



# trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



## LA FRENATA DEI TOP BRAND DEL VINO

### CONSUMI

I low alcol italiani conquistano gli States ma ad arricchirsi sono le imprese americane

### AGRICOLTURA

❖ L'Europa fa marcia indietro sui limiti ai fitofarmaci  
Annunciati nuovi sussidi

### DENOMINAZIONI

❖ Ritorno alla pergola e appassimenti più brevi  
Così l'Amarone ridisegna il suo futuro

### SICCITÀ

❖ "Tra cinque anni non avremo più Barolo da imbottigliare"  
Federica Pio Boffa lancia l'allarme

### NOVITÀ

❖ L'agricoltore diventa custode del territorio per legge  
Ecco cosa prevede il nuovo ruolo





## I trattori “circondano” Roma

Hanno iniziato a circondare la Capitale i trattori condotti dagli imprenditori agricoli di mezza Italia. La manifestazione di protesta, che arriva dopo 17 giorni di presidi, cortei e sit-in da nord a sud, tocca finalmente Roma. I Comitati riuniti agricoli, e il loro portavoce Danilo Calvani, hanno avuto il via libera dalla Questura per iniziare a convogliare i mezzi nell'area vasta romana (aree di Albano, Capena, Cecchina, Fiano Romano e Palidoro). Tra lunedì e martedì prossimi è previsto il massimo afflusso. In zona Nomentana, invece, è presente il presidio permanente con un centinaio di mezzi agricoli, coordinato da un'altra sigla, Riscatto agricolo, che venerdì 9 febbraio porterà una delegazione di 10 trattori nel centro storico, in piazza San Giovanni, ma senza cortei di persone.

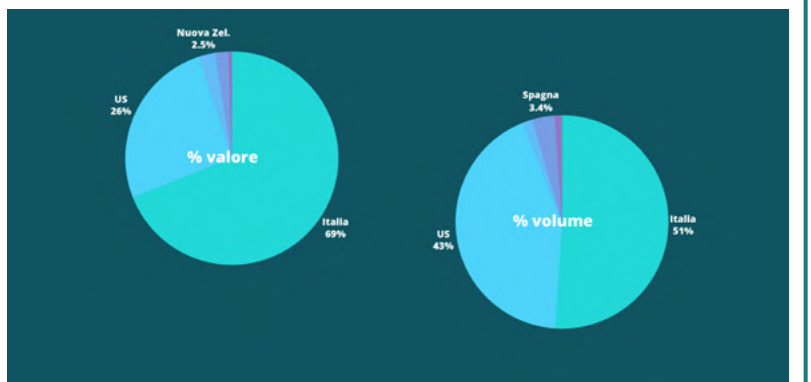
Le ragioni della protesta sono note. Tra le prime cause di malcontento c'è il nodo degli accordi commerciali coi mercati extra-Ue firmati dall'Ue che consentono, secondo i manifestanti, l'arrivo di prodotti non uniformati agli standard europei, causa di una concorrenza sleale ai danni delle imprese locali. Intanto, **a Sanremo, non ci sarà nessun agricoltore sul palco dell'Ariston** ma, come ha annunciato lo stesso Amadeus, un comunicato stampa verrà letto durante la quinta serata del Festival della canzone italiana.

Sul fronte istituzionale, **il governo sta valutando di reintrodurre l'esenzione Irpef sui redditi agricoli appena cancellata dalla Legge di bilancio 2024**. Servono da 100 a 120 milioni di euro per una misura che andrà a favore delle piccole imprese. Il ministro per i Rapporti col Parlamento, Luca Ciriari, ha spiegato alla Camera che il decreto Milleproroghe potrebbe essere la prima finestra utile per far passare un emendamento ad hoc e andare in contro a quelle aziende agricole che ne hanno più bisogno. - G.A.

## CONSUMI. Vini italiani, business statunitense. I low alcol tricolori conquistano gli Usa Ma ad arricchirsi sono le imprese locali

di Loredana Sottile

Usa. Low alcol per paese di provenienza



fonte: elaborazione Osservatorio del Vino UIV su dati NielsenQ

Le bevande low alcol italiane spopolano negli Usa fino a rappresentare il 28% del totale vini importati. Una buona notizia se non fosse che ad arricchirsi grazie al nuovo trend non sono le imprese del Belpaese. La produzione e l'imbottigliamento avvengono sì in Italia, ma i gruppi che commercializzano questi prodotti (e che si assicurano l'80% del valore delle vendite) sono statunitensi. Uve italiane, quindi, ma fatturati no..

**La denuncia è di Unione Italiana Vini che attraverso il suo Osservatorio ha quantificato il business in 651 milioni di dollari** tra grande distribuzione e retail americani. Vini italiani o prodotti a base vinicola venduti a un prezzo medio allo scaffale di quasi 16 dollari al litro, più del doppio rispetto alle omologhe bottiglie statunitensi (7 dollari) e addirittura il 5% in più al confronto con la media dei vini tricolori tradizionali. Si tratta di bottiglie, ma anche lattine, da 7 gradi in giù, quasi totalmente sconosciute nel Belpaese, ma sempre più presenti tra gli scaffali Usa. **L'origine italiana, regina del mercato (prima perfino dei prodotti statunitensi)**, è rintracciabile - tra i fermi - soprattutto nei rossi (39%, a 254 milioni di dollari), seguiti dal Moscato (103 milioni) e dai rosati (23 milioni). Il fenomeno dei vini a bassa gradazione è relativamente giovane, ma nell'ultimo anno è stato protagonista di una incredibile cavalcata che, grazie al cambio di gusti tra le varie generazioni ed etnie del Paese, li ha portati a essere una scelta non più secondaria rispetto al vino classico.

Discorso a parte meritano i no alcol. Si tratta di vini che, se è vero che partono da numeri bassi, nel giro di due anni hanno raddoppiato le vendite negli Usa, attestate oggi - secondo l'Osservatorio Uiv - a 62 milioni di dollari. Tuttavia, i prodotti italiani a zero alcol sugli scaffali statunitensi sono pochi, le vendite ammontano ad appena 4,5 milioni di dollari (+39% sul 2022) con un prezzo medio di 14 dollari al litro. Una quota residuale della presenza italiana (il 7% del totale), che diventa minuscola se si considera che il 90% delle vendite è imputabile a una sola azienda, per giunta americana, che acquista in Italia i prodotti finiti e li commercializza con marchio proprio. Il resto è appannaggio di altri Paesi: Spagna, Germania e Francia, che, al contrario dell'Italia, hanno una regolamentazione interna che gli permette di produrli.

### L'Appello di Uiv: Il Governo proceda con il via libera ai vini dealcolati"

Il paradosso, che vede l'Italia protagonista di un business non suo, ha riportato sotto i riflettori la questione dei vini totalmente o parzialmente dealcolati, la cui produzione è al momento vietata in Italia.

"Il segmento low-alcol" sottolinea il segretario generale di Uiv, **Paolo Castelletti** " può rappresentare un'opportunità anche e soprattutto là dove il prodotto tradizionale fa fatica, come dimostra il record ventennale di vino rimasto in cantina al termine della scorsa campagna vendemmiale. Oggi per fare vini low alcol i produttori italiani hanno tre strade:

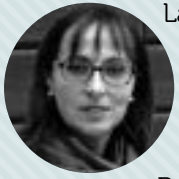


utilizzare il vino come base per bevande aromatizzate, produrre vini da mosti parzialmente fermentati, oppure - in caso vogliano procedere con la dealcolazione - delegare il processo produttivo nei Paesi europei diretti competitor".

Proprio il segmento dei vini dealcolati sembra quello più interessante in ottica di medio termine, in grado di intercettare le tendenze salutistiche in atto nel Paese, sempre più orientato a ridurre l'assunzione non solo di alcol ma anche di zuccheri. "Da tempo Uiv sollecita un intervento normativo per disciplinare una produzione che l'Unione Europea ha autorizzato da più di due anni" è la denuncia di Castelletti "Al netto delle bozze di decreto - su cui abbiamo evidenziato le perplessità del settore vino (visto che coinvolge principalmente le distillerie; ndr) - **siamo gli unici a non aver ancora recepito il regolamento Ue, con evidenti svantaggi competitivi rispetto ai produttori comunitari.** Riteniamo quindi che il Governo debba trattare con la massima urgenza questo tema non più derogabile, definendo con chiarezza e assieme al comparto un perimetro chiaro di azione".

## FOCUS PREZZI

### L'incognita prezzi: confronto Italia-Spagna



La situazione attuale non è di certo all'altezza di quelle a cui è abituato il settore, tra contrazione dei consumi e degli scambi. Il tutto in uno scenario che ha visto la Ue ritoccare al ribasso le previsioni a medio termine per le principali variabili del settore. Intanto i produttori italiani hanno fatto i conti con una delle vendemmie più disastrose degli ultimi decenni mentre, come sempre il mercato riserva sempre tante incognite.

Prima fra tutte i prezzi.

Le prime importanti reazioni alla mancanza di prodotto riguardano i vini da tavola. Al giro di boa della campagna 2023/24, infatti, si registrano aumenti medi sia nei bianchi che dei rossi del 24 e 35 per cento rispetto ai primi sei mesi della campagna precedente. E mentre nei bianchi anche la Spagna sta vivendo una congiuntura di forti rialzi, nei rossi la campagna è partita un po' sottotono mentre con il passare delle settimane anche i rossi iberici stanno recuperando terreno.

### Prezzi medi alla produzione di vini comuni: Italia e Spagna a confronto (€/ettogrado)



Il mercato dei vini Igt si è mosso un po' a macchia di leopardo con i prodotti abruzzesi che, a causa delle pesantissime perdite vendemmiali, sin dall'inizio della campagna hanno visto accelerare i listini. Stessa cosa per le Igt bianche dell'Emilia-

Romagna mentre sui rossi, Lambrusco in primis, il mercato è restato tiepido. Situazione analoga per la Puglia e Sicilia dove i bianchi Igt mostrano rialzi dei listini mentre i rossi segnano il passo. Bene, invece, l'Igt Lazio sia nel segmento dei bianchi che del colore. Del resto, anche nelle Dop le denominazioni laziali sono quelle che, in termini di rialzi dei prezzi, sembrano aver avuto le performance migliori con incrementi a due cifre rispetto ai primi mesi della campagna scorsa. Nelle Dop, comunque, i cambiamenti si vedono da ora in avanti anche se nel mondo spumanti: il Prosecco Doc ha ceduto qualcosa rispetto ai prezzi di fine campagna così come il Valdobbiadene, a fronte di lievi incrementi di Franciacorta e Trento. Sostanzialmente stabile l'Asti. Nei vini fermi le variazioni sono poche e comunque non univoche per cui aspettiamo per avere una tendenza.

## CONSUMI. Non solo Dry January: italiani sempre più salutisti L'alternativa sono le bevande analcoliche

Bere meno e più analcolici. Sono i "buoni" propositi dei consumatori italiani per il 2024 secondo quanto emerso dall'indagine di CGA by NIQ. A spingere il trend sarebbe stato il Dry January, l'iniziativa promossa da Alcohol Change Uk, che prevede 31 giorni senza alcol. Giorni che potrebbero estendersi anche a tutti gli altri 365, considerato che tre consumatori su cinque hanno dichiarato di voler consumare bevande analcoliche, tra cui caffè, tè, soft drink, mentre un quinto (20%) prevede di provare varianti analcoliche o a basso contenuto alcolico di bevande quali birra e cocktail.

Il motivo? La sempre maggiore at-



tenzione al benessere. Secondo l'indagine, infatti, **l'82% dei consumatori concorda sul fatto che nel 2024 darà priorità alla salute e al benessere** ed un terzo (32%) pensa di moderare il consumo di alcolici durante tutto il corso dell'anno.

*"Dopo un periodo di feste intenso, i consumatori sono più attenti alla salute e alle spese, anche se molti di loro intendono ancora frequentare bar e ristoranti"* è il punto di vista di **Daniela Cardaciotto**, on premise sales leader di CGA by NIQ

*"I locali che propongono alternative interessanti alle bevande alcoliche e che offrono un buon rapporto qualità-prezzo, possono da un lato soddisfare le nuove esigenze di consumo alcohol-free e dall'altro ampliare strategicamente la loro offerta"*.

## UE. Stop al regolamento sui fitofarmaci. Ursula von der Leyen fa marcia indietro Annunciati nuovi sussidi per gli agricoltori

di Loredana Sottile



La sostenibilità può attendere. La presidente della Commissione Ue Ursula von der Leyen [annuncia il ritiro della proposta di regolamento dei fitofarmaci](#) per tendere la mano agli agricoltori e rispondere alle proteste che stanno mettendo a ferro e fuoco mezza Europa.

“I nostri agricoltori meritano di essere ascoltati” ha detto nel suo intervento alla Plenaria del Parlamento Ue “So che sono preoccupati per il futuro dell’agricoltura e per il loro futuro”. Da qui l’idea di proporre al collegio dei commissari il ritiro della proposta “diventato un simbolo di polarizzazione”, in attesa di “una nuova proposta, più matura, che sarà fatta in futuro”, perché, come ha ricordato la stessa Von der Leyen “l’agricoltura deve passare a un modello di produzione più sostenibile, in modo che le loro aziende rimangano redditizie negli anni a venire”.

**Nel corso dell’intervento sono stati annunciati anche incentivi con sussidi per gli agricoltori.** “Gli agricoltori hanno bisogno di un’argomentazione commerciale valida per le misure di miglioramento della natura” afferma la presidente della Commissione, che poi ammette: “Forse noi non l’abbiamo fatta in modo con-

### Che cosa prevedeva il regolamento sui fitofarmaci

La tanto discussa proposta della Commissione Ue, prevedeva il dimezzamento dell’uso dei fitofarmaci entro il 2030 e una riduzione del 65% di quelli considerati più pericolosi. Un obiettivo irrealizzabile, soprattutto in mancanza di alternative valide (vedi alla parola ricerca e tecniche genomiche) tanto che a dicembre [la proposta era già stata rigettata dal Parlamento Ue](#).

Tutto sommato, quindi, una vittima non così difficile da sacrificare sul banco delle trattative. Per ammissione della stessa presidente della Commissione Ue, infatti, dopo il no dell’Eurocamera, “non ci sono progressi neanche in Consiglio”.

vincente”. E poi continua, soffermandosi sulla necessità di “un vero e proprio incentivo che vada oltre la semplice perdita di resa. I sussidi pubblici possono fornire tali incentivi”.

Esultano le associazioni di categoria italiane. “Si mette la parola fine su una proposta fortemente ideologizzata che abbiamo combattuto sin dalla sua prima pubblicazione” è il commento del presidente di **Confcooperative Fedagri** Pesca Carlo Piccinini “Auspiamo che questo annuncio sia l’inizio di un nuovo approccio da parte della Commissione. Le proteste degli agricoltori in tutta Europa hanno dimostrato che le riforme e le leggi debbano essere fatte ascoltando le esigenze di chi produce e lavora nei campi”.

“Il ritiro della proposta di regolamento sull’uso sostenibile dei fitofarmaci salva il 30% delle produzioni alla base della dieta mediterranea, dal vino al pomodoro, messe a rischio dall’irrealistico obiettivo di dimezzare l’uso di agrofarmaci” è il commento del presidente **Coldiretti** Ettore Prandini, che poi rilancia “La battaglia per garantire dignità e giusto reddito agli agricoltori italiani non si ferma. Non sarà accettato nessun taglio alle risorse economiche della Politica agricola comune agli agricoltori poiché oggi occorre assicurare l’autonomia alimentare dei cittadini europei e favorire il ricambio generazionale. In tale ottica non è possibile neppure che l’allargamento dell’Unione all’Ucraina venga pagato dalle aziende agricole”.



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](http://www.robertosarotto.com)

Loc. Ronconuovo 13, Neviglie, CN

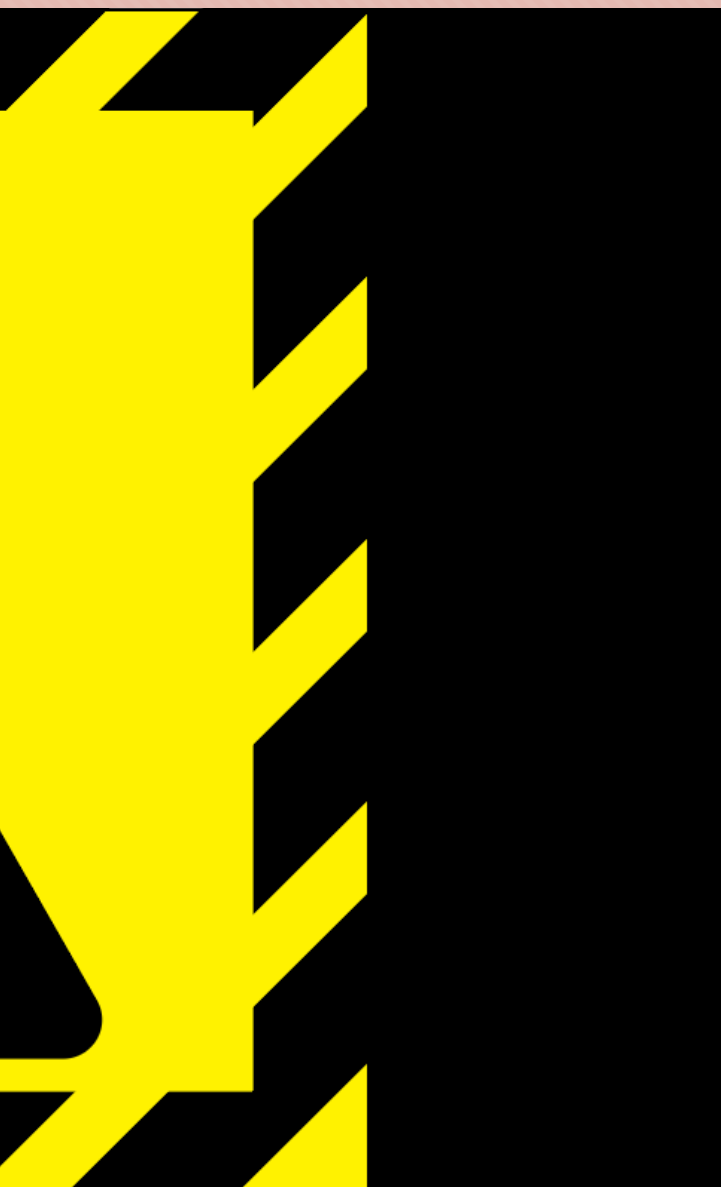
# Per i top brand del vino la parola chiave del 2024 è prudenza

▲ di Gianluca Atzeni





Big in sofferenza nel 2023 per incertezze geopolitiche e riduzione della capacità di spesa dei consumatori. L'export a tratti traballa ma i vini premium danno ossigeno ai bilanci. E tra i nuovi trend resta forte quello dei prodotti a basso grado alcolico.



ncertezze geopolitiche e riduzione della capacità di spesa dei consumatori hanno condizionato i bilanci dei grandi brand italiani del vino tra 2022 e 2023. In negativo. Le principali aziende per giro d'affari (secondo la classifica Mediobanca), che assieme totalizzano un business da 3 miliardi di euro, **hanno subito la crisi e, allo stesso tempo, si sono mosse con prudenza, come già annunciato un anno fa, con strategie di contenimento dei costi**, cercando di adattarsi alla congiuntura, sopportando i segni meno in diversi mercati d'esportazione ma senza rinunciare agli investimenti. Secondo il sondaggio del Settimanale Tre Bicchieri del Gambero Rosso, realizzato a febbraio 2024, emergono diversi segni meno e gli aumenti dei fatturati sono stati certamente meno importanti se raffrontati al forte rimbalzo post-pandemia. Una riprova delle difficoltà di tutto il comparto nazionale. Va anche detto, però, che per il 2024 prevale un sentiment positivo (stabile o in crescita) per la maggior parte delle società interpellate. Si spera in un ritorno dell'inflazione a livelli più accettabili e in una maggiore capacità di spesa dei consumatori. Vediamo come è andata dal racconto dei diversi manager.

#### RIUNITE&CIV E GIV SALGONO A 700 MILIONI

Il gigante cooperativo Cantine Riunite&Civ ha chiuso il 2022/23 in positivo con ricavi in crescita di oltre 3% e un utile sopra 2 milioni di euro. L'outlook 2024 è stabile. Assieme alla controllata Giv, alla francese Carniato e alla statunitense Frederick Wildman and Sons, il giro d'affari aggregato dovrebbe salire sopra i 700 mln. In particolare, per la capogruppo Riunite&Civ, come spiega il direttore commerciale **Francesca Benini**, a soddisfare il management è il riconoscimento del prezzo medio di riparto pari a 41,5 euro al quintale ai soci, che nella vendemmia 2022 avevano conferito oltre 763mila quintali di uve.



L'Italia nel 2022/23 è risultata in crescita del 2,6% mentre gli ultimi mesi 2023 *“hanno registrato un rallentamento, per effetto dell'andamento dei consumi che hanno risentito in modo significativo dell'instabilità geopolitica e, soprattutto, dell'inflazione”*, ha sottolineato Benini, evidenziando come **la congiuntura incerta e un potere d'acquisto inferiore abbiano segnato la composizione del carrello in Gdo**. All'estero, alla flessione Usa è seguita una tenuta del Centro America (Messico in primis): *“Risultati positivi in Europa, dove la Germania ha segnato +8,4%. Bene anche la Francia e il mercato Uk che si riconferma di grande interesse con +18,5% a valore”*, rimarca la Benini, ricordando anche il forte rallentamento della Cina.

Il 2024 parte nell'incertezza in Italia e nel mondo: *“La grande incognita”* evidenzia *“è legata ancora alla situazione geo-po- >>*

litica che sta incidendo fortemente sui costi della logistica verso occidente, le aree del Nord e Centro America, e verso i Paesi asiatici. L'altra incognita è legata all'andamento dei consumi, anche se stiamo registrando una timida positività, soprattutto sui nostri mercati storici come Usa e Uk". Sul fronte promozione, il Gruppo continuerà a investire sui brand Cantine Maschio (fresco di certificato Equalitas) e su Riunite e il Lambrusco negli Usa.

### **RALLENTA ARGEA, VERSO QUOTA 450 MILIONI**

Possibile lieve rallentamento dei ricavi per Argea, polo vitivinicolo italiano che include marchi come Botter e Mondo-delvino che, secondo i dati preliminari di bilancio, dovrebbe attestarsi a 450 milioni di euro, rispetto ai 455 del precedente esercizio.

Con un export che pesa il 90% dei ricavi, il gruppo nel 2023 **ha perfezionato l'acquisizione della azienda Zaccagni-**

## **Bassa gradazione e packaging tra gli obiettivi del futuro**

**Cantine Riunite&Civ.** Bianchi e bollicine crescono a scapito dei rossi. La chiave di lettura è nell'andamento dei consumi: il consumatore si trova a gestire un potere d'acquisto intaccato dall'inflazione e, inoltre, le scelte si orientano verso prodotti che rispondono a una maggiore attenzione alla salute, a basso contenuto di alcool. Lo prova l'aumento dell'offerta di prodotti low e no alcol. Segmento su cui anche Cantine Riunite & Civ sta da tempo ponendo attenzione

**Argea.** Stiamo assistendo a un'evoluzione nei consumi e nelle preferenze soprattutto dei giovani bevitori di tutto il mondo. Questa sfida può diventare un'opportunità se gestita con intelligenza. La crescita vertiginosa della categoria "no e low-alcol" è innegabile. Questa tendenza è un'opportunità per innovare e raggiungere un nuovo segmento di consumatori interessati a prodotti a basso e nullo contenuto alcolico. Questa categoria potrà coesistere con la tradizione vinicola italiana senza comprometterne qualità e integrità.

**Iwb.** Continuerà il trend verso vini più facili da bere e in ogni occasione, dissociati dall'abbinamento cibo-vino, di cui tanto si è parlato in passato. Anche la comunicazione dovrà seguire questo tema, facendo diventare il vino qualcosa di più user friendly, rispetto a ora. La giungla di denominazioni, che imperversa non solo in Italia, ma anche in tutte le altre maggiori regioni produttrici mondiali, non aiuta questa comunicazione. In un momento complicato, i consumatori vogliono qualcosa di semplice.

**Caviro.** Nuovi atteggiamenti di consumo si fanno strada, specie nei più giovani, che vedono il vino come proposta interessante ma all'interno di alternative alcoliche e (non ultimo e in crescita) anche analcoliche. Meno confini tra un'occasione di consumo e l'altra (non più solo pranzo e cena), maggiore interesse per prodotti di accompagnamento (aperitivi e vini aromatizzati), ma al contempo polarizzazione di altri target su vini considerati di pregio per invecchiamento, terroir, etc. Non perdiamo di vista i vitigni classici, ma guardiamo con interesse a quelli con minor gradazione alcolica. Aggiungiamo le referenze che raccontano il lavoro e la sostenibilità.

**Cavit.** Il mercato sta manifestando un interesse crescente verso i vini a basso tenore alcolico e, in misura minore, verso quelli zero alcol. Riteniamo che queste siano tendenze da valutare e che sia fondamentale monitorarne l'evoluzione futura. Abbiamo già introdotto con successo un'offerta di vini low alcol sui mercati internazionali.

**Santa Margherita Gruppo Vinicolo.** Le nuove generazioni hanno un approccio al vino totalmente diverso dai padri e parlano un diverso linguaggio. Registriamo la nuova competizione di bevande che pochi anni fa nemmeno esistevano. La componente esperienziale sarà determinante, così come la capacità di saper dare risposte chiare alla domanda di conoscenza di un consumatore più attento a temi ambientali e sociali. C'è già un sentimento positivo di fronte alle iniziative come il progetto di carbon neutrality, che da oltre 10 anni coinvolge il Pinot grigio Santa Margherita in Canada.

**Antinori.** Identità, storia, territorio di origine, qualità, notorietà del brand, sono i valori che sempre di più permetteranno alle aziende italiane di muoversi in un mercato mondiale sempre più competitivo.

**Fratelli Martini Secondo Luigi.** I consumatori continuano a essere attenti al rapporto qualità-prezzo e alla sostenibilità del packaging. Anche l'impegno complessivo della azienda per la sostenibilità sarà un elemento certamente considerato dai consumatori. Il commercio on-line è atteso in ulteriore crescita, così come l'horeca dovrebbe confermare la ripresa post-covid.

**Mezzacorona.** Premesso che la vera carta del futuro è la declinazione dinamica della sostenibilità dei vini, per quanto riguarda gli altri aspetti, i trend da tenere d'occhio sono, in primis, il packaging. E Mezzacorona è riconosciuto da sempre per la grande attenzione al packaging su tutta la gamma. In merito ai formati, nel tempo c'è un'attenzione maggiore ai grandi formati, confermata dalle richieste dei consumatori.

fonte: *Gambero Rosso-Tre Bicchieri, sondaggio 2024*

**ni, annunciata nel 2022**, e ha siglato una partnership con l'enologo Riccardo Cotarella per sviluppare una linea di prodotti per il marchio Poderi dal Nespole, in Romagna.

Osservando le performance dei canali, in generale, l'horeca ha registrato per Argea risultati *“molto interessanti”*, mentre la Gdo è rimasta stabile. *“Bene la vendita diretta grazie all'e-noturismo, mentre l'e-commerce ha sottoperformato rispetto all'anno precedente”*, dichiara **Massimo Romani**, ad del gruppo: *“L'horeca ha beneficiato della ripresa dei consumi fuori casa che, di contro, ha penalizzato l'e-commerce. In generale, il potere di acquisto del consumatore ha subito un'evidente flessione”*.



*“In generale, il potere di acquisto del consumatore ha subito un'evidente flessione”*.

Sul fronte promozionale, spiega lo stesso Romani, Argea ha messo in campo una strategia che *“sfrutta le opportunità commerciali mantenendo salde le radici vitivinicole: siamo ben consapevoli che terroir, storia e identità produttiva siano elementi fondamentali del settore e riconosciamo”* sottolinea *“l'importanza di adattarsi ai cambiamenti e abbracciare nuove tendenze. Anche perché, se non lo faremo noi lo farà qualcun altro”*. Guardando al 2024, l'outlook è positivo: *“Ci attendiamo una leggera crescita tra 5% e 10%”*.

### IWB “SALVATO” DAI VINI PREMIUM

La diversificazione dei mercati e dei canali commerciali ha consentito a Italian wine brands (Iwb), gruppo quotato all'Euronext growth Milan di Borsa italiana, di mantenere un bilancio in pari per il 2023, considerando che i complessivi 429,1 milioni di ricavi flettono solo lievemente su un 2022 (a 430,3 mln) che aveva segnato il record assoluto del gruppo. A crescere a valore sono stati l'export (+1,73%) e il canale wholesale (+2,7%; vendita alle catene al dettaglio) a fronte dei cali di horeca (-3,6% a parità di volumi) e distance selling (-9,1%). Tra i fattori che hanno consentito il mantenimento dei livelli di fatturato, riferisce l'ad **Alessandro Mutinelli**, c'è l'ampliamento dell'offerta di vini premium, in particolare all'estero. Mentre il rallentamento di alcuni canali e mercati (tra cui l'Italia a -8,3%) si spiega con una ridotta capacità di spesa dei clienti e coi timori delle guerre in atto: *“Hanno inciso psicologicamente sul consumatore, che ha posto in essere comportamenti conservativi”*.



Sia 2022 che 2023 sono stati anni di ingenti aumenti di costi dei fattori produttivi, che hanno ridotto la marginalità del gruppo Iwb e la possibilità di utilizzare la leva promozionale. Parte dei costi ora è rientrata (packaging) e *“questi cali”* spiega Mutinelli *“li stiamo passando ai nostri clienti affinché possano a loro volta ridurre i prezzi ai consumatori finali, rivitalizzando l'offerta. E stiamo lanciando nuovi prodotti per*

**intercettare i nuovi trend, come i vini con gradazioni alcoliche più contenute”**. Bianchi e spumanti (ormai del tutto destagionalizzati) sono le categorie più resilienti, secondo Iwb, mentre i rossi stanno lasciando quote di mercato. Alla voce investimenti, si è lavorato all'efficientamento energetico dei siti produttivi. E, in queste settimane, è in corso la concentrazione in un'unica società di tutte le cantine del gruppo. Infine, con lo sguardo a questo 2024, l'outlook societario è definito *“stabile”*.

### PER CAVIRO RICAVI SOPRA I 420 MILIONI DI EURO

Con 423 milioni di ricavi, il gruppo romagnolo Caviro ha chiuso il 2022-23 meglio del precedente (417,4), vantando indici finanziari di solidità (ebitda a 33,2 mln e posizione finanziaria netta a 74,4 mln). La forte inflazione del periodo (causata non dal vino ma da packaging, energia e trasporti) è stata assorbita il più possibile: *“Pur dovendo ritoccare a nostra volta i listini, siamo riusciti a mantenere volumi sostanzialmente costanti nel mercato domestico per la grande distribuzione”* rileva il dg **Giampaolo Bassetti** *“risentendo in maniera non così lieve invece nel mercato grossisti horeca, in parte per la diminuzione dei consumi in ristorazione, ma soprattutto per una razionalizzazione dei clienti”*.



Positivo il segmento premium nella Dm italiana, per l'inserimento a scaffale dei fine wine a marchio Leonardo da Vinci e Gerardo Cesari. All'estero, i risultati sono positivi a volume e valore (+16%) trainati da Uk, Germania e Giappone.

**Sul fronte marketing, sono proseguite le campagne sul prodotto leader a scaffale - il Tavernello, giunto a 40 anni dal lancio - e sulle linee premium regionali**, dal Chianti al Nero d'Avola, passando per il Primitivo. Alla voce investimenti, il gruppo ha lavorato sulla sostenibilità (economia circolare) e ha ammodernato la sede di Forlì (nuovo magazzino automatico) mentre a Savignano è in corso l'installazione di un cogeneratore a metano e di un nuovo impianto di imbottigliamento.

*“Nel 2024”* afferma Bassetti *“il focus sarà sulla filiera, col sostegno alla ricerca sui vitigni resistenti attraverso il Consorzio Vitires e sarà completato l'impianto agrivoltaico sul vigneto sperimentale”*. Nell'outlook 2024, Caviro stima un calo in volume: *“Cercheremo di compensare il calo di consumi nei mercati storici col presidio dell'Italia e l'allargamento della ponderata distributiva nei mercati internazionali”*.

### CAVIT. OBIETTIVO 2024: MANTENERE STABILE IL FATTURATO

Con un +0,9% nell'esercizio 2022-23 (chiuso a maggio), il gruppo Cavit ha raggiunto i 267,1 milioni di euro (76% export) con un risultato netto di 4,8 mln (era 5,8 nel 2021/22).

Nella seconda parte del 2023, come rileva il direttore generale **Enrico Zanoni**, la performance è stata “migliore rispetto all'andamento medio dei mercati, perché si confronta con un pari periodo 2022 in cui ha pesato l'effetto destock del mercato americano”.

**Nella Gdo italiana, Cavit è cresciuta a valore con volumi stabili, mentre in horeca ha**



**incrementato il fatturato;** l'e-commerce è in terreno negativo “ma la performance è migliore rispetto alle medie di questo canale”. Positivi i risultati della controllata tedesca Kessler Sekt (+10% a 13 mln di euro). Per il 2024, secondo Zanoni,

il contesto geopolitico e il minor potere d'acquisto non giocheranno a favore della ripresa dei consumi: “Mantenere i fatturati diventa un obiettivo ambizioso che potrebbe portare a guadagnare quote di mercato”. L'outlook è “stabile o in leggero calo, con una performance attesa in flat”.

Cavit (5.250 viticoltori) punterà a rafforzare ulteriormente il rapporto col consumatore con “nuove proposte in linea coi nuovi trend”. Inoltre, proseguiranno gli investimenti sulle linee strategiche in Gdo con Matri Vernacoli (nuova etichetta con qr code collegato al progetto sostenibile “Pica”) e in Horeca con Altemasi Trentodoc. In seguito all'acquisizione di Cesarini Sforza, incorporata in Cavit dal primo gennaio 2024, sono stati fatti investimenti per rinnovare le strutture produttive per la spumantistica. “Un ulteriore progetto di sviluppo” annuncia Zanoni “riguarda la Cantina Altemasi, per l'ottimizzazione e il potenziamento di produzione e stoccaggio spumanti. Le scelte tecnologiche sono di massimo risparmio energetico e ridotto impatto ambientale”.

## SANTA MARGHERITA GRUPPO VINICOLO SOTTO LE ATTESE

È stato un 2023 inferiore alle attese di inizio anno, con una contrazione dell'1,8% a 255 mln di euro per Santa Margherita Gruppo Vinicolo che, però, vedrà un margine ebitda superiore ai livelli pre-covid, intorno a 83 mln di euro, pari a circa il 32% sul fatturato e, quindi, in linea col 2022.

La quota export, spiega l'ad **Andrea Conzonato**, si conferma stabile con oltre 70% dei valori e 90 diversi mercati: “La conferma dell'interesse su bianchi e spumanti ci ha permesso un ulteriore consolidamento negli Usa, è stabile la Germania e in forte crescita la Svizzera, mentre sono in calo



Canada e Australia, che si conferma uno dei mercati più interessanti del nostro portafoglio”. **La linea strategica del gruppo veneto è proseguire nella**

**strada dell'omnicanalità,** sostenendo

i partner lungo la catena distributiva e raggiungendo i consumatori con eventi, visite in cantina, siti web supportati da strategie seo, e-commerce diretti e indiretti, social network, e-mail marketing.

La complessità del 2023 non ha fermato gli investimenti: “Non abbiamo derogato dalla nostra tabella di marcia” sottolinea Conzonato “e abbiamo confermato quelli previsti: ben 29,5 mln di euro che si sono aggiunti ai 380 complessivamente investiti dal 2005. L'esercizio 2024 confermerà questo trend virtuoso. Questa visione a lungo termine ci ha consentito di affrontare anche le più recenti turbolenze con più tranquillità, potendo contare sulle nostre potenzialità interne che, spesso, ci hanno reso indipendenti da fornitori terzi”.

Quanto alle previsioni sul 2024, Santa Margherita Gruppo Vinicolo si attende un “anno di consolidamento delle posizioni, con lieve crescita sul 2023. Non prevediamo un rimbalzo come dopo

### Ricavi Top Brand Vino Italia 2023 e Outlook 2024

brand	ricavi 2021 mln euro	ricavi 2022 mln euro	ricavi 2023 mln euro	outlook 2024
Riunite&Civ + Giv*	620	698,5	700	=
Argea	415	455,1	450	+5-10%
Italian wine brands	408,9	430,3	429,1	=
Caviro**	389,9	417,4	423	=
Cavit***	271	264,8	267,1	= / -
Santa Margherita G.V.	220	260,7	255	+
Antinori (div. vino)	212	245,4	249	+3-4%
Fratelli Martini****	219	237,6	237,6	+
Mezzacorona*	196,5	213,4	217,7	=

\* esercizio chiuso a luglio 2023

\*\* esercizio chiuso ad agosto 2023

\*\*\* esercizio chiuso a maggio 2023

\*\*\*\* esercizio chiuso a giugno 2023

Fonte: Gambero Rosso-Tre Bicchieri su dati aziendali; Mediobanca

la fine dell'emergenza Covid. Ma la situazione economica può variare velocemente, i tassi d'interesse dovrebbero finalmente decrescere e questo" conclude il manager "potrebbe rilanciare i consumi".

## ANTINORI SCOMMETTE SULLA NUOVA SOCIETÀ DI IMPORTAZIONE

È di 249 mln di euro il fatturato (preconsuntivo) di Antinori. L'azienda familiare toscana ha chiuso in crescita il 2023, prevalentemente grazie all'horeca (che vale metà dei ricavi), sostenuto dall'aumento dei flussi turistici. "Gli altri canali" spiega il ceo **Renzo Cotarella** "pur perdendo qualcosa in quote di mercato hanno mantenuto i valori del 2022, grazie a un recupero nella seconda parte dell'anno". Il mercato Italia è cresciuto del 5% circa e l'export del 4%. **Sulle vendite fuori confine hanno influito, da un lato, inflazione e instabilità geopolitica e, dall'altro, l'acquisizione**

**dello storico brand Stag's Leap:**

"La costituzione, dal primo gennaio 2024, della nostra società di importazione" dice Cotarella "ha portato a un rallentamento di focus sui nostri vini e, di conseguenza, di spedizioni negli Usa da parte del precedente importatore".



L'azienda guarda positivamente al ridimensionamento dell'inflazione nel 2024 ma "senza sottovalutare l'incertezza che solitamente precede i periodi elettorali in giro per il mondo. Probabilmente" afferma il ceo di Antinori "assisteremo, fra diversi stop & go, a un 2024 in leggera crescita".

La speranza è riposta in una ripresa negli Usa, nella crescita dei mercati emergenti mentre ci sono "segnali promettenti" alla voce turismo di qualità. Quanto agli investimenti, le attività "hanno riguardato e riguarderanno principalmente la parte agraria, con interventi di miglioramento della qualità del prodotto finale". Infine, l'outlook di Antinori sul 2024 è stimato "in leggera crescita del 3-4 per cento".

## FRATELLI MARTINI, AUMENTA LA MARGINALITÀ

Si attesta sui livelli del 2022 (237,6 mln) il fatturato della Fratelli Martini Secondo Luigi, ma con un "significativo incremento di marginalità", sottolinea **Arturo Varicelli**, ceo della società piemontese di Cossano Belbo, titolare del marchio Sant'Orsola: "La sua penetrazione in Gdo supera il 20%. Inoltre, cresce la nostra visibilità su horeca e l'e-commerce continua a incrementare in doppia cifra". All'estero, fa sapere Varicelli, si rafforza la presenza sulla Gdo tradizionale, non discount, soprattutto in Uk, anche se complessivamente **le esportazioni segnano un lieve decremento rispetto al precedente esercizio**. Il motivo è legato a una maggiore spinta sull'Italia e a un "sostanziale turnaround in Germania: qui intendiamo riposizionarci con una premiumizzazione del nostro brand Canti". L'anno in corso resta incerto negli Usa, mentre sono attesi risultati positivi "in tutte le nostre geografie di riferimento, con

ulteriore rafforzamento in Uk e una ripresa in Germania".

La strategia della Fratelli Martini si è focalizzata nel 2023 sulle campagne nelle tv generaliste e sulla sponsorizzazione di eventi calcistici e automobilistici. I social sono presidiati "anche se crediamo nella fidelizzazione dei clienti con iniziative in store e di prossimità, anche grazie ad agenti e rivenditori", sottolinea Varicelli, ricordando che una analoga strategia proseguirà nel 2024. Gli investimenti si sono concentrati sull'incremento di capacità produttiva e di stoccaggio (nuove celle refrigerate e ammodernamento delle linee) e i piani futuri prevedono interventi in ottica green. Infine, per questo 2024, la società stima una leggera crescita entro il limite del 5 per cento.

## MEZZACORONA STABILE IN UN MERCATO TURBOLENTO

Sale da 213,4 a 217,7 mln di euro il giro d'affari di Mezzacorona, che segna un +2% nell'esercizio 2022/23 chiuso a luglio, un utile a 1,5 mln e ben 69 mln di liquidazione ai conferitori di uve. Dal 1° agosto 2023, il trend è stato "stabile fino a fine anno solare soprattutto nell'horeca e per certi prodotti anche in Gdo, seppure in presenza di un netto calo del potere d'acquisto dei consumatori per l'alta inflazione e il forte aumento dei tassi di interesse bancari", rileva il dg **Francesco Giovannini**. Su tutti i mercati si è registrata riduzione dei consumi, soprattutto sui vini rossi. **La Gdo ha visto contrarsi gli spazi a vantaggio della ristorazione, spinta dal turismo.**



"I costi di produzione, tra energia, trasporti e materiali, sono stati ancora alti. Il dollaro" riferisce Giovannini "ha mantenuto un andamento stabile sull'euro e ciò ha fatto da contrappeso alla contrazione dei consumi negli Usa".

L'estero (80% dei ricavi della cooperativa) ha confermato le posizioni in Usa, Germania, Uk e Canada, con risultati molto buoni in Paesi Bassi, Belgio. Nord Europa e Far East. Per il 2024, si attende la ripartenza degli Usa e si spera nella vivacità di Est Europa, Estremo Oriente e Sud America.

Il gruppo ha sfruttato bene gli strumenti social nel rapporto coi consumatori. Mentre sul fronte investimenti, dopo quelli massicci del biennio precedente, intorno ai 20 mln di euro, nel 2023 il gruppo si è concentrato sulle manutenzioni dell'area produttiva (3-4 mln di euro): "Va detto" precisa Giovannini "che gli investimenti oggi sono più problematici per la spirale dei forti aumenti delle materie prime".

Infine, con lo sguardo all'anno in corso, l'outlook di Mezzacorona è stabile ma ancora di non facile interpretazione: "Molto dipenderà dall'evoluzione della guerra tra Russia e Ucraina, dal conflitto mediorientale, dall'aumento dei tassi di interesse e dalla spirale dell'inflazione. Ancora per l'anno in corso la questione costi e la tenuta del potere d'acquisto dei consumatori è la più seria e attuale e dovrà essere al centro" conclude Giovannini "delle riflessioni politiche ed economiche a livello internazionale". ❖

# Rivoluzione Amarone

## Il futuro è tra i fine wine

▲ di Divina Vitale



Ritorno alla pergola  
e al territorio  
con appassimenti  
più brevi e meno invasivi  
Ecco le proposte  
del vicepresidente  
del Consorzio  
Andrea Lonardi  
per ottenere un vino  
più contemporaneo  
e meno di metodo



Amarone deve cambiare pelle. È il monito “rivoluzionario” lanciato da **Andrea Lonardi**, vicepresidente del Consorzio della Valpolicella e neo Master of Wine- durante

l'appena conclusa edizione di Amarone Opera Prima. Un vino che ha avuto successo nel mondo, assecondando uno stile che ricalcava la tendenza di un preciso periodo: abbondante, rotondo, da poter essere degustato non necessariamente a tavola. Ma oggi non è più così. C'è bisogno di un cambio netto anche perché il mercato non risponde più come un tempo (*vedi tabella export*).



### L'AMBIZIONE DI DIVENTARE UN FINE WINE

Il nuovo Amarone deve raccontare prima di tutto il territorio in cui nasce e per far ciò serve un cambio stilistico che presupporrà delle modifiche al disciplinare. Di questo è convinto Lonardi: *“Occorre pensare ad un Amarone che rimetta in equilibrio i suoi fattori produttivi: il metodo (la messa a riposo), il territorio (suolo, vitigni, clima), le persone (produttori, imprese) e la comunicazione. La sfida è chiaramente complessa, dal volume al valore, e richiede dei cambi: culturali, produttivi, legislativi e comunicativi”*.

Il modello è quello dei fine wine: **“Vini commercialmente più solidi che hanno un profondo legame con il territorio di origine”** spiega Lonardi *“vini che hanno valori e un wording comunicativo specifico tali da renderli identitari; vini che sono in grado di creare continuamente valore sulla supply chain. Creano valore perché nel primo e nel secondo decennio dopo essere stati immessi sul mercato migliorano qualitativamente in bottiglia al punto da autoalimentare il concetto di scarcity (non imposta ma subita)”*.

### Trent'anni di crescita

Se il futuro dell'Amarone è tutto da vedere, il passato ci mostra una denominazione che ha saputo crescere soprattutto in quantità. I numeri di questo sviluppo negli ultimi 30 anni la pongono tra le più interessanti case history del vino a livello mondiale. La superficie vitata è passata dal minimo di 4.900 ettari del 1997 agli oltre 8.500 del 2023. La quantità di uve messe a riposo per la produzione di Amarone è aumentata del +492%, nello stesso periodo. E di pari passi è cresciuta la remunerazione per i viticoltori: il reddito per ettaro è passato da 5.000 euro ad ettaro del 1993 ad un valore stabile sopra i 20.000 €/ha del 2008, con punte in alcune annate oltre i 25.000 €/ha.

## Il punto di vista di Marinella Camerani vignaiola dell'anno 2024 del Gambero Rosso

“L'intervento di Lonardi, con l'appello finale ai produttori affinché lo appoggino, è molto interessante, soprattutto se parla a nome del Consorzio. L'Amarone infatti non ha le caratteristiche di un fine wine: non ha storia. La produzione è aumentata a livelli eccessivi e, quindi, non in valore ma solo in quantità, a differenza delle zone storiche (modello verso cui dovremmo aspirare tutti). **È un vino che si è insinuato, pensando solo a soddisfare i mercati.** In questo senso abbiamo ottenuto risultati incredibili.



Tornando alle proposte, non sono poi così convinta che l'aumento dell'alcool e della corposità del vino siano dovuti in principale causa al periodo di appassimento, ma anche ad alcune tecniche utilizzate. Quindi **il metodo è effettivamente superiore al terriorio.** Ok il passaggio dal 65% al 40% per esempio delle uve da appassire.

Per quanto riguarda la Valpolicella, il territorio è vastissimo, circa 8000 ettari di superficie vitata. Si pensi che per il Barolo non sono nemmeno 4000. Il nostro territorio è pop e volendolo orientare verso il fine wine ci sono poche soluzioni: o ridurre drasticamente o andare a fare una selezione di uve e vigneti molto più rigida di quella di oggi. Magari si potrebbero eliminare i vigneti di pianura o quelli con terreni inadatti all'Amarone. In questa direzione, sarebbe molto utile il lavoro di zonazione.

Serve, però, il coinvolgimento di tutti: vero e trasparente”.

### APPASSIMENTI E AFFINAMENTO PIÙ BREVI

Se questo è l'obiettivo, la strada per arrivarci è fatta di tante piccole azioni. Prima di tutto differenziare bene le aree di produzione rendendole esclusive per la produzione di solo Valpolicella (cosa ad oggi non possibile) ed Amarone. Vigneti dedicati insomma, ove c'è possibilità chiaramente, affinché si affranchi sempre più l'identità territoriale. In vigna, invece, bisognerebbe ripensare alle forme di allevamento.



Secondo Lonardi, il 65% dei produttori tornerà nel prossimo decennio alla forma tradizionale di allevamento per quanto riguarda l'Amarone. Contemporaneamente caleranno le forme in parete (-21%) che restano preferibili invece per la produzione di Valpolicella classico.

E, poi, c'è il grande tema dell'appassimento, che si traduce in tempi ridotti e luoghi ottimali. *“Una ricerca condotta da Bertani”* spiega Lonardi *“mostra come al 20% della perdita in peso si raggiunge la migliore concentrazione aromatica. Oltre si hanno invece processi di degradazione (oggi il disciplinare prevede una perdita del 40%, ndr). Dovremo poi ripensare ai luoghi in cui mettiamo a riposo le uve e quali dovranno essere le loro condizioni al loro interno. Questi luoghi potrebbero avere anche delle specifiche collocazioni geografiche. A tutto ciò, andranno affiancate anche nuove tecniche di vinificazione delle uve. Penso al lavaggio delle uve e alla selezione con dispositivi ottici. Infine, in fase di affinamento, dovranno essere riconsiderati tempi e tipologie di legno”.*

*“Stiamo evolvendo anche perché tutto va così veloce che è impensabile restare fermi”* è il punto di vista del presidente **Christian Marchesini** *“Stiamo cercando più che altro di far fronte al cambiamento climatico e la prima risposta riguarda il ritorno al tipo di allevamento della pergola, che si presta a proteggere le uve e che mostra degli interessanti vantaggi sia dal punto di vista gestionale che produttivo. Stiamo studiando nuove tecniche che riguardano l'appassimento, insieme all'università, ne parleremo quando usciranno dati interessanti e significativi ad accreditare certe nuove procedure. La cosa più difficile è che il mercato richiede vini poco alcolici e il cambiamento climatico invece porta a tenori alcolici alti. Quindi quello del produttore è un lavoro molto complesso da portare avanti”.*

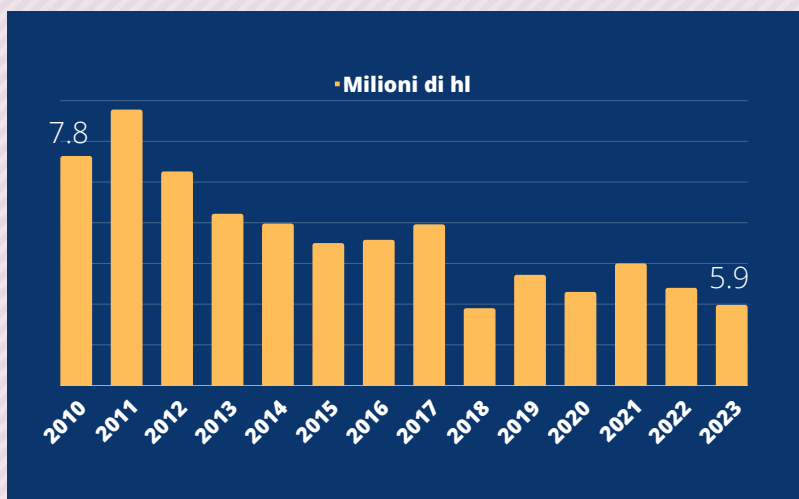
### Cinque stelle all'annata 2019

Amarone Opera prima è dedicato all'annata 2019. Un millesimo che, secondo il panel di degustazione del Consorzio, si aggiudica le 5 stelle grazie a una “qualità sensoriale elevata, con profili olfattivi e gustativi che rispecchiano le caratteristiche della denominazione in modo centrato e moderno. Per quanto riguarda la prospettiva di longevità, l'annata 2019 presenta un grande potenziale di invecchiamento senza difettare in freschezza e bevibilità, collimando perfettamente con gli odierni trend di consumo”.



## Calo generalizzato dei consumi di vini rossi. Si salva solo la fascia premium

Italia: export globale di vini rossi



Le tante riflessioni sul futuro della denominazione nascono anche dalla consapevolezza che per i vini rossi non è un momento molto favorevole. Secondo le elaborazioni dell'Osservatorio Uiv, nel 2023 l'Amarone ha subito una battuta d'arresto nei volumi esportati (-12%), a circa 75 mila ettolitri, dato comunque in linea (+1%) con il 2019 e sensibilmente in crescita negli ultimi 10 anni (+17%). Il calo tendenziale dell'export nell'ultimo anno è dovuto da una parte a riduzioni reali dei consumi (in particolare Scandinavia e Canada, in parte Germania, che ha comunque registrato un forte aumento delle vendite nel canale retail), a cui si aggiunge (soprattutto negli Usa) l'effetto congiunturale del destocking di prodotto accumulato alla fase distributiva, che ha coinvolto tutto il vino italiano e non solo, rallentando in maniera significativa le richieste di vino dall'estero. Stabili, infine, le vendite sul canale retail italiano.

Un quadro che mostra cali importanti per i principali vitigni dei cinque continenti e i principali competitor, con l'export dei rossi francesi nell'ultimo biennio che si è contratto del 15% e quello spagnolo di oltre il 20%. Lo scorso anno i consumi globali della tipologia hanno fatto segnare un -7% rispetto al 2021, con forti ridimensionamenti negli ultimi 12 mesi nei principali mercati di sbocco, a partire da Usa (-9%), Canada (17%) fino ai Paesi Scandinavi, alla Cina e alla stessa Italia (-5%).

“Per la prima volta dopo decenni di boom, il mercato del vino registra una sorta di restrizione del recinto in cui opera” ha detto il responsabile dell'Osservatorio Uiv, **Carlo Flamini** “ma ci sono le eccezioni importanti nei segmenti premium della nostra offerta. Negli Usa, per esempio, a fronte di vendite generali di vino rosso italiano a -9% nel canale più profittevole, quello dell'on-premise (ristorazione, locali, hotel), l'unica fascia di prezzo che è riuscita a strappare aumenti è quella all'ingrosso sopra i 25 dollari a bottiglia (+2%). Da qui devono ripartire i prodotti italiani, dimenticando il concetto di rosso da “mass market” e coltivando forti valori di identità e coerenza territoriale e stilistica”.

### CLASSICISTI E RIFORMISTI: I DUE FILONI EMERGONO ANCHE NEGLI ASSAGGI

Dall'assaggio dei 72 campioni proposti all'anteprima dell'annata 2019 emerge con evidenza che c'è già una frattura dal lato stilistico. Due i filoni percepibili: i classicisti e i riformisti. Chiaramente dalla parte dei riformisti stanno coloro che sposano le teorie di una leggiadria maggiore nel calice, vini più succosi, più agili, meno frenati dalla componente zuccherina, che in alcuni produttori si è quasi azzerata. Territorio docet con una stilistica che strizza l'occhio ai “cugini francesi”, che vuole vini schietti anche nel colore e meno abbondanti in tutti i sensi.

Dall'altra parte, c'è il conservatorismo che, come in tutte le migliori famiglie, resta e continua a marcare vini della tradizione (sempre meno, per fortuna!), con taluni calici che risultano veramente anacronistici e difficili da bere.

Il futuro, quindi, pone dei grossi interrogativi. Oltre al rebus famiglie storiche (dopo la pace firmata lo scorso maggio si pensava avrebbero partecipato all'Anteprima, ma così non è stato), si aggiungono anche le modifiche



importanti di stilistica, a partire dalla sfida lanciata da Lonardi, che per adesso procede con il freno a mano tirato. Il punto di arrivo si può riassumere nella frase “meno e meglio”: rinunciare alla quantità per vincere di qualità e di collocamento nei mercati che contano. Certo, si tratta di un disegno che deve essere abbracciato da tutti, mettendo da parte piccole rivalità ed interessi personali per il bene del territorio tutto. Quello che serve è, quindi, un risveglio, un Rinascimento produttivo ed intellettuale. ❖

## FOCUS

# SOAVE. Taglio alle rese e più controlli Il nuovo piano "identitario" della DOC

di Gianluca Atzeni

**R**ese per ettaro ridotte e aumento delle verifiche in vigneto. Due decisioni prese in rapida successione da Cda e assemblea del Consorzio del Soave per la campagna 2024 che si collegano al nuovo corso (denominato "Progetto identità Soave") di questa Doc veronese da 40 milioni di bottiglie. **Le maglie della produzione, di fatto, si stringeranno ulteriormente**, per adattarsi a un contesto di calo dei consumi, bere moderato e maggiore attenzione alla qualità.

**LA STRATEGIA.** Dopo aver deliberato nella scorsa estate la sospensione ai fini della rivendica per i vigneti realizzati dopo il 31 luglio 2023 e il blocco delle rivendicazioni su 900 ettari complessivi per le stagioni 2023 e 2024, l'ente presieduto da Sandro Gini ha scelto di ridurre le rese previste dal disciplinare per tutte le produzioni a Doc Soave. Nel dettaglio, come spiega il direttore **Igor Gladich, la resa per ettaro passa da 150 a 135 quintali** e la misura, attiva per la prossima campagna, diverrà definitiva ("strutturale") dopo una modifica al disciplinare e un passaggio al Comitato vini Masaf. "Vogliamo esaltare le caratteristiche dell'uva garganega, in un contesto mondiale di riduzione dei consumi. Poi, puntiamo a una Doc più sostenibile, con meno consumi di risorse idriche, e a dare pieno compimento al riconoscimento Gias-Fao". I vigneti terrazzati del Soave sono, infatti, patrimonio agricolo globale da maggio 2023.

**I CONTROLLI.** Scelta coraggiosa ma anche necessaria, quella del taglio alle rese, condivisa soprattutto dai



grossi calibri, come Cadis 1898 e Cantina di Monteforte, e che si affianca a un'altra decisione importante: l'aumento fino al 30% annuo delle verifiche da parte dell'organismo di certificazione Siquira.

Nel 2024, di fatto, il 30% dei viticoltori della Dop sarà ispezionato (a campione) nel periodo di presenza del grappolo sulla pianta. L'obiettivo è **stimare la resa potenziale del vigneto e il rispetto dei nuovi limiti produttivi**. Questo renderà il Soave una delle prime Dop italiane con più alta percentuale di controlli in vigneto. La Regione Veneto ha dato l'ok a entrambe le misure.

Cosa cambia per i viticoltori? Già da questi mesi invernali potranno effettuare i lavori di potatura dei vigneti di garganega (notoriamente esuberante e produttiva), decidendo quali sono quelli più vocati per produrre Soave e quali, invece, ad altre tipologie. "Più controlli" sottolinea Gladich "significa per i produttori anche un aumento dei costi, ma abbiamo ritenuto che tutto ciò sia un valore: il consumatore deve sapere che non ci limitiamo alle verifiche minime imposte per legge, ma facciamo qualcosa che va oltre. Il controllo è un momento di credibilità e di crescita per lo stesso viticoltore".

**GLI OBIETTIVI.** Per il presidente **Sandro Gini** l'insieme di misure pun-

ta alla riorganizzazione interna sul fronte delle produzioni: "Il risultato è garantire al consumatore finale dei vini frutto di una severa selezione, in grado di distinguersi per l'elevata qualità. È una risposta importante" sottolinea "che come Dop intendiamo dare ai mercati che, oggi più che mai, ricercano vini fortemente identitari, con una gradazione alcolica non troppo spinta".

**IL MERCATO.** La Dop Soave oggi rivendica in media 5mila ettari, con un imbottigliato intorno ai 40 milioni di bottiglie. Nel 2024, la superficie rivendicata sarà inferiore, per via del già citato blocco di impianti e rivendicazioni. Nel 2023, la vendemmia è stata leggermente più bassa delle medie storiche, mentre la qualità è stimata ottima: "Saremo in grado di proporre vini con finezza e longevità", garantisce Gladich.

**I PREZZI.** Nel 2023, un kg di uva garganega in zona Doc è stata quotata in media a 0,43 euro, mentre in zona classica a 0,78. Un litro di vino Doc a 0,85 euro (in zona classica a 1,10 euro). L'occhio del Consorzio si poserà in futuro proprio su questi fondamentali: "Il valore del vino Soave dovrà aumentare rispetto a tali quotazioni. Le scelte del Consorzio vanno in tale direzione, ma non sappiamo quanto tempo ci vorrà. L'importante" conclude "è aver messo sul piatto le condizioni per essere più competitivi".



56<sup>th</sup> International  
Wine and Spirits Trade Show

# WORLD WINE BUSINESS

SINCE 1967

DDMBRANDING.COM

TRADE  
ONLY



[vinality.com](http://vinality.com)

14-17 April  
2024  
Verona, ITALY

Organized by



Together with



In collaboration with

[madeinitaly.gov.it](http://madeinitaly.gov.it)



## LANGHE. "Ok alle modifiche del disciplinare, ma la vera urgenza si chiama siccità" Tra 5 anni non avremo più Barolo da imbottigliare". L'allarme di Federica Pio Boffa

di Lorenzo Ruggeri

"Altri cinque/dieci anni così e non avremo più Barolo e Barbaresco da imbottigliare". Il monito è di Federica Boffa Pio, al timone di una delle realtà più strutturate e celebrate di Langa: la storica Pio Cesare. Classe 1998, rappresenta la quinta generazione di produttori. **Il suo appello arriva all'indomani delle proposte di modifica del disciplinare annunciate dal Consorzio di tutela** (vedi box). "Ben vengano le modifiche al disciplinare, ma non si è centrato il problema che è il cambiamento climatico. Che ci dovremmo fare con l'esposizione nord, ma anche sud, ovest o est, se non abbiamo più acqua? Siamo nel 2024 usiamo tutta la tecnologia disponibile per studiare meglio il terreno, capiamo i punti più critici, ottimizziamo la raccolta e i flussi. E ragioniamo tutti insieme sulla possibilità di costruire una rete di irrigazione. Con i dovuti paletti e limitazioni".

**Il Piemonte, lo ricordiamo, è tra le regioni a più alto fattore di rischio.** Il 2022 è stato l'anno peggiore sotto il profilo idrologico degli ultimi 65. La Pio Cesare negli ultimi anni ha investito molto in capannine meteorologiche per una raccolta importante di dati, ma manca una risposta organizzata: "Il Consorzio che ci rappresenta deve investire su questi studi per capire come possiamo agire in gruppo. E lo deve fare subito, non possiamo aspettare altri

50 anni solo per modifiche al disciplinare", aggiunge. Venendo ai temi al centro della proposta, la Pio Cesare si trova in una condizione di eccezione. Grazie a un accordo storico viene infatti garantito il diritto di imbottigliare sia il Barolo che il Barbaresco nella storica cantina ad Alba. "Come noi ci sono altre cantine storiche che hanno questo tipo di accordo, realtà che hanno legato la loro storia sia al Barbaresco che al Barolo. Bene la modifica, ma mettiamo qualche paletto sull'interscambiabilità, magari limitandola a chi è proprietario terriero o ha un accordo di affitti storico. Altrimenti si può scatenare una corsa incontrollata ad acquistare dall'altra parte".

**Tutti d'accordo per le menzioni comunali sul Barbaresco,** sarebbe di Treiso nel caso della Pio Cesare. E per quanto riguarda l'allargamento dei vigneti collinari esposti a nord per produrre Barolo? "Sono parzialmente d'accordo. Per produrre vini nei prossimi 50 anni dobbiamo cambiare e andare incontro al cambiamento climatico. I nostri nonni avevano capito che su alcuni



Federica Pio Boffa tra le vigne della sua azienda

versanti non si doveva piantare nebbiolo ma si può iniziare a valutare caso per caso. In alcuni casi il rischio di gelate a marzo e aprile è ancora concreto". La produttrice, però, mette sul tavolo un'altra proposta: "Al di là del cambio di esposizione, mi dispiace che non sia stata inserita la possibilità di innalzare la quota di altitudine dei vigneti. Ci sono tanti terreni in Alta Langa che possono essere il futuro come territorio da Barolo. Noi abbiamo preso 10 ettari a Cissone, siamo 550 metri, 150 in più rispetto a Serralunga. I terreni sono simili, credo che potranno dare soddisfazioni, il clima è molto più fresco e piove di più. Per dire abbiamo vendemmiato il 18 ottobre quest'anno". **Spostare la produzione lentamente in quota con verifiche su suoli microclimi può essere una parziale soluzione.** "Più che incaponirsi sulla zona d'imbottigliamento riflettiamo serialmente sul clima. Se continua così non avremo più viti. Questo è il punto, proteggiamo la zona ma gettiamo le basi per un futuro di qualità ai nostri nobili vini. Possiamo andare negli Stati Uniti per l'evento più figo del mondo, modificare il disciplinare, ma se non diamo una risposta al problema della siccità e delle temperature tra poco non avremo più nulla mettere in bottiglia", conclude.

### Le cinque proposte per il nuovo disciplinare:

- 1 Limitazione della zona di imbottigliamento per Barolo e Barbaresco
- 2 Interscambiabilità e reciprocità tra le due zone, Barolo e Barbaresco, per la vinificazione per la vinificazione e imbottigliamento ad esclusione degli appezzamenti della parte sinistra del Tanaro
- 3 Eliminazione del divieto di impiantare vigneti di nebbiolo atti a Barolo o Barbaresco nei versanti collinari esposti al Nord
- 4 Aggiunta delle menzioni comunali per la denominazione Barbaresco, come attualmente previsto per il Barolo
- 5 Ammettere l'utilizzo di grandi formati superiori ai 6 litri per fini promozionali

# Krombacher



SEIT 1803

## Krombacher

★★★★★

### GAMBERO ROSSO®



BEER OF CHOICE



# Il gusto della birra Naturale.

## VALPOLICELLA. La Famiglia Tedeschi inaugura il suo archivio dei vini. Il futuro dell'Amarone è nel collezionismo

di Vittorio Ferla

Nasce l'archivio dei vini della Famiglia Tedeschi: una **"libreria" delle etichette prodotte negli anni che racconta l'evoluzione enologica della Valpolicella** e la longevità dell'Amarone.

*"È la summa del lavoro della nostra famiglia e un omaggio al valore del nostro territorio"*, spiega Riccardo Tedeschi. La sala sotterranea principale, isola del tesoro per i collezionisti di tutto il mondo, ospita circa 6.800 bottiglie, su un totale di vecchie annate di circa 27 mila.

*"Le annate degli anni 2000, disponibili per la vendita ai collezionisti, sono avvolte da cellophane trasparente per salvaguardare anche l'integrità dell'etichetta. Le bottiglie più vecchie sono da meditazione, quelle dei primi decenni di questo secolo sono ancora valide in abbinamento al cibo"*, spiega Sabrina Tedeschi. Poi conclude: *"l'Amarone è da invecchiamento, ha l'acidità necessaria per dare lunga vita. Ma questo è un patrimonio culturale prima ancora che economico"*.

Anche la parte economica, però vuole la sua parte, se è vero - come ha detto il consulente canadese **JC Viens** nella masterclass di Amarone Opera Prima sulle frontiere del collezionismo - che **l'Amarone ha le caratteristiche adatte per affrontare il mercato secondario**. D'altronde, l'obiettivo della new wave della denominazione è proprio



quella di affermarsi come fine wine (vedi approfondimento a pag. 14). *"L'Amarone della Valpolicella"* sostiene *"ha tutto per essere paragonato ai vini di Bordeaux: storia, terroir, varietà di vitigni, potenziale di invecchiamento, expertise dei produttori, domanda globale e capacità di rappresentare un buon investimento. Inoltre"* aggiunge *"Ha dalla sua il vantaggio di essere un fenomeno recente: una novità per i collezionisti*

*che cercano di diversificare i propri investimenti"*.

*"In passato, il mercato dei vini da collezione è stato dominato dai vini di Bordeaux, poi abbiamo assistito alla crescita della Borgogna e della Champagne. Dagli anni della pandemia l'Italia comincia a conquistare il suo spazio"*, assicura Viens. Il successo è legato a territori, come il Piemonte e la Toscana, dove la qualità è tradizione. Ma negli ultimi cinque anni crescono altre regioni: tra queste il Veneto con l'Amarone. Accanto alla qualità, c'è il tema della longevità del vino: per essere apprezzato dai collezionisti deve resistere ad almeno 10 anni di conservazione. *"I fattori che guidano la formazione del prezzo sono i punteggi della critica, la qualità dell'annata, la finestra di bevibilità, il pedigree della proprietà, la storia commerciale"*, chiarisce Viens che per il futuro scommette proprio sull'Amarone.

## FINE WINE. Crurated lancia la cantina virtual. Così i collezionisti possono visitare i loro vini grazie al metaverso

di Marzio Taccetti

Visitare a distanza i propri vini grazie alla realtà virtuale. È l'idea lanciata dal club digitale Crurated, sito specializzato nella vendita e nello stoccaggio di fine wine, che dalla prossima primavera lancerà un metaverso, grazie al quale i soci potranno tenere d'occhio la propria collezione e *"passeggiare virtualmente"* tra le etichette.

*"L'idea è nata dalla frustrazione"* spiega a Drink Business Alfonso de Gaetano, fondatore di Crurated *"Essendo anche io un collezionista, possiedo molte bottiglie in diversi magazzini per conservarli nelle migliori condizioni possibili, ma in questo modo non ho la possibilità di vedere quando voglio le mie bottiglie"*.

In questo spazio virtuale potranno,

quindi, scegliere dove esporre le loro bottiglie: se in una galleria della cantina dedicata o in un "Infinite Wall", l'interpretazione virtuale di Crurated di

una cantina tradizionale. Inoltre, le caratteristiche del metaverso di Crurated includeranno anche un'esperienza "multi-player" che **consentirà agli utenti di invitare amici, parlare con un sommelier e interagire con un'intelligenza artificiale** per scoprire di più sulla storia di ogni bottiglia acquistata. Entro la fine del 2024 è prevista anche la possibilità per gli



utenti Apple di accedere utilizzando Vision Pro.

Il 70% dei soci di Crurated ha un'età compresa tra i 25 e i 45 anni. Un dato su cui de Alfonso ha voluto

scommettere, individuando nella tecnologia virtuale il futuro del collezionismo di vini pregiati. *"I collezionisti"* ha detto *"non cercano solo grandi vini, ma anche una provenienza garantita direttamente dai produttori, modi più semplici per accedere alla loro collezione e possibilità di spedire i loro vini dove e quando vogliono. La tecnologia ci permette di semplificare e arricchire le loro esperienze"*.



## EUROPEAN SUSTAINABILITY

FROM THE MEDITERRANEAN TO THE EAST:  
NEW WAYS TO ADVANCE FOOD

### LE PROSSIME CENE DEGUSTAZIONE

**MARTEDÌ 20 FEBBRAIO 2024**

**La Filiale a L'Albereta**

FRANCO PEPE

Via Vittorio Emanuele, 23

Erbusco (BS)

☎ 030 776 2608

**MARTEDÌ 27 FEBBRAIO 2023**

**Sorbillo Gourmand Rinascente**

GINO SORBILLO

Via del Tritone, 61 - ROMA

☎ 06 8791 6657

# Pizza

## Olio & Falanghina del Sannio DOP

### Tour

**La Falanghina del Sannio  
e l'olio Frantoio Muraglia  
in abbinamento alla pizza d'autore**

Per partecipare è necessario contattare direttamente  
le pizzerie ai recapiti indicati

**Scopri i menu su  
[www.gamberorosso.it](http://www.gamberorosso.it)**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Research Executive Agency (REA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Cofinanziato  
dall'Unione europea



## RICERCA. Il naso elettronico che riconosce freschezza e origine del vino La sorprendente scoperta dell'Università Cattolica

di Gianluca Atzeni

Un naso elettronico è in grado di riconoscere sia l'origine del vino sia la freschezza. Lo hanno costruito a Brescia i ricercatori dell'Università Cattolica. Lo strumento analizza le componenti volatili del vino riuscendo a ottenere informazioni sulla composizione chimica del fluido. **La scoperta si basa sul fatto che cibi e bevande emettono particolari molecole di gas che indicano se un prodotto sia fresco o deteriorato, oppure rivelano la provenienza di determinati alimenti.** Tracciando, quindi, la presenza di queste componenti considerate come biomarcatori di freschezza, origine e qualità è possibile riconoscere e accertare queste caratteristiche, non solo nei vini ma anche nei cibi.

Il vino, in particolare, è composto da circa 800 componenti organolettiche e volatili, che identificano la sua composizione chimica o la tipologia di uve usate per produrlo. Tali componenti possono svelare provenienza e origine. Il progetto, curato dalla ricercatrice **Sonia Freddi** (dipartimento di Fisica, campus di Brescia), ha consentito la realizzazione di un set up per la raccolta dei vapori del vino e il successivo

rilascio di questi vapori in una busta di plastica sigillata e sterile, dove è stato posto il naso elettronico. In una prima fase, è stata testata la freschezza di un generico vino bianco da cucina, in una seconda fase si è trattato di riconoscimento di diverse tipologie. L'esperimento prevedeva l'acquisto di svariati bianchi e rossi, prodotti in Lombardia (Pinot grigio, Pinot nero, Lugana, Chardonnay, Sauvignon, etc).

**Il naso elettronico ha riconosciuto innanzitutto la freschezza e l'adulterazione di un generico vino bianco.** Nel dettaglio, in uno spazio a due dimensioni delle componenti principali, si è riscontrato un trend in funzione della freschezza del vino: appena aperto, dopo una settimana e dopo mesi dall'apertura della bottiglia. In seconda battuta, il naso elettronico, come hanno reso noto i ricercatori, è riuscito a riconoscere con buona precisione i vari vini testati. Dal punto di vista tecnico, ciascun



Sonia Freddi nel laboratorio del campus universitario

vino testato clusterizza in regioni differenti di uno spazio bidimensionale delle componenti principali.

Secondo gli studiosi, i dati preliminari di questo progetto confermano la fattibilità di utilizzare il naso elettronico per monitorare la freschezza di un vino e la sua origine, aprendo la strada a possibili test in cantine o aziende vitivinicole. Il progetto è denominato "Dalle nanostrutture all'intelligenza artificiale: un naso elettronico per la salvaguardia e la valorizzazione del patrimonio vitivinicolo" ed è finanziato coi fondi del 5 per mille dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

## SOLIDARIETÀ. Una cantina per la Tanzania: la raccolta fondi di Assoenologi

Il sogno di Kessy Baltazary, giovane sacerdotessa tanzaniana, di realizzare una cantina nella sua terra potrebbe diventare presto realtà. Dopo essersi trasferito un anno in Italia per studiare come enotecnico alla Scuola enologica di Alba, con il supporto della sezione Piemonte dell'Assoenologi, padre Kessy potrà contare sui primi diecimila euro che sono stati donati dall'associazione nazionale, che ha lanciato una gara di solidarietà e che si occuperà della promozione del progetto, della raccolta fondi, della logistica per il trasporto dei materiali e il montaggio.

Il presidente Riccardo Cotarella ha abbracciato l'idea del sacerdote tanzaniano: "Abbiamo visto in lui quell'emozione che si vede solo nelle persone che davvero credono in un progetto". E ha rivolto un appello al mondo del vino: "Per realizzare la cantina abbiamo bisogno del sostegno di tutti i protagonisti del mondo del



vino e a tutti coloro che vogliono partecipare a un'iniziativa di solidarietà".

È stato lo stesso padre Kessy a spiegare gli obiettivi: **produrre vino per le parrocchie della Tanzania e abbattere i costi di importazione dai Paesi europei, dare lavoro ai giovani attorno alla città di Dodoma** (dove ci sono oltre 300 produttori di uve) e dare reddito ai vignaioli che oggi sono costretti a vendere le proprie uve a prezzi troppo bassi. "Vogliamo dare lavoro agli abitanti della zonann ed evitare che emigrino verso Paesi lontani", ha sottolineato don Kessy.

Assoenologi ha, quindi, aperto un conto corrente apposito (Iban: IT3827257023570375, causale "Assoenologi per la Tanzania"). Mentre chi intende donare attrezzature, materiali o macchinari specifici si può scrivere a presidenza@assoenologi.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](http://www.gamberorossointernational.com)

GamberoRossoInternational



## DDL. L'agricoltore diventa custode del territorio per legge Fivi: "Ora potrà occuparsi anche della manutenzione del paesaggio"

di Lorenzo Ruggeri



Un iter in tempi record. La Camera dei deputati ha approvato il disegno di legge per il riconoscimento della figura dell'agricoltore custode dell'ambiente e del territorio e per l'istituzione della Giornata nazionale dell'agricoltura. Il provvedimento, che era già stato licenziato a luglio dal Senato, non appena pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale sarà legge. "È un traguardo molto importante, si dà a Cesare quel che è di Cesare. Sappiamo già che l'agricoltore ha un ruolo cruciale di mantenimento nelle aree dei versanti ma non solo. Ogni territorio ha bisogno di una manutenzione puntuale per contrastare eventi catastrofici. Che

tutto questo sia riconosciuto a livello legale è importantissimo. L'iter legislativo è stato velocissimo", commenta soddisfatto **Lorenzo Cesconi**, presidente della Fivi, la Federazione Italiana Vignaioli Indipendenti, che ha lanciato una petizione per stimolare l'opinione pubblica e chiedere che gli enti di competenza tra province e regioni facciano propria la legge, attuandola. L'approvazione apre una serie di scenari nuovi, a partire da una **più fitta collaborazione tra enti pubblici e singoli agricoltori per la cura e valorizzazione del territorio dove operano**. "Bisogna dare concretezza a

un'idea che sulla carta è già attuale, ma ci sono stati casi paradossali. Penso all'alluvione della Romagna, quando produttori potevano intervenire subito per mettere a posto strade e altro ma non potevano perché di proprietà pubblica. Serve subito definire il campo applicativo della legge per capire come e con quali limiti un agricoltore può intervenire". Cesconi fa notare che **ci sono numerosi agricoltori che hanno mezzi e tempo per una manutenzione ordinaria del paesaggio, a partire dalla pulizia delle strade in caso di neve o altri avvenimenti**: "intravedo la possibilità dell'amministrazione pubblica di risparmiare dei soldi, ottimizzando gli investimenti con la collaborazione degli agricoltori", aggiunge. Ricordiamo che negli ultimi 60 anni la superficie custodita dalle aziende agricole si è ridotta di quasi il 40%, un trend in continua diminuzione con tanti territori abbandonati a fortissimo rischio di degrado paesaggistico e idrologico. "Dobbiamo preservare questo tessuto" chiosa Cesconi "produrre meno e meglio, con una gestione oculata capace di dare dignità e soddisfazione economica a chi coltiva. Altrimenti non ci sarà futuro".

## CALABRIA. In arrivo 1,24 mln con Ocm Investimenti Gallo: "Puntiamo a potenziare le strade del vino"

Publicata sul portale [www.regione.calabria.it](http://www.regione.calabria.it) (sezione Dipartimento agricoltura) la graduatoria definitiva dei progetti finanziati con la misura Investimenti dell'Ocm vino. Sono stati ammessi a finanziamento 48 progetti per la campagna 2023/2024, per un controvalore di circa 1,24 milioni di euro. "Obiettivo della misura" ha spiegato l'assessore regionale all'Agricoltura, Gianluca Gallo "è l'affermazione in Calabria delle strade del vino, un sistema di offerta turistica che ruota attorno a cantine, enoteche, vinerie e attività imprenditoriali di riferimento, come ristoranti, alberghi, agriturismo". I progetti finanziati comprendono iniziative per migliorare i redditi dell'impresa vitivinicola, per migliorare la competitività, incentivare le attività legate alla degustazione e vendita dei prodotti vitivinicoli, **anche tramite e-commerce ed enoturismo**, fornendo nuove possibilità di approccio al mercato.



## BILANCI 1. Record per Acetaia Giusti: raggiunti i 17 mln di ricavi

Trend positivo, malgrado l'aumento dei costi, per la Cantina Vignaioli di Morellino di Scansano. La cooperativa, che ha celebrato i 50 anni di attività, ha chiuso il bilancio 2022-23 con ricavi passati da 14,9 a 15,5 milioni di euro (+4%). In particolare, la grande distribuzione italiana è cresciuta del 10% e il canale Horeca del 5%. In doppia cifra positiva l'attività enoturistica, con un +22% di degustazioni guidate rispetto all'anno precedente.

Secondo **Benedetto Grechi**, presidente della cantina della provincia di Grosseto, a fronte di un momento critico per il settore vino, il dato importante è essere riusciti a mantenere invariate le liquidazioni ai soci confe-

ritori di uve: "Nel prossimo esercizio l'auspicio è di aumentarle". "Per limitarne gli effetti dell'aumento dei costi" ha dichiarato il direttore generale **Sergio Bucci** "è stato reso necessario un aumento dei listini, entrato però in vigore solo a metà anno e che, in ogni caso, abbiamo contenuto il più possibile (+3%). Dovremo aspettare il prossimo anno per capire se questa operazione riuscirà nell'obiettivo di mantenere la marginalità auspicata, ma le stime e i risultati delle vendite dell'ultimo quadrimestre 2023, che non rientrano in questo bilancio, ci fanno ben sperare".



La cantina ha rinnovato anche i vertici, con la riconferma della maggior parte dei consiglieri, nel segno della continuità. Infine, **il bilancio di sostenibilità riscontra una riduzione del 7% delle emissioni** nella produzione di Morellino di Scansano Docg tra 2020 e 2023.

## BILANCI 2. Vignaioli Morellino "Fatturato a 15,5 milioni invariata la remunerazione ai soci"



Acetaia Giusti, la più antica casa produttrice di Aceto balsamico di Modena, raggiunge nel 2023 il più alto fatturato della sua storia. Il bilancio presentato dal ceo Claudio Stefani parla di 17 milioni di euro di ricavi, con un aumento rispetto al 2022 del 25%. Se lo si confronta col 2021 l'incremento è del 57 per cento. Merito sia del mercato italiano sia di quello estero, dove la società modenese realizza il 60% dei ricavi, con un peso prevalente di Germania (30%), Usa (21%) e Corea del Sud (16%). In ascesa anche le visite a Casa Giusti (Museo Giusti, le antiche acetaie e l'area degustazioni), che negli ultimi 12 mesi ha accolto oltre 30mila persone, il 70% stranieri.

**Decisivo per la crescita l'investimento da 10 milioni di euro per l'attivazione del nuovo stabilimento produttivo** di circa 3mila metri quadrati (magazzino e produzione). Per il 2024, l'obiettivo dell'azienda (alla 17ma generazione) è l'apertura di nuove boutique monomarca in Italia e lo sviluppo dell'e-commerce. Questo canale solo nel 2023 ha visto un aumento delle vendite del 70% rispetto al 2022. Si punta anche a una crescita dell'export, soprattutto in mercati come Usa e area asiatica.

## BILANCI 3. Proposta Vini sale a 27,5 milioni di euro Vendute oltre 2,8 milioni di bottiglie

Primi quarant'anni per Proposta Vini, tra i leader nella distribuzione di vino in Italia nel comparto dell'horeca, e fatturato che sale da 25 a 27,5 milioni di euro. La società fondata da Gianpaolo Girardi nel 1984 ha chiuso il 2023 con oltre 2,8 milioni di bottiglie vendute rispetto a un 2022 che aveva segnato un +25% rispetto al 2021. Con 36 collaboratori e 130 agenti distribuiti in tutte le province italiane, Proposta Vini ha in catalogo 3.300 referenze, per 403 cantine (241 produttori italiani e 162 stranieri).

**L'ingresso in azienda di Andrea Girardi, figlio di Gianpaolo, ha dato una ulteriore spinta al business.** "Viviamo un momento di leggera contrazione del mercato" ha spiegato "dovuto all'aumento dei prezzi di molti prodotti e alla conseguente riduzione del potere d'acquisto delle famiglie, mentre l'alta ristorazione non ci risulta in crisi". L'azienda stima un 2024 "in leggera crescita, data dalle nuove cantine selezionate e dalla linea spirit, nata nel 2021". Nel prossimo triennio, Girardi conta di consolidare il mercato italiano, annunciando anche investimenti sul mercato europeo: Francia, Spagna, Gran Bretagna, Austria, Germania, Hong Kong, Messico, Svizzera, Russia e Irlanda.

Il 2023 ha visto correre le bollicine, diminuire lo Champagne, con andamenti positivi per i vini fermi e una stabilità per i vini dolci. Ottime le performance per gli spirit. Guardando ai prossimi tre anni, secondo Andrea Girardi, le bollicine continueranno la loro crescita e "andranno sempre più i vini ad alta bevibilità, raffinati ma leggeri e poco impegnativi". Il mercato del futuro? Chiederà "sempre di più anche i vini alcol free". - **G.A.**

## EVENTO. La Toscana si prepara alla settimana delle Antepreme



Parte la settimana delle Antepreme di Toscana, evento di promozione dei vini Doc, Docg e Igt di una delle più importanti regioni vitivinicole italiane. Sui territori, il primo appuntamento in programma è previsto sabato 10 febbraio, a Montepulciano, dove il **Consorzio del Vino Nobile** festeggerà fino al 12 febbraio i trent'anni dell'anteprema, con degustazioni e masterclass. Nel capoluogo, Firenze, l'inaugurazione della kermesse è affidata a Primanteprema, in programma mercoledì 14 febbraio alle 16 all'auditorium della Camera di Commercio (piazza Mentana), in cui istituzioni e consorzi di tutela faranno il punto sull'andamento del settore vitivinicolo regionale. Si proseguirà con la **Chianti Classico collection** (Firenze, Stazione Leopolda), dal 15 al 16 febbraio. Il 18 febbraio, a Firenze (Fortezza da Basso), oltre 200 etichette di **Chianti Docg e Morellino** saranno in degustazione sia per gli operatori sia per i wine lover per l'anteprema 2024). La chiusura è affidata a **L'Altra Toscana** (19 febbraio a Firenze, Palazzo degli Affari) che riunisce le piccole Doc e le Igt

Info: [www.anteprimetoscane.it](http://www.anteprimetoscane.it)

### supervisione editoriale

Marco Mensurati

### coordinamento contenuti

Loredana Sottile - [sottile@gamberorosso.it](mailto:sottile@gamberorosso.it)

### hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Vittorio Ferla, Cesare Pillon, Lorenzo Ruggeri, Tiziana Sarnari, Marzio

Taccetti, Divina Vitale

### progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

### contatti

[settimanale@gamberorosso.it](http://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/](http://prosecco.it/it/virtual-tasting/)

**10 FEBBRAIO**

❖ **GRAPPA TRENTO**

**LOVERS**

Tonadico (Trento)

presso Palazzo Scopoli

piazzetta Marzollo

fino al 12 febbraio

[tastetrentino.it/eventi/](http://tastetrentino.it/eventi/grappatrentinalovers-oldnewsid-n2414)

[grappatrentinalovers-oldnewsid-n2414](http://grappatrentinalovers-oldnewsid-n2414)

**12 FEBBRAIO**

❖ **WINE PARIS**

**& VINEXPO PARIS**

Parigi

Paris Expo

Porte de Versailles

fino al 14 febbraio

[wineparis-vinexpo.com](http://wineparis-vinexpo.com)

**12 FEBBRAIO**

❖ **CESENA IN BOLLA**

Cesena

presso Cesena Fiera

Via Dismano, 3845

fino al 13 febbraio

[cesenainbolla.com](http://cesenainbolla.com)

**14 FEBBRAIO**

❖ **ANTEPRIME**

**DI TOSCANA**

fino al 19 febbraio

[anteprimetoscane.it](http://anteprimetoscane.it)

**15 FEBBRAIO**

❖ **CHIANTI CLASSICO**

**COLLECTION**

Firenze

Stazione Leopolda

fino al 16 febbraio

[chianticlassico.com/](http://chianticlassico.com/news/chianti-classico-collection-2024/)

[news/chianti-classico-collection-2024/](http://news/chianti-classico-collection-2024/)

**17 FEBBRAIO**

❖ **IL BAROLO A PALAZZO**

**BAROLO**

Torino

Palazzo Barolo

dalle 15.30

[stradadelbarolo.it/12249/](http://stradadelbarolo.it/12249/)

[barolo-palazzo-barolo-2024/](http://barolo-palazzo-barolo-2024/)

**10 FEBBRAIO**

❖ **ANTEPRIMA VINO**

**NOBILE**

**DI MONTEPULCIANO**

Montepulciano (Siena)

[consorziovinonobile.it/](http://consorziovinonobile.it/)

fino al 12 febbraio

**18 FEBBRAIO**

❖ **CHIANTI LOVERS**

**& ROSSO MORELLINO**

Firenze

[anteprimetoscane.it/AT/](http://anteprimetoscane.it/AT/landing)

[landing](http://anteprimetoscane.it/AT/landing)

**18 FEBBRAIO**

❖ **VIVA LA VITE**

**PESCARA**

Ex distilleria Aurum

largo Gardone Riviera

fino al 19 febbraio

[vivalavite.it/](http://vivalavite.it/)

**19 FEBBRAIO**

❖ **L'ALTRA TOSCANA**

Firenze

Palazzo degli Affari

[anteprimetoscane.it/AT/](http://anteprimetoscane.it/AT/landing)

[landing](http://anteprimetoscane.it/AT/landing)

**2 MARZO**

❖ **SALONE DEL VINO**

**DI TORINO**

Torino

fino al 4 marzo

[info.salonedelvinotorino.it/](http://info.salonedelvinotorino.it/)

**10 MARZO**

❖ **VINI SELVAGGI**

Roma

Spazio Novecento

fino all'11 marzo

[viniselvaggi.com](http://viniselvaggi.com)

**18 MARZO**

❖ **LA PRIMA**

**DELL'ALTA LANGA**

Torino

Teatro Regio

dalle 10 alle 17.30

[altalangadocg.com](http://altalangadocg.com)

**24 MARZO**

❖ **TERRE DI TOSCANA**

fino al 25 marzo

Lido di Camaiore (Lucca)

Hotel Una Esperienze

Versilia Lido

[terreditoscana.info](http://terreditoscana.info)

## Le grandi cantine del Piemonte



STR, LOCALITÀ BRICCO LÙ, 7 | 14055 COSTIGLIOLE D'ASTI (AT)

WWW.GOZZELINOVINI.COM | 0141 966134

**Q**uando la famiglia Gozzelino ha iniziato a coltivare questi vigneti era il 1886 e le terre erano in proprietà ai marchesi Asinari, grandi viticoltori residenti nel castello di Costigliole. I Gozzelino entrano in possesso delle loro prime vigne nel 1914 e proseguono ad ampliare l'azienda; oggi sono 30 gli ettari. Le loro terre sono coltivate con la saggezza tradizionale. Cinque generazioni di vignaioli, una generazione vissuta dagli attuali titolari che accanto alla tradizionale e affezionata clientela familiare, che viene qui ogni anno ad acquistare il "suo" vino, oggi servono anche altri consumatori, con bottiglie selezionate. "Per noi la qualità è una scelta necessaria - dice Sergio Gozzelino - perché è il vino di casa nostra".

### I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



#### Moscato d'Asti Bruna 2022

Intenso, fresco, fragrante, che richiama alla mente note di fiori di arancio e di salvia con un sottofondo appena accennato di miele. Gradevolmente dolce, equilibrato, caratteristico e leggermente vivace. Si abbina perfettamente a qualsiasi tipo di dessert, pasticceria secca, frutta e dolci di crema e si apprezza fresco in diversi momenti della giornata.

#### Barbera d'Asti Sup. Sergio 2018

Di grande complessità ed eleganza. A note balsamiche di eucalipto si alternano a piccoli frutti rossi, amarena e ribes, poi erbe aromatiche, timo e origano, spezie, liquirizia pepe nero e noce moscata, cuoio, cacao e mandorla. Al palato è pieno, vellutato e avvolgente, di grande freschezza e struttura. Da provare con piatti succulenti di carne rossa come brasato di bue e stufato di cinghiale.



#### Monferrato Nebbiolo Sup. San Goslino 2019

Nel bicchiere si presenta di un bel rosso rubino con riflessi granati. Note di frutta rossa matura, violetta e un sottofondo speziato vanno a creare un bouquet ricco e intrigante. Al palato i tannini strutturano il sorso e nel lungo finale emergono le note percepite al naso. Da abbinare a primi piatti a base di tartufo.

# PREMI. Al Concours Mondial de Bruxelles arrivano i vini no alcol

di Marzio Taccetti



L'edizione 2024 del Concours Mondial de Bruxelles vedrà un apposito trofeo creato per individuare e premiare per il migliore vino a bassa gradazione o analcolico. Una decisione che arriva in concomitanza con la rapida ascesa del nuovo segmento nell'ambito delle bevande.

Il nuovo trofeo verrà assegnato in occasione della Sessione Vini Rossi e Bianchi che si terrà a Guanajuato (Messico) dal 7 al 9 giugno mentre il vincitore verrà annunciato il successivo 19 giugno. Il premio che rientra nella categoria "Rivelazione Internazionale" si andrà ad affiancare a quelle già esistenti (Vini Rossi, Vini Bianchi, Vini boisé e biologici).

**La categoria no-low non è una presenza nuova nel concorso, in quanto introdotta per la prima**

**volta nell'edizione del 2020 e giudicata da una giuria speciale creata ad hoc.** "Abbiamo già incluso vini a bassa gradazione alcolica e analcolici nelle precedenti edizioni del Concorso", spiega il direttore **Thomas Costenoble**. "Ma con la partecipazione di un numero sempre maggiore di produttori no-low, abbiamo deciso di dedicare loro un trofeo speciale. Verranno inoltre selezionati dei degustatori specializzati per giudicare al meglio questa categoria di vini alla cieca".

Giunto alla trentesima edizione, il Concours Mondial de Bruxelles è uno dei concorsi più rinomati a livello internazionale che premia i migliori vini e individua le tendenze del mercato. L'inclusione della categoria no-low e l'istituzione di questo nuovo trofeo evidenzia ancora di più la rapida crescita nell'industria del vino

di questa categoria. I no-low si sono affermati sul palcoscenico internazionale come sintomo di un gusto che sta cambiando, trovando un forte riscontro tra i giovani e le persone che hanno sposato una filosofia più salutistica. Tant'è che lo scorso anno hanno trovato spazio anche alla fiera di ProWein.

I dati più recenti dell'International Wine and Spirits Research mostrano che il consumo di bevande no e low alcol in 10 Paesi (Australia, Brasile, Canada, Francia, Germania, Giappone, Sud Africa, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti) è cresciuto del +5% in volume nel 2023 e determinano un mercato che oggi vale oltre 13 miliardi di dollari. Inoltre, è previsto un'ulteriore crescita del +6% della categoria no/lowalcohol tra il 2023 e il 2027.

## IL MIO EXPORT

## Maria Caterina Dei – CANTINE DEI

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

La nostra percentuale di export sul totale aziendale è di circa l'80%. I nostri mercati collaudati sono soprattutto gli Stati Uniti e l'Europa.

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

Gli Stati Uniti sono per noi il mercato più importante: l'alta reputazione del vino italiano e la crescente domanda di vino di qualità sono i fattori principali del nostro successo in questo Paese. Siamo invece in crescita nel mercato asiatico, dove il consumo del vino è relativamente più recente, pertanto, meno legato alla cultura di tutti i giorni.

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

Naturalmente le tensioni internazionali, l'incremento dei costi ed il rallentamento dei trasporti hanno avuto forti ripercussioni sul mercato del vino. Abbiamo difatti osservato un generale calo di fatturato nell'ultimo anno.

**4 Quali strategie per superare questo momento?**

Abbiamo un atteggiamento pragmatico nei confronti di queste problematiche. Crediamo infatti che la strategia migliore da seguire al momento sia focalizzarci su investimenti oculati e mirati.

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

Nel corso degli anni abbiamo riscontrato un notevole incremento d'interesse. Non solo c'è maggiore conoscenza



delle diverse tipologie di vino, vitigni e zone di produzione; è in crescita anche la consapevolezza rivolta a tutti gli aspetti legati a questo settore (impatto ambientale, sostenibilità, qualità e salute).

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

Per promuovere i vini all'estero ci impegniamo a partecipare ad eventi organizzati dagli importatori e a fiere internazionali del settore. Attraverso la pandemia abbiamo imparato sia la necessità del confronto diretto con il cliente che l'importanza di dare la possibilità ai consumatori di ricevere prodotti di eccellenza presso i propri indirizzi.

# INDICI FOOD AND BEVERAGE

## Indice

<b>S&amp;P 500 Food &amp; Beverage &amp; Tobacco</b>	Var% settimanale -0,24	Var% inizio anno -0,59
<b>Stoxx Europe 600 Food &amp; Beverage</b>	Var% settimanale 1,13	Var% inizio anno 2,25
<b>Dow Jones Sector Titans Food &amp; Beverage</b>	Var% settimanale 0,00	Var% inizio anno -0,31

Titolo	Paese	Var% settimanale	Var% inizio anno	Var% 12 mesi	Capitalizzazioni Mln €
B.F.	Italia	2,61	-0,51	1,81	1.029
Campari	Italia	2,72	-5,47	-5,98	11.889
Centrale del Latte d'Italia	Italia	2,03	-1,95	9,42	42
Marr	Italia	1,79	-0,70	-6,10	758
Newlat Food	Italia	-0,25	2,80	69,21	354
Orsero	Italia	-0,35	1,53	8,44	304
Valsoia	Italia	-0,60	6,67	2,48	106
Anheuser Bush I	Belgio	1,17	-0,48	6,19	101.000
Danone	Francia	0,19	5,56	22,65	41.981
Pernod-Ricard	Francia	2,44	-1,63	-18,26	40.172
Remy Cointreau	Francia	3,02	-13,50	-42,76	5.098
Suedzucker Ma Ochs	Germania	0,15	-8,25	-11,43	2.658
Dsm	Olanda	0,00	0,00	-6,25	763
Heineken	Olanda	1,89	3,09	3,25	54.593
Jde Peet S	Olanda	0,97	-5,67	-16,50	11.201
Ebro Foods	Spagna	-2,21	-2,96	-5,28	2.317
Viscofan	Spagna	0,74	1,31	-8,04	2.524
Barry Callebaut N	Svizzera	0,31	-9,37	-33,13	7.536
Emmi N	Svizzera	-0,77	-1,10	3,44	5.146
Lindt N	Svizzera	1,80	10,78	9,92	16.253
Nestle N	Svizzera	0,36	1,93	-10,84	283.334
Associated British Foods	Gran Bretagna	-4,54	-3,97	17,41	20.126
Britvic Plc	Gran Bretagna	1,13	6,60	13,78	2.616
Cranswick Plc	Gran Bretagna	2,55	7,56	25,11	2.584
Diageo	Gran Bretagna	3,90	4,04	-16,57	77.674
Tate & Lyle Plc	Gran Bretagna	-0,56	-5,31	-20,71	2.933
Archer-Daniels-Midland	Stati Uniti	-4,70	-26,10	-35,36	27.848
Beyond Meat	Stati Uniti	-10,26	-31,24	-65,98	367
Boston Beer `A`	Stati Uniti	-1,28	2,16	-10,64	3.326
Brown-Forman B	Stati Uniti	1,43	-0,33	-14,61	16.417
Bunge Ltd	Stati Uniti	-0,30	-10,82	-9,59	12.175
Campbell Soup	Stati Uniti	-0,72	2,61	-14,82	12.361
Coca-Cola Co	Stati Uniti	0,07	1,71	-0,38	241.290
Conagra Foods Inc	Stati Uniti	-2,79	-0,14	-22,46	12.734
Constellation Brands	Stati Uniti	0,09	2,85	7,18	42.309
Darling Intl Inc Com	Stati Uniti	-5,74	-15,71	-36,73	6.271
Flowers Foods	Stati Uniti	1,61	3,78	-16,06	4.590
Freshpet Inc	Stati Uniti	0,14	1,90	35,31	3.970
General Mills	Stati Uniti	-0,80	-0,48	-16,00	35.817
Hershey Company	Stati Uniti	-1,32	4,47	-19,02	27.175
Hormel Foods	Stati Uniti	-1,92	-6,29	-34,07	15.315
Ingredion Inc	Stati Uniti	0,41	1,09	8,04	6.657
Kellanova	Stati Uniti	-1,56	-2,65	-15,94	17.232
Keurig Dr Pepper Inc	Stati Uniti	-2,17	-6,63	-11,67	40.493
Lamb Wst Hldg Rg	Stati Uniti	-2,37	-6,50	1,94	13.581
Lancaster Colony Corp	Stati Uniti	3,19	16,17	3,67	4.951
Mccormick & Co	Stati Uniti	-3,20	-2,00	-10,98	15.693
Molson Coors Brewing	Stati Uniti	-2,51	0,13	14,39	11.431
Mondelez Int. Class A	Stati Uniti	-1,43	3,89	13,72	95.325
Monster Beverage Cp	Stati Uniti	1,86	-2,20	9,59	54.564
National Beverage Corp.	Stati Uniti	-1,80	-6,98	2,64	4.018
Nomad Foods	Stati Uniti	-1,67	4,37	0,91	2.873
Oatly Group Ab Ads	Stati Uniti	-3,42	-4,24	-53,50	624
Pepsico Inc	Stati Uniti	1,06	0,93	-0,23	220.184
Performance Food Gr	Stati Uniti	-0,64	5,97	18,42	10.613
Pilgrims Pride Corp	Stati Uniti	-3,03	-2,68	12,64	5.933
Post Holdings	Stati Uniti	10,16	18,40	9,15	5.888
Seaboard Corp	Stati Uniti	-1,44	-0,54	-8,95	3.836
Smucker, J.M.	Stati Uniti	-0,55	4,61	-12,81	13.062
Sysco Corp	Stati Uniti	-0,51	9,95	4,55	37.930
The Hain Celestial Group, Inc.	Stati Uniti	3,94	3,56	-46,36	947
The Kraft Heinz Com	Stati Uniti	-0,37	0,62	-6,81	42.483
Tyson Foods Cl`A`	Stati Uniti	0,60	3,05	-9,32	14.763
Us Foods Holding	Stati Uniti	0,00	2,95	23,81	10.698



## FINE WINE AUCTIONS

### Crollo per i formati speciali di Cristal Louis Roederer

Le quotazioni prese in esame questa settimana sono quelle ottenute alle aste del 2023 dalle bottiglie di formato speciale dello Champagne Cristal della Louis Roederer. Si tratta delle 15 magnum, le tre jeroboam da 3 litri e le due mathusalem che essendo state quotate anche alle aste del 2022 consentono di valutare l'andamento del mercato nei rispettivi confronti. Per questione di spazio compaiono in tabella soltanto le 13 magnum, le due jeroboam e la mathusalem più rappresentative, ma sono più che sufficienti per rendersi subito conto che i loro risultati sono profondamente diversi: i loro prezzi sono tutti in calo, com'era prevedibile visto che nel 2023 il difficile momento che sta attraversando il mondo ha depresso le quotazioni di tutti i vini francesi di pregio, ma mentre le magnum sono state sfiorate dal ribasso in misura pressoché impercettibile, jeroboam e mathusalem lamentano perdite molto consistenti. In concreto, le 15 magnum che nel 2022 valevano complessivamente 14.881 euro, ne costano adesso 14.635, cioè l'1,66% in meno. Il valore complessivo delle tre jeroboam è crollato invece del 31%, da 8.429 a 5.850 euro, e quello delle due mathusalem del 26%, da 14.036 a 10.344 euro. Tutti insieme, perciò, i tre formati speciali di Cristal hanno perso più del 17% del loro valore, nonostante la perdita sia attenuata dalla sostanziale tenuta delle magnum. Vale la pena di notare la differenza di questa diminuzione rispetto al calo delle bottiglie standard, da 0,75 litri, che è stato soltanto del 9%.

– Cesare Pillon

#### Cristal Louis Roederer

Annata	Lotto	Aggiudicaz.	Asta	Data	Prezzo 2023	Prezzo 2022	+ / -
1985	1 m	\$ 2.366	Acker Wines, Usa	20/06/23	€ 2.164,18	€ 1.909,96	+13%
1988	1 m	€ 1.375	Sotheby's, Beaune online	10/11/23	€ 1.375,00	€ 1.529,38	-10%
1989	3 m	\$ 4.000	Sotheby's, NY online	08/09/23	€ 1.245,60	€ 1.375,00	-9%
1990	1 m	Hk\$ 13.750	Sotheby's, Hong Kong	03/04/23	€ 1.611,50	€ 1.529,38	+5%
1996	1 m	\$ 1.500	Bonhams, Usa online	28/08/23	€ 1.387,80	€ 1.215,22	+14%
1999	1 m	€ 992	Pandolfini, Firenze	10/11/23	€ 992,00	€ 916,57	+8%
2000	3 m	Hk\$ 17.430	Zachys, Hong Kong	21/04/23	€ 676,28	€ 916,57	-26%
2002	2 m	Hk\$ 15.000	Sotheby's, Hong Kong	03/04/23	€ 879,00	€ 1.080,53	-19%
2004	3 m	£ 1.625	Sotheby's, Londra online	01/06/23	€ 631,15	€ 476,98	+32%
2006	1 m	\$ 747	Zachys, NY online	23/01/23	€ 687,17	€ 649,24	+6%
2008	6 m	Hk\$ 49.800	Acker Wines, Hong Kong	02/06/23	€ 984,38	€ 1.080,96	-9%
2009	3 m	Hk\$ 13.944	Acker Wines, Hong Kong	02/06/23	€ 551,25	€ 717,72	-23%
1989	1 j/3	\$ 2.500	Sotheby's, New York	13/10/23	€ 2.375,50	€ 2.968,75	-20%
2005	1 j/3	\$ 1.500	Hart Davis Hart, Usa	22/12/23	€ 1.360,80	€ 3.160,63	-57%
1990	1 mat	Hk\$ 52.500	Sotheby's, HK online	08/02/23	€ 6.231,75	€ 9.380,95	-34%

Legenda: m=magnum (1,5 litri) - j/3= jeroboam (3 litri) - mat=mathusalem (6 litri)

