14.370.288

Fonte: Masaf

ISTITUTO GRANDI MARCHI “ESCLUSIONE INGIUSTA”

“L'esclusione di gran parte delle cantine dalla graduatoria Ocm equivale a dire che grandi brand conosciuti in tutto il mondo non sono in grado di promuovere il Made in Italy. Come se alla Ferrari venisse detto di non avere esperienza in fatto di motori sportivi” è la metafora utilizzata da **Piero Mastroberardino**, presidente dell'Istituto Grandi Marchi (gruppo che conta 18 iconici brand italiani del vino per un fatturato di 610 milioni di euro), che quest'anno si ritrova tra i grandi esclusi e pronto al ricorso. “È chiaro” continua “che con o senza programma di sostegno, non possiamo rinunciare ai mercati esteri e al nostro programma di promozione, ma senza i fondi diventa tutto più complicato”.

Le complicazioni, sia chiaro, erano già evidenti al momento della pubblicazione del bando (come già denunciato dal settimanale Tre Bicchieri nel pezzo il [Gran Casino dell'Ocm Promozione](#)), tra ritardi accumulati, obbligo di presentare tre preventivi, poca flessibilità in fatto di mercati. Tanto da aver spinto le principali sigle di settore a chiedere, invano, chiarimenti al Ministero (vedi box a pag.12) e aver convinto varie aziende ad un passo indietro, rinunciando a partecipare al bando per non rischiare di rimetterci dei soldi in caso di modifiche in corso d'opera ([vedi l'intervista della cantina Suavia](#)).

UN SISTEMA GRATTA E VINCI

“Qual è lo scopo di rendere sempre più complicati i bandi promozione?” si chiede **Sandro Sartor**, presidente e amministratore delegato di Ruffino “quest'anno, oltre ai soliti ritardi, si sono aggiunti dei criteri incomprensibili che hanno portato all'esito finale e ai relativi ricorsi che ne

deriveranno. È chiaro che il prossimo anno le cose dovranno cambiare: se quasi tutti abbiamo sbagliato o interpretato male il bando, allora deve esserci uno sportello del Ministero che ce lo dica o a cui chiedere delucidazioni”.

Ma Sartor va anche oltre, analizzando il senso di tutto il sistema dell'Ocm Promozione e del suo futuro: “In generale i fondi promozioni dovrebbero essere strategici. Ciò significa che non si può arrivare a settembre, o addirittura a novembre-dicembre non sapendo se ci saranno o meno. Così diventa un gratta e vinci: o va bene o va male. In ballo, però, ci sono quote di mercato ed investimenti strategici che non possono essere lasciati all'improvvisazione. Quest'anno, poi, con i ricorsi si rischia di andare ancora oltre. Ma i mercati non aspettano”.

LOLLOBRIGIDA CONTRO I “PROGETTISTI POCO ATTENTI”

Dal canto suo, il ministro dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare **Francesco Lollobrigida** ha annunciato che dal prossimo anno **istituirà uno sportello di assistenza che si interfacerà con i progettisti**, da lui definiti “poco attenti”. Aggiungendo che “le domande vanno fatte bene perché il Ministero insieme al sostegno vuole perseguire la trasparenza. Chi è rimasto fuori avrà altre occasioni” ha ribadito al settimanale Tre Bicchieri “Se, invece, crede di aver fatto bene potrà sempre far ricorso”. Ed è in questo modo, infatti, che andrà a finire. Mentre il tempo scorre e i numeri delle esportazioni non perdono.

Così, mentre l'Italia aspetta ancora di sapere come e se spenderà tutti i fondi della promozione 2023/2024, i competitor - Francia su tutti - si preparano in tutta tranquillità al bando 2025. ❖

Svolta nella Doc Prosecco

In arrivo le unità geografiche aggiuntive

▲ di Gianluca Atzeni



Nuovo disciplinare e sottozona da approvare entro il 2024. Allo studio anche una specifica tipologia per il Carso triestino e novità in materia di etichettatura su produttori e imbottiglieri fuori zona. Parla il presidente Stefano Zanette: "I volumi in calo dipendono dalle scorte fatte dai buyer negli anni precedenti"



Come il Chianti Classico, come il Barolo e il Barbaresco, il Conegliano Valdobbiadene, il Soave e l'Etna. Anche la Doc Prosecco si prepara a valorizzare le peculiarità del suo sterminato territorio compreso tra le regioni Veneto e Friuli-Venezia Giulia introducendo le unità geografiche aggiuntive (uga). Il maxi-distretto, che nel 2023 ha sfornato 615 milioni di bottiglie, contro 638 mln del 2022, potrebbe presto mettere mano al disciplinare di produzione, provando a segmentare il territorio per evidenziare, e raccontare meglio, le sfumature territoriali.

Trovare una unità geografica aggiuntiva in un areale da oltre 28mila ettari è un po' come cercare un ago in un pagliaio, ma il progetto è ambizioso. Per ora, sembrano essere **quattro gli areali individuati per questa rivoluzione**, che avrà dei risvolti sul futuro della Doc e uno scopo molto preciso: migliorare la percezione qualitativa del Prosecco, dare maggiore valore alle produzioni, incrementare gli elementi e i contenuti del racconto della denominazione a fronte di un consumatore molto più esigente che in passato sia in Italia sia all'estero. L'argomento potrebbe trovare spazio di discussione già all'assemblea dei soci di febbraio, assieme ad altre novità allo studio, che riguardano più informazioni in etichetta su produttori e imbottiglieri delle bollicine del Nord-Est.

Assieme al presidente del Consorzio di tutela del Prosecco Doc, **Stefano Zanette**, il settimanale Tre Bicchieri ha provato a fare il punto sia su un 2023 in cui, dopo anni consecutivi di crescita, il Prosecco ha sofferto la congiuntura economica, sia sulle prospettive e i piani promozionali del 2024, fino al difficile rapporto coi 'falsificatori' austriaci e ai progetti su sostenibilità e ricerca. »

In cifre

28.100 Ettari nel 2022

364 Case spumantistiche nel 2022

638 mln bottiglie - Produzione

3,35 mld di euro - Fatturato

19% Italia

81% Export

Canali distributivi

72% Gdo; **26%** Horeca

5,65 mln hl - Vendemmia 2023



» **Partiamo dalle ultime novità: il Consorzio potrebbe lavorare a un cambio di discipline. Il motivo?**

Da una parte della filiera e anche dal mercato, ci viene chiesto di segmentare queste oltre 600 milioni di bottiglie.

Quindi introdurre le unità geografiche aggiuntive è una delle strade possibili?

Grazie all'attività di caratterizzazione del territorio, abbiamo riscontrato che alcuni areali conferiscono caratteristiche organolettiche e sensoriali riconoscibili. Per cui, l'intenzione del Consorzio è valorizzarle con condizioni produttive più restrittive.

Ci sarà spazio anche la piccola area del Carso triestino?

C'è la volontà di valorizzare l'area della provincia di Trieste, con una tipologia particolare e condizioni produttive tradizionali per l'area. La sperimentazione di questo vino è iniziata tra il 2019 e il 2020 e quest'anno si completerà con la presentazione in assemblea dei soci.

Quali altre novità devono attendersi i consumatori in etichetta?

Per prima cosa, vogliamo introdurre l'obbligo per le imprese di un chiaro riferimento alla produzione in zona d'origine, per chi ha nella ragione sociale un comune ricadente al di fuori della Doc Prosecco. Que-

sto per consentire al consumatore di distinguere se quel Prosecco afferisca o meno, per esempio, a una private label. In secondo luogo, vogliamo introdurre dei termini che diano informazioni sul soggetto titolare del marchio presente in etichetta, ovvero, se faccia parte o meno della filiera produttiva e, in tal caso, a quale categoria appartenga: imbottigliatore, vinificatore, etc. Il consumatore deve sapere che esistono imprese autorizzate a commercializzare Prosecco, anche se non lo producono in Veneto o Friuli-Venezia Giulia, ma semplicemente lo spumantizzano o lo imbottigliano in una determinata zona. Vogliamo rendere tutto questo trasparente in etichetta, nell'interesse della denominazione, dei produttori e dei consumatori.

Guardando agli imbottigliamenti, il 2023 non è stato un anno da incorniciare: avete superato i 615 milioni di pezzi, ma c'è stato un calo di oltre 3% sul 2022. Sono circa 20 milioni di bottiglie in meno. Quali sono le ragioni?

Il nostro vino continua a essere apprezzato e stimato in tutto il mondo: i dati e le ricerche di mercato lo confermano senza ombre. Purtroppo, la generale diminuzione del potere d'acquisto, determinata da fattori geopolitici ed economici oggettivi che tutti ben conosciamo, ha generato una riduzione delle occasioni di consumo e degli acquisti dei prodotti non essenziali come il vino in Gdo. Inoltre, le criticità emerse tra 2021 e 2022 nella logistica delle spedizioni, in particolare per la mancanza di container, hanno spinto i buyer a ordinare più prodotto rispetto alle effettive esigenze, per non doversi trovare scoperti. Dal 2023, con il ripristino dei tempi di approvvigionamento, i buyer (statunitensi in primis) hanno iniziato a smaltire le produzioni eccedentarie per ridurre i tempi di giacenza nei propri magazzini e di conseguenza anche l'import del 2023.

Qual è stato l'andamento dei valori? Lo scorso anno avete registrato un giro d'affari di 3,5 miliardi di euro

Dobbiamo attendere i dati definitivi ma, in base all'andamento dei primi nove mesi 2023, prevediamo di superare quota 3,5 miliardi di euro, con un incremento intorno all'8 per cento.

Il Prosecco rosé ha contribuito all'andamento discendente dei volumi. In un anno difficile le produzioni si sono forse spostate verso una tipologia meno cara?

L'incidenza dell'8-10% del rosé sul totale è quella che ci attendevamo all'entrata in vigore del disciplinare, come accaduto alle grandi Dop spumantistiche »

» europee. In una tipologia non ancora consolidata come il rosé, è necessario analizzare il contesto sia dal lato della produzione (minori imbottigliamenti) sia del consumo, ovvero il sell-out verso il consumatore (andamento positivo). Quindi, il divario è rappresentato dalla produzione che è andata a collocarsi sugli scaffali e sui magazzini degli operatori del mercato. Pertanto, considerato che il vero indicatore è quello relativo al consumo, possiamo ritenerci ottimisti. Anche se dovremo sviluppare, come stiamo già facendo, attività di promozione e soprattutto di valorizzazione qualitativa.

Cosa sta accadendo in Gdo? Il consumatore ha lasciato il Prosecco sullo scaffale perché diventato nel frattempo troppo caro, preferendo prodotti simili ma a basso costo?

Il termine Prosecco è un valore ampiamente riconosciuto dal mercato, come è stato dimostrato dalle vendite durante la pandemia, quando tra un generico e un Prosecco il consumatore ha scelto il Prosecco. In una situazione di difficoltà economica come quella che viviamo, il consumatore è passato dalla versione spumante a quella frizzante, ma rimanendo sempre nell'ambito della Doc Prosecco. Ce lo dimostrano i

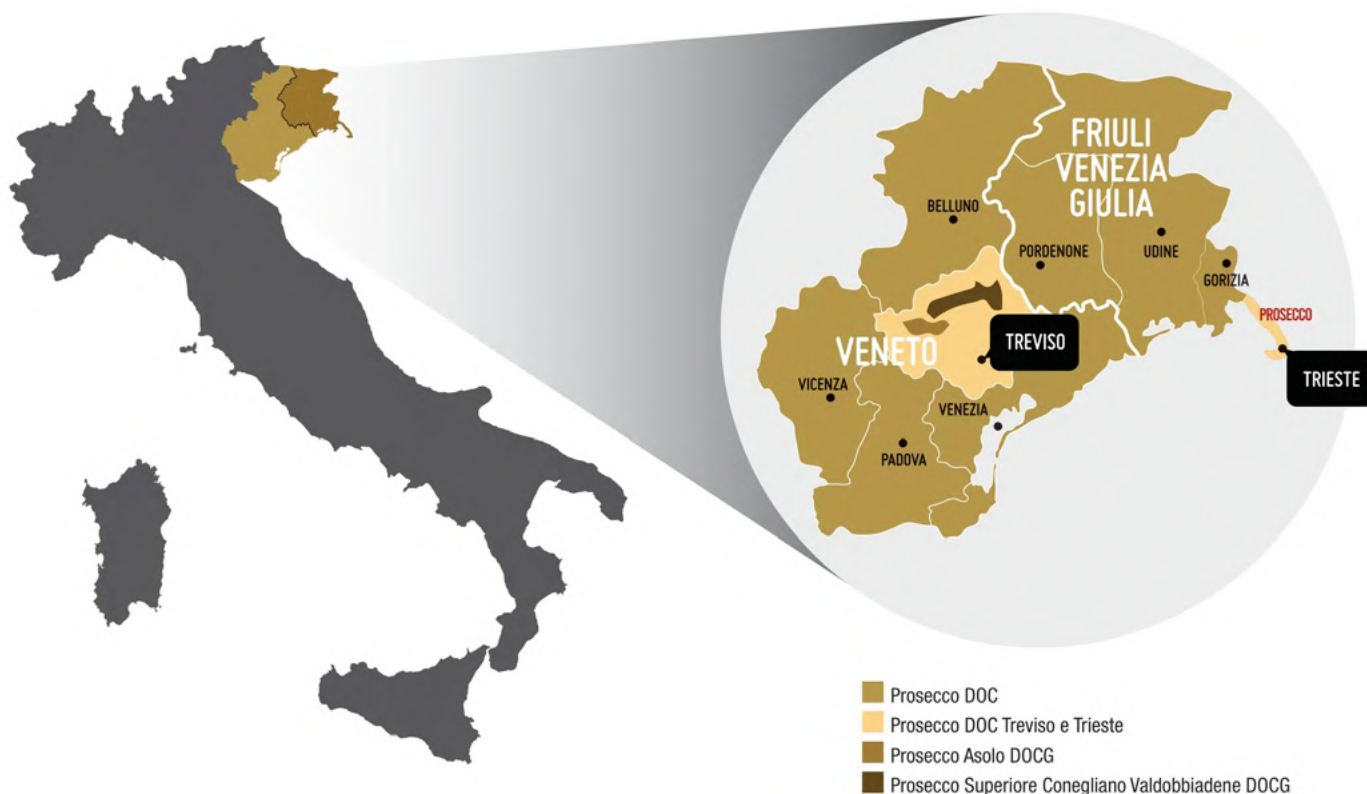
numeri della versione frizzante del Prosecco in Gdo, con imbottigliamenti passati da 77,9 mln di bottiglie nel 2022 a 92 milioni di bottiglie nel 2023 (+18 per cento).

Considerati i 5,6 mln di ettolitri del 2022, a che livello si posiziona la vendemmia 2023?

La campagna 2023 è stata piuttosto complicata a causa degli eventi grandinigeni, che hanno interessato un'areale ampio della denominazione, e degli attacchi di peronospora. Rispetto alla resa massima rivendicabile prevista dal disciplinare (180 q/ha), si stima che la resa per ettaro nel 2023 si possa attestare a circa 165-166 quintali per ettaro. Nonostante questa diminuzione, abbiamo quantità di vino disponibili per affrontare il mercato con serenità.

Quali sono stati gli effetti sui prezzi delle uve e sulle quotazioni dei vini alla produzione? E cosa dobbiamo attenderci in questo 2024?

Negli ultimi due anni, abbiamo osservato una sostanziale stabilità del valore delle produzioni sfuse. I dati della Camera Commercio collocano la Doc intorno ai 2 euro al litro. Un dato in linea con le attese del mercato che, come Consiglio di amministrazione, riteniamo »



» sia un punto di caduta molto soddisfacente per i viticoltori, in grado di dare dei margini anche a chi fa l'imbottigliatore.

Spostiamoci all'estero. Come sono andati i vostri principali mercati d'esportazione?

L'80% delle vendite di Prosecco Doc è destinato all'export. I principali mercati come Stati Uniti, Regno Unito e Germania hanno registrato una flessione, mentre ci hanno dato soddisfazione la Francia, Nord ed Est Europa. Ma va detto che per il secondo anno consecutivo la lettura dei dati esteri è più difficile del solito, perché osserviamo che non c'è più una coerenza e un rapporto diretto tra dati di imbottigliamento e quelli di vendita, come avvenuto fino al 2021. Con l'aumento dei costi di produzione, gli operatori hanno iniziato a fare magazzino e, quindi, all'incremento delle produzioni non è più corrisposto un analogo incremento delle vendite.

Guardando sempre ai Paesi esteri, tra i mercati maturi quali sono quelli dove è opportuno investire ulteriormente in promozione?

I principali mercati di investimento sono l'Italia e, all'estero, Usa, Uk e Germania, che insieme rappresentano più della metà delle quote export. È importante, quindi, implementare il fronte dell'attività info-formativa, per aumentare il valore percepito del prodotto

Il lavoro sulla sostenibilità

Dopo la certificazione Equalitas del 2016, il Consorzio ha lavorato su due progetti pilota di sostenibilità, che hanno permesso, da un lato, di sviluppare materiali e aggiornare sistemi digitali di supporto alle aziende nel proprio percorso di certificazione di 'organizzazione' e 'prodotto sostenibile' e, dall'altro lato, di studiare il contesto aziendale ed esterno in relazione ai temi afferenti alla sostenibilità. Attualmente sta avviando i lavori per costruire un processo strutturato di coinvolgimento degli stakeholder e di indirizzamento dei progetti operativi per ciascuna area tematica della sostenibilità. Questo permetterà, nella prossima annata, di definire un percorso coi relativi target intermedi anche in termini temporali. **Un'area pilota, con tre cantine capo filiera e parte della loro base sociale, sta già implementando e testando il protocollo viticolo realizzato nell'ambito del progetto**, calcolando gli impatti ambientali sull'intero ciclo di vita del prodotto e validando i metodi di verifica e controllo.

e la consapevolezza del consumatore, rendendolo capace di distinguere il Prosecco autentico dalle imitazioni.

A proposito quanto avete speso per tutelare il marchio Dop?

Premettendo che ottenere il dato in modo puntuale risulta parecchio complesso, possiamo dare una stima delle spese che, precisiamo, sono soggette a un vincolo statutario che impone al Consorzio tipologie e percentuali di investimenti relativi a ogni area. Negli ultimi dieci anni, siamo arrivati a quasi 10 milioni di euro di spesa per l'area 'tutela', che rappresenta circa il 10% dei costi totali.

Da Singapore alla Cina, avete ottenuto diversi recenti successi legali. Ma l'Australia continua a insistere nel produrre ed esportare i suoi 'Prosecco'.

I successi ottenuti a Singapore e in Cina, dove siamo stati protetti nonostante le azioni di contrasto dell'Australian grape and wine Inc., l'associazione che rappresenta i produttori di vino australiano, dimostrano la solidità della nostra denominazione ormai indiscutibilmente riconosciuta a livello internazionale come una Ig italiana, in oltre 30 Paesi fra i quali quelli di interesse per i produttori di vini etichettati come "Prosecco" australiani.

Che speranze ci sono di trovare un accordo?

Il Consorzio è aperto a trovare un accordo con gli australiani che, tuttavia, non comprometta la protezione internazionale della nostra Ig. Abbiamo già condiviso alcune proposte di accordo per concludere questa lunga vicenda. E auspichiamo possano portare a un dialogo costruttivo con gli australiani.

In quali Paesi avete investito e quale sarà il mercato target del futuro?

Negli ultimi anni, abbiamo investito in nuovi mercati dalle grandi prospettive. Nel 2023, ci siamo concentrati in Estremo Oriente, in paesi come Nuova Zelanda, Vietnam, Corea del Sud, mentre per quest'anno il nuovo obiettivo è il Messico, dove il Prosecco ha la doppia protezione come marchio figurativo e come indicazione geografica. In questo stato, collaboriamo col Consejo regulador del Tequila. Riteniamo che alcune zone turistiche, sebbene non risultino oggi tra le principali importatrici, siano comunque interessanti in quanto attraggono soprattutto visitatori provenienti dai nostri maggiori mercati, che prediligono il nostro vino anche in vacanza e diventano così "ambasciatori del Prosecco" presso molti nuovi mercati emergenti, stimolandone la conoscenza e le vendite. »



» **Parliamo di sostenibilità. L'obiettivo dichiarato del Consorzio è costruire un grande distretto. A che punto siamo con la sostenibilità di sistema di cui si iniziò a parlare nel 2016?**

Il Consorzio vuole costituire una comunità di imprese che lavori per un prodotto e un territorio sostenibile e si fondi sul concetto di creazione di valore condiviso. La certificazione Equalitas costituisce il riferimento per il settore vitivinicolo e la base di questo percorso. Dal 2016 a oggi, sono stati realizzati due progetti pilota in questa direzione (*vedi box*).

La vostra Doc è sempre sotto i riflettori se si parla di fitofarmaci. Quali difficoltà ci sono?

Dal 2022, è in corso un progetto che valuta, su scala aziendale, strategie di difesa a ridotto input di sostanze di sintesi ad alto rischio ambientale e per la salute. La difficoltà maggiore per ora risiede nella variabilità delle condizioni meteo e nella corretta applicazione (tempistiche e tipologia) dei prodotti utilizzati. Il supporto tecnico e la formazione degli operatori è fondamentale. In più, bisogna essere consapevoli che i cambiamenti di metodo richiedono un periodo di transizione. È altrettanto vero

che la normativa vigente ha già ridotto, nel corso dell'ultimo decennio, il numero di sostanze attive disponibili, eliminando le sostanze più pericolose.

Infine, in materia di ricerca in vigneto, siamo in un momento importante in cui i cambiamenti climatici stanno impattando in modo serio su viticoltori e imprese. Come sta agendo una Dop come la vostra?

Non possiamo star fermi né sull'ambito viticolo né su quello enologico. Lo stesso progetto della caratterizzazione del Prosecco in riferimento alle condizioni pedoclimatiche ci dà l'opportunità di monitorare, in modo dinamico, l'andamento climatico, con particolare attenzione alla disponibilità idrica del suolo. In questo modo, sarà possibile individuare dei modelli di gestione del vigneto diversi per aree. Inoltre, assieme al Crea-Ve, col progetto *Gleres*, si stanno studiando dei blend con vitigni resistenti e individuando vitigni con caratteristiche delle uve identiche all'uva glera, ma con la resistenza ai patogeni. Con un altro progetto, infine, siamo monitorando sia in pianura sia in luoghi di maggiore altitudine, altri vitigni che potrebbero essere interessanti in ottica di cambiamento climatico. ❖

FOCUS

DOC BREGANZE. Più Horeca e meno Gdo

Il Consorzio studia un nuovo corso

di Gianluca Atzeni

Non tutti i mali vengono per nuocere se, come nel caso dei vini Doc Breganze, l'occasione è ghiotta per piantare radici più solide nel circuito redditizio della ristorazione. Il piccolo distretto, che ai piedi della pedemontana vicentina comprende colline e pianure tra le vallate dei fiumi Brenta e Astico, si sta rimettendo in carreggiata dopo anni trascorsi in acque agitate, dallo stop delle attività consortili tra 2016 e 2018 (con rinunce a importanti fondi Psr regionali) al colpo assestato alle imprese dal mix di pandemia e crisi economica.

IL MERCATO. Le 17 cantine associate al Consorzio (+4 in 2 anni), che in 324 ettari (+35 ettari sul 2020) producono 15 tipologie di vino a Doc tra cui il celebre vino Torcolato, sono riuscite ad attraversare il triennio 2021-2023 con una stabilità di volumi di vino certificati, intorno ai 9mila ettolitri, e con imbottigliamenti appena inferiori che solo nel 2023 sono scesi da 8.500 a 7.700 hl. I cambiamenti in atto li spiega il presidente **Francesco Castello**: *“Rispetto al periodo pandemico, abbiamo assistito a una flessione delle vendite in gdo di circa il 10%, compensata da un +12% nell'Horeca: ristoranti, enoteche, negozi specializzati”*.

In cifre

17 soci

324 ettari

97% rappresentatività

7.648 ettolitri imbottigliati

15%-20% quota export

35% quota biologico

fonte: Consorzio vini Doc Breganze



Da un lato, quindi, un elemento di debolezza soprattutto per chi, come i brand più importanti (dalla Cantina Beato Bartolomeo a Maculan) lavorano anche con la moderna distribuzione ma, dall'altro lato, un'occasione per alzare il valore dei prodotti: *“Siamo in una zona vocata all'alta qualità e come Consorzio è opportuno puntare sui canali a più alto valore aggiunto”*.

LA SCOMMESSA. Sono circa un milione le bottiglie a Doc Breganze. Anche se, come per il Torcolato (10% dei 7.600 ettolitri totali 2023), non tutto finisce nei formati da 0,75 litri, bensì in quelli più piccoli, incrementando il conto totale.

Ebbene, **proprio l'uva vespaiola è tra le scommesse future del Consorzio**. Nessun allargamento del vigneto: *“Stiamo discutendo su come promuovere meglio i diversi vini a cui questo vitigno dà origine: dolce, bianco fermo, metodo classico. Potrebbe avere un'immagine diversa e occorre comunicare meglio”*, rimarca Castello (al terzo anno di mandato e disponibile per un eventuale bis).

I PUNTI DEBOLI. Gli ostacoli da superare sono due. Il primo è la dif-

fusione della flavescenza dorata. *“Sono anni difficili per i viticoltori”* dice il presidente *“e di impegno molto intenso”* in materia di sensibilizzazione delle imprese, con oltre 20 incontri tecnici nel 2023 su una fitopatologia che non dà scampo ai vigneti. *“Se i terreni vengono abbandonati il rischio aumenta e l'abbandono”* aggiunge *“è in relazione alla resa economica del vigneto e alle prospettive per i più giovani”*.

L'altro ostacolo è il prezzo: 70 centesimi di euro per un kg di uve a Doc Breganze (la glera per Prosecco, per esempio, è a 1,3 euro/kg): ancora basso a fronte di una raccolta uve in prevalenza manuale, per imprese in gran parte di piccole dimensioni che fanno buona qualità.

GLI EVENTI. L'enoturismo e il legame coi ristoratori locali saranno decisivi per lo sviluppo di questa Doc veneta: *“Abbiamo territori in cui il vino è tra le maggiori attrazioni”*, conclude il presidente, ricordando che un assaggio della bontà del vino simbolo ci sarà proprio domenica 21 gennaio, a Breganze, con la tradizionale spremitura pubblica delle uve vespaiola appassite nei fruttai, durante la 29esima edizione della 'Prima del Torcolato'.

NOMINE. Ricci Curbastro torna alla presidenza Efow

In cuor suo ci sperava. Ed è stato accontentato. Riccardo Ricci Curbastro torna a occuparsi di politica vitivinicola europea in prima linea. E lo fa tornando ai vertici dell'Efow, la **federazione europea delle denominazioni d'origine che lui stesso ha contribuito a creare nel 2003, rimanendo in carica fino al 2016**. Le dimissioni di Bernard Farges, produttore a Bordeaux e presidente del Cniv, gli hanno riaperto la strada. E l'assemblea generale dei membri Efow, riunita a Bruxelles, lo ha scelto (all'unanimità) per un nuovo incarico. Le sue prime parole sono state proprio per Farges: *"Negli ultimi 7 anni ha guidato le nostre denominazioni attraverso crisi importanti, come la tassa Trump e il Covid19, oltre a vincere importanti battaglie durante la riforma della Pac post-2022 e la riforma delle Ig"*. Ricci Curbastro, produttore in Franciacorta e presidente di Equalitas, siederà quindi ancora una volta ai tavoli che contano. *"Le Dop vinicole si trovano oggi ad affrontare molte sfide, come il calo dei consumi, lo status dei nostri prodotti nella società e la sostenibilità. In qualità di presidente Efow"* ha dichiarato *"la mia ambizione è portare avanti e rafforzare il lavoro svolto in questi ambiti e, in particolare, di esaminare gli strumenti di cui il nostro settore ha bisogno per continuare a offrire prodotti di qualità ai consumatori"*.

Al suo fianco, nel far sentire la voce del settore nelle principali tappe dell'Ue del 2024, ci saranno Maxime Toubart (co-presidente Comité Champagne e vice presidente Cnaoc) come vicepresidente e tesoriere; assieme a Gilberto Igrejas (presidente Ivdp) e David Palacios Algarra (presidente Cecrv) entrambi rieletti vicepresidenti Efow.



OBITUARY. Addio a Ezio Rivella il primo vero enologo moderno

di Marco Sabellico

Si è spento Ezio Rivella, classe 1933, uno dei grandi protagonisti del Rinascimento del vino italiano. **Piemontese di Castagnole Lanze, cavaliere del lavoro** (a tutti noto come cavaliere) ed enologo, la sua carriera è iniziata agli inizi degli anni Sessanta, quando curando le produzioni di numerose cantine sociali introducendo una serie di innovazioni tecniche che conferivano stabilità ai vini e li rendevano facilmente esportabili fuori dei nostri confini.



La sua fama di tecnico capace e di moderno innovatore (tra i pionieri dell'uso della tecnica del freddo in fermentazione e nella stabilizzazione dei vini, che prima avveniva per pasteurizzazione) gli valse la chiamata, negli anni Settanta, dei fratelli Mariani per dare vita alla loro creatura toscana, Banfi, a Montalcino.

Un progetto colossale per l'epoca, e ancora oggi uno dei più grandi investimenti in campo enologico mai realizzati nel nostro paese. **Il successo di Banfi a livello internazionale ha contribuito a lanciare Montalcino nell'orbita dei grandi vini del mondo.**

"A lui noi enologi dobbiamo la creazione della figura dell'enologo moderno" è quanto afferma **Riccardo Cotarella**, presidente di Assoenologi *"se esiste una enologia moderna ed evoluta oggi nel nostro paese lo dobbiamo in gran parte a lui, che è anche stato presidente di Assoenologi (allora era l'Associazione Enotecnici Italiani) per oltre un decennio tra il 1975 e il 1986. Anni fondamentali per la crescita qualitativa della nostra professione e del vino italiano"*.

Brillante tecnico, innovatore, attento a tutto quello che succedeva a livello internazionale, ma anche capacissimo manager del vino, imprenditore di successo con la sua società di consulenza e di attrezzature enologiche, Rivella è stato presidente dell'Unione Internazionale degli Enologi (UIOE), vicepresidente dell'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV), presidente dell'Unione Italiana Vini, presidente del Comitato Nazionale Vini Dop e Igp del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, del Consorzio del Vino Brunello di Montalcino.

Orgogliosamente piemontese, e legato alle tradizioni e ai vini della sua terra (legendarie le sue "merende sinoira" organizzate per ritrovarsi con gli amici e i collaboratori) negli ultimi anni si era dedicato a rivitalizzare Bel-Sit, l'azienda di famiglia a Castagnole Lanze, dove produceva ottime Barbera d'Asti e Moscato d'Asti. Schietto, arguto, brillante, deciso, innovatore, lascia un grande vuoto in tutti quelli che, come noi, hanno avuto la fortuna di conoscerlo.

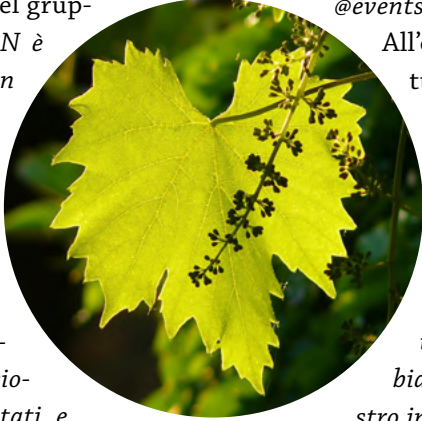
ASSOCIAZIONI 1. Si spaccano i Vignaioli Artigiani Naturali. Falcione annuncia la fine La presidente Parrilla lo accusa di uso illecito di logo e marchio

di Marzio Taccetti

Scissione nel mondo dei Vignaioli Artigiani Naturali. Nei giorni scorsi sulla pagina Facebook dell'associazione era apparso un lungo post che annunciava la fine del gruppo: *“L'esperienza VAN è giunta al termine; non ci sono più le condizioni minime, in questi tempi oscuri, prevale l'opportunismo e l'individualismo esasperato. I valori fondanti, la solidarietà e la condivisione sono stati calpestati e vilipesi”*.

All'indomani dell'addio, però, arriva il colpo di scena: la presidente dell'associazione **Mariangela Parrilla** annuncia al Gambero Rosso che *“l'associazione esiste ancora”*.

Cosa è successo, dunque? *“La situazione”* spiega Parrilla *“è dovuta al nostro ex tesoriere (Emilio Falcione; ndr), ex socio e consigliere il cui percorso nell'associazione era terminato da tempo. Aveva dato dimissioni da tutte le cariche, ma ha continuato a detenere le credenziali del sito web e della pagina su Facebook. Pur diffidandolo dall'usarle e richiedendone la restituzio-*



zione non siamo riusciti a ottenere nulla. Per questo motivo” conclude *“abbiamo creato un nuovo sito internet e una nuova pagina Instagram: www.vignaioliartigianinaturali.org ed @events_van”*.

All'origine della spaccatura interna c'è una differenza di vedute descritte nel post su Facebook (presumibilmente scritto da Falcione): *“Siamo stati troppo inclusivi, abbiamo accettato al nostro interno, nel nostro percorso, persone che perseguono esclusivamente l'interesse individuale”*.

Parole durissime a cui risponde la presidente Parrilla: *“C'è chi pensa che chi è padre sia anche padrone”* ha detto *“nel senso che invece di voler veder crescere in maniera sana l'associazione ha voluto ucciderla. Per l'ex tesoriere regna l'individualismo, ma non è così: l'associazione rimane democratica e aperta, anzi, penso che sia la più democratica nel campo dei vini naturali. A breve ci sarà un comunicato abbastanza lungo che spiegherà tutto quello è successo all'interno e perché*

siamo oggi a questo punto. Abbiamo cercato di risolvere la questione in tutti i modi, anche in maniera amichevole, ma non ci siamo riusciti, purtroppo”.

Cosa ne sarà dunque dei VAN? Parrilla sostiene che logo e marchio siano registrati a nome dell'associazione e, quindi sotto la sua responsabilità. *“Da parte dell'ex tesoriere”* denuncia *“c'è stato un uso illecito perché nessuno può utilizzarli senza il nostro consenso. Tra l'altro”* aggiunge *“avrei apprezzato se l'avesse fatto mettendo nome e cognome. Invece ha fatto credere che l'associazione non esiste più, quando non è così: al contrario esiste un gruppo democratico e coeso che condivide gli stessi obiettivi e valori che sono alla base della creazione dell'associazione”*.

Non si fermano, quindi, gli eventi in giro per l'Italia, a partire da Roma. *“A fine mese vedremo di pubblicare il programma del 2024”* annuncia la presidente *“Siamo in ritardo, ma le nostre risorse sono impiegate a smentire e risolvere una situazione spinosa. Stiamo pensando di toccare altre città in Italia, cercando di crescere. Dobbiamo ancora lavorarci e trovare un canale comunicativo idoneo, perché, al momento, non lo abbiamo”*.

ASSOCIAZIONI 2. Nasce Piwi Italia per promuovere i vitigni e i vini resistenti Il presidente è Marco Stefanini

Piwi Italia diventa ufficialmente un'associazione dopo la firma dello statuto avvenuto venerdì 12 gennaio e la registrazione presso l'Agenzia delle Entrate. *“È un momento storico per la viticoltura italiana. Chiunque inizi a piantare varietà resistenti può iscriversi all'associazione che di fatto conta ormai più di 250 produttori italiani”*, ha detto il neopresidente **Marco Stefanini**.

L'associazione, che avrà sede presso la Fondazione Edmund Mach di San Michele all'Adige, ha fissato la sua prima assemblea nella primavera di quest'anno. *“Gli obiettivi della nuova associazione”* spiega Stefanini *“sono di far conoscere ed ampliare la conoscenza delle varietà resistenti e far pressione, anche a livello politico, affinché altre regioni le autorizzino nel rispetto delle peculiarità regionali”*.

L'impiego delle varietà resistenti nei vigneti non è ancora stato autorizzato a livello nazionale.

Ad oggi, il Trentino, l'Alto Adige, la Lombardia, il Friuli-Venezia Giulia, il Piemonte, il Veneto, l'Emilia-Romagna, le Marche, l'Abruzzo, il Lazio e la Campania sono le regioni in cui è possibile la coltivazione di questa varietà: attualmente sono 36 quelle iscritte nel Registro Nazionale delle Varietà di Vite. *“La nostra attività di ricerca avrà proprio lo scopo di mettere a disposizione dei viticoltori un numero sempre maggiore di varietà resistenti per poter valorizzare al meglio il proprio territorio con quelle più adatte”* conclude Stefanini. Una scelta che si pone nell'ottica di affrontare i cambiamenti climatici attualmente in corso e che porteranno presumibilmente alla necessità di individuare nuove varietà che meglio si adattino alle mutate condizioni. – **M.T.**

Le grandi cantine della Valle d'Aosta



S.DA REGIONALE 20 | LOC. VILLETOS, 50 | 11010 AYMAVILLES (AO)

WWW.LESCRETES.IT | 0165 902274

Les Crêtes nasce ad Aymavilles, con la famiglia Charrère, che dal 1700, lavora i propri vigneti in Valle d'Aosta. Il terroir, che si sviluppa ai piedi del Monte Bianco, presenta un clima alpino, condizionato da forti dislivelli, basse temperature e notevoli escursioni termiche, che arricchiscono il profilo aromatico delle uve. I suoli di origine morenica e il microclima secco e ventilato creano la culla ideale per una coltivazione a basso impatto ambientale. I vigneti sono coltivati ad altitudini elevate, tra i 600 e i 900 metri con varietà autoctone e internazionali. I vini di Les Crêtes sono figli di una viticoltura eroica, artigianale, creati con passione e sapienza, sono dedicati ad amatori ed esperti. Sapidì, freschi, eleganti, raccontano della montagna e della famiglia che li produce.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Valle d'Aosta Bianco Neige d'Or 2019

Petite Arvine (60%) e Pinot Grigio si fondono per dare vita a questo aristocratico bianco che matura per una parte in barrique e per l'altra i tini da 30 ettolitri. Il risultato è un vino che impasta fiori bianchi e frutti gialli su sfumature di burro di montagna, mentre al palato si dimostra complesso e molto persistente. Provatelo con una buona fontina d'alpeggio.

Valle d'Aosta Chardonnay Cuvée Bois 2021

Ampia complessità e notevole equilibrio per questo Chardonnay in purezza che matura per un anno in barrique. Frutta bianca, nocciola, scorza di cedro candito si mescolano a sfumature speziate e minerali su un palato fitto e ricco, di estrema eleganza. Si accompagna perfettamente ai tagliolini al tartufo bianco.



Valle d'Aosta Pinot Nero 2022

Solo acciaio per questo Pinot Nero agile e scattante che profuma di fragola arricchita da sensazioni di salvia e pompelmo. Al palato è fine e succoso, armonico nella struttura tannica e minerale e fresco nel lungo finale. Da provare con una battuta di carne di manzo.

CHIANTI CLASSICO. Mario Botta e Heinz Beck firmano la nuova cantina Arillo

di Divina Vitale

L'architettura di fama mondiale torna a toccare il settore vitivinicolo. Sarà infatti il grande archistar svizzero Mario Botta a firmare la cantina dell'azienda del Chianti Classico Arillo in Terrabianca, che si trova a San Fedele a Paterno nel comune di Radda in Chianti.

La proprietà, dal 2019, fa capo ai coniugi svizzeri Burkard: Urs che lavora nel mondo della finanza e la moglie Adriana, di origini italiane e appassionata di vino ed accoglienza. E non è la sola prestigiosa firma, infatti nel progetto è prevista la realizzazione di un ristorante, che sarà sistemato nella parte alta della cantina e che vedrà al comando lo chef 3 stelle Michelin Heinz Beck. Due nomi assoluti quindi per la cantina toscana. E per Mario Botta, un grande ritorno in Toscana, dove nei primi anni Duemila aveva firmato la cantina Petra a Suvereto che fa capo al gruppo Terra Moretti. Il nuovo progetto prevede un investimento plurimilionario

che conta anche la ristrutturazione del casale che si trova sovraesposto, circa un centinaio di metri rispetto alla cantina e che sarà adibito ad agriturismo con piscina. Un vero e proprio wine resort con la parte produttiva, la ricezione turistica e la ristorazione di alta gamma.

L'intervento di Botta interesserà in particolare il fronte esterno della cantina con una serie di forme circolari, tanto care alla sua poetica architettonica, in travertino di Rapolano. Il disegno nasce dalla volontà di rispettare i concetti legati alla filosofia produttiva della famiglia Burkard che si legano alla geometria dei luoghi, alla musica della natura e all'architettura del vino.

Il racconto di Arillo dalla proprietà individua un teorema toscano che oltre ad Arillo comprende al suo interno anche le altre due proprietà in Maremma (Tesoro, in apertura in primavera) e Colle Brezza in Val d'Orcia.



M&A. Winelivery acquisisce la maggioranza di Become Somm



Winelivery si allarga annunciando l'acquisizione di Become Somm, community online di appassionati di vino che lavora su apprendimento e condivisione della cultura vinicola. Per la società milanese guidata da **Francesco Magro**, attiva nel settore delle consegne di vino di qualità a domicilio, l'operazione (di cui

non è stato reso noto l'ammontare) segna un momento importante: *"Become Somm rappresenta un prezioso asset nella nostra strategia di comunicazione. Il suo forte impatto sui giovani consumatori e il suo approccio inclusivo nell'avvicinare le persone al mondo del vino si allineano perfettamente alla nostra visione"*.

Per Winelivery (applicazione lanciata a gennaio 2016, oggi presente con 60 store in tutta Italia) si apre la possibilità di rafforzare la presenza nel panora-

ma della distribuzione del vino e di potenziare la capacità di raggiungere e coinvolgere il pubblico. Become Somm, grazie a un approccio innovativo, ha offerto contenuti educativi attraverso i canali social e digitali, diventando una delle community più rilevanti nel settore. Il suo fondatore, Simone Ingrassia, parla di passo in avanti per Become Somm: *"Potremo espandere e arricchire ulteriormente la nostra offerta per la nostra fedele community"*.

BILANCI. I ricavi del Gruppo Merergalli sfiorano i 100 milioni di euro Il distributore elenca i macrotrend del 2023

Dopo un 2022 a 92 milioni di euro, il fatturato di Merergalli ha sfiorato nel 2023 la quota di 100 milioni di euro (99,44 mln), con un 8% di incremento. Il gruppo lombardo, leader italiano nella distribuzione dei vini e liquori, registra una buona performance su tutte le imprese del gruppo soprattutto per Visconti 43 (+27%). Bene anche le consociate Merergalli France e Merergalli Monaco (+1,6%). Merito di un piano industriale che ha puntato a prodotti di qualità e prezzo superiori, seguendo un trend che ha subito un'accelerazione importante negli ultimi anni. Per Marcello Merergalli, amministratore delegato, il mondo del vino di qualità esce rafforzato da un 2023 seppure complesso per l'economia e la geopolitica: *"Siamo ottimisti per il futuro e speriamo che non solo il mondo premium salga, ma che ci sia un ritorno del ceto medio, vera forza dell'Italia"*.

La presentazione del bilancio è stata, per il distributore italiano, un'occasione per analizzare le macro tendenze del 2023. **I vini fermi, spiega il Gruppo Merergalli, sono la cate-**

ria più venduta: il rosé conferma la crescita degli ultimi anni. Il vino bianco è sopra la media con più incidenza sulle vendite al Nord Est e nel Centro Italia, a differenza del rosso che si distingue a Nord Ovest e al Sud. Resta elevata la richiesta di spumanti, concentrata al Nord Est e al Sud in maniera equivalente.

Tra i distillati tradizionali, nel 2023 cresce la vodka (+18%) e si rileva l'ascesa del tequila (18.5% sul 2022). Nel mondo whisky, salgono esponenzialmente i marchi giapponesi con

+120%. La categoria amari segna +26%, e conferma il trend degli ultimi anni: insieme a liquori e grappa (Nord Est e Sud Italia) la categoria si conferma il distillato più venduto nel Nord Est. Considerando, infine, i luoghi del consumo fuori casa, la mezza (ristoranti, hotel, bar) segna un +10% rispetto alla vendita cosiddetta 'a corpo' (+3.58%). Ne ha risentito il canale online con una piccola flessione che, secondo Merergalli, testimonia la ripresa del consumo fuori casa.



NOMINE. Terre Cevico ha un nuovo presidente: è Franco Donati L'uscente Marco Nannetti resta in Cda

Terre Cevico ha rinnovato il Consiglio di amministrazione. La cooperativa romagnola, che ha cambiato il suo statuto da consorzio a cooperativa di primo grado (incorpo-



rando Le Romagnole, Romagnole Due, Winex, Due Tigli, Enoia e Rocche Malatestiane), ha nominato alla presidenza Franco Donati. **Il viticoltore, classe 1963, dal 2020 ha ricoperto la carica di vicepresidente.** Marco Nannetti, presidente uscente, è stato confermato consigliere del nuovo Cda, composto da Alberto Asioli, Emanuele Babin, Lino Bacchilega (vice), Flavio Cattani, Fabio Foschi, Marco Lanzoni, Gianni Raffoni, Valter Raspanti, Daniela Ravaglia, Gregorio Vecchi. Confermato alla direzione generale Paolo Galassi.

"Fin da subito" ha dichiarato Donati *"dovremo affrontare un intenso lavoro improntato alla tutela del reddito dei soci e alla valorizzazione dei nostri due principali vitigni come trebbiano e sangiovese"*. Dal punto di vista finanziario, il bilancio 2022/23 di Terre Cevico (chiuso a luglio scorso) conta un fatturato aggregato di 217,2 milioni di euro (+14,5%), spinto da esportazioni che sono salite a 86 mln di euro (+18%) per un'incidenza sui ricavi del 43 per cento.

EVENTO. Oltre 90 vignaioli per VinNatur Genova



Conto alla rovescia per VinNatur Genova, evento dedicato ai vini naturali in programma domenica 21 e lunedì 22 gennaio ai Magazzini del Cotone, al Porto Antico. Oltre 90 i vignaioli presenti. L'evento si arricchisce di tre masterclass di approfondimento sulla viticoltura che esegue minimi interventi in vigna e in cantina. "Dopo un'edizione interrotta a febbraio 2020 e un'altra di dimensioni più contenute per l'emergenza sanitaria Covid-19 ancora in atto nel 2021, siamo felici di ritornare quest'anno ai Magazzini del Cotone"; ha dichiarato Angiolino Maule, presidente dell'associazione VinNatur.

Gli organizzatori hanno lavorato coi ristoratori del territorio per dare vita al VinNatur Bistrot, un'area food collocata all'interno della manifestazione dove saranno presenti diversi chef. Previste anche serate a tema per coinvolgere gli appassionati e i curiosi nel mondo del vino naturale.

Info: www.vinnatur.org

supervisione editoriale

Marco Mensurati

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon,

Marco Sabellico, Servizio Giuridico Uiv,

Marzio Taccetti, Divina Vitale

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

ENO MEMORANDUM

FINO AL 28 MARZO

❖ **PROSECCO DOCG**

VIRTUAL TASTING

evento online

dalle 19.00

prosecco.it/it/virtual-tasting/

20 GENNAIO

❖ **WINE IN VENICE**

Venezia

Scuola grande

della Misericordia

fino al 23 gennaio

wineinvenice.com

21 GENNAIO

❖ **VINO INDIPENDENTE**

Calvisano (Brescia)

Sala Polivalente

Beata Cristina

vinoindipendente.it

21 GENNAIO

❖ **VIN NATUR GENOVA**

Genova

Magazzini del cotone

al Porto antico

fino al 22 gennaio

vinnatur.org

21 GENNAIO

❖ **LA SARDEGNA**

DI VINODABERE

Roma

Hotel Belstay

via Bogliasco, 27

fino al 22 gennaio

vinodabere.it

21 GENNAIO

❖ **PRIMA DEL TORCOLATO**

Breganze (Vicenza)

piazza Mazzini

dalle 9 alle 20

breganzedoc.it/prima-del-torcolato-2024/

27 GENNAIO

❖ **WINE AND SIENA**

Siena

Palazzo di Santa Maria

della Scala

fino al 29 gennaio

wineandsiena.com

27 GENNAIO

❖ **VIGNAIOLI NATURALI**

A ROMA

Roma

Hotel Excelsior

via Veneto 125

fino al 28 gennaio

vinaturaliaroma.it

28 GENNAIO

❖ **EVOLUZIONE NATURALE**

Grottaglie (Taranto)

fino al 29 gennaio

evoluzionenaturale.org

28 GENNAIO

❖ **VINI MIGRANTI**

Firenze

ex Manifattura tabacchi

fino al 29 gennaio

vinimigranti.it

29 GENNAIO

❖ **GRANDI LANGHE**

fino al 30 gennaio

grandilanghe.com

3 FEBBRAIO

❖ **AMARONE
OPERA PRIMA**

Verona

Palazzo della Gran Guardia

fino al 4 febbraio

amaroneoperaprima.it

12 FEBBRAIO

❖ **WINE PARIS
& VINEXPO PARIS**

Parigi

Paris Expo

Porte de Versailles

fino al 14 febbraio

wineparis-vinexpo.com

12 FEBBRAIO

❖ **CESENA IN BOLLA**

Cesena

presso Cesena Fiera

Via Dismano, 3845

fino al 13 febbraio

cesenainbolla.com

14 FEBBRAIO

❖ **ANTEPRIME
DI TOSCANA**

fino al 19 febbraio

anteprimetoscane.it



CALENDAR 2024

JANUARY

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

01 MIAMI - USA Vini d'Italia/Top Italian Wines Roadshow

03 VANCOUVER - Canada trebicchieri 2024

06 TORONTO - Canada trebicchieri 2024

08 OTTAWA - Canada trebicchieri 2024

15 ALMATY - Kazakhstan Top Italian Wines Roadshow

SINGAPORE trebicchieri 2024

28-30 HONG KONG trebicchieri 2024 - Vinexpo Special

JUNE

03 HO CHI MINH - Vietnam Top Italian Wines Roadshow

07 STOCKHOLM - Sweden trebicchieri 2024

10 COPENHAGEN - Denmark Vini d'Italia

12 OSLO - Norway trebicchieri 2024

14 PRAGUE - Czech Republic Vini d'Italia

YOUR PASSION IS OUR INSPIRATION

www.gamberorossointernational.com

GamberoRossoInternational



CHAMPAGNE. Il 2023 peggio del previsto

La sfida con Prosecco e Crémant



foto Claudio Schwarz / un splash

Il 2023 dello Champagne è andato peggio delle previsioni. Le celebri bollicine francesi hanno chiuso l'anno a quota 299 milioni di bottiglie vendute, rispetto alle 314 milioni stimate dal Comité Champagne alla fine del primo semestre dello scorso anno. Il risultato complessivo è un netto calo (-8,2 per cento) rispetto a un 2022 che, tuttavia, aveva segnato un record di vendite, con 325 milioni di pezzi, e un giro d'affari per la prima volta sopra i 6 miliardi di euro.

Si tratta di un bilancio in chiaro-scuro, in cui per maison e vigneron d'oltralpe hanno pesato sia gli effetti dell'inflazione sia una certa disaffezione dei cittadini francesi a spendere per le loro bollicine di bandiera.

A erodere quote di mercato sono stati sia i vini Crémant, i concorrenti locali a metodo classico dello Champagne che ormai hanno superato la soglia di cento milioni di bottiglie (tra Alsazia, Borgogna, Bordeaux, Loira, Jura), sia il Prosecco,

che in Francia ha trovato terreno fertile e dove la crescita nel corso del 2023 è stata a due cifre. Tra le cause di questo voltafaccia dei francesi c'è un incremento dei prezzi medi delle bottiglie che sono saliti durante lo scorso anno (secondo rilevazioni al dettaglio da parte delle associazioni dei consumatori, escluse le vendite dirette in cantina o sul web) oltre i 34 euro per una bottiglia di Champagne con marchio della cantina e di oltre 24 euro per una a marchio del distributore.

Nel dettaglio, nel corso del 2023, lo Champagne ha venduto 127 milioni di bottiglie in Francia e 172 milioni di bottiglie all'estero, mantenendo comunque un giro d'affari al di sopra dei sei miliardi di euro. Le vendite oltre confine, in particolare, sono state nettamente superiori al periodo pre-pandemia (2019) quando i pezzi erano 156 milioni e rappresentano attualmente il 57% delle vendite complessive (dieci anni fa questa quota era del 45 per cento),

a testimonianza di una propensione alle esportazioni sempre crescente. Il Comité Champagne spiega la flessione nei volumi delle esportazioni registrata nel 2023, oltre otto punti persi rispetto all'anno precedente, con la **grande mole di stock di bottiglie operata due anni fa dai distributori per timore di non disporre di sufficiente prodotto** da rivendere sul mercato.

Secondo **Maxime Toubart**, co-presidente del Comité Champagne e presidente del sindacato dei vigneron, il 2023 riporta la denominazione a condizioni di normalità dopo tre anni anomali. *“Il calo era atteso e restiamo ottimisti per il futuro”*, ha evidenziato **David Chatillon**, presidente dell'Unione delle maison de Champagne e co-presidente del Comité. L'ottimismo non potrebbe mancare, del resto, soprattutto tenendo conto dello straordinario millesimo 2023 per tutto il distretto francese, che è stato giudicato di grande qualità. - **G.A.**

IL MIO EXPORT

Magnus Saccone – Andreola



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

L'export è al 35 per cento. I paesi principali sono Usa, Uk, Russia.

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

Storicamente, il mercato svizzero e quello belga danno più soddisfazione in quanto una grossa fetta dei consumatori ha già una buona cultura del vino e un desiderio di "bere bene". Invece i mercati monopolizzati sono difficili in quanto spesso richiedono prezzi bassi e volumi importanti; cosa che non fa parte della nostra filosofia.

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

Penso come tutti. Le materie prime e i materiali secchi hanno subito degli aumenti importanti e abbiamo dovuto far fronte a questa nuova situazione.

4 Come pensate che il sistema vino debba ripartire? Quali strategie per superare questo momento?

Un trend che notiamo è che si beve meno, ma meglio. I consumatori, che si sono abituati a bere vini di un certo livello, fanno fatica a tornare indietro. La nostra

realtà, essendo una realtà a gestione familiare e con una forte vocazione per produrre vini di qualità con un'impronta netta nel territorio abbraccia sempre più convinta questo modo di lavorare.

5 Come va con la burocrazia?

Diciamo che è uno scomodo cliente con il quale dobbiamo convivere.

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

L'immagine del vino italiano ha avuto uno sviluppo positivo dove i grandi vini a base di Nebbiolo hanno raggiunto una notorietà simile ai francesi. Lo stesso vale per i grandi toscani che storicamente godono di un'ottima stima. Il territorio di Valdobbiadene Docg oggi rappresenta una chicca nel panorama delle bollicine italiane e sempre più consumatori preferiscono bere vini della nostra zona, avendo scoperto la loro versatilità.

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

Collaboriamo con dei partner che ci aiutano a individuare strategie e iniziative per promuovere i nostri vini sui vari mercati dove siamo presenti. Nonostante abbiamo preso più confidenza con gli strumenti del tipo Zoom e Teams, notiamo che incontrarsi di persona e stringersi la mano ha un valore inconfondibile.

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice

S&P 500 Food & Beverage & Tabacco	Var% settimanale -0,99	Var% inizio anno -0,10
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	Var% settimanale 0,18	Var% inizio anno 0,05
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	Var% settimanale -0,72	Var% inizio anno -0,73

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	0,26	-1,77	0,26	1.016
Campari	Italia	-6,81	-9,45	-6,53	10.744
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-4,52	-3,90	5,34	41
Marr	Italia	-3,47	-3,14	-13,13	739
Newlat Food	Italia	0,63	1,78	73,91	351
Orsero	Italia	-3,86	-3,07	19,48	290
Valsoia	Italia	0,42	2,15	-2,46	102
Anheuser Bush I	Belgio	-1,59	0,39	4,08	101.886
Danone	Francia	1,28	5,28	23,24	41.872
Pernod-Ricard	Francia	-0,77	-7,73	-24,49	37.680
Remy Cointreau	Francia	-3,51	-19,10	-47,14	4.768
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-8,72	-7,75	-13,14	2.672
Dsm	Olanda	0,00	0,00	-6,02	763
Heineken	Olanda	2,93	1,65	2,25	53.833
Jde Peet S	Olanda	-2,30	-2,13	-12,93	11.620
Ebro Foods	Spagna	-0,39	-0,90	-1,91	2.366
Viscofan	Spagna	2,25	1,68	-9,77	2.534
Barry Callebaut N	Svizzera	-5,58	-10,64	-32,37	7.434
Emmi N	Svizzera	0,21	3,73	15,38	5.400
Lindt N	Svizzera	6,35	8,43	11,04	15.917
Nestle N	Svizzera	-0,44	0,90	-14,58	280.633
Associated British Foods	Gran Bretagna	-3,06	-3,76	24,58	20.074
Britvic Plc	Gran Bretagna	2,04	1,25	8,62	2.466
Cranswick Plc	Gran Bretagna	2,19	2,78	19,91	2.451
Diageo	Gran Bretagna	1,08	-2,05	-24,42	72.662
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	-1,88	-5,08	-18,60	2.919
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-2,22	-4,32	-21,83	35.595
Beyond Meat	Stati Uniti	-10,33	-18,09	-54,24	432
Boston Beer `A`	Stati Uniti	6,34	3,83	0,33	3.338
Brown-Forman B	Stati Uniti	-1,80	-4,45	-18,65	15.539
Bunge Ltd	Stati Uniti	-1,93	-6,09	-5,60	12.657
Campbell Soup	Stati Uniti	-2,81	0,72	-20,78	11.978
Coca-Cola Co	Stati Uniti	-0,02	1,80	-2,34	238.407
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	-2,52	-0,28	-28,39	12.554
Constellation Brands	Stati Uniti	0,73	5,64	13,50	42.898
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-3,93	-10,25	-33,43	6.592
Flowers Foods	Stati Uniti	-2,09	-0,09	-19,65	4.363
Freshpet Inc	Stati Uniti	1,89	-1,34	39,87	3.794
General Mills	Stati Uniti	-2,41	-3,55	-23,85	34.269
Hershey Company	Stati Uniti	-0,81	2,73	-15,48	26.380
Hormel Foods	Stati Uniti	-2,82	-2,46	-32,06	15.737
Ingredion Inc	Stati Uniti	2,20	0,91	9,36	6.560
Kellanova	Stati Uniti	-3,99	-3,17	-17,57	16.921
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-0,47	-4,47	-10,82	40.902
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	0,85	0,21	10,35	14.371
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	3,30	2,96	-13,68	4.331
Mccormick & Co	Stati Uniti	-3,62	-4,74	-19,63	15.051
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	0,61	3,22	24,47	11.633
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	-1,21	0,58	8,63	91.106
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-0,97	0,97	13,97	55.617
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-6,87	-6,15	3,90	4.002
Nomad Foods	Stati Uniti	0,50	6,19	5,26	2.886
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	-14,52	-10,17	-57,94	577
Pepsico Inc	Stati Uniti	-0,60	-2,16	-5,18	210.714
Performance Food Gr	Stati Uniti	-0,79	1,36	16,58	10.022
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-1,60	2,13	9,41	6.147
Post Holdings	Stati Uniti	-0,90	5,52	-1,12	5.168
Seaboard Corp	Stati Uniti	-0,39	1,29	-8,25	3.857
Smucker, J.M.	Stati Uniti	-2,32	1,41	-17,01	12.500
Sysco Corp	Stati Uniti	-0,90	2,42	-6,76	34.880
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	1,00	1,00	-41,88	912
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	-2,44	1,70	-11,34	42.391
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-1,27	1,64	-15,93	14.375
Us Foods Holding	Stati Uniti	-1,97	0,99	22,98	10.360

FINE WINE AUCTIONS

Resiste lo Champagne Le Mesnil

Quel che colpisce, nella graduatoria di questa settimana, sono i prezzi di Le Mesnil: alle aste del 2023 soltanto un'annata, il 2006, è stata quotata meno di 1.000 euro, ed è scesa sotto questa soglia per via di un ribasso: nel 2022 non solo i 16 millesimi presenti in tabella ma tutti e 20 quelli per cui è possibile questa verifica erano al disopra del migliaio di euro. E' esagerato il valore attribuito a questo Champagne? No, perché è stato il primo Blanc de Blancs millesimato prodotto nel mondo e perché da quando è nato, nel 1921, è sempre stato prodotto soltanto con le uve delle grandi vendemmie, quando è stato possibile raggiungere il massimo della qualità: infatti in 103 anni sono stati messi in commercio soltanto 40 millesimi. A crearlo è stato Eugène Aimé Salon, convinto che le uve di Chardonnay coltivate nei vigneti di Le Mesnil-sur-Oger non avevano bisogno di essere miscelate con quelle di Pinot Noir o Pinot Meunier per realizzare uno Champagne di eccellenza assoluta, di straordinaria finezza ed eleganza senza per questo essere meno longevo. Per produrlo ha fondato la Maison che porta il suo nome, Salon. Alla sua morte, nel 1943, l'azienda è stata ereditata dalla sorella, per essere infine ceduta, nel 1989, al gruppo Laurent Perrier, di cui fa parte associata alla Delamotte. Nonostante i cambi di gestione il prestigio di cui gode è talmente elevato che quest'anno, investita come tutti i Borgogna dall'ondata del ribasso, le quotazioni della Cuvée Salon Le Mesnil sono scese complessivamente meno delle concorrenti: poco più del 5%.

– Cesare Pillon

Le Mesnil - Salon

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2023	Prezzo 2022	+ / -
1955	1 b	\$ 5.229	Acker Wines, Usa	07/09/23	€ 4.882,32	€ 4.111,77	+19%
1964	1 b	Hk\$ 27.500	Christie's, Hong Kong	25/05/23	€ 3.269,75	€ 4.204,16	-22%
1969	1 b	£ 2.750	Zachys, Europa online	09/06/23	€ 3.205,40	€ 2.817,50	+14%
1973	1 b	Hk\$ 27.390	Acker Wines, Hong Kong	21/04/23	€ 3.179,98	€ 4.604,16	-31%
1982	1 b	\$1.868	Acker Wines, Usa	07/09/23	€ 1.744,15	€ 1.990,01	-12%
1983	2 b	\$ 2.739	Acker Wines, Usa	26/10/23	€ 1.299,38	€ 1.715,00	-24%
1985	12 b	Hk\$ 300.000	Sotheby's, Hong Kong	24/11/23	€ 2.937,50	€ 2.337,20	+26%
1990	1 b	\$ 2.490	Acker Wines, Usa	26/10/23	€ 2.362,51	€ 3.012,50	-22%
1995	6 b	Hk\$ 62.500	Sotheby's, Hong Kong	03/04/23	€ 1.220,83	€ 1.527,62	-20%
1999	1 b	€ 1.250	Sotheby's, Beaune	21/04/23	€ 1.250,00	€ 1.595,21	-22%
2002	1 b	€ 1.488	Pandolfini, Firenze	10/11/23	€ 1.488,00	€ 1.867,19	-20%
2004	1 b	\$ 1.494	Zachys, New York	02/03/23	€ 1.408,84	€ 1.359,39	+4%
2006	12 b	\$ 12.450	Acker Wines, Usa	26/10/23	€ 984,38	€ 1.225,00	-20%
2007	1 b	€ 1.612	Pandolfini, Firenze	10/11/23	€ 1.612,00	€ 1.380,73	+17%
2012	3 b	€ 4.712	Pandolfini, Firenze	21/04/23	€ 1.570,67	€ 1.013,00	+55%

Le Mesnil Blanc de Blancs - Salon

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2023	Prezzo 2022	+ / -
1997	1 b	€ 1.488	Pandolfini, Firenze	21/04/23	€ 1.488,00	€ 1.595,21	-7%

