



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



GLI AUTOCTONI ITALIANI SUPERANO I SUPERTUSCAN TRA I COLLEZIONISTI

BILANCI

Per vino
spiriti e aceti
valore aggiunto
di 20,5 mld
ma è allarme per
la crisi di Suez

PROMOZIONE

Dopo il pasticcio
sui fondi Ocm
❖ Lollobrigida
si difende: "Non
è la prima volta
che succede"

AGRICOLTURA

Dalla Francia
all'Italia si allarga
❖ la protesta
dei trattori
Ecco cosa
sta succedendo

VINITALY

Accordo con
Cinecittà: il cinema
sbarca a Verona
❖ In mostra anche
le opere del
Museo Lungarotti

L'INTERVISTA

È ufficiale
l'Asti Rosato si farà
❖ Il Consorzio
"Obiettivo
3 milioni di bottiglie"
Lancio a Natale





Il Papa al mondo del vino "Lavorate con rispetto e umanità"

"Se il rispetto e l'umanità valgono nell'uso della terra, sono ancora più decisivi nella gestione del lavoro, nella tutela delle persone e nel consumo dei prodotti". È il messaggio lanciato da Papa Francesco ai partecipanti al convegno di Vinitaly su **L'economia di Francesco e il mondo del vino italiano**, durante l'udienza di lunedì 22 gennaio a Roma, nel Palazzo apostolico Vaticano, a cui, tra gli altri, hanno preso parte il presidente di Veronafiere, Federico Bricolo, l'amministratore delegato di Veronafiere, Maurizio Danese, il presidente di Assoenologi, Riccardo Cotarella, il presidente di Unione Italiana Vini, Lamberto Frescobaldi, la presidente di Federvini, Micaela Pallini, l'editore e ceo di Class Editori, Paolo Panerai, il direttore del Gambero Rosso, Marco Mensurati.

Il pontefice, nel suo discorso, ha ricordato come il settore vitivinicolo sia una realtà significativa per numero di aziende coinvolte, qualità di produzione e impatto occupazionale: "È dunque bene che vi ritroviate a riflettere insieme" ha sottolineato "sugli aspetti etici e sulle responsabilità morali che tutto ciò comporta, e che in questo tragate ispirazione dal Poverello di Assisi".

"Cari amici" ha detto Bergoglio "il vino, la terra, l'abilità agricola e l'attività imprenditoriale sono doni di Dio, ma non dimentichiamo che il Creatore li ha affidati a noi, alla nostra sensibilità e alla nostra onestà, perché ne facciamo, come dice la Scrittura, una vera fonte di gioia per il cuore dell'uomo, e di ogni uomo, non solo di quelli che hanno più possibilità".

foto: Vatican Media

L'ANALISI. Per vino, spiriti e aceti valore aggiunto di 20,5 miliardi di euro Federvini: "Imprese solide ma esposte alle incertezze geopolitiche"

di **Loredana Sottile**

È di 20,5 miliardi il valore aggiunto del comparto italiano di vini, spiriti e aceti, corrispondenti a circa l'1,5% del Pil nazionale. È lo studio di filiera realizzato da Nomisma per Federvini e presentato alla Camera dei Deputati.

Di questi, 4,9 miliardi sono riconducibili all'effetto diretto, 9 miliardi sono imputabili all'effetto indiretto e 6,6 miliardi all'effetto indotto. La fotografia scattata da Nomisma mostra, dunque, una filiera in salute, con oltre 2.300 imprese, 21,5 miliardi di euro di fatturato diretto e 10 miliardi di euro di export.

«Ogni euro di valore aggiunto direttamente generato dalle imprese dei settori vini, spiriti e aceti crea ben 4,2 euro nell'intera economia nazionale grazie agli impatti indiretti e indotti su altre filiere del made in Italy» ha dichiarato **Emanuele Di Faustino**, responsabile industria retail e servizi di Nomisma.

Mastroberardino: "Crisi di Suez: si teme impennata dei prezzi"

La situazione del Canale di Suez, con le difficoltà alla navigazione provocate dagli attacchi degli Houthi dello Yemen contro le navi nel Mar Rosso, mette in serio allarme tutta la filiera.

«Non ci preoccupa solo il cambio di rotta, che è già in corso» rivela il vicepresidente di Federvini **Piero Mastroberardino** «ma tutte le ripercussioni che la crisi avrà sull'aumento delle tariffe del trasporto marittimo. Un po' quello che è già successo lo scorso anno con l'industria del vetro e i prezzi saliti alle stelle, con impatti devastanti per tutto il settore».



Altrettanto rilevanti i valori sotto il profilo occupazionale: a fronte di 81 mila lavoratori direttamente occupati dalle imprese dei tre settori, grazie ad un effetto moltiplicatore pari a 5,8, se ne attivano oltre 460 mila nell'intero sistema economico nazionale che corrispondono a quasi il 2% del numero complessivo di lavoratori in Italia.

Guardando all'export, sono varie i primati del nostro Paese: primo esportatore mondiale a valore di aceti, con una quota sull'export globale del 37%, nonché di vermut (34%), il secondo di vini fermi imbottigliati (22%) e liquori (14%).

Se i numeri sono solidi, lo scenario

geopolitico è, al contrario, molto incerto come ricorda la presidente di Federvini **Micaela Pallini**: «In questo momento, sulle imprese incombono tante incertezze di natura geopolitica, normativa, commerciale, inflattiva. Tra questi, l'indagine antidumping cinese che minaccia i distillati di tutta Europa e la crisi del Canale di Suez che ha già le prime ripercussioni per le nostre esportazioni. Per questo chiediamo supporto al Governo: la difesa di questo patrimonio del Made in Italy, con la sua storia, cultura e reputazione, è una responsabilità tanto degli imprenditori, con le loro organizzazioni di rappresentanza, quanto delle istituzioni» conclude Pallini.

Imprese filiere Federvini - valori economici e occupazionali

FASE DI PRODUZIONE	Min €, 2022	Min €, 2022	Numero, 2022
	FATTURATO	EXPORT	OCCUPATI
VINO*	15.992	8.070	73.903
SPIRITS**	4.830	1.666	6.265
ACETI***	630	298	1.304
Totale Filiere Federvini	21.452	10.034	81.472

Fonte: elaborazioni e stime Nomisma su dati Istat, Ismea, AGEA e AIDA Bureau Van Dijk

OCM. Dopo il pasticciaccio sui fondi il ministro Lollobrigida annuncia che le risorse saranno riassegnate "Resteranno alla promozione"

“Non è la prima volta che non si spendono le risorse europee con un'unica modalità. I nostri uffici sono al lavoro per studiare le possibili soluzioni di assegnazione”. Il Ministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare, incalzato dal Gambero Rosso, **Francesco Lollobrigida** torna sulla [questione dei 6 milioni di euro di fondi Ocm Promozione](#) non ancora assegnati che, come denunciato dal Gambero Rosso, ha portato oltre cento aziende a ricorrere al Tar. Lollobrigida esclude la possibilità che i fondi non spesi tornino a Bruxelles: “Vogliamo spendere tutti i fondi a disposizione” ha ribadito “La parte gestionale del Ministero ha il compito di decidere le modalità, in accordo con le rappresentanze del mondo del vino”.

Rappresentanze che di certo non hanno ben digerito il caos del bando Promozione, tra ritardi, criteri poco chiari ed esclusione di tanti big del vino, da Frescobaldi ad Antinori, passando per Masi e Terre Moretti. Per il Ministro, però, che [aveva già puntato il dito contro i «progettisti poco attenti»](#), la priorità è che “le risorse siano spese in modo efficace, portando davvero a dei risultati”. E sulla destinazione non ha dubbi: “Sono fondi per la promozione e andranno alla promozione”. – L.S.



FATASCIÀ

“Tutta la Sicilia nel bicchiere”



GDO. Venduto un miliardo di bottiglie nel 2023: perso il 3,1% Prosegue la crisi dei rossi. Cosa è cambiato dal 2019

Grande distribuzione italiana in sofferenza nel 2023, secondo i dati Nielsen-Iq diffusi dall'Osservatorio del vino Uiv-Ismea. A un -3,1% a volume (poco sotto il miliardo di bottiglie di vino) rispetto al 2022, si accompagna

un +2,6% in valore (3 mld di euro) che

non soddisfa gli operatori. Le motivazioni si legano all'effetto di rincari generalizzati non assorbiti. Nel dettaglio, i fermi perdono il 3,6% (rossi a -4,9%) e registrano da quasi un anno il segno meno. Spumanti a galla per effetto di maggiori vendite dei prodotti a basso prezzo (charmat non Prosecco, +7,1%) che andrebbero a -2% senza questo segmento specifico.

L'osservatorio ha fatto il punto sui cambiamenti dal 2019 (pre-pandemia). Rispetto a 5 anni fa, i consumi in Gdo sono scesi in quantità dell'8%: perse circa 100 milioni di bottiglie, soprattutto fermi (-11%) e liquorosi (-19%). I vini Dop hanno perso meno



(-2%) rispetto agli Igt che lasciano il 13%. Forte calo dei vini comuni (-17%). Positivo il bilancio per bianchi (+3%) e rosati (+17%).

Gli spumanti sono in controtendenza (+19%), che porta la categoria a vendere 139 milioni di bottiglie nel 2023. Il cosiddetto 'mondo Prosecco' fa +30% e si porta dietro anche il segmento Charmat non Prosecco (+42%), meno caro, con forte crescita tra 2022 e 2023 causa inflazione.

I vini rossi pagano più di tutti in Gdo: -15% in quantità. Nello specifico -6% per i Dop, -19% gli Igt con un record negativo tra i vini comuni (-22%). **Tengono in pochi: Dop Montepulciano d'Abruzzo (-2%), Chianti (-3%), Rubicone Igt Sangiovese (+7%),** a fronte di cali intorno al 20% per i Lambruschi, i pugliesi (Salento Igt, Puglia Igt), i siciliani (Nero d'Avola Dop e Terre Siciliane Igt), il Cannonau di Sardegna, i piemontesi (Barbera e Dolcetto Doc), i veneti (Igt Cabernet e Merlot), i lombardi (Doc Oltrepò Pavese Barbera e Bonarda).

Vendite per tipologia (vini fermi e frizzanti)



Fonte: elaborazioni Osservatorio del vino UIV e Ismea su dati Ismea-NielsenIQ

Va giù l'e-commerce

Il canale e-commerce di vino vale il triplo sul pre-Covid pur con appena l'1,5% del giro d'affari tra Gdo e retail. Ma da 2 anni gli ordini hanno perso il 21% sul picco del 2021. Un calo fisiologico, nonostante listini meno cari. Il cliente cerca qualità: prezzo medio al litro a +61% rispetto agli acquisti a scaffale. La scelta ricade su Dop e Igp (75% del totale acquisti dei fermi) e su spumanti (22% degli acquisti online) contro una media complessiva al 13%.

ENOTECHE. Un Natale tra metodo classico e vini rossi L'analisi Vinarius sulla fine del 2023 con le attese per il 2024

La fotografia scattata dalle enoteche italiane aderenti a Vinarius per le festività del 2023 dice che gli italiani hanno scelto spumanti e vini rossi come compagni per la propria tavola e per fare un regalo. l'Associazione delle enoteche italiane, guidata da **Andrea Terraneo**, ha fatto il punto sui guadagni del settore nel periodo più rilevante dell'anno nel consueto sondaggio qualitativo che restituisce una tendenza da tenere presente nelle dinamiche di mercato. "Nonostante le

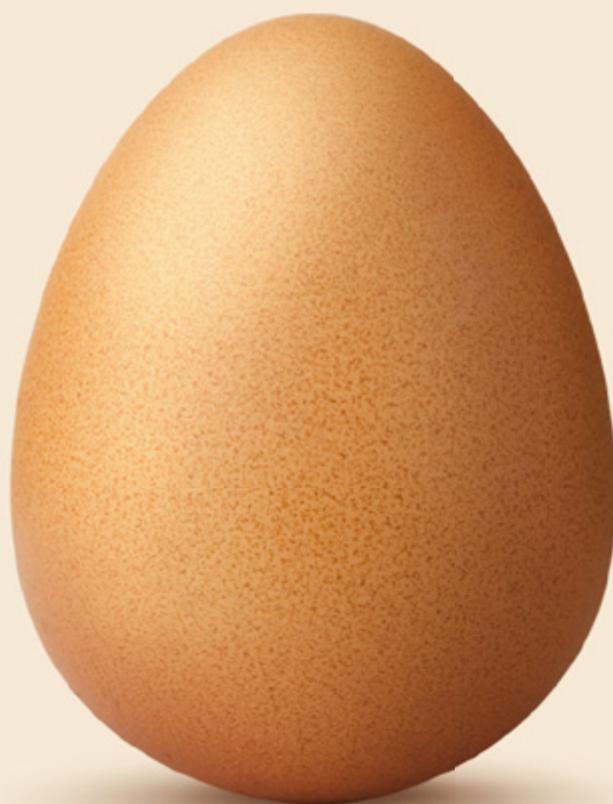
congiunture economiche complesse la clientela è alla ricerca della qualità", ha dichiarato Terraneo.

Dicembre 2023 ha restituito una tendenza positiva rispetto all'inverno 2022, col 55% degli enotecari che ha visto migliorare l'andamento delle vendite. Per quanto riguarda le tipologie, i vini spumante metodo classico sono i più richiesti e, tra questi, primeggia lo Champagne, seguito da Franciacorta e Trento Doc. Una menzione particolare, fa sapere Vina-

rius, la conquista l'Oltrepò' metodo classico "che torna a essere una scelta richiesta". Nella top 4 dei vini rossi del Natale 2023, secondo le scelte dei consumatori nel periodo natalizio, primeggia il Barolo, seguito a pari merito da Brunello di Montalcino e Amarone della Valpolicella; poi dal Chianti Classico. Guardando al 2024, le aspettative della primavera-estate per la maggioranza degli esercenti (63%) è di una tenuta delle vendite, mentre un 27% ha aspettative ancora superiori.



LE UOVA PER ECCELLENZA



Spesso i risultati più sorprendenti nascono dalle cose più semplici.
Per questo AIA vi offre solo gli ingredienti più buoni e sicuri,
proprio come gli Ovoprodotti: pastorizzati, senza additivi né conservanti.
Così le vostre ricette riusciranno sempre al meglio.

MAIN SPONSOR



ALMA
LA SCUOLA INTERNAZIONALE DI CUCINA ITALIANA



AGRICOLTURA 1. Si allarga in Italia la protesta dei trattori La rabbia degli imprenditori con Ue, governi e grandi sindacati

di Gianluca Atzeni

Sono esplose anche in Italia, come in Francia e in Germania, le proteste degli agricoltori nei confronti di Ue, governo italiano e grandi sindacati. Da Marsala a Bologna passando per Frosinone, Napoli, Pescara e fino a Torino si sono moltiplicati sit-in, presidi e cortei di mezzi agricoli con protagonisti migliaia di trattori. Lunghi cortei hanno rallentato e a tratti bloccato il traffico in statali e autostrade. Le manifestazioni continuano anche in Europa e si sono allargate a Grecia, Romania e Polonia. Sotto accusa la transizione verde europea, i salari troppo bassi e l'eccesso di burocrazia.

In Italia, la manifestazione, proclamata a oltranza dai Comitati riuniti agricoli (Cra), è diretta in particolare contro le politiche agricole dell'Ue, le scelte del Governo nazionale e le grandi sigle sindacali (che non hanno aderito), a difesa dell'agricoltura e dei



territori, del lavoro e delle piccole imprese. Gli agricoltori contestano il saccheggio subito da parte delle banche, la sordità della politica di fronte all'attacco di importazioni a basso costo e, infine, il tradimento dei sindacati.

“Siamo al disastro” ha dichiarato il presidente dei Cra, **Daniilo Calvani**: “Tasse, accordi internazionali anche bilaterali con Paesi che permettono di portare qui in Italia merci a prezzi stracciati, ci stanno uccidendo”.

Sotto accusa ci sono le grandi confederazioni agricole (a partire da Coldiretti): “Ci hanno tradito. Una delle ragioni della nostra mobilitazione è proprio contro di loro. Speriamo vengano azzerate e commissariate. Si sono sedute e prostrate ai diktat. I loro capi” ha affermato Calvani “prendono stipendi milionari all'anno e noi stiamo morendo di fame. Tutto è partito dalle quote latte, quando ci hanno massacrato e sono andati contro gli allevatori. Stanno applicando lo stesso sistema contro tutti noi”.

'Stiamo morendo', recitava un cartello degli agricoltori dell'Emilia-Romagna, a Bologna lunedì 22 gennaio in una delle iniziative territoriali maggiormente partecipate. Oltre 200 i mezzi provenienti da Modena, Ferrara, Bologna che si sono fermati a pochi metri dal palazzo della Regione. 'Non vogliamo sussidi, vogliamo il giusto prezzo per ciò che produciamo' è il messaggio lanciato a Orte dagli agricoltori laziali nel presidio che il 24 gennaio ha semi paralizzato il casello autostradale di Orte sulla A1.

Caro prezzi (soprattutto dei mutui), insostenibilità dei costi di produzione, calamità naturali che azzerano i raccolti, possibile utilizzo futuro della carne sintetica sono altri argomenti che stanno alimentando la rabbia. In una diretta Facebook dei Cra è stato spiegato che la manifestazione nazionale sarà a oltranza: “Un'esplosione civile del popolo italiano che non ne può più di questa situazione. I sindacati sono un disastro e non rappresentano più il mondo agricolo. E il sistema politico è asservito totalmente ai grandi poteri internazionali e a questa Europa”.

AGRICOLTURA 2. La premier Meloni spiega il no all'esenzione Irpef “Favoriva poche grandi aziende ma non i piccoli imprenditori”

Vantaggi per le aziende con grandi terreni e nessuna agevolazione, di fatto, per quelle più piccole. Queste le motivazioni che hanno spinto il Governo Meloni a non rinnovare la misura dell'esenzione Irpef sui redditi dominicali e agrari nella legge di Bilancio 2024. A spiegarlo è stata la stessa presidente del Consiglio, Giorgia Meloni, alla Camera rispondendo a una specifica interrogazione. **Istituita in via temporanea nel 2016 con il governo Renzi, poi rinnovata in quelli successivi, la misura non è stata prorogata per quest'anno:** “Abbiamo constatato che andava a beneficio di chi ne aveva meno bisogno. Infatti, ne hanno beneficiato in questi anni soprattutto le aziende con grandi estensioni di terreno mentre quelle con piccole estensioni e reddito basso non ne hanno beneficiato, per effetto delle deduzioni e delle detrazioni di imposta”.

Secondo la Meloni, il settore primario non deve vi-

vere di sussidi e l'esenzione dell'Irpef in agricoltura in pratica “rischiava di diventare un privilegio per pochi e non un aiuto diffuso. Quindi” ha sottolineato nel suo intervento a Montecitorio “abbiamo preferito destinarle a misure di sostegno dei produttori che abbiamo ritenuto più utili”, ha concluso la leader di Fratelli d'Italia, ricordando alcuni interventi del proprio governo: il fondo emergenze da 300 milioni di euro, gli 800 mln per il rinnovo del parco attrezzature, la modifica del Pnrr agricolo che passa da 5 a 8 miliardi di euro, i 650 milioni di euro investiti sulla carta 'Dedicata a te' e, infine, il lavoro in Europa per affermare il concetto di sovranità alimentare come la presa di posizione italiana in materia di carne coltivata: “L'Italia” ha concluso Meloni “è stata la prima a vietare il cibo sintetico e la nostra posizione ora è appoggiata da altri Stati europei che dicono che la carne coltivata può essere una minaccia”. – G.A.

FRANCIA. Minacce ed esplosioni: degenerano le contestazioni dei viticoltori francesi

di Marzio Taccetti

In Francia esplodono le proteste dei viticoltori a causa della tensione sui prezzi, tra aumento delle materie prime, inflazione e rapporti tesi con i négociant.

“Senza un'azione rapida, la rabbia sarà insostenibile” aveva avvertito il presidente del sindacato dei viticoltori dell'Aude **Frederate Rouanet** qualche giorno fa. Una dichiarazione premonitrice che ha anticipato i due gravi episodi avvenuti nei giorni scorsi, entrambi nel Sud della Francia: prima la **minaccia al negozio Onoterra di Valros**, nell'Hérault, con la scritta “Attenti al prezzo altrimenti boom” con la firma della Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles (che ha però preso le distanze dall'episodio); poi **l'esplosione a Carcassone negli uffici della Direzione Regionale per l'Ambiente**, la Pianificazione e l'Edilizia Abitativa (Dreal) di Carcassone. Due eventi che segnano una degenerazione nelle proteste dei viticoltori francesi a riguardo di un



periodo scuro per il vino d'Oltralpe. Una crisi nel settore vinicolo che viene da lontano e che lo scorso 25 novembre aveva portato nelle piazze oltre 6mila viticoltori per chiedere con forza una risposta da parte del Governo. “Abbiamo bisogno di una visione chiara e precisa” ha dichiarato qualche giorno fa Frédéric

Rouanet, presidente del sindacato dei viticoltori dell'Aude “non facciamo altro che aspettare, con l'impressione che gli interlocutori non abbiano idea del fattore tempo con cui abbiamo a che fare. Abbiamo bisogno di agire subito. Senza le misure rapide che ci aspettiamo, il malcontento sarà travolgente”.

EUROPA. Un consorzio italiano supporterà la Dg Agri dell'Ue fino al 2028



Sarà un consorzio a guida tutta italiana quello che affiancherà la Direzione generale agricoltura (Dg Agri) della Commissione europea, da qui al 2028, per la realizzazione degli studi sugli aspetti economici dell'agricoltura. Cogea (capofila), Areté (guidata dalla ceo Enrica Gentile), Wageningen University, S&P Global, Ecorys ed Oreade Breche sono le cinque aziende che lavoreranno in team su questi temi, movimentando complessivamente una squadra di oltre 140 esperti da tutti i Paesi UE.

Il consorzio aggiudicatario studierà formalmente gli 'aspetti economici della produzione e del commercio agroalimentare', con un forte focus sulla parte agricola ed agroindustriale. In particolare, si occuperà delle **misure attuative della Pac 2023-2027, con analisi sugli aspetti economici di agricoltura, agroindustria e forestale, incluse le rinnovabili, sugli scambi commerciali, logistica, trasporto e stoccaggio dei prodotti**. Ci sarà spazio anche per la sostenibilità e gli obiettivi della strategia Farm to fork, in un'Europa che è primo esportatore e importatore mondiale di prodotti agroalimentari con oltre 220 miliardi di euro verso paesi terzi, a fronte di circa 190 miliardi di importazioni (dati 2022).

VINITALY 1. Accordo tra il Governo e Cinecittà per portare il cinema a Verona In mostra anche le opere del Museo del Vino di Torgiano

di Loredana Sottile

Cinecittà sbarca a Vinitaly. Lo ha annunciato il ministro dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare **Francesco Lollobrigida** a margine del convegno "L'economia di Francesco e il mondo del vino italiano". "Dopo aver portato le opere di Caravaggio e Guido Reni alla scorsa edizione di Vinitaly, quest'anno abbiamo attivato una collaborazione con Cinecittà per promuovere il rapporto tra vino, cibo e cinema all'interno dei film".

Pochi dettagli per ora, ma come lo scorso anno non si esclude l'allestimento di un'area apposita per le proiezioni. Il progetto coinvolgerà anche il ministro della Cultura Gennaro Sangiuliano.



Due giornate per celebrare i 100 anni dell'Oiv

Vinitaly, e quindi, l'Italia è stata scelta dall'Oiv-Organizzazione internazionale della vigna e del vino per celebrare i cento anni dalla sua nascita. "Ci saranno due giornate celebrative" ha dichiarato il Ministro "la prima in Franciacorta, a Brescia, e la seconda a Verona, per parlare di qualità del vino e futuro dei consumi alla presenza di tutti i Ministri delle 48 nazioni aderenti all'Organizzazione". Un momento in che sancirà anche il cambio di sede, da Parigi a Digione, e che servirà a ricordare la figura del compianto direttore Pao Roca, scomparso lo scorso dicembre. Era sua l'idea di portare in Italia l'evento.

L'accordo con Cinecittà non sarà l'unica iniziativa culturale che animerà la 56esima edizione del Salone del vino di Verona (14-17 aprile). Lo stesso Lollobrigida ha annunciato che ci sarà spazio per un nuovo excursus nel mondo dell'arte: "Porteremo a Verona le opere, sia pittoriche sia scultoree, del Museo di Torgiano che raccontano la storia del vino e gli strumenti di produzione nel tempo".

Il Muvit-museo del vino ideato e realizzato da Giorgio e Maria Grazia Lungarotti ed attualmente gestito dalla Fondazione Lungarotti Onlus, quest'anno compie 50 anni. Meta ogni anno di oltre 10mila appassionati, custodisce al suo interno oltre 3500 reperti: dalle brocche d'argilla risalenti al terzo millennio a.C. alle opere di Picasso e Joan Cocteau. Il New York Times lo ha dichiarato il migliore museo del vino in Italia.

VINITALY 2. Al Salone del vino ci sarà un padiglione dedicato alle birre artigianali

Si comincia a delineare il nuovo assetto dei Padiglioni del prossimo Vinitaly. Quest'anno **Sol si focalizzerà esclusivamente sull'extravergine**, mentre le birre avranno un padiglione a sé.

Gli espositori brassicoli, che fino allo scorso anno erano stati ospitati dentro a Sol&Agrifood, potranno, quindi, contare su un'area specifica con il brand Xcellent Beers: **un piccolo padiglione autonomo che metterà assieme birre artigianali ed estere** e che sarà collocato vicino all'area internazionale. Una posizione che senz'altro darà loro maggiore visibilità e risalto.

L'altra scelta strategica è quella di trasformare la rassegna Sol (senza più la parte Agrifood) nell'International

Olive Oil Trade Show, dedicato unicamente al mondo dell'olio di oliva. Un ritorno alle origini, quindi, perché in tale veste era stata ideata ed aveva preso il via la rassegna nel 1987.

Non cambia la collocazione: sempre nell'Area C (ingresso porta San Zeno), in cui condivide gli spazi con i vini bio di Vinitaly.

Per il Salone dell'olio vergine ed extravergine d'oliva, l'orizzonte di piano è quello di sviluppare un progetto molto più articolato, anche in termini di prodotti. Gli espositori, infatti, porteranno non solo bottiglie di extravergine, ma anche olive da tavola, sott'oli, paste spalmabili a base di olio di oliva, oli aromatizzati, prodotti per la cosmesi a base di olio e quelli nutraceutici a base di olio e foglie di oliva.

Se al momento le date di Sol restano le stesse di Vinitaly (14-17 aprile), per il futuro prossimo si sta lavorando ad un progetto fieristico che includa anche l'innovazione tecnologica e che potrebbe collocarsi in un periodo diverso dalla primavera. Il debutto è previsto per il 2025.

"Un progetto che si inserisce nella linea del Piano strategico 2024-2026 della Fiera di Verona e sarà attuato per gradi" rivela l'amministratore delegato di Veronafiere **Maurizio Danese**, che sottolinea come il nuovo Sol abbia al momento "l'obiettivo di creare ulteriori opportunità commerciali con iniziative mirate, migliorare il posizionamento di quelle esistenti e incrementare la partecipazione di espositori e visitatori professionali". – L.S.

NEUROMARKETING

Attenzione alla narrazione "orizzontale" dell'etichetta



Più volte in questa rubrica ho voluto sottolineare quanto importante sia il packaging e l'etichetta di un vino, almeno nella prima scelta. Sappiamo infatti che, per i consumatori non particolarmente esperti, a parità di prezzo, l'etichetta gioca un ruolo determinante nell'acquisto della prima bottiglia. Ma **esistono etichette "corrette" ed etichette meno efficaci?**

Tenendo conto di questo contesto e della grande diversità dei vini venduti sul mercato italiano e soprattutto internazionale, abbiamo voluto analizzare l'etichettatura di una selezione di marche di vino e le relative confezioni per verificarne la capacità attrattiva. L'obiettivo della ricerca era di dimostrare quali aree dell'etichettatura sulla confezione suscitassero maggiore interesse o coinvolgimento utilizzando solo un Eye Tracker che misura il movimento oculare sullo scaffale e sulle etichette analizzate. Le etichette analizzate erano distinguibili in due grandi categorie: quelle che avevano uno sviluppo del design e delle caratteristiche grafiche in senso verticale e quelle che avevano elementi grafici simili ma sviluppati in senso orizzontale. Il dato più significativo è che, a causa del modello Z della lettura umana (da sinistra a destra e dall'alto in basso), **il modo in cui un consumatore osserva generalmente l'etichetta è dall'alto in basso**. Gli elementi lontani dalla linea verticale centrale tendono a ricevere meno attenzione, con eccezioni per i design più attraenti o accattivanti che riescono a superare questo comportamento perché hanno una loro specifica peculiarità, come per esempio un brand noto o un'immagine iconografica ben famosa. Così l'osservazione dell'etichetta avverrebbe tendenzialmente in modo verticale: gli elementi che si allontanano dalla linea verticale centrale ricevono meno attenzione. Dall'altro lato, le etichette con disegni concettuali o astratti richiedono una maggiore attenzione da parte del consumatore per essere decifrate, compromettendo così l'attenzione dedicata agli altri elementi. Questa conclusione è logica, dato che in pubblicità è molto importante superare le barriere della percezione e garantire che il messaggio venga assimilato e trattenuto dal destinatario. Inoltre, non dimentichiamoci che per il cervello primitivo, quello guidato dalle emozioni e da processi istintivi vale il principio "less is more", soprattutto in un contesto culturale in cui a causa di una prorompente poli-crisi i trend della semplicità, sobrietà e naturalità sono quelli più persistenti.

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

BIERE. Accordo tra Distillo e Simeì: la distillazione artigianale incontra l'enologia

Distillo sbarca a Simeì. La terza edizione della fiera dedicata alla distillazione artigianale realizzerà la sua terza edizione all'interno del Salone Internazionale Macchine per Enologia e Imbottigliamento, in programma **dal 12 al 15 novembre a Fiera Milano**.

Per il Simeì, invece, sono 60 gli anni di attività, con 30 saloni all'attivo (l'appuntamento è biennale): "Festeggiamo la nostra 30esima edizione con l'ingresso di una manifestazione in crescita e strategica per un settore merceologico sempre più interessante" è il commento di Paolo Castelletti, segretario generale di Unione italiana vini che organizza l'evento "Distillo porta a Fiera Milano una nuova area convegni e contenuti di primo livello, una partnership che crediamo Simeì possa valorizzare in un'ottica di sviluppo del business e networking, allargando lo sguardo all'intero settore delle tecnologie per il beverage".

Organizzata da Craft Distilling, prima società di consulenza per micro-distillerie in Italia, Distillo ha debuttato a Milano nel 2022, proponendosi come evento di riferimento dell'intera area mediterranea per il mondo della distillazione artigianale, un fenomeno in crescita e di



particolare interesse nel mondo del beverage.

"Dopo due edizioni che hanno permesso di misurare il mercato della distillazione, abbiamo ritenuto che l'evoluzione naturale fosse di trovare un partner, non solo leader nelle manifestazioni fieristiche di settore a livello internazionale, ma con grosse competenze nel settore e che possa supportare l'evoluzione del mercato", spiegano Claudio Riva e Davide Terziotti, titolari di Craft Distilling e co-founder di Distillo.

Occhio a quei due Etna e Abruzzo si fanno largo nel mercato secondario

▲ di Lorenzo Ruggeri



Nessun metodo classico e solo due bianchi
La classificazione Grandi Cru della casa d'aste Gelardini&Romani mostra l'evoluzione dei vini italiani da collezione negli ultimi 20 anni. Il Piemonte supera la Toscana. Il Monfortino domina nelle wine auction

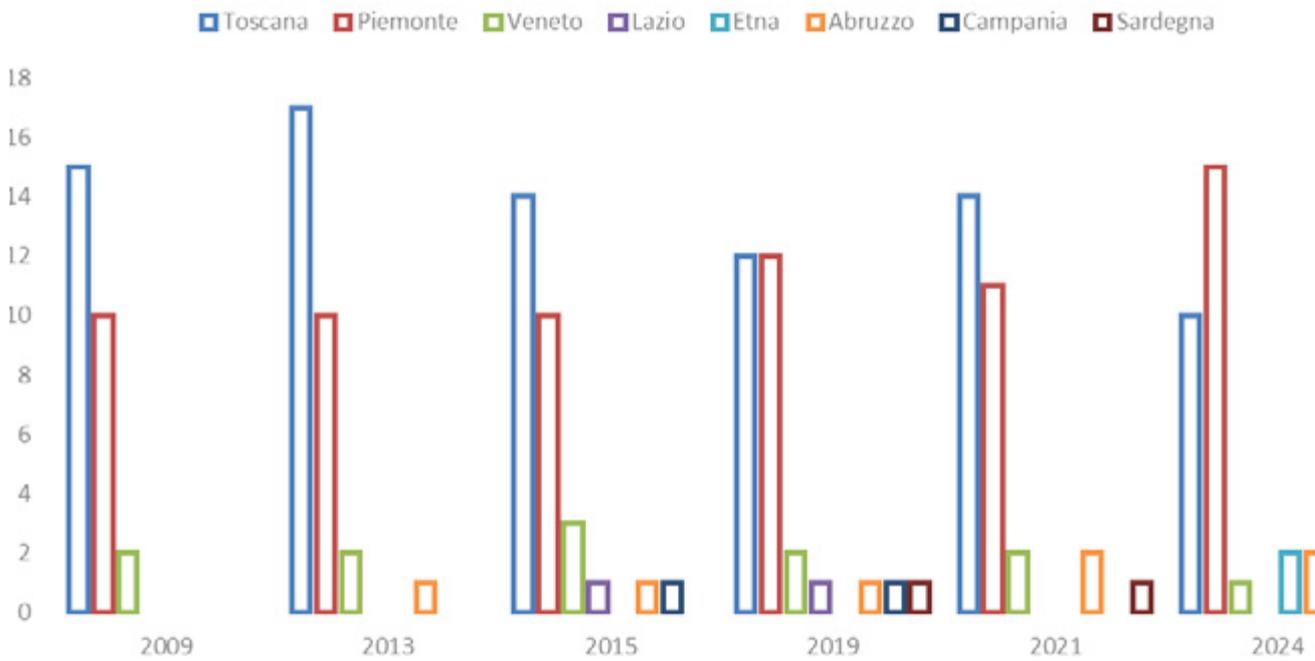


La Classificazione Grandi Cru d'Italia 2024 presentata dalla casa d'aste Gelardini & Romani ci dà l'esatta immagine del vino italiano sul mercato secondario. Identifica le 30 etichette di vino tricolore più pregiate, classificate in base all'analisi di oltre 50mila risultati registrati dalla casa d'aste dal 2004 tra le sedi di Roma e Hong Kong, dove ha concentrato il suo core business. La classificazione si basa sul prezzo medio in euro di aggiudicazione dei singoli vini, tenendo conto dei lotti invenduti. "A Hong Kong abbiamo avuto un problema di comunicazione perché a differenza dei francesi non abbiamo una classificazione chiara basata sui Cru, così siamo partiti con una schematizzazione in 5 classi, come Bordeaux, per poi estendere a sette le fasce di prezzo a scatti di 100", esordisce **Raimondo Romani**. La base di partenza sono i vini aggiudicati dai 100 euro in su. **Se nel 2009 le quotazioni medie dei vini italiani più pregiati erano al di sotto dei 300 euro, oggi sono abbondantemente oltre i 700.** Da notare che tra 30 etichette, ci sono solo due vini bianchi e nessun Metodo Classico.

PIEMONTE SUPERSTAR, FERMO IL VENETO

A livello regionale è eclatante, negli ultimi 15 anni, il **netto sorpasso del Piemonte sulla Toscana**, il calo del Veneto, la comparsa per la prima volta di vini dall'Abruzzo e dalla Sicilia. Si allarga finalmente il panorama nazionale nelle fasce più alte di prezzo. Partiamo dalla fascia più alta, sopra i 700 euro. A tirare il gruppo ci pensa il Barolo. Il vino italiano che strappa i prezzi più alti nelle aste internazionali è prodotto a Serralunga d'Alba: il **Monfortino di Giacomo Conterno**, che è andato incontro a una crescita costante e portentosa. Il prezzo medio di aggiudicazione si aggira sui 900 euro. "Curiosamente la scelta di non uscire con il Monfortino 2016 ha premiato perché tutte le annate precedenti si sono apprezzate e gli investitori si sono spostati sul Barolo Francia che è cresciuto in maniera importante. Come dire, a volte mi si nota di più se non ci sono", sorride Raimondo. Molto vicine le quotazioni del Barbaresco Crichton Pajet di Rogna, pochissime bottiglie sempre più ricercate anche in Asia. **Curioso l'andamento di Soldera, le quotazioni sono altissime fino al 2006, fino a quando si chiama Brunello.** "Anche l'etichetta con un drago ha aiutato sul mercato asiatico, anche se da quando esce come Sangiovese fatica". Restando in zona Montalcino, sono in ripresa le quotazioni del Brunello Riserva di Biondi Santi, che avevano subito un calo prima dell'acquisto del gruppo francese, che ha saputo rilanciare in bello stile l'immagine di una delle aziende iconiche del vino italiano. Solo un Amarone in lista, quello di Amarone del Forno con prezzi che sono sostanzialmente stabili rispetto al 2007: uno dei rari casi. "Quintarelli non è nella classificazione" spiega Romani "perché i prezzi di uscita non consentono una rivalutazione sul mercato secondario. Così come non ci sono i Sori di Gaja che sono solitamente aggiudicati a un prezzo più basso di quelli di acquisto, mentre performano molto bene il suo Barbaresco e il bianco Gaja & Rey".

Classificazione Grandi Cru d'Italia per regione (2009-2024)



fonte: Gelardini&Romani

IL BOOM DEI PREZZI IN EPOCA COVID

Guardando i grafici sono impressionanti i tassi di crescita tra il 2020 e 2021, in piena pandemia le aste dei vini hanno subito un'accelerazione portentosa, una speculazione al rialzo senza precedenti.

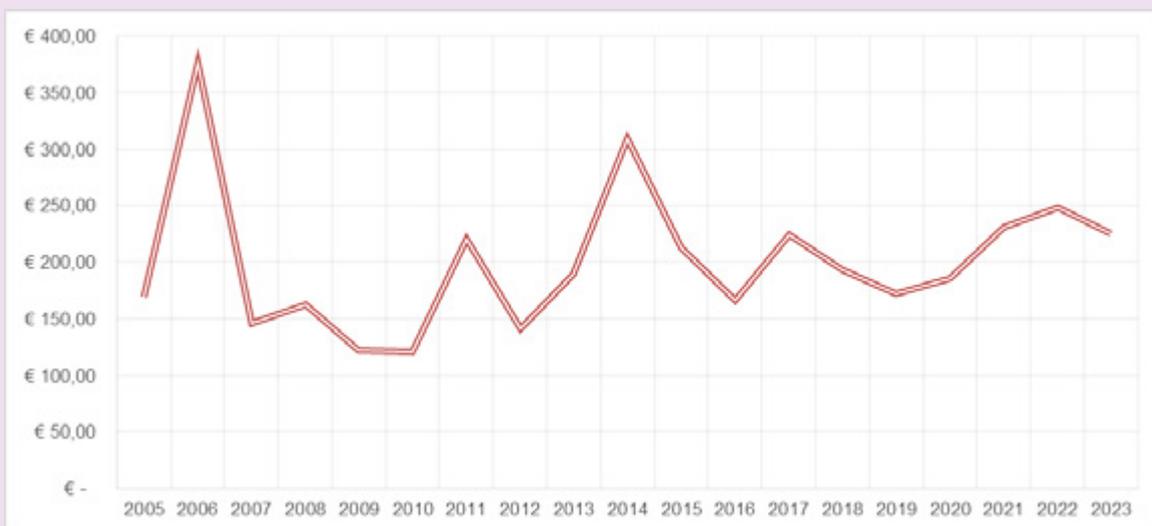
Tra le etichette che sono andate incontro a performance particolarmente brillanti i Barolo Monvigliero di Burlotto, Pergole Torte di Monteverdine, il Barolo Brunate di Rinaldi, il Barolo di Bartolo Mascarello. Molto bene anche il Tignanello, in ripresa il Solaia, tengono Ornellaia e in parte Masseto.

“In generale” commenta Romani “i Supertuscan soffrono un po' la crisi di Bordeaux dove i prezzi sono fermi. Se non au-

mentano è molto difficile che i collezionisti vadano a premiare i bordolesi italiani. È una questione di competizione”. Resta, tuttavia, solido il grafico di **Sassicaia, le uniche annate che soffrono un po' sono solo quelle molto vecchie, anni '70**, perché gli appassionati sembrano nutrire dubbi sulla loro tenuta nel tempo. D'altronde il vademecum del collezionista di Gelardini&Romani sostiene che “Nessun vino più invecchia e più si rivaluta. Superata la maturità, il valore del vino crolla rapidamente verso lo zero”, come dimostra l'andamento dei vini oltre i 50 anni.

Uno scetticismo che non investe, invece, le vecchie annate delle etichette rosse di Giacosa, comprate a piene mani, con prezzi medi sempre più alti. >>

Sassicaia



• AGGIUDICAZIONE RECORD: 1985 € 1.626,67 ASTA HK2002

• ANNATE TOP: 1968 - 1985 - 1988 - 1990 - 1997 - 2001 - 2004 - 2006 - 2007 - 2008 - 2010 - 2015 - 2016 - 2021

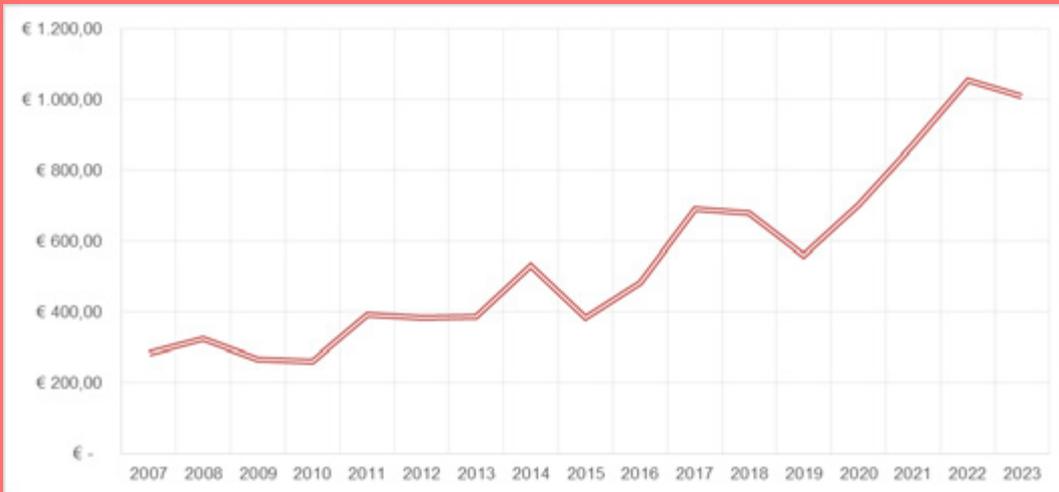


fonte: Gelardini&Romani

» “Giacosa è uno dei primissimi riferimenti” spiega il nostro interlocutore “il mercato asiatico è generalmente dotato di un palato più delicato rispetto agli anglosassoni, preferiscono vini eleganti, identitari, autoctoni, monovarietali e prodot-

ti in maniera tradizionale”. Ad esempio, il Monprivato di Giuseppe Mascarello è sempre stata una delle prime scelte di chi beveva Borgogna ed era alla ricerca di qualcosa di nuovo.

Barolo Riserva Monfortino G. Conterno



• AGGIUDICAZIONE RECORD: 1985 € 1.586,00 ASTA HK2302

• ANNATE TOP: 1926 - 1958 - 1961 - 1967 - 1971 - 1978 - 1982 - 1985 - 1988 - 1990 - 1996 - 1999 - 2000 - 2001 - 2004 - 2006 - 2010 - 2013 - 2015

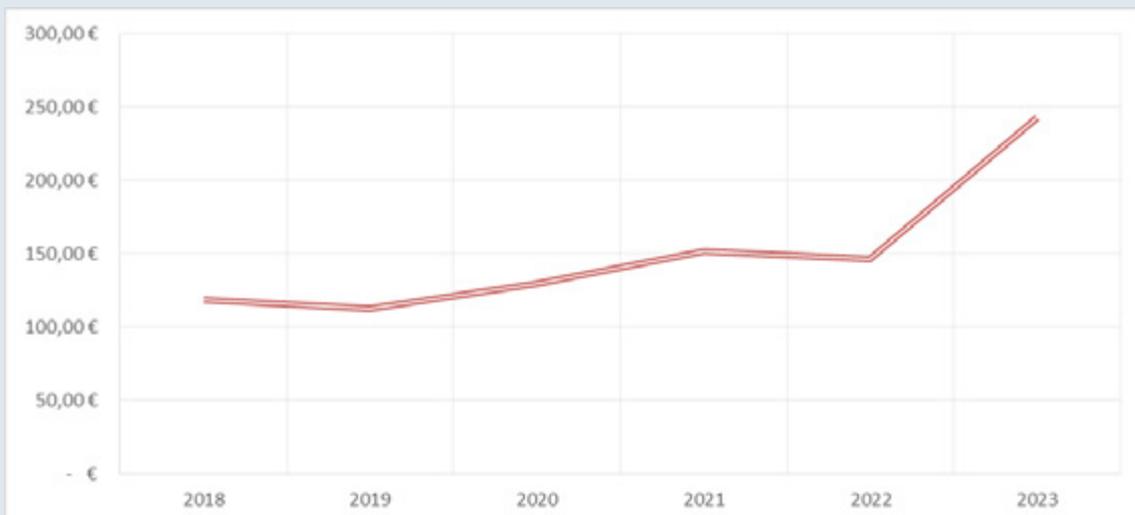
fonte: ????????

DALL'ETNA ALL'ABRUZZO, TUTTE LE NEW ENTRY

Le grandi novità degli ultimi anni arrivano da regioni tradizionalmente meno performanti sulle aste internazionali. Entra prepotentemente di scena l'Etna con due etichette, il Vigna Barbagalli di Pietradolce e il Magma di Cornelissen, che strappano prezzi difficili da ipotizzare solo 10 anni fa. **L'Abruzzo brilla grazie al Trebbiano di Valentini che è letteralmente esploso sul mercato di Hong Kong, l'unico bianco italiano in classifica.** In particolare, si stanno

apprezzando le vecchie annate, il 1995 è stato aggiudicato a 350 euro pochi mesi fa. Sul fronte rossi si fa notare il Montepulciano di Emidio Pepe, che ha registrato picchi importanti sulle annate degli anni '80 e '90. “È sorprendente vedere come i vini realizzati dalle varietà autoctone dell'Italia – nebbiolo, sangiovese, e per la prima volta nel 2024, nerello mascalese – abbiano eccelso intorno ai Supersucan classici da collezione. È davvero un momento di orgoglio per l'Italia”, commenta la più giovane Master of Wine d'Asia, **Sarah Heller.**

Trebbiano d'Abruzzo Valentini

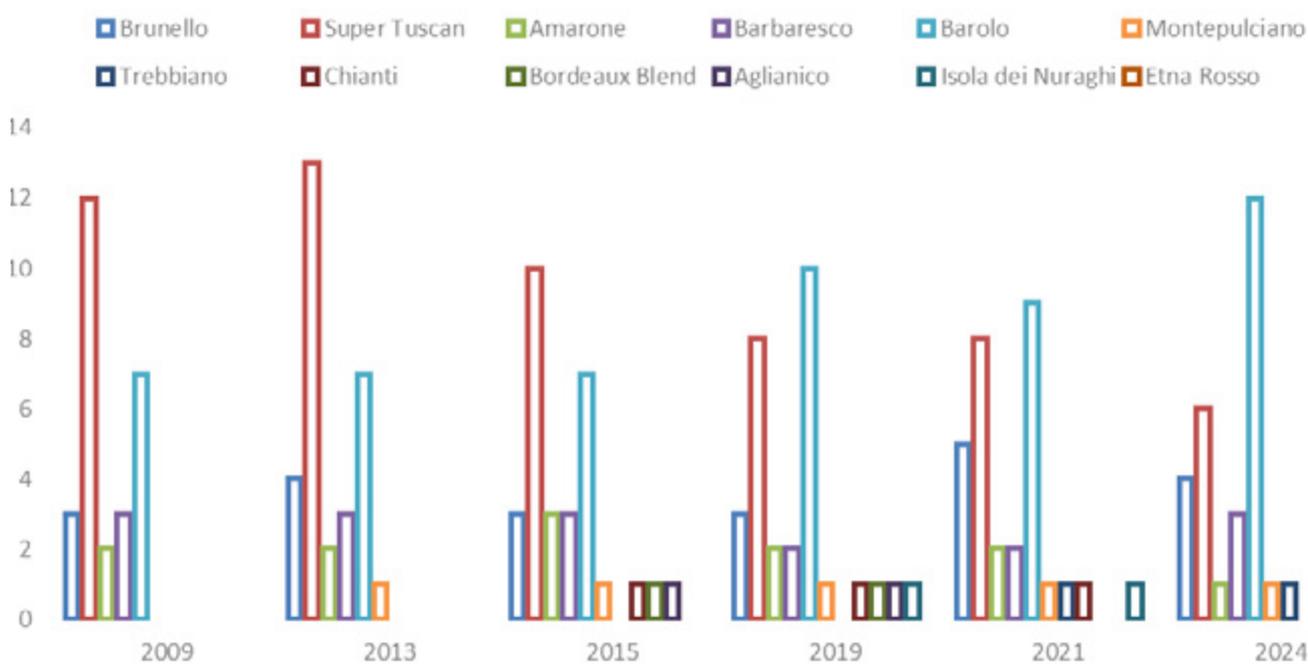


• AGGIUDICAZIONE RECORD: 1995 € 366,00 € ASTA HK2302

• ANNATE TOP: 1977 - 1979 - 1987 - 1988 - 1990 - 1997 - 2000 - 2006

fonte: Gelardini&Romani

Classificazione Grandi Cru d'Italia per denominazione (2009-2024)



fonte: Gelardini&Romani

» LA CORSA AI SECONDI VINI DEI GRANDI BRAND

Tra i trend è interessante notare lo spostamento dei collezionisti verso i cosiddetti secondi vini aziendali, sulla scia di quanto succede in Francia. In questo caso la fama del grande vino traina le vendite del secondo, ritenuto dall’attraente rapporto qualità-prezzo e di sicuro affidamento. **È il caso del Barolo Francia di Giacomo Conterno che per ricaduta gode della fama del Monfortino**, ma sono tanti i vini che iniziano ad attrarre

maggiore interesse, dal Montevertine al Langhe Nebbiolo di Rinaldi per citarne alcuni.

“Per quanto possa amare Pergole Torte è difficile che dopo le corse degli ultimi anni possa apprezzarsi con gli stessi ritmi. Ci sono tanti vini italiani che possono affacciarsi in questa classifica”, chiosa Raimondo. I requisiti? Unicità, originalità e una costanza produttiva sono le caratteristiche essenziali per definire la collezionabilità, quindi la capacità di rivalutazione di un vino. ❖

Nome del vino	Media aggiudicazioni*
Barolo Riserva Monfortino G. Conterno	> €700
Barbaresco Crichton Paje Roagna	
Barolo Riserva Le Rocche del Falletto B. Giacosa	
Masseto	> €600
Brunello di Montalcino Soldera	
Brunello di Montalcino Riserva Biondi Santi	> €500
Barbaresco Riserva B. Giacosa	
Barolo Otin Fiorin Pie Franco-Michet Cappellano	
Amarone Dal Forno	> €400
Barolo Brunate G. Rinaldi	
Barolo B. Mascarello	
Barolo Monprivato G. Mascarello	
Etna Rosso Magma F. Cornelissen	> €300
Barolo Riserva Granbussia A. Conterno	
Le Pergole Torte Montevertine	
Barolo Francia G. Conterno	> €200
Sassicaia	
Sperss Gaja	
Barbaresco Gaja	
Montepulciano D'Abruzzo E. Pepe	> €100
Solaia Antinori	
Barolo Monvigliero Burlotto	
Gaia & Rey Gaja	
Etna Rosso Vigna Barbagalli Pietradolce	
Ornellaia	
Brunello Di Montalcino Poggio di Sotto	
Trebbiano D'Abruzzo Valentini	
Barolo Cannubi Bochis Sandrone	
Tignanello Antinori	
Brunello Di Montalcino Cerretalto Casanova di Neri	

1

30

*Calcolata per bottiglia da 0,75 L.

Classificazione Grandi Cru d'Italia di Gelardini&Romani

La classificazione comprende le prime 30 etichette di vino italiane più ricercate e apprezzate da collezionisti e investitori da tutto il mondo, classificate in base ai maggiori livelli di prezzo e alla minore percentuale di lotti invenduti registrati dalla Gelardini&Romani Wine Auction a partire dal 2004. Il metodo ricalca quello utilizzato per la classificazione dei Grand Cru di Bordeaux, basata sull'analisi dei prezzi. Per i vini italiani la suddivisione è in sette classi di prezzo.

fonte: Gelardini&Romani



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

L'Asti gioca la carta del rosato aromatico Obiettivo 3 milioni di bottiglie

▲ di Loredana Sottile



Moscato e brachetto
daranno vita
alla nuova tipologia
Lancio previsto
per Natale 2024
Tra i mercati di sbocco
la Russia resta fedele
alle bollicine piemontesi
ma preoccupano
le nuove accise
dalla primavera



Anche l'Asti si lascia sedurre dal rosato. Dopo la fase di sperimentazione, il Consorzio della Docg è pronto a lanciarsi sul mercato con questa novità già dal prossimo anno. Sarà il primo spumante rosato che unisce due vitigni entrambi aromatici: il moscato bianco e il brachetto.

D'altronde il generalizzato calo dei consumi è una sfida che richiede risposte nuove ed efficaci. Risposte che il Consorzio piemontese ha cercato di dare in questi anni, prima con il lancio dell'Asti secco e le versioni dry ed extra dry; poi con le versioni brut, extra brut e pas dosé; a seguire, con l'apertura alla mixology che cerca di parlare alle nuove generazioni. L'approdo al rosato aromatico è, quindi, solo un ulteriore passo di questo percorso.

Di posizionamento e prospettive abbiamo parlato con il presidente del Consorzio **Lorenzo Barbero**.

Dopo l'exploit iniziale degli spumanti rosati, quest'anno le cose non sono andate benissimo. Perfino il Prosecco ha subito le perdite maggiori proprio su questa tipologia. Cosa vi fa credere che l'Asti rosato funzionerà?

Probabilmente sull'onda dell'entusiasmo il Prosecco è partito con previsioni troppo alte e, quindi, ha dovuto fare i conti con la normalizzazione dei consumi. Ad ogni modo, per quanto ci riguarda stiamo con i piedi per terra, senza aspettarci grandi esplosioni di numeri. La nostra idea è quella di andare a completare la gamma in modo da rivitalizzare la denominazione.

Come si traduce questa operazione in termini numerici?

Parliamo del 5% della tipologia Asti spumante. Circa 3 milioni di bottiglie. >>

In Russia triplica l'accisa sui vini

Mosca ha disposto un graduale aumento delle accise per scoraggiare i consumi di vini e liquori (vodka esclusa). L'attuale imposta sui vini fermi è fissata a 34 rubli al litro. Da maggio salirà a 108 rubli, per poi passare a 112 rubli da gennaio 2025 e a 116 rubli da gennaio 2026.

Ancora più preoccupante il dato per i vini spumanti: attualmente a 45 rubli al litro, sarà triplicata arrivando a 141 rubli nel 2024, 147 rubli nel 2025 e 153 rubli nel 2026.

Infine, cambia anche l'accisa – ma di poco – per i vini liquorosi e le bevande sopra i 18 gradi: sarà di 643 rubli a litro di alcol anidro, 669 rubli nel 2025 e 696 rubli nel 2026.



» **Sarà solo spumante?**

Sì, ma con tutta la gamma prevista per l'Asti spumante, in base al grado zuccherino che si vuole ottenere: dalla versione extra brut a quella extra dry.

I vitigni consentiti saranno moscato bianco e brachetto. In che percentuali?

Si tratta di due vitigni aromatici per un unico prodotto: un vero unicum nel panorama vitivinicolo mondiale. Stiamo facendo delle sperimentazioni per trovare il blend ottimale, ma chiaramente ogni azienda potrà trovare la propria cuvée ideale.

L'operazione coinvolgerà in qualche modo anche il vicino Consorzio del Brachetto?

No. Coinvolgerà esclusivamente le aziende: il brachetto, in questo caso, è inteso come il vitigno che entra nella denominazione per motivi tecnici e organolettici. Non ci sono alchimie commerciali in corso. Ogni Consorzio continuerà ad operare per conto proprio.

Dopo aver esplorato abbinamenti insoliti sia per l'Asti spumante, sia per il Moscato d'Asti, avete in mente altri pairing inediti?

Fermo restando il momento aperitivo e quello ce-

"Abbiamo accolto con entusiasmo la proposta del Consorzio dell'Asti Docg di lanciare la nuova tipologia di spumante da moscato e brachetto. È l'idea di cui avevamo bisogno. Dal canto nostro faremo tutto il possibile affinché l'Asti rosato possa arrivare sul mercato dal prossimo Natale"

Marco Protopapa
Assessore agricoltura del Piemonte

lebrativo, con il rosato sicuramente si può andare anche su abbinamenti più robusti e audaci. Ci auguriamo che possa essere una nuova e importante opportunità per i produttori.

La via della mixology è sempre aperta?

Assolutamente sì. È un'occasione di consumo diversa che abbiamo già sperimentato con successo sia per l'Asti spumante sia per il Moscato.

Tempi di arrivo sul mercato?

La modifica al disciplinare è stata approvata dall'assemblea dei soci a dicembre, per cui l'iter burocratico è già in corso. Dopo il passaggio in Regione, servirà il via libera del Comitato nazionale. Noi puntiamo ad avere la modifica per la vendemmia 2024.

Quindi il prossimo Natale si potrà brindare con l'Asti rosato?

È quello che speriamo. Ci proviamo.

A proposito di Natale, quest'anno le vendite di fine anno non sono state esaltanti né per l'Asti, né per le altre bollicine...

È vero, dopo un buon periodo c'è stata qualche battuta d'arresto, soprattutto per la tipologia Moscato. L'imbottigliato del 2023 ha complessivamente superato 90 milioni di bottiglie: -11,8% sul 2022, ma se guardiamo ai dieci anni, l'Asti Spumante è cresciuto di quasi il 6% rispetto alla media, mentre il Mo- »

Vendemmia 2023 a -10,8%

Alla fine è di un calo del 10,8% il bilancio definitivo della vendemmia 2023 per l'Asti Docg: sono oltre 838mila i quintali di uve moscato bianco raccolti nel 2023, per un potenziale produttivo di 83 milioni di bottiglie. A questi si aggiungono i quasi ottomila quintali destinati alla produzione del Canelli Docg – lo scorso anno alla sua prima raccolta – per un corrispettivo potenziale di 785mila bottiglie.

Una riduzione dovuta ad un anno complesso dal punto vista meteorologico caratterizzato da periodi di caldo estremo e siccità prolungata alternati a fenomeni avversi come le grandinate di luglio e agosto che hanno colpito, seppur marginalmente, la denominazione piemontese. A questi ha fatto seguito anche un'estate settembrina con sole e caldo sopra la media che ha sì influito in maniera positiva sulla qualità delle uve ma ha contribuito ad un alleggerimento dei frutti sulla pianta.

» scato d'Asti è andato giù del 12,6%, pagando un eccesso di stock dopo l'exploit del triennio 2020-2022, che era stato un vero record per la tipologia.

Come si è chiuso l'anno per le esportazioni?

Aspettiamo i dati definitivi. Guardando all'imbottigliato, si può ipotizzare una piccola correzione verso il basso, ma fino ad ottobre con l'Asti Spumante abbiamo registrato una crescita del 5,2% rispetto all'anno precedente, superando la soglia dei 138 milioni di euro.

Come è cambiato l'export negli ultimi anni e quali sono le rotte del futuro?

Le esportazioni nell'ultimo triennio si sono spostate sempre più verso Est e nel Vecchio Continente. Tra gli incrementi principali, registriamo quello di Russia, che insieme alla Lettonia (suo hub) ha totalizzato un +43% nel periodo 2019-2023.

Quindi la Russia continua a bere Asti spumante nonostante la guerra in corso con l'Ucraina?

Qualche contraccolpo c'è stato, ma sorprendentemente meno rispetto a quanto ci aspettassimo. Certo nei prossimi mesi le cose potrebbero mettersi peggio, soprattutto per gli spumanti, a causa dell'aumento delle accise annunciato da Mosca. Il primo passaggio sarà in primavera, ma sarà solo uno step che dovrebbe far triplicare le accise da qui al 2026. Vediamo come risponderanno i consumatori. ❖

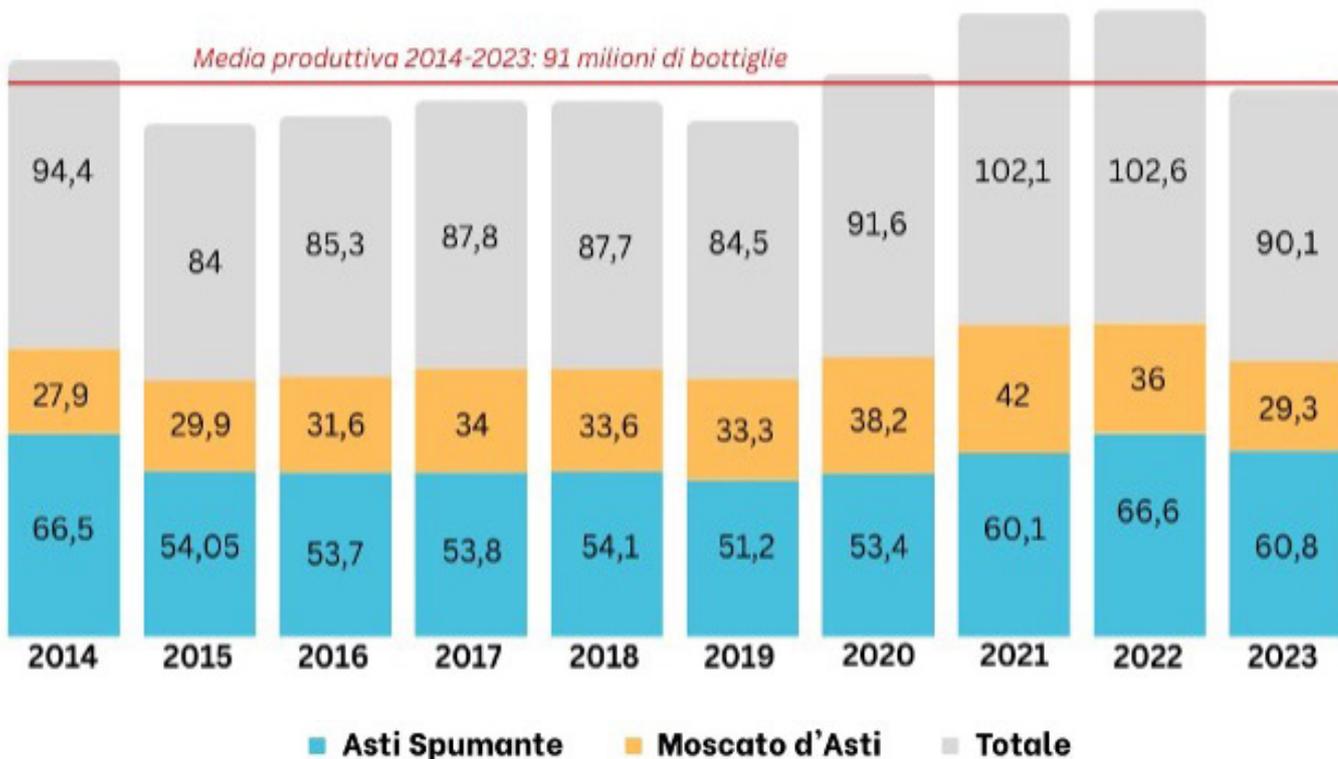
Export primi 10 mesi Asti Spumante

Supera la soglia dei 138 milioni di euro l'export di Asti Spumante nei primi dieci mesi del 2023, in crescita del 5,2% rispetto al pari periodo 2022. La principale area di sbocco – secondo le elaborazioni del Consorzio Asti Docg su base Istat – si conferma l'Europa Orientale che rappresenta, a valore, oltre il 40% del totale delle esportazioni (con Russia e Lettonia che da sole occupano oltre un quarto del mercato complessivo) seguita dall'Europa Occidentale che incide per il 30% e Nord America appena sotto il 15%. A chiudere il risiko dell'export, l'Asia e l'Australia con un'incidenza di poco superiore al 5% e il Sud America con il 3,3%.

Verso la sostenibilità di territorio

Dopo il Montepulciano d'Abruzzo e il Prosecco, l'Asti potrebbe essere tra le prossime denominazioni ad ottenere la certificazione di territorio Equalitas. È già partito il progetto sperimentale del Consorzio che, al momento, coinvolge un numero limitato di aziende per testare la fattibilità del percorso.

Asti Spumante e Moscato d'Asti Docg: bottiglie (075 lt) 2014-2023



FOCUS

PIEMONTE. Trino dice sì al nucleare

Il Consorzio Monferrato casalese non ci sta

di Gianluca Atzeni

l'autocandidatura di Trino Vercellese a ospitare il Deposito unico nazionale di scorie nucleari scuote il mondo del vino nell'area del Monferrato casalese, in Piemonte. L'amministrazione comunale guidata dal sindaco **Daniele Pane**, iscritto a Fratelli d'Italia ed eletto in una lista civica, ha dato la propria disponibilità al ministero dell'Ambiente e alla Sogin per avviare le pratiche di verifica sulla compatibilità e idoneità del territorio a ospitare sia il deposito nazionale delle scorie a bassa attività sia il parco tecnologico.

L'ITER. In questo angolo di territorio del Piemonte, da metà degli anni Sessanta, era attiva una delle quattro centrali nucleari italiane poi disattivate negli anni Novanta dopo il noto referendum sul nucleare. Da decenni si discute della pericolosità delle radiazioni nucleari in quest'area. Ma ora, è arrivata la delibera di giunta che dispone l'autocandidatura, secondo uno schema gradito al Governo nazionale, che tra l'altro non aveva inserito il comune piemontese nell'elenco dei 51 individuati dal ministero dell'Ambiente lo scorso 13 dicembre.

I CONTRARI. In attesa del pronunciamento degli esperti in materia, sono nati dei comitati contrari alla candidatura di questo comune da circa settemila abitanti. Sul web, attraverso la piattaforma change.org sono state **raccolte migliaia di firme per la petizione 'Un territorio non idoneo'**,



su iniziativa del Comitato Tri-No, formato da cittadini che si oppongono alla decisione del sindaco Pane. *“No al deposito”* si legge in un comunicato *“in mezzo alle risaie, in un territorio di colline, di produzione di vino di qualità, di turismo leggero e paesaggi incantevoli. Il territorio non è stato ritenuto da Sogin idoneo, ma nonostante questo il sindaco Pane ha effettuato la sua scelta senza mai aver consultato né i suoi concittadini, né quelli dei paesi e città vicine”*.

I FAVOREVOLI. Dal canto suo, il sindaco ha ricordato che tra Trino e Saluggia, altro comune del Vercellese, è già stoccato l'80% della radioattività italiana. **Il territorio di Trino già ospita un deposito temporaneo di scorie nucleari, su un'area superiore a cento ettari.** Il comune è stato escluso dall'elenco del Ministero diramato a dicembre per questioni amministrative, non per questioni di sicurezza, come ha rilevato il sindaco Pane, precisando che l'eventuale area di stoccaggio sarebbe, tuttavia, lontana dall'areale del fiume Po.

I DUBBI. Intanto, si sono sollevate altre voci di dissenso anche da parte del distretto vitivinicolo dei vini delle Colline del Monferrato Casalese. Il Consorzio di tutela si è concentrato sugli **aspetti negativi legati all'impatto mediatico e di immagine** che deriverebbero dalla scelta di Trino come deposito di scorie nucleari, parlando di *“ricaduta in termini di appeal turistico-abitativo e di sviluppo enogastronomico”*. Il Monferrato casalese, ricorda l'ente consortile, ben conosce e, tutt'oggi, paga in termini di vite umane e di penalizzazione d'immagine la stretta relazione tra inquinamento ambientale e salute prodotta dall'amianto. Per le imprese vitivinicole il Comune dovrebbe cambiare idea sulla candidatura: *“Auspiciando che l'eventuale Deposito unico nazionale non riservi future sorprese in termini di sicurezza, risulterà comunque impossibile”* conclude il Consorzio *“slegare l'immagine del Monferrato casalese da questa ulteriore possibile minaccia o, semplicemente, da questa ombra che ne oscura e ne compromette i potenziali in termini di sviluppo, valorizzazione, promozione e accoglienza”*.


vinitaly
56th International
Wine and Spirits Trade Show

**WORLD
WINE
BUSINESS**
SINCE 1967

DDMBRANDING.COM

**TRADE
ONLY**



vinitaly.com

**14-17 April
2024
Verona, ITALY**

Organized by



Together with



In collaboration with

madeinitaly.gov.it



VALPOLICELLA. In Valle di Mezzane 13 aziende si uniscono per chiedere al Consorzio la nascita delle sottozone della Doc

Alla vigilia di Amarone Opera Prima, nasce il gruppo "Vignaioli Valle di Mezzane": 13 aziende vitivinicole che puntano al riconoscimento delle sottozone della Doc Valpolicella. Una battaglia che va avanti da tempo e che adesso, con la nuova associazione, intende sollecitare il Consorzio di tutela Vini Valpolicella nel progetto di definizione delle diverse aree (tra cui Valle di Mezzane) che rispecchiano la morfologia del territorio, i differenti climi e suoli.

L'obiettivo dichiarato è, infatti, quello di fare rete per approfondire la conoscenza del proprio territorio e valorizzare la produzione dell'intera denominazione. Fanno parte del gruppo Benini Alessandro, Marinella Cemerani, Falezze di Luca Anselmi, Grotta del Ninfeo, I Tamasotti, Il Monte Caro, Ilatium Morini, Le Guaite di Noemi, Talestri, Massimago, Carlo Alberto Negri, Roccolo Grassi e Giovanni Ruffo. Aziende con origini, ambizioni e orientamenti differenti che



riguardano la conduzione del vigneto - biologico, biodinamico e integrato - ma che condividono la stessa prospettiva che li unisce in un'unica grande compagine.

Il punto di partenza per questo progetto è una Carta dei Suoli che verrà realizzata da Giuseppe Benicolini, pedologo autore di diversi progetti di zonazione vinicola, tra cui

Soave, Valpolicella, Prosecco, Cartizze e Lambrusco Reggiano. Lo studio dell'area della Valle di Mezzane rappresenta un modo per evidenziare le differenze morfologiche e definire la conduzione del vigneto per interpretare al meglio la vocazione vitivinicola, salvaguardando il territorio e fronteggiare al meglio i cambiamenti climatici.

DOC. Per il Pinot grigio delle Venezie 5 milioni di bottiglie in più. La vendemmia 2023 segna un -7% in volume

Arriva il bilancio per la Doc interregionale Delle Venezie, che tutela la grande famiglia del Pinot grigio del Nord-Est. Secondo i dati resi noti dal Consorzio di tutela, il 2023 si è chiuso con quasi 5 milioni di bottiglie in più immesse sul mercato rispetto al 2022, per 1,66 milioni di ettolitri imbottigliati (dati Triveneta certifica-



zioni), equivalenti a 220 milioni di bottiglie da 0,75 litri. È dal 2018 che la denominazione supera la soglia di 1,6 mln/hl consentendo di posizionarsi come seconda Dop italiana, dopo il Prosecco.

Un 2023 difficile sul versante meteorologico ha significato anche una minore disponibilità di vino ottenuto dalla vendemmia (-7% rispetto alla rilevazione al primo gennaio 2023), che equivale a poco più di un mese di imbottigliamento. Il trend, fa sapere il Consorzio, va di pari passo con l'inizio degli imbottimenti della nuova stagione produttiva, testimoniato dall'utilizzo, a fine dicembre 2023, di 83.588 ettolitri di vino ottenuto dalla corrente campagna 2023/24.

In questo 2024, al presidente Albino Armani si affiancherà il nuovo direttore **Stefano Sequino**: "Sarà importante rafforzare le misure di governo dell'offerta utili per supportare la filiera e monitorare i volumi nonché le attività di promozione, anche sul mercato interno. L'obiettivo, sul fronte della promozione, è consolidare i mercati maturi, come Stati Uniti, Uk, Germania e Canada ma anche raggiungere e sollecitare i mercati emergenti".

ABRUZZO. Ok del Masaf allo stato di calamità per la viticoltura regionale Aiuti alle imprese dopo la disastrosa annata 2023

Via libera del Masaf al riconoscimento dello stato di calamità per la **viticultura abruzzese, una delle più danneggiate dalla diffusione della peronospora** nell'annata 2023. Per le imprese vitivinicole colpite – si stima un 70% nei quantitativi persi a causa della fitopatia – ci sarà la possibilità di avviare le pratiche per ottenere gli aiuti economici. “Il riconoscimento dello stato di calamità è un tassello fondamentale per poter sperare ora nell'attivazione delle misure per aiutare i viticoltori” ha spiegato **Alessandro Nicodemi**, presidente del Consorzio vini d'Abruzzo, che ha partecipato all'incontro a Roma al Masaf, assieme al presidente della Regione Abruzzo, Marco Marsilio, e al vice presidente e assessore all'Agricoltura, Emanuele Imprudente.

“Si potrà applicare la legge 102 che consente la moratoria per mutui e finanziamenti per 24 mesi, la concessione degli sgravi contributivi al 50% e la possibilità di dare ristori diretti ai produttori”.

Altre regioni hanno ottenuto lo stesso riconoscimento di stato di calamità per il settore agricolo. Nicodemi ha spiegato che l'Abruzzo ha proposto la creazione di un fondo particolare che tenga conto della situazione molto grave dell'agricoltura abruzzese: “Purtroppo primeggiamo” ha aggiunto Nicodemi

“tra quelle più colpite dall'emergenza peronospora e il Masaf sono certo terrà conto di questo nello stanziamento dei fondi”. Il decreto d'emergenza sarà pubblicato in Gazzetta ufficiale entro 15 giorni. Nei 45 giorni successivi le imprese potranno presentare ad Agea la richiesta di risarcimento danni.



BILANCI 1. Un 2023 positivo per Cuzziol: fatturato a +4,9%

Cuzziol GrandiVini, distributore italiano, ha chiuso un 2023 positivo con un fatturato che è cresciuto del 4,9% **a 25,5 milioni di euro**, confermando le previsioni rettifiche nel mese di giugno. Il dato dell'Ebitda è stabile all'11,1% sui ricavi, come avvenuto per il precedente esercizio 2022. Tramite una rete di 160 agenti di vendita la società ha distribuito circa 2 milioni di bottiglie. Sono 43 le aziende italiane e 90 quelle estere nel portafoglio di Cuzziol. **Luca Cuzziol**, amministratore unico, ha spiegato che un Ebitda stabile “significa avere maggiori risorse per proseguire negli investimenti programmati”.

L'anno 2023, in particolare, ha visto un secondo semestre in contrazione, soprattutto in horeca (canale prevalente) “ma il team commerciale e la struttura aziendale interna hanno ben supportato la rete vendita”. Il 2024, fa sapere l'azienda, da un lato, sarà un “anno di attesa ma, al tempo stesso, confidiamo che quanto messo in campo dall'azienda possa ben supportare le richieste del mercato e dei suoi attori”. Per l'Italia, in particolare, entrano nella selezione Fontefico (realtà abruzzese) e Colpaola (azienda marchigiana di Matelica). La maggiore novità è però Giuseppe Vezzoli (già distribuita nel nord-est) che insieme a Derbusco e a Sullali offrirà una selezione della Franciacorta. Sul fronte eventi, raddoppia l'appuntamento con il tasting di Cuzziol che, oltre a Milano, farà tappa a Roma: “Abbiamo ritenuto importante tornare a Roma, una città che ha fatto la storia di Cuzziol GrandiVini”, ha concluso Luca Cuzziol.

BILANCI 2. Oltre 108 milioni di ricavi per Serena wines

Supera i 108 milioni di euro il fatturato 2023 di Serena wines. Per la storica azienda di Conegliano, tra i più importanti player nazionali nel mondo del Prosecco Doc e Docg, il +4,5% in valore arriva a fronte di una flessione nei quantitativi venduti (-1,5%) in particolare nel canale Horeca. **Complessivamente sono oltre 26,8 milioni le bottiglie vendute nel 2023**. In crescita il segmento dei fusti che, con 280mila ettolitri (tra acciaio e pet), segna un +3% a dicembre. Sul fronte estero, sono sei i nuovi mercati che si sono aperti nel 2023 (Turchia, Kazakistan, Armenia, India, Islanda e Portogallo) e sono partiti due nuovi progetti commerciali, in Usa e Uk, con l'obiettivo di aumentare di mezzo milione di bottiglie a marchio la fornitura per ciascun mercato rispettivamente entro tre e cinque anni.

L'obiettivo per il 2024, secondo l'amministratore delegato Luca Serena, che guida l'azienda veneta (alla quinta generazione), è affiancare all'aumento dei volumi (circa 28 milioni di bottiglie previste per l'anno in corso e poco meno di 50mila hl totali di fusti) un processo di managerializzazione per favorire la gestione e il rinnovamento di Serena wines. Rientra in tale progetto **la nomina a direttrice marketing di Francesca Ruffini, ex marketing manager di Birra Castello**. Il 2024 sarà, inoltre, l'anno in cui sarà pubblicato il terzo bilancio di sostenibilità.

Mentre spostando lo sguardo al futuro, per Luca Serena resta l'obiettivo di raggiungere “i 150 milioni di ricavi entro i cinque anni”. Per farlo non si dovrà passare solo attraverso il Prosecco, attualmente core business aziendale. “Dovremo ampliare i nostri orizzonti e, pur mantenendo il nostro imprescindibile legame con il Prosecco, affacciarci al mondo dei vini con una produzione di fermi che riescano a conquistarsi successo nel mercato internazionale”. Un processo che richiederà importanti scelte e anche cambiamenti strutturali.

FEMMINICIDI. Accordo Donne del vino e Polizia contro la violenza di genere E in Sicilia nasce la onlus Marisa Leo

L'Associazione nazionale Donne del Vino e la Polizia di Stato si uniscono per il contrasto alla violenza di genere. A Roma, il 23 gennaio, è stato siglato il Protocollo d'Intesa che promuoverà lo sviluppo del Progetto #TUNONSEISOLA, attraverso iniziative di formazione per incoraggiare le donne vittime di violenza a denunciare. Potranno prendere parte alla campagna di sensibilizzazione sia le 1100 associate dell'Associazione, sia gli amanti del vino.

“Dopo l'assassinio di una nostra socia, la sommelier Donatella Briosi, per mano dell'ex marito” ha detto Daniela Mastrobardino, presidente delle Donne del Vino “nel 2018 abbiamo incrementato le nostre iniziative per sostenere economicamente i centri antiviolenza e portare all'attenzione politica i corsi per il rispetto di genere che insegnano a distinguere fra maleducazione e reati”. E aggiunge: “Il settore del vino è quello dove le donne sono più vicine alla parità salariale e di ruoli. Questo non ci mette al riparo dalla violenza, anzi: a settembre abbiamo assistito al femminicidio di Marisa Leo, la seconda socia uccisa in pochi anni. Motivo per cui oggi siamo qui a firmare questo accordo con la Polizia di Stato che ci rende ancora più forti e convinte ad andare avanti”.

Una ferita ancora aperta, ma che ha dato vita alla “Marisa Leo onlus” e l'istituzione di borse di studio annuali rivolte ai figli delle vittime di violenza. La



stessa persona che ha creduto moltissimo nel format “DxD: calici di vita” lanciato a febbraio 2023. Un roadshow itinerante di wine lunch solidali in Sicilia creati dall'unione tra la delegazione siciliana e chef “illuminati” per dare supporto ad associazioni e centri antiviolenza. “Queste iniziative ed idee oggi hanno ancora più valore grazie alla firma del protocollo di intesa con la Polizia di Stato, che ci sarà accanto dando maggiore forza, credibilità e concretezza alle nostre azioni”, ha detto Roberta Urso, delegata delle Donne del Vino di Sicilia.

TOSCANA. La rivoluzione femminile del Chianti Classico vista dal New York Times

Il New York Times elogia le vignaiole del Chianti Classico, donne che nonostante gli ostacoli incontrati sono state capaci di dare nuova linfa vitale alle proprie aziende di famiglia, portandole a livelli sempre più alti. Eric Asimov, autore dell'articolo, nel parlare delle figure femminili che hanno contribuito o contribuiscono a scrivere la storia del vino, rileva in Toscana un cospicuo numero di esempi virtuosi di una conduzione al femminile. Persone che fanno parte della storia di aziende rinomate come Istine, Podere le Boncie, I Fabbri, Castello di Ama e Terreno.

In passato, si legge nel pezzo, l'ambito del vino è stato relega-



to quasi esclusivamente agli uomini. Sia in termini di lavoro, sia nei termini di successione alla gestione dell'azienda. Pochi sono stati i casi in cui una donna è arrivata alla guida di una cantina e spesso per via dell'improvvisa morte del marito o il padre al comando. “Questo sta cambiando rapidamente in tutto il mondo del vino, e il Chianti Classico in particolare ha una concentrazione di donne come la signora Fronti che hanno preso in mano le aziende di famiglia e le hanno portate a livelli mai raggiunti prima, nonostante gli ostacoli che molte donne devono ancora affrontare”.

Le storie riportate da Asimov sono solo alcuni di molteplici esempi, ma che danno un'idea tangibile delle difficoltà incontrate. “Oltre ad Angela Fronti, tra le donne a capo di eccellenti aziende del Chianti Classico ci sono Lorenza Sebasti del Castello di Ama a Gaiole-in-Chianti, Sofia Ruhne di Terreno a Greve-in-Chianti, Susanna Grassi de I Fabbri a Lamole e Giovanna Morganti di Podere le Boncie a Castelnuovo Berardenga”.

Quello che emerge è un cambiamento in positivo. “Nel 2010 era tutto al maschile ed era considerato strano avere una donna al comando” ha detto Sofia Ruhne dell'azienda Terreno che racconta di come ha tratto forza dalle altre donne del Chianti Classico, con cui si riunisce per degustazioni e discussioni. “Ora è completamente diverso. Sono cambiate molte cose e molto velocemente”. – M.T.



DA OLTRE 20 ANNI
» TI FORMIAMO PER IL SUCCESSO «

ROMA | LECCE | PALERMO

Scopri tutti i nostri corsi su gamberorosso.it/academy

EVENTO. A Torino la seconda edizione del Global summit sulla sostenibilità della Fondazione Gambero Rosso



Dopo il successo della prima edizione, torna a Torino il Global summit 'La sostenibilità fattore di crescita delle aziende nel settore agroalimentare'. L'evento, organizzato da Fondazione Gambero Rosso, con il sostegno del gruppo Intesa Sanpaolo, si terrà negli spazi del Grattacielo Intesa Sanpaolo, il 31 gennaio.

Gli organizzatori intendono così rinnovare l'impegno nel sostenere il settore vitivinicolo e alimentare per supportare aziende, comparti e filiere che si impegnano ogni giorno per garantire una produzione sostenibile a livello ambientale, sociale ed economico. In questa seconda edizione il tema centrale è la cultura del cibo e del vino, la qualità, le relazioni internazionali e la conoscenza dei mercati esteri.

Saranno quattro i panel istituzionali con focus sullo scenario economico istituzionale, la certificazione, l'innovazione e gli investimenti. A cui si aggiungeranno le testimonianze delle aziende e la relazione tecnica a cura della Direzione studi e ricerche di Intesa Sanpaolo. Interverranno anche Equalitas, Santa Chiara Lab, Standard Ethics, Confagricoltura, Federbio, Valoritalia e Assoenologi Piemonte.

supervisione editoriale

Marco Mensurati

coordinamento contenuti

Loredana Sottile - sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Cesare Pillon,
Lorenzo Ruggeri, Vincenzo Russo,
Marzio Taccetti

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

foto

caffetteriaistazione.it (cover)

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/

27 GENNAIO

❖ **WINE AND SIENA**

Siena

Palazzo di Santa Maria

della Scala

fino al 29 gennaio

wineandsiena.com

27 GENNAIO

❖ **VIGNAIOLI NATURALI A ROMA**

Hotel Excelsior

via Veneto 125

fino al 28 gennaio

vininaturaliaroma.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**

Torino

presso Ogr

dalle 10 alle 17

fino al 30 gennaio

grandilanghe.com

29 GENNAIO

❖ **VINOFORUM CLASS**

Roma

presso Garum

via dei Cerchi, 87

dalle 16 alle 23

lospaziodelgusto.it

31 GENNAIO

❖ **GLOBAL SUMMIT GAMBERO ROSSO**

Torino

Grattacielo Intesa Sanpaolo

3 FEBBRAIO

❖ **AMARONE**

OPERA PRIMA

Verona

Palazzo della Gran Guardia

fino al 4 febbraio

amaroneoperaprima.it

5 FEBBRAIO

❖ **ITALIAN TASTE SUMMIT**

Monza

Reggia di Monza

fino al 7 febbraio

facebook.com/

ItalianTasteSummit/

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

antepriemetoscane.it

15 FEBBRAIO

❖ **CHIANTI CLASSICO COLLECTION**

Firenze

Stazione Leopolda

fino al 16 febbraio

chianticlassico.com/

news/chianti-classico-

collection-2024/

17 FEBBRAIO

❖ **IL BAROLO**

A PALAZZO BAROLO

Torino

Palazzo Barolo

dalle 15.30

stradadelbarolo.it/12249/

barolo-palazzo-barolo-2024/



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



BEVERAGE. Da Los Angeles la new wave analcolica ha conquistato la mixology



Che gli Stati Uniti siano una fucina di tendenze che poi si diffondono nel mondo è risaputo. L'ultima di queste sta investendo la cosmopolita Los Angeles. E, nel mese dell'astinenza dall'alcol come il Dry January, vede protagonista proprio il mondo della mixology, confermando la California tra le aree più vivaci. In una delle sue città più celebri, si sta registrando un notevole incremento delle richieste di cocktail senza alcol al punto che la stampa locale non ha paura di utilizzare l'espressione nuova era per descrivere il fenomeno.

Una vera e propria new wave in tema di no-alcol, che vede in prima linea soprattutto i locali top di questa metropoli della west coast. Dal Baroo al Nuda, dallo Steep al The Wolves, dal Solstice al Kato (nell'elenco dei 50 Best bar). I barman, a partire da Austin Hennelly (pluripremiato bartender del Kato), stanno dando fondo

alla loro creatività, sperimentando e offrendo ai consumatori un bere miscelato che unisce freschezza e creatività, colori e sapori intensi, con una cura estrema all'alta qualità delle materie prime. Ma, attenzione: a cambiare è il rapporto con le nuove ricette.

Per tutti, insomma, si tratta di una rivoluzione e di una nuova frontiera che, a queste latitudini, sta trovando terreno fertile e coinvolge sia barman sia grandi chef dei ristoranti più affermati. L'approccio che li caratterizza è, però, di tipo chimico, nel senso che **l'elaborazione dei cocktail sta puntando a offrire al consumatore le sensazioni palatali dell'alcol, senza che questo, per l'appunto, sia incluso negli ingredienti.** E allora si spiega così l'uso, per esempio, di soluzioni come il succo di aloe o l'acqua frizzante a base di luppolo (sparkling hop), che in bocca danno sensazioni simili a quelle di una bevanda con una media gradazione alcolica.

Il trend è in forte ascesa, come ha rilevato recentemente il quotidiano Los Angeles Times. Non solo innovativi cocktail come l'Amazake Swizzle il Mandarin Garibaldi proposti sui tavoli del Kato, ma anche interi menu degustazione a cui vengono proposte in abbinamento collaudate sequenze di vini dealcolati, provenienti anche dall'Europa. **Del resto, la domanda di bevande analcoliche, o a basso contenuto di alcol, negli Usa ha superato ampiamente gli 11 miliardi di dollari di giro d'affari nel corso del 2022** (era di 9 miliardi nel 2018). L'industria del beverage ci crede e sta intercettando e accompagnando questo trend, ampliando la gamma di birre, spirit e vini dealcolati. Non va dimenticato che (secondo una recente indagine Iwsr, istituto britannico specializzato in ricerche di mercato) oltre metà dei giovani consumatori statunitensi non consuma alcolici. – G.A.

Le grandi cantine della Valle d'Aosta

OTTIN
VITICULTEUR - ENCAVEUR

FRAZ. POROSSAN NEYVES, 209 | 11100 AOSTA | WWW.OTTINVINI.IT | ☎ 347 4071331

La cantina porta il nome del suo fondatore, ne concretizza il suo sogno e la sua passione nel coltivare la terra. Un progetto che vede il suo inizio nel 1989, anno in cui Elio Ottin acquista i primi appezzamenti di terra; il 2007 vedrà la produzione delle prime tre etichette dell'azienda: la Petite Arvine, il Pinot Noir e il Torrette Superieur. Nel tempo la cantina viene ampliata, insieme alla gamma aziendale. A Elio poi si affianca il figlio Nicolas che porta avanti e sostiene il sogno del padre. Insieme, condividono una filosofia di produzione che prevede l'uso di tecnologie moderne, senza mai dimenticare il rispetto per il territorio, il tutto all'insegna della sostenibilità e della salvaguardia dell'ambiente.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Valle d'Aosta Fumin 2021

Nel bicchiere si veste di un colore porpora che anticipa sentori di amarene sotto spirito, prugna essiccata insieme a note di pepe nero e chiodi di garofano. Al palato il tannino, fitto e vellutato, regala un sorso strutturato, in cui riemergono le note fruttate. Ideale con carne rossa in umido.

Valle d'Aosta Petite Arvine 2021

Giallo paglierino con riflessi dorati. Agrumi, frutta tropicale, zenzero e tenui note di pepe bianco spiccano al naso. Il sorso è teso, profondo, caratterizzato da un finale dalla sapidità vivida e piacevole. Da abbinare a formaggi freschi o un risotto ai frutti di mare.



Valle d'Aosta Pinot Nero L'Emerico 2019

Punta di diamante della produzione della cantina, questo Pinot Nero in purezza esprime un profilo olfattivo sfaccettato in cui dalle note di frutta rossa matura emergono sentori di camomilla essiccata, liquirizia e miele di castagno. Armonico e complesso è il vino ideale per piatti a base di selvaggina o carne arrosto.

Le grandi cantine del Piemonte

FERRARIS

AGRICOLA

SP14, LOCALITÀ RIVI, 7 | 14030 CASTAGNOLE MONFERRATO (AT)

WWW.FERRARISAGRICOLA.COM | 0141 292202

La storia dell'azienda Ferraris comincia dal bisnonno di Luca, che già nel 1921 coltivava vigneti. Una tradizione di famiglia che di generazione in generazione si è tramandata nel tempo. Nel 2001 Luca Ferraris dona nuova linfa vitale alla cantina, ristrutturandola, impiantando nuovi vigneti e puntando sulla produzione di vini di qualità, focalizzando la produzione sul vitigno ruchè. Una scommessa che ha portato a valorizzare questo vitigno e a un successo aziendale che ne ha fatto un punto di riferimento della zona. Nella gamma aziendale oltre a vini a base di ruchè, non mancano etichette a base di barbera, bianchi da viognier e moscato d'asti andando a delineare una produzione sfaccettata che vuole essere interprete del territorio di provenienza.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Ruchè di Castagnole Monferrato Clasic 2022

Prodotto con uve ruchè da diversi vigneti di proprietà, il vino si veste di un colore rosso rubino luminoso. Al naso offre note di petali di rosa e geranio che si fondono a sentori di amarena e sottobosco. Un palato fresco e vivace, dai ritorni fruttati e delicatamente speziati sono il preludio a un finale lungo e piacevole. Da abbinare a piatti a base di carne rosse.

Ruchè di Castagnole Monferrato Opera Prima 2020

Rosso rubino intenso con riflessi granato. Note di piccole bacche rosse, more, susine e ciliegia nera si affiancano a sentori floreali, di menta, tabacco e spezie dolci. Il sorso sfoggia un tannino elegante e ben integrato e una freschezza che gli dà dinamicità e scorrevolezza. Da provare con carni brasate.



Ruchè di Castagnole Monferrato Sant'Eufemia 2022

Vino prodotto con uve ruchè in purezza affinato esclusivamente in acciaio. Vino schietto e immediato che profuma di petali di rosa e ciliegie. Al palato una croccante freschezza esalta le sensazioni percepite al naso e il sorso è ben delineato e appagante. Ottimo con formaggi a media stagionatura.

IL MIO EXPORT

Edoardo Ventimiglia e Carla Benini – SASSOTONDO

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

La percentuale è del 30%, concentrata in Canada, Svizzera, Belgio, Usa e Germania.

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

Noi vendiamo meglio in alcuni mercati "ricchi" europei (Benelux, Svizzera) mentre gli Usa, che una volta rappresentavano una sicurezza ora sono molto variabili tranne il turismo (vendita a privati) che è in crescita. Da qualche anno il Canada grazie a buoni ratings sulla stampa internazionale si è accorto di noi e ha cominciato ad acquistare con una certa costanza.

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

In questo momento non stiamo subendo significativi contraccolpi.

4 Quali strategie per superare questo momento?

Per superare questo momento bisognerebbe smettere di fare le guerre. Come ho detto non sentiamo una particolare pressione negativa a parte la difficoltà a far entrare prodotti diversi dal mainstream rappresentato dalle denominazioni storiche simbolo dell'Italia nel mondo. Questo dipende un po' dal modello italiano di promozione all'estero, molto frammentato, affidato per lo più ai consorzi di tutela (quelli grandi) senza una strategia nazionale ma anche dall'organizzazione dell'Horeca a livello mondiale dove manca personale in grado di far conoscere proposte nuove. Inoltre, credo che, come è successo in Italia, ci sia stato un rimbalzo negativo dopo l'euforia post covid.

5 Come va con la burocrazia?

Male e sempre peggio, soprattutto per le piccole aziende. In tema di controlli sul vino, controlli sul bio, sicurezza sul lavoro e igiene non si fa nessuna distinzione tra piccole grandi aziende. E i controlli sono quasi esclusivamente cartacei.



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

Mentre prima erano spaventati dalla grande varietà di vini e denominazioni ora sembrano più ricettivi e curiosi soprattutto quando vengono ad assaggiare nelle aziende. Speriamo che questo con il tempo si rifletta in un nuovo atteggiamento complessivo dei loro mercati nazionali. Questa curiosità andrebbe aiutata da una promozione più attenta ed adeguata.

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

In modo non coordinato seguendo l'onda e le proposte delle svariate associazioni di produttori. Dopo il covid, anche a causa dell'aumento dei costi di trasferta, riflettendo per trovare modalità più efficaci e meno dispendiose. Uno dei modi più efficaci ed economici è quello di farci conoscere ed apprezzare dalla stampa di settore più accreditata.

INDICI FOOD AND BEVERAGE

Indice

S&P 500 Food & Beverage & Tobacco	Var% settimanale -1,01	Var% inizio anno -1,11
Stoxx Europe 600 Food & Beverage	Var% settimanale -2,41	Var% inizio anno -2,35
Dow Jones Sector Titans Food & Beverage	Var% settimanale -1,63	Var% inizio anno -2,35

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	0,52	-1,27	1,56	1.021
Campari	Italia	-0,65	-10,03	-7,88	11.315
Centrale del Latte d'Italia	Italia	-0,68	-4,55	2,80	41
Marr	Italia	-0,90	-4,01	-15,23	733
Newlat Food	Italia	2,63	4,45	80,24	360
Orsero	Italia	2,19	-0,94	6,87	297
Valsoia	Italia	2,32	4,52	-0,21	104
Anheuser Bush I	Belgio	-2,18	-1,80	4,39	99.663
Danone	Francia	-0,39	4,87	22,32	41.710
Pernod-Ricard	Francia	-3,36	-10,83	-26,97	36.414
Remy Cointreau	Francia	-4,28	-22,56	-50,05	4.564
Suedzucker Ma Ochs	Germania	-0,31	-8,03	-13,29	2.664
Dsm	Olanda	0,00	0,00	-5,23	763
Heineken	Olanda	-2,46	-0,85	0,29	52.508
Jde Peet S	Olanda	-4,36	-6,40	-17,81	11.113
Ebro Foods	Spagna	-0,52	-1,42	-4,73	2.354
Viscofan	Spagna	-3,12	-1,49	-10,96	2.455
Barry Callebaut N	Svizzera	0,87	-9,87	-33,45	7.432
Emmi N	Svizzera	0,21	3,95	13,96	5.363
Lindt N	Svizzera	-1,45	6,86	6,97	15.545
Nestle N	Svizzera	-2,53	-1,65	-15,27	271.071
Associated British Foods	Gran Bretagna	0,31	-3,46	23,39	20.241
Britvic Plc	Gran Bretagna	-0,35	0,89	8,53	2.475
Cranswick Plc	Gran Bretagna	2,15	4,99	25,22	2.521
Diageo	Gran Bretagna	-3,47	-5,44	-26,85	70.592
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	-0,32	-5,39	-16,87	2.929
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-24,30	-27,57	-37,98	26.970
Beyond Meat	Stati Uniti	-6,45	-23,37	-59,48	405
Boston Beer `A`	Stati Uniti	1,97	5,88	0,32	3.407
Brown-Forman B	Stati Uniti	0,88	-3,61	-17,25	15.690
Bunge Ltd	Stati Uniti	-4,87	-10,67	-5,72	12.051
Campbell Soup	Stati Uniti	1,63	2,36	-14,21	12.184
Coca-Cola Co	Stati Uniti	-0,23	1,56	-0,63	238.068
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	2,90	2,62	-21,43	12.930
Constellation Brands	Stati Uniti	-0,94	4,65	12,94	42.536
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-2,37	-12,38	-34,06	6.441
Flowers Foods	Stati Uniti	1,42	1,33	-14,22	4.429
Freshpet Inc	Stati Uniti	2,87	1,50	42,06	3.907
General Mills	Stati Uniti	3,06	-0,60	-16,34	35.348
Hershey Company	Stati Uniti	0,26	3,00	-11,52	26.473
Hormel Foods	Stati Uniti	-1,92	-4,33	-31,20	15.450
Ingredion Inc	Stati Uniti	-0,37	0,53	7,81	6.542
Kellanova	Stati Uniti	0,57	-2,61	-13,76	17.034
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-0,28	-4,74	-8,50	40.823
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	1,14	1,36	13,97	14.548
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	3,34	6,39	-7,22	4.480
Mccormick & Co	Stati Uniti	2,49	-2,37	-15,07	15.440
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-1,00	2,19	24,88	11.527
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	2,14	2,73	15,62	93.142
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	-4,47	-3,54	11,02	53.179
National Beverage Corp.	Stati Uniti	1,65	-4,61	9,64	4.072
Nomad Foods	Stati Uniti	-2,72	3,30	0,46	2.809
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	9,43	-1,69	-55,89	633
Pepsico Inc	Stati Uniti	0,88	-1,30	-0,88	212.772
Performance Food Gr	Stati Uniti	0,83	2,20	18,55	10.114
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-1,24	0,87	6,61	6.076
Post Holdings	Stati Uniti	-0,37	5,13	3,12	5.154
Seaboard Corp	Stati Uniti	-1,23	0,04	-10,67	3.813
Smucker, J.M.	Stati Uniti	2,40	3,85	-11,14	12.813
Sysco Corp	Stati Uniti	0,83	3,27	-4,71	35.200
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	-4,07	-3,11	-45,56	875
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	-1,22	0,46	-7,72	41.910
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	-2,32	-0,73	-19,33	14.053
Us Foods Holding	Stati Uniti	-0,78	0,20	23,61	10.289

FINE WINE AUCTIONS

Le Mesnil e lo strano caso dell'annata 2008

Una caratteristica dei magnum dello Champagne Le Mesnil della Salon balza in tutta evidenza dalla tabella qui accanto: la rarità. Le 16 annate che vi compaiono sono infatti tutte quelle quotate nel 2023, e soltanto per 12 di esse è possibile il confronto con la valutazione dell'anno precedente. Un confronto che la tabella non fa è quello del loro prezzo rispetto a quello delle bottiglie della stessa annata. Il magnum contiene un litro e mezzo di vino, due volte quello della bottiglia, e lo conserva meglio, ma raramente la quotazione che ottiene alle aste è più che doppia, come dovrebbe essere. Nel caso poi del Le Mesnil, clamoroso il caso dell'annata 2007, aggiudicata a 1.952,51 euro, poco più dei 1.612 che bisogna pagare per avere la bottiglia. Va però segnalato, per onestà, che il magnum del millesimo 2007 ha subito un ribasso del 15% rispetto all'anno precedente, mentre nel loro complesso i 12 magnum per cui il confronto è possibile hanno ottenuto un aumento del 15%, mentre le bottiglie sono diminuite di un abbondante 5%. Buona parte del merito di questa crescita in controtendenza è dell'annata 2008, balzata clamorosamente in alto del 107% rispetto al 2022. Il valore di oltre 10 mila euro che le è stato così attribuito non è immotivato: la vendemmia del 2008 è stata di qualità eccezionale ma di quantità minima. Se ne sarebbero potute ricavare poco più di 15 mila bottiglie, la più piccola tiratura mai fatta di Le Mesnil. La Salon prese perciò una insolita decisione, imbottigliare tutta la produzione esclusivamente in formato magnum: 8 mila esemplari.

– Cesare Pillon

Le Mesnil - Salon

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2023	Prezzo 2022	+ / -
1964	1 m	€ 7.930,00	Bonhams, Paris	31/05/23	€ 7.930,00	-	-
1971	2 m	Hk\$ 118.750	Sotheby's, Hong Kong	24/11/23	€ 6.976,56	-	-
1976	1 m	\$ 8.125	Zachys, New York	22/09/23	€ 7.631,00	€ 6.115,20	+25%
1983	3 m	Hk\$ 93.750	Sotheby's, Hong Kong	24/11/23	€ 3.671,88	€ 3.680,02	=
1985	1 m	Hk\$ 40.000	Sotheby's, Hong Kong	24/11/23	€ 4.700,00	-	-
1988	1 m	\$ 3.750	Zachys, New York	19/10/23	€ 3.551,63	-	-
1990	6 m	Hk\$ 200.000	Sotheby's, Hong Kong	24/11/23	€ 3.916,67	€ 3.482,81	+12%
1995	6 m	£ 14.940	Zachys, Europa online	16/03/23	€ 2.835,36	€ 2.500,00	+13%
1996	1 m	\$.3735	Acker Wines, Usa	02/03/23	€ 3.522,11	€ 3.820,38	-8%
1997	1 m	Hk\$ 19.920	Acker Wines, Hong Kong	21/04/23	€ 2.312,71	€ 2.945,35	-21%
1999	3 m	Hk\$ 62.500	Sotheby's, Hong Kong	24/11/23	€ 2.447,92	€ 2.444,56	=
2002	1 m	Hk\$ 27.500	Sotheby's, HK online	08/02/23	€ 3.264,25	€ 2.985,31	+9%
2004	1 m	\$ 2.739	Zachys, New York	02/03/23	€ 2.582,88	€ 2.809,94	-8%
2006	2 m	\$ 4.358	Acker Wines, Usa	02/03/23	€ 2.054,80	€ 2.255,44	-9%
2007	1 m	\$ 2.117	Acker Wines, Usa	17/01/23	€ 1.952,51	€ 2.300,76	-15%
2008	1 m	\$ 10.583	Acker Wines, Usa	26/10/23	€ 10.041,15	€ 4.862,40	+107%

