



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



LE RISORSE DEL DECRETO RILANCIO PER IL VINO NON BASTANO

LAVORO

Cosa dice veramente il Dl in merito alla regolarizzazione degli immigrati nei campi? I commenti

HORECA

Tutte le misure per la ripartenza.

- ❖ Osservatorio Vinality: "Per il vino la riapertura vale 6,5 mld di euro

FOCUS

Per la Docg Ovada è tempo di unirsi attorno al Dolcetto. Il progetto e i piani di rilancio post Covid

MASTERCLASS

Viaggio in Champagne per il Gambero Rosso. Quattro incontri live su Moët & Chandon

L'INTERVISTA

"Siamo ottimisti, ma per la ripresa in Usa aspettiamo l'autunno." Parla Laspina, neodirettore Ice NY



La ministra Bellanova lancia il Dl che regolarizza il lavoro sommerso

Quella della regolarizzazione degli immigrati nel settore primario è stata una delle battaglie annunciate fin dal suo insediamento nel palazzo dell'Agricoltura di Via XX Settembre. E, finalmente, la ministra Teresa Bellanova, in questo decreto Rilancio approvato dal governo Conte con non poche difficoltà, è riuscita nel suo obiettivo. **Commosa, ha annunciato il provvedimento che dovrebbe contribuire a garantire al comparto agricolo una parte di quella manodopera che attualmente manca nei campi.** Saltato lo scudo per i caporali, il decreto favorisce l'emersione di rapporti di lavoro in nero (anche di colf e badanti) consentendo, da un lato, attraverso il meccanismo dell'autodenuncia ai datori di lavoro di assumere stranieri finora sconosciuti al fisco e, dall'altro lato, concedendo agli stranieri con permesso scaduto dal 31 ottobre 2019 dei permessi temporanei di sei mesi per la ricerca del lavoro. La manodopera agricola potrebbe beneficiare anche di un'altra misura del Dl: chi percepisce ammortizzatori sociali, limitatamente al periodo di sospensione a zero ore della prestazione lavorativa, di Naspi e Dis-Coll (che sono entrambe indennità di disoccupazione) ma anche ai percettori di reddito di cittadinanza, di firmare contratti in agricoltura di un mese (rinnovabili di altri 30 giorni), per un massimo di 2 mila euro per il 2020, senza perdere il beneficio del sussidio.

Il provvedimento è stato molto contestato. La Flai-Cgil parla di traguardo storico in riferimento alla regolarizzazione dei migranti. Per la Cisl, il decreto risponde ad un'esigenza di giustizia sociale e finalmente dà una risposta al problema enorme del caporalato in agricoltura. La sanatoria *"non risolve i problemi della manodopera"*, fa notare il responsabile agricoltura di Fratelli d'Italia, Luca De Carlo. Ma anche Forza Italia, con il vicepresidente Antonio Tajani, sottolinea che gli immigrati saranno sanati entro fine anno e *"questo all'agricoltura non serve"*. La Coldiretti ritiene la misura non adatta alle tempistiche delle imprese impegnate ora nella raccolta delle primizie primaverili: *"Non per tutti i lavori ci si può improvvisare ma per la maggior parte serve manodopera formata e qualificata. Per questo"* commenta il presidente Ettore Prandini *"va immediatamente aperto un canale di collaborazione con Paesi come la Romania, da dove viene circa un terzo degli stagionali impegnati nelle campagne italiane"*.

foto: Madelene Badenhorst - Pixabay

HORECA 1. Fondo perduto, rimborso bollette, suolo pubblico. Ecco tutte le misure del Decreto Rilancio a favore della ristorazione

Taglio alle bollette, rimborso degli affitti, rinvio a settembre degli adempimenti fiscali. E poi c'è il fondo perduto per le piccole aziende, ovvero quasi tutte quelle della ristorazione e della filiera. Così il Decreto Rilancio prova a rimettere in moto – al di là della riapertura del 18 maggio – la ristorazione.

Nello specifico, sono circa 16 miliardi, i fondi erogati in varie forme, per sostegno agli affitti e alle bollette, riduzione di tasse (con un taglio di 4 miliardi alle imprese fino a 250 milioni di fatturato) e sconti fiscali. Sono 6, poi, i miliardi destinati indennizzi per le imprese fino a 5 milioni che hanno subito una perdita di fatturato di un terzo: in pratica la quasi totalità delle attività. Un intervento che ha un range tra i 2mila e i 40mila euro. Per quanto riguarda il recupero dell'affitto, il decreto prevede una percentuale fino al 60% di questi tre mesi di lockdown.

C'è, poi, tutto il capitolo degli adeguamenti ai nuovi requisiti sanitari e prudenziali delle attività recettive, che il ministro dell'Economia Roberto Gualtieri quantifica in 2 miliardi di euro. Si tratta di **sanificatori, barriere, plexiglas o altre strutture, per cui ci saranno dei fondi a copertura di oltre metà delle spese sostenute**. Infine, nel decreto si fa riferimento anche all'occupazione del suolo pubblico che, grazie all'accordo con l'Anci, non necessiterà del pagamento di Tosap e Cosap. Da parte delle associazioni di categoria sembra arrivare, a caldo, una reazione positiva: "Il decreto sembra contenere diverse risposte alle numerose richieste della Federazione per sostenere un settore così duramente provato" dichiara la Fipe – Federazione Italiana Pubblici Esercizi. Bisognerà adesso capire i tempi di adeguamento e di erogazione dei fondi, ma anche le reazioni dei clienti: saranno pronti a tornare ad affollare (nei limiti del consentito) tavolini e banconi di bar e ristoranti?

HORECA 2. La riapertura vale 6,5 miliardi di euro per i soli consumi di vino. Il 58% degli italiani tornerà a mangiare al ristorante. La survey Vinitaly-Nomisma

Si riapre. Il 18 maggio anche i ristoranti e, in generale, il comparto del "fuori casa" rialzerà le saracinesche, riattivando un canale naturale per il vino italiano che vale al consumo 6,5 miliardi di euro l'anno. La domanda è: dopo due mesi di lockdown gli italiani hanno davvero voglia di tornare a mangiare fuori dalle mura domestiche?

Secondo l'istant survey dell'Osservatorio Vinitaly-Nomisma Wine Monitor, realizzata ad aprile su un campione rappresentativo di 1.000 consumatori di vino, solo il 23% degli italiani (in particolare donne, del Sud, che hanno avuto problemi sul lavoro) dichiara che andrà meno al ristorante, a fronte di un 58% per cui non cambierà nulla, fatte salve le adeguate misure di sicurezza da prendere (45%). Sul fronte *revenge spending*, ovvero la 'spesa della

vendetta' post-lockdown per i beni voluttuari come il vino: **il 10% prevede di spenderne più di prima fuori casa, valore che sale al 15% per i millennials** (25-40 anni) e per chi non ha avuto problemi sul lavoro (13%). In Italia, rileva l'Osservatorio - al di fuori dell'emergenza Covid - circa un terzo dei consumatori beve prevalentemente fuori casa (42% i millennials), con un valore che incide per il 45% sul totale delle vendite in Italia (14,3 miliardi di euro nel 2018). Il prezzo medio alla bottiglia è di 15,4 euro, mentre al calice la spesa è di 5,7 euro, secondo l'indagine. Per il responsabile dell'Osservatorio **Denis Pantini**: "Il ruolo della ristorazione e gli effetti del lockdown sulle vendite di vino – sia in Italia che all'estero – sono anche desumibili dalle giacenze a fine aprile di quest'anno, che

GIACENZE DI ALCUNE DELLE PRINCIPALI DENOMINAZIONI

Castelli Romani	+36%
Soave	+24%
Frascati	+22%
Falanghina	+16%
Montefalco Sagrantino	+9%
Nobile di Montepulciano	+8%
Chianti Classico	+6%

evidenziano le penalizzazioni subite da denominazioni blasonate, ma non solo, che trovano nell'Horeca il principale canale di commercializzazione (vedi box)". Accanto ai vini premium, anche i vini tipicamente somministrati nelle trattorie, rimaste chiuse in tutto questo periodo. "La nostra speranza" conclude il direttore generale di Veronafiere, **Giovanni Mantovani** "è che gli storici partner dell'Horeca – tra i più penalizzati dall'emergenza – possano essere messi al più presto nelle condizioni di poter riprendere il proprio cammino. Vino, accoglienza e ristorazione rappresentano il primo fattore distintivo del nostro Paese nel mondo e trovano in Vinitaly il luogo di incontro per eccellenza, con una media di 18mila buyer italiani dell'horeca, dei quali 2/3 legati alla ristorazione".

CHI SPENDERÀ DI PIÙ

10%
Millennials
15%
Non ha avuto problemi sul lavoro
13%

Centro
12%
Ha aumentato il consumo di vino durante lockdown
19%

Fonte: Osservatorio Vinitaly-Nomisma



*
gambero rosso
channel

on air su piattaforma
sky canale 412

*
Il primo canale italiano
interamente dedicato al food & wine

GAMBERO ROSSO HD sky

AGRICOLTURA. Quasi 8,3 miliardi di euro di valore assicurato nel 2019: è record. Ma resta aperto il nodo del Fondo di mutualità nazionale che non c'è

Ancora una crescita per il mercato agevolato in agricoltura. La terza consecutiva che è pari al 5,1% nel 2019 e porta al raggiungimento del primato assoluto in termini di valori, a quasi 8,3 miliardi di euro. Secondo il Rapporto sulla gestione del rischio in agricoltura 2019 dell'Ismea, la composizione del portafoglio assicurativo conferma la forte concentrazione dei contratti sulle colture vegetali, che detengono una quota di mercato del 72%, contro il 16% della zootecnia e il 12% delle strutture. Complessivamente, il mercato assicurativo ha coinvolto nel 2019 circa 76 mila aziende, di cui quasi 64 mila nel comparto vegetali (+1,2% sul 2018). Guardando ai territori, in riferimento alle uve da vino e alle altre colture, l'Ismea conferma il primato delle regioni settentrionali che, per valori assicurati, concentrano l'81,4% del totale, quasi 2 punti percentuali in meno rispetto al 2018. **È sensibilmente aumentata la partecipazione delle regioni meridionali, comprese le isole**, che "dall'8,2% del 2018 si è spinta al 10,4%", scrive l'Ismea, in virtù di un aumento dei

valori assicurati ancora una volta sostenuto (+31,8%). Il Mezzogiorno supera per la prima volta quota 10 mila unità (+15,3%), in un contesto in cui la polizza cosiddetta "due rischi", autorizzata dal Mipaaf dalla campagna 2018 come strumento di transito verso la multi-rischio, sta favorendo la diffusione anche al Sud delle assicurazioni agevolate. Il risultato positivo va di pari passo con le buone performance in termini di avanzamento della spesa del Piano di sviluppo rurale (+22% sul 2018) "esclusivamente riconducibili"

scrive l'Ismea "ai circa 300 milioni erogati nel 2019 per la misura 17" sulla gestione del rischio in agricoltura. Tra gli aspetti critici, l'Ismea segnala come il numero delle aziende assicurate (76.000) sia "ancora contenuto". Questo si riflette in una "limitata distribuzione settoriale e territoriale delle polizze", con una prevalenza del Centro-Nord. Altro segnale critico è il "tendenziale aumento delle tariffe praticate dalle compagnie, che nel 2019 hanno toccato il nuovo record di 8,2% di media". Dal Rapporto 2020 emerge anche la maggiore frequenza dei fenomeni meteo avversi, con il 2019 che si è rivelato il più caldo di sempre dopo il record del 2016. Considerando l'incremento degli eventi calamitosi "non appare più rinviabile" scrive l'Ismea "una riforma dell'intervento pubblico, con particolare riferimento ai rischi catastrofali, prevedendo l'istituzione di un Fondo di mutualità nazionale a tutela di tutte le aziende agricole italiane", con cui si potrebbe superare la sperequazione nella distribuzione delle risorse finanziarie e dei risarcimenti fra territori e filiere produttive.

I PRINCIPALI PRODOTTI PER SUPERFICI ASSICURATE NEL 2018

Totale colture	82.254	38.008	46,2%	13.459	16,4%
Uva da vino	33.139	15.121	45,6%	5.275	15,9%
Mele	12.393	7.248	58,5%	1.175	9,5%
Riso	3.410	2.148	63,0%	233	6,8%
Mais	12.750	3.828	30,0%	3.062	24,0%
Pomodoro da industria	3.895	804	20,6%	1.544	39,6%
Mais da insilaggio	2.955	1.035	35,0%	729	24,7%
Pere	4.022	2.423	60,2%	491	12,2%
Tabacco	1.037	509	49,1%	154	14,9%
Actinidia	2.743	1.253	45,7%	386	14,1%
Frumento tenero	8.923	1.989	22,3%	2.577	28,9%

fonte: Ismea

Domande aperte per la cambiale agraria di Ismea

Cambiale agraria e della pesca al via. È infatti attivo sul portale www.ismea.it il servizio che dà alle imprese l'opportunità di presentare le domande per accedere ai prestiti straordinari per far fronte alla crisi seguita dalla pandemia da Coronavirus. **Fino a 30 mila euro in prestito a tasso zero e senza burocrazia** per un budget complessivo di 30 milioni di euro già stanziato dall'Istituto. Questo strumento, autorizzato dalla Commissione Ue, consente alle aziende dei settori agricolo, agriturismo e pesca che hanno subito problemi di liquidità aziendale di beneficiare di un credito immediato. Il prestito avrà una durata di 5 anni, di cui i primi 2 anni di preammortamento. Gli aiuti vengono erogati al massimo entro una settimana dalla richiesta. L'aiuto va a sommarsi alle altre misure straordinarie assunte dall'Istituto nei giorni scorsi tra cui la sospensione delle rate dei mutui, l'estensione dell'operatività delle garanzie Ismea e l'allungamento dei termini per la partecipazione alla Banca della terra.

PMI. Intesa Cia ed Enm su microcredito

Realizzare programmi di microcredito agricolo per sostenere la liquidità di imprese e famiglie soprattutto in questo momento di emergenza a causa del Coronavirus. È l'obiettivo del protocollo d'intesa firmato dal presidente di Cia Dino Scanavino e dal presidente dell'Ente Nazionale per il Microcredito (Enm) Mario Baccini. Il protocollo avrà durata di tre anni e vuole facilitare l'accesso al credito per cittadini e produttori, ad esempio attraverso l'anticipazione dei fondi Ismea. Cia ed Ente Nazionale per il Microcredito potranno anche fare attività di analisi e ricerca e studi finalizzati a individuare nuove soluzioni e nuovi prodotti di supporto ai cittadini e alle imprese.

L'ESPERTO RISPONDE

Lotto: deve essere sempre visibile e chiaramente leggibile?



Le disposizioni in materia di "lotto" sono contenute a livello Ue nella Direttiva n. 2011/91 Ue e a livello nazionale nel D.lgs n. 231/2017 di attuazione. In tale decreto (art 17) è contenuta la definizione di lotto o partita quale "insieme di unità di vendita di una derrata alimentare, prodotte, fabbricate o confezionate in circostanze sostanzialmente identiche". La composizione del codice di lotto è rimessa alla libera responsabilità dell'azienda, o di chi in sua vece assume il ruolo di garante delle informazioni riportate in etichetta. Infatti, viene determinato dal produttore o dal confezionatore del prodotto alimentare o dal primo venditore stabilito nell'Ue ed è apposto sotto la propria responsabilità. Può trattarsi di codice alfanumerico o solo numerico: ad esempio, le ultime due cifre dell'anno e/o del mese e/o il n. progressivo del giorno (Es.: 20 058 = anno 2020, 58° giorno dell'anno, cioè 27 febbraio 2020). L'indicazione del lotto è preceduta dalla lettera «L.», salvo nel caso in cui tale indicazione si distingua chiaramente dalle altre indicazioni in etichetta. Quando il termine minimo di conservazione o la data limite per il consumo figurano in etichetta, l'indicazione del lotto può non accompagnare la derrata alimentare, purché la data indichi chiaramente e nell'ordine almeno giorno e mese.

Un aspetto importante è il posizionamento in etichetta. È la stessa direttiva Ue a prevedere che l'indicazione del lotto deve figurare sull'imballaggio dei prodotti preconfezionati. In ogni caso, deve essere facilmente visibile, chiaramente leggibile e indelebile. Non è ammesso che sia coperto da alcunché, anche in caso di copertura removibile (ad esempio la capsula). L'obiettivo primario, infatti, è la tutela del consumatore e, in particolare, la sua sicurezza. Per i vini, essendo il lotto un'indicazione obbligatoria, può figurare al di fuori del campo visivo dove sono riportate le altre indicazioni obbligatorie.

– Per approfondimenti si rimanda alle **BANCHE DATI GIURIDICHE** Vite e Vino e Denominazioni di Origine di Unione Italiana Vini

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

per domande: serviziogiuridico@uiv.it



#stappacongamberorosso



Oltrepò Pavese Buttafuoco Vigna Casa del Corno 2015 – Giorgi
Oltrepò Pavese Buttafuoco Vigna Sacca del Prete 2015 – Fiamberti
CLUB DEL BUTTAFUOCO STORICO

Il Buttafuoco rientra nella denominazione Oltrepò Pavese ed è prodotto in 7 comuni della provincia di Pavia, nel territorio chiamato "lo Spalone di Stradella". I produttori si sono riuniti nel Club del Buttafuoco Storico, Consorzio volontario che tutela la denominazione e la concezione storica di questo vino. Iniziamo col Buttafuoco Vigna Casa del Corno '15, color rubino cupo e naso di confettura. In bocca è ricco, caldo, dalle note tostate. Proseguiamo col Buttafuoco Vigna Sacca del Prete '15, dal naso inteso e armonico dove emerge il frutto rosso polposo, rinfrescato da note speziate e balsamiche. Un vino elegante dal finale lungo e persistente. Scopri di più www.buttafuocostorico.com

Per guardare la puntata www.instagram.com/tv/CAF_vFCIVzo/



#stappacongamberorosso



**Capo di Stato 2016
DOC Montello Venegazzù Superiore
LOREDAN GASPARINI**

In Venegazzù di Volpago del Montello troviamo l'Azienda Agricola Conte Loredan Gasparini e la sua memorabile etichetta Capo di Stato. Creata nel '64 dal Conte Loredan come una speciale Riserva, nasce da una selezione di uve di una vecchia vigna del '46 denominata "Le 100 Piante" e annovera tra i suoi estimatori vari Capi di Stato (da qui il suo nome). Un colore rubino cupo e un naso di rara complessità ed eleganza con profumi di frutta rossa matura, un'intensa nota balsamica e un tocco di spezie e vaniglia. Un vino con tannini di grande finezza e note di frutto maturo che sfumano su delicate nuance erbacee. Visita il sito www.loredangasparini.it

Per guardare la puntata
www.instagram.com/tv/B_-RYp3I4NA/

LE BREVI

CERTIFICAZIONE. Si allarga in Piemonte la famiglia di Valoritalia: in arrivo 6 nuove denominazioni



Valoritalia, il più grande organismo di certificazione italiano dei vini Dop e Igp, amplia il numero delle denominazioni. E lo fa nella regione dove è maggiormente presente: il Piemonte. Ad affidare i propri vini all'ente presieduto da Francesco Liantonio sono il Consorzio vini Doc Fresa di Chieri e Collina Torinese e il Consorzio vini Docg di Caluso e Doc di Carema e Canavese. Sono, pertanto, sei le denominazioni che entrano sotto il controllo di Valoritalia: **la Docg Caluso o Erbaluce di Caluso e le cinque Doc Canavese, Carema, Collina Torinese, Freisa di Chieri e Valsusa.**

Con questi ingressi, Valoritalia controlla la quasi totalità delle denominazioni regionali del Piemonte: "La certificazione è una componente fondamentale del valore aggiunto del vino italiano di qualità, perché da un lato garantisce i consumatori che ciò che acquistano rispetti le regole stabilite dai Consorzi; dall'altro garantisce le stesse imprese dall'uso improprio della denominazione", commenta Liantonio, ricordando che il sistema italiano di certificazione rappresenta, a livello internazionale, un modello di assoluta eccellenza, perché consente la tracciabilità di ogni partita di vino, dalla vigna allo scaffale.

Chi è Valoritalia

A dieci anni dalla sua nascita, Valoritalia conta in Italia 36 sedi, con 216 addetti e oltre mille collaboratori esterni. Oggi certifica 230 denominazioni di origine, pari a oltre il 50% della produzione nazionale e le produzioni da agricoltura biologica di circa 2 mila aziende e la produzione da agricoltura integrata (Sqnp) di altre 1.200 aziende, oltre certificare standard di sostenibilità, come Equalitas e Viva, e standard provati come Vinnatur.

LE BREVI

VADEMECUM. Lavorare in vigneto e in cantina durante Covid 19: il manuale delle Donne della Vite

L'associazione delle Donne della Vite ha preparato un vademecum illustrato per lavorare in sicurezza, in vigneto e in cantina, durante l'epidemia di Covid 19. L'iniziativa nasce partendo dai protocolli tecnici e dalle indicazioni delle autorità sanitarie e scientifiche, aggiornati fino all'inizio della Fase 2 (4 maggio 2020). L'associazione ha elaborato un testo agile e snello che le aziende vinicole possono adattare alla propria realtà produttiva. Le indicazioni di sicurezza sono evidenziate mediante gli sketchnotes, una comunicazione visuale che unisce illustrazioni, testi, grafica e prescrizioni da rispettare. Per quanto riguarda le indicazioni in vigneto, ad esempio, si consiglia di disporre "il personale distanziandolo lungo il filare e facendolo lavorare a filari alterni, lasciando almeno un filare vuoto tra gli operatori che non si devono mai trovare di uno di fronte all'altro". Per la cantina, il testo recita: "Affida a un addetto responsabile la pulizia quotidiana delle maniglie ingresso, di corridoio, valvole delle vasche, rubinetti assaggia-vino, pulsanti delle pompe e di tutte le attrezzature e delle superfici maggiormente utilizzate, fermo restando l'utilizzo di guanti in tutte le operazioni e la regola della distanza di sicurezza". Seguono trattazioni specifiche che riguardano l'uso di trattori e mezzi aziendali, i trasporti e le consegne, gli spostamenti interni, le riunioni, gli eventi interni e la formazione. La parte finale è dedicata alle mascherine - quali scegliere e come utilizzarle - che "non devono indurre un falso senso di sicurezza e non sostituiscono il distanziamento tra le persone. Il vademecum si può scaricare gratuitamente, previa registrazione, dal sito www.donedellavite.com/vademecum-covid-19 - A. G.



Le Donne della Vite

L'Associazione Donne della Vite è composta da professioniste del settore, agronome, operatrici agricole, enologhe, ricercatrici, produttrici, giornaliste, comunicatrici, donne che hanno quale denominatore comune la vite e tutto il mondo che gira intorno ad essa.



#stappacongamberorosso



**FRANCIACORTA
Brut, Satèn e Rosè**

In Franciacorta nascono alcune tra le migliori bollicine d'Italia. Con Marco Sabellico ne assaggiamo tre tipologie. Iniziamo con il Franciacorta Brut con 25 mesi di maturazione, giallo paglierino scarico e dal perlage fine e persistente. In bocca è fresco, minerale e cremoso, perfetto a tutto pasto. Proseguiamo con il Franciacorta Satèn, una bollicina di straordinaria finezza, naso intenso con aromi di frutta bianca e tropicale, morbido e rotondo in bocca. Infine il Franciacorta Rosè con quattro anni di maturazione sui lieviti, dal rosa antico e perlage finissimo. Un vino di profondità e spessore con toni intensi di mirtillo e ribes, sostenuto da una bella vena acida. Scopri la Franciacorta www.franciacorta.net/it/

Per guardare la puntata
www.instagram.com/tv/CADa7fDDVdN/

FOCUS

OVADA DOCG. Il presidente Danielli: "Necessario più che mai aggregare le Dop a base Dolcetto"

a cura di Gianluca Atzeni

Una nicchia da appena centomila bottiglie riunite attorno al claim "tutto un altro Dolcetto". Dopo un 2019 in cui la Docg Ovada ha confermato il buono stato di salute delle imprese, il 2020 dovrebbe essere l'anno in cui il Consorzio di tutela, che aggrega 37 produttori (un terzo biologici), otterrà dal Mi-paaf il riconoscimento delle funzioni erga omnes, ma il 2020 è anche l'anno dell'emergenza Covid-19 che inevitabilmente rallenterà tale percorso e metterà i produttori davanti a nuove sfide.

IL DOLCETTO. Nel 2019, con l'anno del Dolcetto, la Regione Piemonte ha provato a rilanciare le tante (troppe) Doc con questo vitigno. Per molti produttori ovadesi, il confronto più frequente con Dogliani e Diano d'Alba ha consolidato il convincimento che il futuro possa cambiare se si uniranno le forze, mettendo da parte i campanilismi. Di questo, Italo Danielli, presidente del consorzio, è convinto: "Continuo a spingere affinché i vari Dolcetto si mettano assieme. Il mercato del vino è diventato globale ed essere divisi diventa un problema per tutti. Ormai, i nostri potenziali clienti non sono più gli abitanti dei comuni vicini e, quindi, non ha senso che esistano 12 Doc a base Dolcetto in una regione come il Piemonte". Di qui, l'idea di un unico Dolcetto con tre grandi sottozone, corrispondenti ai territori di Ovada, Dogliani e Diano.

IL BILANCIO. Danielli, al secondo mandato consecutivo da presidente, ha tracciato un bilancio dei sei anni e mezzo di lavoro del consorzio, ospitato nell'Enoteca regionale di Ovada: "Abbiamo voluto favorire l'aggregazione tra produttori, coinvolgendoli in un progetto di miglioramento qualitativo. Ci sono aziende che si sono avvicinate, altre sono meno interessate. Oggi rappresentiamo circa il 65% della Dop, ma ho fiducia che si andrà a migliorare. Alla luce dell'emergenza Covid-19" ha sottolineato "ritengo ci sarà maggiore necessità di aggregarsi sotto un'unica entità". I numeri di Valoritalia (ente di certificazione) segnano un trend crescente dei quintali rivendicati, tornati nel 2018 sopra quota duemila, coi confezionamenti a oltre 100 mila bottiglie; in risalita anche le quotazioni del vino: +20% nel biennio; le giacenze sono costanti (intorno a 3.300 hl) mentre resta ancora bassa la propensione all'export (tra 10% e 15%); al consumo, i prezzi oscillano tra 12 e 18 euro e le quotazioni dei vigneti a Docg sono comprese tra 40 e 50 mila euro. "Il potenziale produttivo è molto alto, considerando i 22 comuni interessati. Ricordo che in questa zona" aggiunge Danielli "si produceva Dolcetto di Ovada Doc sino al 2008 e che oggi le aziende hanno l'opportunità di rivendicare vino a Docg per buona parte degli ettari".

IL COVID-19. L'emergenza ha messo tutto in stand-by, dall'export all'horeca (primo canale del consorzio) fino alla vendita diretta: "All'estero non troveremo lo stesso mercato del

Ovada Docg produzione 2013-18

annata	q.li rivendicati
2013	1618
2014	1463
2015	1257
2016	2393
2017	1369
2018	2078

fonte: Consorzio di tutela Ovada Docg

passato. Inoltre, ci saranno meno turisti stranieri in Italia. In questo nuovo quadro, stiamo cercando di capire come muoverci. Pensiamo, infatti, a una nuova formula di enoturismo quando si potrà ripartire a pieno regime", spiega Danielli, che vede con favore la formula dei piccoli gruppi in piccole cantine: "Un turismo di prossimità, come occasione per tutti quei nostri connazionali che prima andavano in vacanza all'estero e che questa estate resteranno sul nostro territorio. In un anno di passaggio come il 2020" sottolinea "potrebbe funzionare". Finora, l'Ovada Docg aveva scommesso sui gemellaggi tra vino e antichi castelli del territorio, sulla collaborazione col Consorzio del Gavi, su Cantine Aperte, sull'evento Ovada incontra. L'emergenza ha fermato le attività anche se alle cantine ovadesi non è mancata, e non manca, la volontà di investire, come dimostrano il progetto di caratterizzazione dei vini con l'Università di Torino, un nuovo sito internet, la mappa bilingue della denominazione, l'incremento nel numero degli alloggi nelle cantine e il piano di modifica del disciplinare, con l'obbligo di affinamento per 24 mesi in legno sulla versione riserva: per dimostrare che il Dolcetto può vincere anche la sfida del tempo.



GAMBERO ROSSO
ITALY
FOOD & WINE
ACADEMY

Il tuo biglietto di ingresso
per la cucina del futuro

Igles Corelli

Entra in Gambero Rosso Academy

Corsi per Appassionati | Corsi Professionali | Master

ROMA - NAPOLI - PALERMO - TORINO - LECCE

www.gamberorosso.it/academy

PARTNER



SPONSOR



E-COMMERCE. In pochi mesi balzi in avanti di quasi 3 anni. Come sarà la fase 2?

a cura di Loredana Sottile

Del boom dell'e-commerce nella Fase 1 ne abbiamo già parlato (per il vino le crescite sono state tra 150% e il 400% rispetto all'anno precedente). Ma cosa succederà con l'apertura del canale Horeca? Lo abbiamo chiesto a **Letizia Sebregondi** fondatrice di Gr@pes, la società di consulenza che supporta le cantine nello sviluppo delle vendite online b2b e b2c e che, dall'inizio dell'anno - complice l'emergenza Covid - ha visto l'incremento sia clienti (circa una decina tra nuovi e futuri) sia dei risultati: "Alcune cantine nei soli mesi di marzo e aprile" ci rivela "hanno superato il fatturato registrato in tutto il 2019. Il ticket medio del vino venduto si è abbassato del 10-20% a fronte però di una crescita di volumi esponenziale. Nei prossimi tre mesi probabilmente ci sarà una flessione delle vendite di vino online, legata sia alla stagionalità sia all'apertura degli esercizi commerciali e ristoranti. Questa crisi, però, ha accelerato un processo che negli ultimi anni si stava registrando e mercati poco maturi come l'Italia hanno fatto un balzo di quasi tre anni. Ritengo che la prova del 9 sullo switch di comportamento la avremo da ottobre in poi (oltre



il 60% del fatturato annuale si registrava in questo periodo), quando la situazione si dovrebbe (speriamo) essere davvero normalizzata e la crescita verrà comparata a volumi già alti". In ogni caso, il processo è ormai avviato e sarà difficile tornare indietro, così come sarà difficile cambiare le dinamiche di comunicazione che da questo periodo ne sono uscite rivoluzionarie: "La comunicazione ha cambiato il tono" rivela Sebregondi "dando più spazio alle emozioni e all'interazione con il pubblico. Le persone hanno avuto più tempo per ascoltare, leggere e commentare le storie delle aziende vinicole italiane. Le cantine che hanno creato maggiore empatia con il pubblico ne hanno beneficiato sia in termini di vendite sia in termini di immagine. La vendita online" conclude "abbatte la distanza che c'era fra le cantine e il consumatore, e permette finalmente di conoscere, comunicare e vendere al giusto target. Le aziende, quindi, saranno in grado di adottare una strategia omnicanale coerente, dove il data-driven marketing è la base per campagne mirate ed efficaci". Il post Covid è tutto da costruire.

E-COMMERCE. Nasce OriginalItalia, piattaforma per dare spazio ai più piccoli



Un portale di e-commerce per dare spazio e voce ai piccoli produttori del vino italiano e consentire ai consumatori, italiani e stranieri, di conoscere più da vicino le loro storie e acquistare i prodotti. Nasce con questo obiettivo

OriginalItalia, definita dagli organizzatori una piattaforma slow che, da nord a sud dell'Italia, riunisce per ora 24 cantine. Trasparenza, approccio sostenibile, prodotti 100% italiani a prezzi "giusti". **Il progetto**

accomuna realtà che dal vigneto alla vinificazione prediligono metodi come la vendemmia manuale, l'utilizzo limitato di solfiti, le buone pratiche di consumo energetico e di gestione dei rifiuti.

"La crescita dell'e-commerce in questo momento storico è importante. Lo dicono i numeri rilevati: +16% sulle modalità d'acquisto, 7% consegne a casa, +26% aumento importo della spesa e, in particolare, la vendita online di vini ha raggiunto il +245%", spiega Marino Casucci, ceo di OriginalItalia e fondatore del portale assieme a Corrado De Michelis, istruttore sommelier. "Abbiamo da sempre pensato" dicono "che i piccoli produttori meritassero una maggiore attenzione. Pensiamo che l'online non sia un nemico della distribuzione tradizionale, bensì un'opportunità per raggiungere cliente e mercati normalmente preclusi o comunque difficili".

MANIFESTAZIONI. A ottobre torna Milano Wine Week: un'edizione a prova di Covid

"Andiamo avanti, imparando a cambiare". È questo lo slogan della terza edizione della Milano Wine Week che, tenendo conto del momento che stiamo vivendo, si fa sempre più digitale ed internazionale. "Durante il lockdown abbiamo deciso di metterci in discussione" ha detto Federico Gordini, presidente di Milano Wine Week "e di raccogliere questa sfida, trasformando un gap in un'opportunità per poter realizzare, se possibile, un evento ancora più grande, importante e internazionale nel rispetto delle rigide normative imposte dall'emergenza". L'appuntamento è dal 3 all'11 ottobre a Milano, ma stavolta coinvolgendo tutto il mondo.

BUSINESS. La grande novità è, infatti, la realizzazione di una piattaforma digitale, la **Wine Networking Hub**, a supporto della manifestazione: una sorta di fiera virtuale, con visione 3d personalizzata e che permette di entrare a contatto con l'azienda. Al suo interno, si svolgeranno anche i **Digital Tasting internazionali**, ovvero degustazioni rivolte ai buyer e alla stampa internazionale, realizzate direttamente all'estero, in 10 sedi nel mondo (Londra, Monaco, Mosca, Pechino, Shanghai, Hong Kong, New York, San Francisco, Miami e Toronto) in contemporanea al quartier generale di Milano. "Sarà una piattaforma a servizio del mondo del vino,

non solo nei nove giorni della manifestazione" spiega Gordini "Il nostro obiettivo è stato non solo salvare la manifestazione, ma cogliere l'opportunità per Milano di essere una grande capitale del vino".

FORMAZIONE. Dal punto di vista della formazione, torneranno - ma stavolta fruibili anche da remoto - il **Wine Business Forum** (6 ottobre), realizzato in partnership con BS-Strategies e coordinato da Silvana Ballotta e il **Wine Generation Forum** (10 ottobre), realizzato in collaborazione con Agivi e dedicato ai millennials che lavorano nel settore vinicolo. E debutterà lo **Shaping Wine** (8 ottobre), realizzato in partnership con SDA Bocconi: un momento di riflessione sui trend innovativi e sul retail del mondo del vino.

CONSUMATORE. Il terzo asset è quello rivolto agli appassionati. Al suo interno, quest'anno si colloca anche il progetto **Wine Pairing**, nato da una costola della Milano Food Week, format gemello creato da Gordini nel 2009, la cui edizione 2020 è saltata a causa dell'emergenza sanitaria. Il progetto, che vuole rafforzare l'impatto comunicativo della ristorazione, settore



fortemente colpito dal lockdown, vedrà la partecipazione di alcuni chef italiani e internazionali, impegnati in altrettanti story-cooking legati al mondo del vino. L'evento sarà trasmesso in streaming sulla piattaforma digitale e sui social della manifestazione diventando un tutorial di un'attività che il pubblico potrà ricreare nella propria cucina acquistando sia il vino che gli ingredienti tramite **L'Enoteca di MWW**, un'enoteca fisica inserita nell'headquarter di Palazzo Bovara e, al tempo stesso, una piattaforma di e-commerce che consentirà al pubblico di degustare e acquistare un'ampia selezione dei vini che saranno protagonisti di Milano Wine Week.

Infine, sono confermati, anche per il 2020, i **Wine Districts**, con ogni quartiere brandizzato con la livrea di un Consorzio.

NEW DATE. La 15esima edizione di Radici del Sud si svolgerà dal 18 al 23 novembre



Slitta a novembre la 15esima edizione di Radici del Sud, l'evento che ha come protagonisti oli e vini del Sud Italia. Inizialmente prevista dal 10 al 15 giugno, la manifestazione è stata riprogrammata dal 18 al 23 novembre 2020 sempre al Castello di Sannicandro di Bari. "Il nostro primo pensiero" dice l'organizzatore Nicola Campanile "è quello di tutelare tutte le

persone che si stanno impegnando nell'organizzazione di Radici del Sud e di garantire al contempo una manifestazione ricca e coinvolgente a tutti i partecipanti. Auspicando che per il mese di novembre l'emergenza rientri, ci riserviamo la possibilità di rimodulare le nostre attività attenendoci a eventuali variazioni imposte dalle autorità, al fine di assicurare il miglior svolgimento possibile". Il programma di Radici del Sud rimane al momento sostanzialmente invariato e prevede i tour di approfondimento sui vitigni autoctoni per gli ospiti internazionali, gli incontri B2B per importatori e buyer e il concorso con vini del Meridione riservato alla stampa e ai tecnici del mondo enologico. Per il 23 novembre è previsto il Salone dei Vini e degli Oli del Sud Italia: i banchi d'assaggio aperti al pubblico, se l'emergenza sanitaria sarà rientrata, chiuderanno come ogni anno la manifestazione.

SOSTENIBILITÀ. Prosecco Docg sigla intese con EnelX e Novamont su efficienza energetica e fitofarmaci



Il distretto del Conegliano Valdobbiadene Docg ha siglato due protocolli di collaborazione con EnelX e con Novamont per accrescere l'efficienza energetica, favorendo le fonti rinnovabili, e per avviare la sperimentazione di ecodiserbanti e teli biodegradabili nel terreno. Dopo il divieto assoluto al glifosato e l'ottenimento della tutela Unesco nel 2019 per le Colline del Prosecco, il Consorzio di tutela guidato da Innocente Nardi, che dal 2011 ha adottato un apposito Protocollo

viticolo, fa un ulteriore passo avanti nelle buone pratiche ambientali. Uno studio realizzato assieme alla Fondazione Symbola ha consentito di indagare cinque dimensioni della sostenibilità, nell'ambito del quale sono stati siglati alcuni protocolli di sperimentazione.

Con EnelX, società del gruppo Enel, il Consorzio farà partire un'attività di formazione e sensibilizzazione sull'economia circolare nella produzione di energia rinnovabile, dell'efficienta-

mento energetico, dell'energy management e dello sviluppo della mobilità elettrica nei vigneti, nei processi e nelle attività accessorie di cantina. Assieme a Novamont (leader internazionale nel settore delle bioplastiche e dei biochemicals), i produttori sperimenteranno dei bio-erbicidi naturali e i teli per la pacciamatura in Mater-bi biodegradabile che sostituiranno quelli in plastica tradizionali.

Tra le azioni previste nei protocolli, anche l'adozione di tecnologie 4.0, tra cui **l'uso dei droni nei vigneti che serviranno a creare mappe georeferenziate** con cui elaborare carte di prescrizione per le attività in campo. Previste anche azioni di cura e salvaguardia dei cosiddetti ciglioni, che rappresentano uno degli elementi qualificanti e caratteristici del paesaggio delle Colline di Conegliano Valdobbiadene, patrimonio Unesco.

ACETO. Il Covid-19 frena la corsa del balsamico di Modena Igp: "Per alcune aziende, business azzerato". Le richieste del Consorzio alle istituzioni

La pandemia da Coronavirus e gli effetti sull'economia hanno rallentato la corsa dell'Aceto Balsamico di Modena Igp. Per questa eccellenza dell'agroalimentare made in Italy, il livello produttivo del 2019 è arrivato a sfiorare quota 96 milioni di litri certificati, con un +6% rispetto al 2018, riportando il valore del fatturato alla produzione oltre ai 390 milioni di euro e quello al consumo vicino al miliardo di euro.

Il 2020 si era aperto seguendo lo stesso trend, ma anche per il comparto del balsamico è arrivata la crisi.

Federico Desimoni, direttore del Consorzio di tutela, fa il punto: "Nel 2020, circa il 50% delle aziende ha affrontato un andamento negativo rispetto a quello dell'anno precedente, il 30% di cali molto significativi e preoccupanti fino ad arrivare a un gruppo di aziende che ha sostanzialmente visto il proprio business azzerato".

In attesa della fine dell'emergenza, il settore chiede interventi legislativi e provvedimenti di natura generale tra cui:



contributi per il sostegno dell'ammasso privato, lo strumento del pegno rotativo per facilitare l'accesso al credito bancario e l'investimento di fondi importanti per un progetto di rilancio e promozione del segmento Horeca, dedicato ai prodotti Dop e Igp. Nel frattempo, **l'inventuro resta in botte a maturare, anche oltre i tempi previsti dal disciplinare.** E il Consorzio presieduto da Mariangela Grosoli, a tal proposito, chiede un sostegno economico a chi decide di prolungare l'affinamento. - G. A.

L'Aceto Balsamico di Modena in cifre

Il Consorzio è composto da 51 aziende per l'80% della produzione certificata. Al mondo dell'Aceto balsamico di Modena Igp appartengono 119 cantine, 61 concentratori, 72 acetarie e 177 confezionatori; gli addetti al settore sono oltre 1.000. Il 92% della produzione è esportato in 120 Paesi.

CHIANTI DOCG. Intesa commerciale tra Valvirginio e Colline Pisane

Entra in vigore l'intesa tra la cantina sociale Colli Fiorentini Valvirginio, il più grande produttore di Chianti al mondo col 7% delle quote della Docg, e la cantina sociale **Colline Pisane, che ha concesso in affitto a Valvirginio i propri due rami di azienda con marchi distribuiti in horeca e gdo e il negozio di Crespina Lorenzago** (in provincia di Pisa).

"Attualmente la nostra cantina sociale" spiega il presidente della Colli Fiorentini Valvirginio, Ritano Baragli "può contare su 7 punti vendita in Toscana, ai quali oggi si aggiunge il negozio di Crespina Lorenzago. L'accordo ci consente di allargare ulteriormente la nostra



presenza commerciale sia nei canali al dettaglio che nella grande distribuzione e, soprattutto, permette di rilanciare una parte importante di produzione vinicola finita in sofferenza, quella del territorio delle Colline Pisane".

Fondata nel 1972, la cooperativa Valvirginio è attiva a Montespertoli e riunisce 650 soci, trecento dei quali conferiscono 11 milioni di chili di uve su 1.500 ettari, in gran parte ricadenti nella Docg Chianti. La cantina Colline Pisane, presieduta da Mario Scutti, è nata nel 1961 e opera a Lari, Fauglia, Crespina, Casciana Terme e Terricciola, e progressivamente ha visto ridursi vigneti e numero di soci. "Siamo orgogliosi" ha detto Baragli "di accogliere nel nostro perimetro una realtà storica della viticoltura toscana per offrire un percorso di rilancio e nuova crescita".

IMPRESE. Red Circle sale al 5% del capitale di Masi Agricola

Cambia la quota di partecipazione di Red Circle Investments S.r.l. nel capitale di Masi Agricola, società quotata al mercato



Aim di Borsa Italiana. La società di Bassano del Grappa (Vicenza) ha raggiunto la soglia rilevante del 5% del capitale sociale rappresentativo di azioni che conferiscono diritto di voto.

A seguito di tale cambiamento, oltre a Red Circle, gli azionisti che detengono in Masi Agricola una partecipazione almeno pari al 5% (i cosiddetti azionisti significativi) risultano essere Sandro Boscaini (24,5%), Bruno Boscaini (24,5%) e Mario Boscaini (24,5%). Il Gruppo Masi ha fatturato nel 2019 circa 65 milioni di euro con un Ebitda del 17% circa.



#stappacongamberorosso



**Chardonnay Particella 3 2017
Doc Collio
RONCO BLANCHIS**

Nel piccolo borgo rurale di Mossa, sui versanti soleggiati di Colle Blanchis in Friuli Venezia Giulia, sorge la cantina Ronco Blanchis. Assaggiamo in anteprima il Collio Chardonnay '17 della Particella 3, nato da una selezione di uve provenienti da una particella di un ettaro, nella parte più calcarea della collina. Un bianco dal colore paglierino intenso, naso armonico con profumi di frutta matura, agrumi e fiori bianchi. Un vino di struttura e pienezza con una bella vena acida e un finale lungo e appagante che sfuma su note tostate. Molto versatile, è perfetto con formaggi cremosi e piatti a base di pesce crudi e cotti. Scopri di più www.roncoblanchis.it

Per guardare la puntata
www.instagram.com/tv/CALJVCuDLGs/

LIVE MASTERCLASS. Viaggio in Champagne per il Gambero Rosso. Da mercoledì al via gli incontri digitali dedicati a Moët & Chandon condotti da Marco Sabellico

a cura di Loredana Sottile



Non è una semplice Maison di Champagne, ma una vera icona di eleganza e successo. Con 277 anni di storia alle spalle, Moët & Chandon ha mantenuto intatta la sua allure, quella che ha affascinato altrettante icone di stile.

GLI INCONTRI. A partire da 20 maggio, ogni mercoledì per quattro settimane, il Gambero Rosso renderà omaggio al più leggendario degli Champagne con il ciclo di instagram live masterclass "Viaggio in Champagne" **condotti dal curatore della guida Vini d'Italia Marco Sabellico, insieme a tanti ospiti: la wine influencer Sara Piovano e gli chef**

Marco Fadiga e Riccardo di Giacinto.

"Vogliamo raccontare" dice Marco "la nascita di un mito e la lunga storia della Maison che ha superato guerre, carestie e momenti difficili (come anche quello attuale), riuscendo sempre a rialzarsi, forte del lavoro di generazioni e generazioni di vignaioli che hanno sempre creduto nella qualità. L'obiettivo è conoscere più da vicino questa realtà e, allo stesso tempo, regalare un momento di spensieratezza alla portata di tutti".

"La masterclass di Gambero Rosso è un'occasione preziosa per la nostra Maison" spiega Fanny Bonet-Monserat,

senior brand manager Moët & Chandon per l'Italia "perché ci permette di raccontare a un pubblico trasversale, non solo la sua storia e il suo savoir-faire unico, ma anche la grande versatilità dei propri Champagne, capaci tanto di essere perfetti per un brindisi di celebrazione quanto di abbinarsi al meglio che la cucina italiana sa offrire".

Protagonisti degli incontri saranno tre espressioni inconfondibili della cantina francese: Moët Impérial, Rosé Impérial e Grand Vintage Rosé.

GLI CHAMPAGNE. Moët Impérial è un vero marchio di fabbrica che ha da poco compiuto i 150 anni: il blend si compone sempre di due terzi abbondanti di Pinot Noir e Meunier e di quasi un terzo di Chardonnay. Al naso, i suoi radiosi aromi rivelano succosi frutti a polpa bianca, agrumi, note floreali ed eleganti note bionde. Al palato, risulta leggero e generoso, abbondante e fresco. Ma il suo tratto distintivo è senz'altro la seduzione.

Rosé Impérial è la vie en rosé di Moët & Chandon. Al momento, la tecnica prevalente per la produzione di rosé nella Champagne prevede il cosiddetto "assemblaggio", che consiste in una miscelazione di vini rossi e bianchi. Nello specifico, Moët & Chandon prevede l'impiego di uve di Pinot Noir, Meunier e Chardonnay.

Il risultato è uno champagne brut che riunisce intenso aroma e colore rosa, pur rimanendo lieve al palato.

Il **Grand Vintage Rosé** è, invece, un millesimato, la cui componente rossa viene unicamente da uve Pinot Noir, raccolte solamente dai vigneti Premiers Crus e Grands Crus. Al naso le prime note fresche di pompelmo rosa e arancia rossa sono seguite da sfumature di frutti rossi. In pratica, un eccezionale compendio di complessità, maturità e carisma che sembra evocare, per colori, sfumature e delicatezza, il passaggio dalla primavera all'estate.

Save the date: i 4 Instagram Live Masterclass

Mercoledì 20 maggio, 17.45-18.20: si parte dall'approfondimento sul terroir della Champagne. Insieme a Marco, ci sarà la millennial wine influencer Sara Piovano.

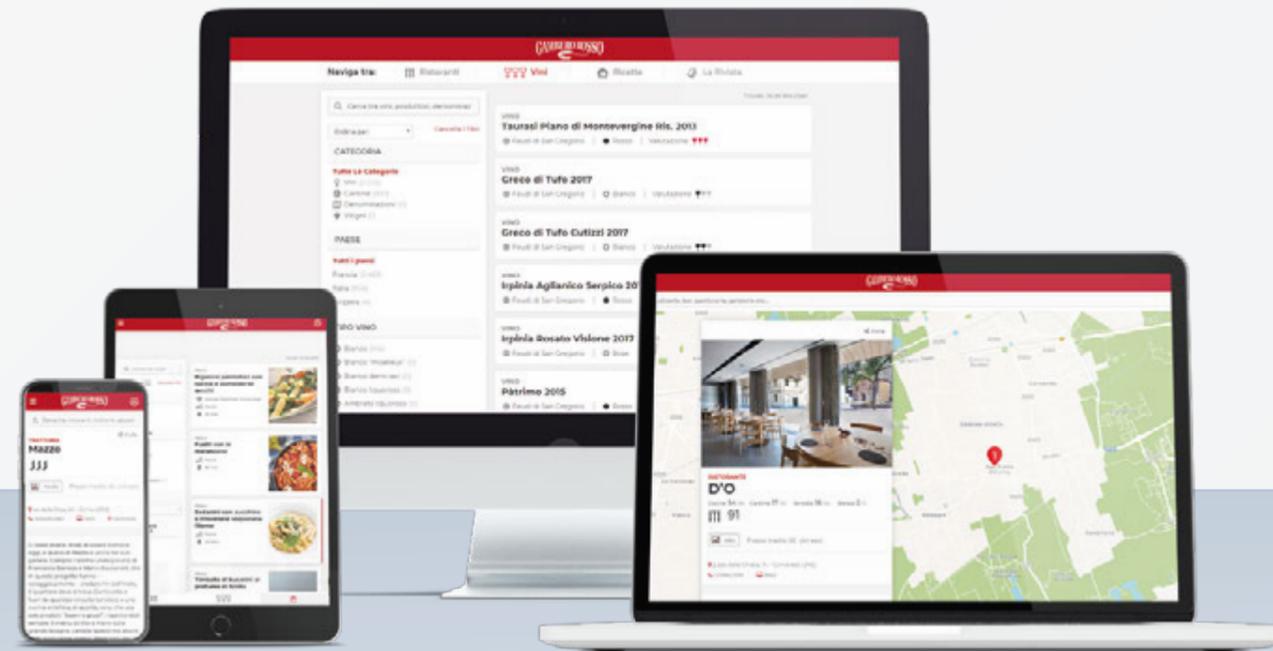
Mercoledì 27 maggio, 17.45-18.15: nel secondo episodio, Marco Sabellico insieme a Sara Piovano, proporrà un tasting di Moët Impérial, Rosé Impérial e Grand Vintage Rosé

Mercoledì 3 giugno, 17.45-18.15: nel terzo appuntamento si affronta il tema abbinamento. Stavolta, insieme a Sabellico, ci sarà Marco Fadiga, per la proposta di una ricetta in pairing con Moët Impérial

Mercoledì 10 giugno, 17.45-18.15: si conclude in grande stile con una ricetta di Riccardo di Giacinto da abbinare a Grand Vintage Rosé 2012, sempre in compagnia di Marco

Gambero Rosso PREMIUM

Accedi a tutti i contenuti delle guide ovunque sei, quando vuoi



Le guide di Gambero Rosso finalmente in formato digitale!

Utilizza il motore di ricerca di **Gambero Rosso PREMIUM** da web, tablet e smartphone, e troverai:

	2200 ristoranti		1300 bar		700 oli
	600 pizzerie		22000 vini		400 aziende olearie
	500 pasticcerie		2500 cantine		1500 ricette

<https://www.gamberorosso.it/abbonamenti>

PROVA GRATIS*

*Primo mese gratuito, disdici quando vuoi

EVENTO. Parte il viaggio enoico nell'Italia coi sommelier di Aspi

Denso calendario di appuntamenti per appassionati e professionisti all'insegna di #SommelierAtHome, l'iniziativa promossa dall'Aspi, associazione sommelier professionale italiana in periodo di emergenza sanitaria, che ha promosso un viaggio enoico nelle regioni del vino del Belpaese. Ad ogni tappa, i partecipanti riceveranno direttamente a casa il vino da degustare, guidati dai sommelier Aspi e dagli stessi produttori che si collegheranno in videoconferenza. Regione per regione, le cantine, i vini e i territori potranno essere raccontati direttamente dai protagonisti.

L'evento (#ASPIatHome su Facebook e Instagram) partirà dal Piemonte, martedì 26 maggio, alle 20.30, con "Le caratteristiche della Barbera", spiegate da **Davide Canina** (sommelier del ristorante La locanda del Sant'Uffizio) per scoprire le differenze nelle varie zone del Piemonte, da Langa e Roero passando per il Monferrato, astigiano e casalese, fino alla nuova Docg del Nizza. Si prosegue martedì 2 giugno con l'evento "Il Timorasso, grande bianco piemontese", raccontando la storia del vitigno fino ai giorni nostri. L'escursione in Piemonte si concluderà martedì 9 giugno con "Il Nebbiolo in Piemonte".

Il viaggio proseguirà nel Sud Italia, questa volta guidati dal sommelier Aspi, Angelo Di Costanzo, che si collegherà online coi partecipanti per raccontare i vini della Campania. Per informazioni e iscrizioni: info@aspi.it

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli

coordinamento contenuti

Loredana Sottile

sottile@gamberorosso.it

hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli,
Servizio Giuridico Unione Italiana Vini

progetto grafico

Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti

settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201

pubblicità

direttore commerciale

Francesco Dammicco - 06.55112356

dammicco@gamberorosso.it

resp. pubblicità

Paola Persi - 06.55112393

persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

14 MAGGIO

#STAPPACON GAMBEROROSSO

Marco Sabellico degusta
Ronco Blanchis
Chardonnay annata 2017
ore 18
account Instagram e web tv
del Gambero Rosso

16 MAGGIO

#STAPPACON GAMBEROROSSO

Marco Sabellico degusta
Zorzettig - Friulano Myò
Vigneti di Spessa 2018
ore 18 account Instagram e
web tv del Gambero Rosso

17 MAGGIO

#SAGRANTINO SPLASH MOB: COME IN UMBRIA

ore 19.30
sulla pagina Facebook del
Consorzio Montefalco
[www.facebook.com/
consorzio.montefalco](http://www.facebook.com/consorzio.montefalco)

18 MAGGIO

#STAPPACON GAMBEROROSSO

Marco Sabellico degusta
Isola Augusta - Les Iles
Chardonnay
ore 18 account Instagram e
web tv del Gambero Rosso

19 MAGGIO

#STAPPACON GAMBEROROSSO

Marco Sabellico degusta
Cavit - Altemasi Trentodoc
Millesimato 2016
ore 18 account Instagram e
web tv del Gambero Rosso

20 MAGGIO

INSTAGRAM LIVE MASTERCLASS : IL TERROIR DELLA CHAMPAGNE.

ore 17.45-18.20
Insieme a Marco, ci sarà la
millennial wine influencer
Sara Piovano.

21 MAGGIO

#STAPPACON GAMBEROROSSO

Marco Sabellico degusta
Cantina Produttori di
Bolzano - Alto Adige
Gewürztraminer 2019
"Kleinstei"
ore 18 account Instagram e
web tv del Gambero Rosso

21 E 18 MAGGIO

ISMEA RISPONDE

Gli esperti dialogano
con le aziende
ore 15.00
ismae.it

27 MAGGIO

INSTAGRAM LIVE MASTERCLASS

ore 17.45-18.10
Marco Sabellico e Sara
Piovano proporranno un
tasting di Moët Impérial,
Rosé Impérial e Grand
Vintage Rosé

30 MAGGIO

CANTINE APERTE EDIZIONE ONLINE

fino al 31 maggio
movimentoturismovino.it

30 MAGGIO

INCANTINA HOME EDITION

fino al 31 maggio
mtvtoscana.com

3 GIUGNO

INSTAGRAM LIVE MASTERCLASS

ore 17.45-18.15
Lo chef Marco Fadiga,
insieme a Sabellico,
propone una ricetta in
pairing con Moët Impérial

5 GIUGNO

PALIO DEL CHIARETTO

Bardolino (Verona)
centro storico
fino al 7 giugno
bardolinotop.it

GRANDI CANTINE ITALIANE. Emilia Romagna/3

Le grandi cantine dell'Emilia Romagna



VIA CA' BACCHINO, 1665 | SAN CLEMENTE (RN)

WWW.TENUTAMARA.COM | INFO@TENUTAMARA.IT | 0541 988870

Sogno, visione, tensione appassionata verso una romantica idea di vino e costruzione minuziosa del progetto finalizzato alla sua realizzazione: questa è la Tenuta Mara nella sua essenza voluta da Giordano Emendatori, che ha dedicato il nome dell'azienda alla moglie. L'acquisto dei terreni arriva nel 2000, seguito dall'impianto del vigneto nella zona vicino al borgo collinare di San Clemente, nel Riminese. Tutto è stato realizzato con grande cura e occhio attento alla sostenibilità, sia nel vigneto sia in cantina, dove vigono i dettami della biodinamica. Anche il progetto architettonico e la struttura di vinificazione e affinamento dei vini è improntata alla sostenibilità: è una visione etica oltre che estetica.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Guiry '16

I terreni da cui proviene il sangiovese utilizzato per il Guiry si trovano tra i 200 e 260 metri d'altitudine; il mosto fermenta naturalmente, senza l'inoculo di lieviti selezionati e poi matura in cemento per circa un anno. Il risultato è un rosso fitto, snello e scorrevole, con l'acidità che regala briosità alla beva e il finale pulitissimo e profondo. Da abbinare al bollito misto.

MaraMato '16

Il sangiovese utilizzato per quest'etichetta viene lasciato in macerazione per alcune ore prima di essere pressato sofficemente e separato dalle bucce. Successivamente il vino evolve per 12 mesi in tonneau di rovere francesi e affina in bottiglia ancora per un anno. Affascina nelle sue note di scorza di agrumi e vaniglia, sferzato da note balsamiche. In bocca è vellutato, venato da bella acidità. Interessante su carni bianche saporite, come il coniglio.



MaraMia '16

È una versione che regala profumi di frutto rosso molto evidenti, tratti ematici e cenni di spezie dolci. Di sicuro un naso affascinante che anticipa un sorso cremoso, ritmato grazie a un tannino appena accennato e a una freschezza che smorza una piccola punta di dolcezza sul finale. Perfetto per accompagnare il filetto di maiale al forno.



GERMANIA. Più vino locale per i tedeschi. Ma l'export perde il 33%



consumatori tedeschi incrementano i consumi di vino Made in Germany nel primo trimestre del 2020 con incrementi nei valori del 2% e nei volumi del 4%, rispetto allo stesso periodo di un anno fa. Lo riferiscono i dati Nielsen sui consumi domestici, nell'ambito di un sondaggio commissionato dal German wine institute (Dwi). Le restrizioni dovute all'epidemia da Coronavirus nel Paese hanno determinato un generale aumento degli acquisti che ha sfiorato il 10% sia a volume sia a valore. Considerando tutti i vini, fa sapere l'istituto, **il primo trimestre 2020 è risultato stabile, con un leggero calo dell'1% nei valori degli acquisti.** Il prezzo medio

del vino nel suo complesso è stato di 3,48 euro per litro (-1%), mentre quello dei vini tedeschi è sceso del 2% a 3,64 euro/litro.

I CANALI. Durante il periodo di lockdown, gli acquisti di vino si sono spostati dalla ristorazione e dagli operatori specializzati verso i supermarket e verso il commercio al dettaglio di alimentari, come ha rilevato l'Università di Geisenheim in una indagine apposita condotta tra cantine, cooperative di viticoltori e imbottigliatori. Per quanto riguarda l'online, l'incremento segnalato da gennaio a marzo è stato per le cantine del 42%, ma capace di mitigare in piccola parte gli effetti delle perdite degli altri canali di distribuzione.

EXPORT. Guardando alla nuova situazione, il German wine institute parla di "sfida più difficile per i produttori", considerando che il primo trimestre ha registrato per le cantine una perdita delle vendite del 50% rispetto alla ristorazione e del 23% nei confronti degli operatori specializzati. L'export, in particolare, si è ridotto del 33% a causa della crisi economica globale.

IL FUTURO. Per aprile e maggio, le aspettative da parte di cantine e cooperative sono pessimistiche e si attendono numeri peggiori nel secondo trimestre dell'anno. A registrare un incremento delle vendite saranno, secondo le stime, i produttori più grandi.

IL MIO EXPORT

Carla Fiorini - Fiorini

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

L'export interessa circa il 10% del nostro fatturato. I Paesi di riferimento sono quelli del Nord Europa: Belgio, Olanda, Germania, Svizzera e Danimarca. Poi abbiamo recentemente aperto un canale con gli Usa.

2 Cosa è cambiato e come stanno andando le esportazioni con il lockdown?

Stavamo riscontrando una buona crescita, prima della pandemia. Ora tengono i clienti privati che acquistano con ordini, anche numerosi, via mail o tramite e-commerce. Per il resto, speriamo sia una fase quanto più breve...

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

Negli ultimi anni abbiamo notato una maggior apertura dei consumatori o comunque dei possibili clienti nei confronti di vini meno conosciuti, una buona attenzione al rapporto qualità-prezzo e, soprattutto in Nord Europa, una crescente attenzione al tema del biologico (la nostra azienda è a conduzione biologica dal 2013).

4 Come promuoverete il vostro vino nei mercati internazionali e come lo state facendo in questo periodo di emergenza?

Finora partecipavamo a fiere internazionali (fra le principali, Vinitaly a Verona e Prowein a Düsseldorf), wine-tasting e incontri B2B organizzati nelle aree in cui abbiamo clienti o cerchiamo di penetrare il mercato. Purtroppo, ora la situazione lascia poche speranze per questo tipo di canale anche per il prossimo futuro: è chiaro che ci vorrà del tempo per ritornare a fare promozione di quel genere. Dunque, per il momento puntiamo sui clienti privati con la promozione sui social, il digital marketing a supporto dell'e-commerce e i rapporti con la stampa. Del resto, finché l'Horeca non ripartirà, è tutto quello che possiamo fare.

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

In un paio di volte durante wine tasting in Norvegia e Danimarca mi è capitato che le persone mi chiedessero se non stessi scherzando sul prezzo dei miei vini: restavano molto sorpresi dell'alto rapporto qualità-prezzo.



❖ Fiorini - Barchi - Pesaro Urbino - www.fioriniwines.it

NEL PROSSIMO NUMERO
CANTINA ZACCAGNINI

“MISURE ANCORA INSUFFICIENTI PER IL VINO”. IL SETTORE CHIEDE DI PIÙ

▲ a cura di Gianluca Atzeni

Riduzione delle rese, distillazione di crisi, vendemmia verde, promozione, autorizzazioni. Tutti i provvedimenti Mipaaf e Ue di questi due mesi per far fronte a una crisi senza precedenti. Ma le associazioni non appaiono soddisfatte, nemmeno dopo il DL Rilancio, che stanziava 100 milioni di euro per contenere le produzioni



La parola del momento è “rilancio”. Quello auspicato, in primis, dal Governo Conte che dopo una lunga gestazione ha appena dato il via libera al nuovo decreto, che segue il DL Cura Italia (16 marzo) e il DL Liquidità (6 aprile), per finanziare le attività economiche con 55 miliardi di euro. Ma se rilancio è un trend topic, la domanda più impellente è “quando”? Quando ci sarà la vera ripartenza? Quando (e se) si tornerà ai livelli pre-crisi? Le aziende del comparto vitivinicolo, come quelle degli altri settori, hanno subito l’inaspettata intrusione del Coronavirus nel proprio mondo. Di fatto, il Covid-19 è riuscito a cambiare in maniera sostanziale l’economia, come mai accaduto finora stando ai dati statistici: dinamiche di vendita stravolte, export fermo quasi ovunque, marketing da reinventare, rapporti coi fornitori totalmente modificati e canali di commercializzazione italiani ed esteri che, a due mesi dal blocco totale, non sembrano più gli stessi. In questo nuovo scenario, con la produzione industriale ai minimi storici, il turismo mondiale stimato tra -60% e -80% nel 2020 secondo il recente rapporto Unwto, le perdite registrate nel primo quadrimestre che per gran parte delle imprese superano il 60%, i rimedi messi in campo dall’Europa e dall’Italia appaiono parziali, incompleti, insufficienti. Compresi i 100 milioni di euro appena stanziati nel DL Rilancio per la riduzione volontaria delle rese. E il mondo del vino italiano, tornato a guidare la classifica dell’export mondiale, attraverso le organizzazioni dei produttori, non esita a parlare di scelte poco coraggiose delle istituzioni e della necessità di un piano di rilancio organico e complessivo.

Il testo del Decreto Rilancio (Art.216. Contenimento produzione e miglioramento della qualità)

“Al fine di far fronte alla crisi di mercato nel settore vitivinicolo conseguente alla diffusione del virus Covid-19, è stanziato l’importo di 100 milioni di euro per l’anno 2020, da destinare alle imprese viticole obbligate alla tenuta del Registro telematico che si impegnano alla riduzione volontaria della produzione di uve destinate a vini a denominazione di origine ed a indicazione geografica attraverso la pratica della vendemmia verde da realizzare nella corrente campagna. La riduzione di produzione di uve destinate alla vinificazione non può essere inferiore al 20% rispetto al valore medio delle quantità prodotte negli ultimi 5 anni, escludendo le campagne con produzione massima e minima, come risultanti dalle dichiarazioni di raccolta e di produzione presentate ai sensi del decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali del 18 luglio 2019, n. 7701 che ha abrogato il decreto ministeriale del 26 ottobre 2015 n. 5811, da riscontrare con i dati relativi alla campagna vendemmiale 2020/21 presenti nel Registro telematico istituito con decreto ministeriale n. 293 del 20 marzo 2015”.

UNO TSUNAMI SUL SETTORE

Proviamo a tornare indietro di qualche mese quando, a metà febbraio, la filiera nazionale ed europea tirava un lungo sospiro di sollievo dopo la decisione del governo statunitense di Donald Trump di non inasprire al 100% l'attuale tassazione del 25% sui vini in ingresso nel mercato Usa. Nonostante il clima di generale instabilità, le imprese si preparavano ad affrontare la stagione delle grandi fiere internazionali con l'occhio alla vendemmia 2020. Poi, a marzo, come uno tsunami, è arrivata la pandemia da Covid-19 che ha travolto quasi tutto. Le conseguenze del lockdown, dagli Usa al Giappone, sono state da subito molto chiare per il comparto vitivinicolo, che ha visto nero e ha chiesto immediatamente massima flessibilità nelle misure del Piano nazionale di sostegno (Pns), che ogni anno mette a disposizione 330 milioni euro.

L'INTERVENTO DI MIPAAF E UE

Le istituzioni, Commissione Ue e MipAAF, hanno provato a mettere una pezza in uno scenario assolutamente imprevedibile. La flessibilità è stata la parola d'ordine che ha ispirato gli interventi in materia di ristrutturazione e riconversione dei vigneti, autorizzazioni per i nuovi impianti, investimenti, assicurazione e promozione. La filiera ha chiesto e ottenuto lo spostamento delle scadenze in avanti, dalla validità delle autorizzazioni all'eliminazione delle penalità previste dai regolamenti dell'Ocm vino nei casi in cui, per cause di forza maggiore come la pandemia, non si completino i progetti già finanziati. A questo sono serviti il primo decreto Proroghe del MipAAF del 31 marzo e il pacchetto di misure varato da Bruxelles il 30 aprile scorso. Ma sul lato finanziario le risorse hanno decisamente scarseggiato.

Francia: ok a 140 mln per la distillazione

La Francia interviene a sostegno del settore vino con un budget da 100 milioni di euro per l'esenzione dei contributi previdenziali fino al 100% per le imprese vinicole più colpite, a cui si aggiungono 140 milioni di euro per la distillazione di crisi (di cui 80 derivanti dai fondi Ocm nazionali) e la richiesta all'Ue di un fondo di compensazione. Il governo ha parlato di primo step di interventi. La filiera nazionale (Cnaoc, Fnsea, Vignerons indépendants, Cniv, Union des maisons et marques de vin, Jeunes agriculteurs, Confédération des vins Igp, Coopération agricole) ha immediatamente fatto sapere che pur considerando positive le misure le ritiene ancora non sufficienti a sostenere la crisi economica in atto. Anche il sindacato dei vigneron della Champagne non ritiene adeguata la misura e non in grado di guardare all'impatto atteso sull'economia del vino nei prossimi mesi.

Fivi chiede Iva agevolata sul vino al 10%

Lettera della Fivi ai ministri Bellanova (agricoltura) e Gualtieri (economia) per sostenere il vino e l'horeca. La Federazione italiana vignaioli indipendenti chiede un'Iva agevolata sul vino dal 22% al 10% fino a tutto il 2023; la sospensione (ovvero il posticipo) del versamento dell'Iva relativa alle fatture emesse da marzo in poi; l'esigibilità dell'imposta sul valore aggiunto esigibile al momento dell'incasso e non alla consegna o alla spedizione, sempre fino a dicembre 2023.

I MALUMORI DEGLI INDUSTRIALI

La prima a storcere il naso è la filiera europea del vino. "La Commissione Ue ha presentato queste misure come una importante concessione di flessibilità, ma noi lo consideriamo come un necessario adattamento delle regole sul fronte amministrativo", spiega a Tre Bicchieri **Ignacio Sánchez Recarte**, segretario generale del CeEV, che rappresenta la filiera europea dell'industria vitivinicola. Bruxelles ha concesso al vino un maggiore finanziamento delle misure del Pns, passato dal 50% al 60%, ha dato l'ok all'allungamento del periodo della vendemmia verde fino a luglio e ha introdotto due nuove misure che potranno essere finanziate nel 2020: la distillazione di crisi (che con 50 milioni di euro toglierà dal mercato circa 2,5 milioni di ettolitri) e lo stoccaggio (o ammasso privato). Ma l'Ue ha anche detto chiaramente, attraverso il commissario Janusz Wojciechowski, che i soldi a disposizione in un periodo di passaggio tra vecchia e nuova Pac sono molto pochi e che i governi dovranno trovare risorse attraverso una rimodulazione dei fondi già distribuiti all'interno dei singoli Pns. "Per il momento" sottolinea Sánchez Recarte "la Commissione non prevede altri pacchetti specifici. Stoccaggio e distillazione, invece, avrebbero bisogno di risorse ad hoc per essere efficaci".

BELLANOVA CHIEDE A BRUXELLES PIÙ RISORSE

Il Consiglio europeo dei ministri dell'agricoltura e della pesca, svoltosi mercoledì 13, ha lasciato l'ennesimo amaro in bocca anche alla stessa ministra italiana **Teresa Bellanova**: "Alcune misure adottate, in particolare gli stoccaggi privati, vanno sicuramente nella direzione auspicata ma si tratta di misure caratterizzate da una portata molto limitata, oppure di scarsa efficacia, molto costose e obsolete, o purtroppo incomplete. E su questo chiedo alla Commissione un intervento deciso". Si spera, infatti, in ulteriori risorse che potranno spuntare dalla discussione sulla Farm to fork strategy che l'esecutivo europeo guidato da Ursula von der Leyen presenterà a fine maggio. La delusione >>

della Bellanova è forte guardando al comparto vitivinicolo, alfiere del Made in Italy agroalimentare: "Concedere solo una maggiore flessibilità è insufficiente" ha ribadito "mentre è urgente un piano concreto di rilancio, dotato di adeguate risorse finanziarie, in particolare per investire sulla promozione".

IL DECRETO RILANCIO

Appaiono, quindi, una goccia nel mare le misure contenute nell'ultimo provvedimento di Palazzo Chigi per il vino, che comprendono un finanziamento da 100 milioni di euro per il 2020, riservato a chi si impegna a ridurre volontariamente la produzione dei vini a Do e a Ig (non meno del 20%), attraverso un taglio delle rese, calcolato sulla media degli ultimi cinque anni (vedi box). Per le aziende è previsto un ristoro per ogni ettaro interessato da questa operazione che si configura come vendemmia verde. Ma i criteri e i dettagli saranno oggetto di un futuro decreto applicativo del MipAAF. Con l'Horeca in fase di riapertura e l'export quasi fermo, l'esigenza è contenere le produzioni ed evitare un pericoloso deprezzamento dei valori del vino sul mercato. Un emendamento contenuto nel Dl Liquidità del 6 aprile, in discussione alle Camere, va nella stessa direzione, prevedendo un taglio delle rese dei vini comuni da 500 a 300 quintali/ettaro. Oggi, l'Italia ha tanto vino in pancia: l'ultimo bollettino Icqrf del 7 maggio scorso quantifica in 50,8 milioni di ettolitri gli stock di vino (-1,2 mln/hl rispetto al 28 aprile). Il rischio di una crisi di un overload di mercato è concreto. Ecco perché la misura contenuta nel Dl Rilancio appare inadeguata, in mancanza di un piano più generale.

LA VOCE DELLE ASSOCIAZIONI

A chiedere cospicui investimenti per il rilancio dell'immagine del vino sui mercati esteri è l'**Unione italiana vini**, che propone una modifica della dotazione finanziaria dell'Ocm, spostando dalla misura ristrutturazione alla promozione 50 milioni l'anno per tre anni (150 milioni), in modo da aggiungerli ai 100 milioni l'anno dei Pns e, quindi, consentano di attivare, con 450 milioni di euro, un totale di 900 milioni di euro tra 2021 e 2023. Fondi che andrebbero a integrare quelli per il sistema Paese previsti da Ministero per gli affari esteri e da Agenzia Ice. Per il segretario Uiv, Paolo Castelletti, questa misura andrebbe accompagnata da una revisione del regolamento esecutivo Ocm che consenta di fare promozione non solo nell'extra Ue ma anche nel mercato interno. La **Federvini** saluta positivamente la flessibilità introdotta, avverte sul reale rischio surplus di mercato nel 2020, ma ritiene necessario intervenire non solo sul lato della produzione bensì mediante "un disegno complessivo sul sistema del vino italiano", come sottolinea il direttore generale, Ottavio Cagiano.

Pressing sull'Ue per attivare il Moss

Si chiama Moss e sta per Mini one stop shop. Già identificato dalla Commissione come la soluzione per una vendita a distanza, semplice e tracciata, consente a un'impresa (per esempio un'italiana) di informare il proprio Fisco che sta per vendere una bottiglia di vino a un consumatore di un altro Paese membro (ad esempio la Germania), pagando le accise nel Paese di partenza, il quale girerà la somma dovuta a quello di destinazione in sede di bilancio annuale. Un processo di semplificazione che dipende dalla revisione della Direttiva (Ue) 2020/262 del Consiglio. L'industria europea sta lavorando da due anni su questo, chiedendo alla Commissione di fare la proposta e al Consiglio di accettarla. In periodo di lockdown sarebbe una valida alternativa al calo delle vendite.

"Al momento" rileva la **Cia agricoltori italiani** "l'approccio della Commissione Ue nei confronti del comparto vitivinicolo non è all'altezza del rischio default che sta correndo il settore". Inoltre, una distillazione con fondi Pns da trovare tra i budget regionali inutilizzati, osserva il responsabile vino Domenico Mastrogiovanni, potrebbe incontrare qualche difficoltà. Per **Confagricoltura**, i 100 milioni del decreto sono una cifra "interessante" ma il problema sarà il basso valore medio dei volumi calcolati sul quinquennio. "Ai produttori, soprattutto ai piccoli in difficoltà con l'Horeca, occorre garantire liquidità con meno burocrazia", afferma il Dg Federico Castellucci, ricordando che non sono ancora stati incassati i crediti 2019. Inoltre, occorrerà avere una visione d'insieme sul mercato: "Argentina, Cile, Australia e Nuova Zelanda sono pronte a una concorrenza spietata verso l'Italia". L'**Alleanza cooperative** considera positive le deroghe sulle misure del Pns arrivate il 31 marzo, attende dal MipAAF l'importantissima modifica delle modalità applicative della misura Promozione e mostra perplessità sulla misura nel Dl Rilancio: "I timori sono legati alla possibilità di istituire dei controlli efficaci e, inoltre, le nostre associate vedono come ultima ratio la distruzione del prodotto".

Tra i provvedimenti futuri, si auspicano "ulteriori interventi per la liquidità oltre le misure del Dl di aprile. È assolutamente necessaria" rimarca il responsabile vino Luca Rigotti "una forte campagna di promozione istituzionale nazionale ed estera sul Made in Italy". Ma la vendemmia si avvicina e non va dimenticata la mancanza di manodopera agricola, oggetto del Dl Rilancio, che prevede la regolarizzazione dei migranti: "Con l'avanzare della stagione" rileva Alleanza cooperative "il fabbisogno nei vigneti aumenta". E i risultati delle misure del decreto si vedranno tra alcune settimane. Nelle campagne, già in piena attività, ricorda la **Coldiretti**, c'è bisogno di 200 mila lavoratori. L'agricoltura potrà aspettare così tanto? ❖

“RIPRESA DEL MERCATO USA? ASPETTIAMO L'AUTUNNO”. INTERVISTA A LASPINA, ALLA GUIDA DI ICE NY

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

Da una Manhattan quasi spettrale, parla il neodirettore dell'Istituto nazionale per il commercio estero a New York: “Siamo ottimisti: il Made in Italy resta in cima alle preferenze”. Intanto, però, l'off premise ha fatto scendere il prezzo medio. In Canada prevale l'incertezza

|| *fondamentali del vino italiano sono a posto e sono in crescita. Non dobbiamo ricostruire dal nulla. Ce lo dicono i dati, anche se bisogna tenere conto dell'impatto delle misure restrittive, causate dal Covid-19.*

Ma siamo ottimisti”.

Antonino Laspina, da novembre 2019 è il direttore Ice di New York e coordinatore degli uffici Ice Rete Usa. Per il vino italiano gli Stati Uniti sono un mercato strategico in cui bisogna consolidare le posizioni ma l'obiettivo è anche andare oltre *“quella dozzina di Stati (Stato di New York, New Jersey, California, Florida, ecc.) dove la presenza italiana è costante. Città come Denver oppure Dallas o Houston e in generale il Texas - è la undicesima potenza economica del mondo dopo l'Italia - sono sicuramente un obiettivo su cui investire”.*



La nostra intervista con Laspina (a cui hanno partecipato anche Gioia Morena Gatti, head of food and wine section e Paola Pavan, market analyst food and wine sector), ha spaziato su vari argomenti di attualità, dal commercio on line alle nuove generazioni di consumatori, alle fasce di prezzo alle strategie dei prossimi mesi. Con tutte le incognite che il lungo periodo di fermo forzato comporterà per le tante attività - Horeca in primis - legate alla socialità.

Direttore Laspina, quali sono le caratteristiche del momento attuale per il vino italiano negli Usa?

Nei primi 3 mesi del 2020 l'Italia è ritornata al primo posto come il maggior esportatore di vino: le importazioni hanno registrato un andamento positivo di +13,4 % in valore e + 2,6 in quantità. In crescita la quota di mercato che passa dal 31,5% dell'intero anno 2019 al 34,3%, mentre i prezzi medi dei vini italiani salgono più che proporzionalmente rispetto alla media (da 5,4 Usd/litro del 2019 a 5,98 Usd/litro), superando il prezzo medio di 5,9 Usd/litro che era stato registrato nel 2018. Si tratta di un valore in crescita che ci riporta a quello di qualche anno fa. Se avessimo guardato la situazione solo a gennaio e febbraio, il nostro Paese cominciava a beneficiare del vantaggio competitivo creato dai dazi sui vini francesi, le cui esportazioni di rossi per esempio sono diminuite del 48% rispetto allo stesso periodo del 2019. Comunque, molti pensano che nel dato ci possa anche essere un cambiamento dei consumi, di fascia di reddito e di età. Ovviamente da marzo in poi ci stiamo trovando in una situazione completamente diversa, il cui assetto finale è ancora incerto: la temporanea chiusura della ristorazione (on-premise) ha tolto uno dei canali più importanti di sbocco per il nostro vino, specialmente quello a più alto valore unitario. Parlando con molti importatori sappiamo che per alcuni di loro le vendite si sono ridotte del 40 ma anche 50%.



Va meglio sul fronte off premise?

Gdo, wine stores ed e-commerce stanno incrementando le vendite, ma naturalmente non riescono a compensare: molte etichette italiane vendono esclusivamente nei ristoranti, quindi a parte per alcune denominazioni conosciute, ci sono dei vini bloccati nei magazzini dei distributori. Bisognerà studiare, quando saranno disponibili, i dati di maggio per capire meglio come si potranno recuperare i consumi.

Gli ultimi dati Nielsen Usa mostrano che l'e-commerce di alcolici è più che raddoppiato rispetto a un anno fa. Il vino ha riscosso il maggior successo, rappresentando quasi il 70% delle vendite totali al dettaglio online. Secondo lei questa crescita quanto influirà sulle modalità di vendita di vino?

Ci siamo confrontati con tanti operatori del settore: tutti sono d'accordo che l'e-commerce è un canale che rimarrà importante per il consumatore anche post Covid e che, forse, avrà bisogno di ancora qualche anno per diventare predominante. Il settore on-premise, dopo i primi momenti di stallo, sta in qualche modo cercando di reinventarsi, anche grazie alle nuove concessioni adottate da molti governatori degli Stati, come la possibilità di continuare a vendere vino e cocktail. Quindi, sarà interessante vedere gli sviluppi di questo canale tra qualche mese, quando sarà finita l'emergenza.

Come si comporteranno le nuove generazioni di consumatori?

Le nuove generazioni inizieranno ad imporre sempre di più le loro preferenze nel modo di acquisto e con la generazione Millennials e i Gen Z (appena entrati nel drinking age di 21 anni, imposto qui negli Usa) sempre più connessi, l'online diventerà sempre più importante. Lo State of Us Wine Industry 2020 della Silicon Valley Bank (Wine Division) ha riscontrato un ridotto interesse dei Millennial verso il vino, più facilmente rivolti a birra e superalcolici, anche per ragioni di potere d'acquisto. Inoltre, i giovani, anche in nome di una filosofia salutistica, si stanno spostando su altri prodotti, non dando al vino la stessa priorità dei loro genitori. Sui Baby boomers, per contro, si rileva una riduzione dei consumi, sia in quantità sia in valore, dovuto anche ad una limitata disponibilità finanziaria.

Sta continuando la tendenza delle vendite in crescita nelle Groceries e nei Club Stores?

Tendenzialmente le vendite sono in crescita in questi due canali. Se questo, però, aiuti o meno il vino italiano non è così automatico. Gli Stati Uniti sono 50 Stati con regole diverse e ce sono alcuni in cui il vino non può essere venduto nei grocery stores. Sappiamo anche, »

Canada, l'incertezza si fa sentire**ONTARIO**

Craig De Blois del sito specializzato www.noble-states.com. spiega che in Ontario "la maggior parte dei negozi è aperta e il vino scorre. Tuttavia, il numero limitato di consumatori ammessi nei negozi ha un impatto sulle vendite. L'Italia offre vini di grande valore e stiamo assistendo ad un aumento della domanda. **I vini premium, oltre 20 dollari, sono penalizzati, mentre crescono i vini più economici** e anche i bag in box. Le nostre consegne sono aumentate di otto volte rispetto al volume normale".

QUEBEC

Dal Quebec, **Alain P. Proteau** presidente di Noble Selection, una società di Montreal che importa vini dal mondo tra cui molti italiani, ci ha inviato un report molto ricco di dati. "Le vendite di vini italiani (escluso lo spumante) sono diminuite dell'11% nell'ultimo mese, ma in aumento del 2% negli ultimi 12 mesi. In crescita la richiesta di bag in box italiani (+65%), mentre **le persone non hanno voglia di festeggiare e ciò penalizza tutti gli spumanti, incluso lo Champagne**. Per quanto riguarda l'Italia i vini rossi sono scesi dell'8% nell'ultimo mese e dell'1% nell'anno; i bianchi sono scesi del 5% nell'ultimo mese ma in aumento del 6% nell'anno; gli spumanti sono in calo del 40% nel mese, ma in aumento del 6% nell'anno.

Tra i rossi la Toscana tra \$ 15 e \$ 17,50 è in aumento dell'8% mentre da \$ 17,50 a \$ 20 \$ sono in calo del 23%. Stessa cosa per i vini da \$ 20- \$ 25 in calo del 24%.

Secondo Proteau "la gente spende di meno per il vino a causa dell'incertezza che circonda la pandemia". Per i vini bianchi, nel listino dell'azienda, sono in calo del 5% nell'ultimo mese, ma in aumento del 5% negli ultimi 12 mesi perché i bianchi "hanno registrato una forte crescita in questo mercato". Infine, gli spumanti del listino sono scesi del 40%. Soffrono tutti.

» per esempio, che la catena che vende più vino in assoluto è Costco, che è un club store e che il vino italiano è presente con un buon assortimento, ma non abbiamo i dati di cosa viene comperato maggiormente in questo momento.

Dobbiamo ricordare che gli Stati Uniti sono un Paese produttore e che i consumi dei vini fermi sono tendenzialmente per metà coperti dal vino domestico.

Tornando al vino italiano, gli importatori ci dicono che la tendenza dei consumatori per ora è di comprare vini conosciuti quindi tanto Pinot Grigio e Prosecco e questo a lungo andare potrebbe portare ad un peggioramento della gamma offerta in questi negozi, che spesso basano le loro scelte sulla logica del prodotto che vende di più.

In questo frangente quali vini e quali sono le fasce di prezzo maggiormente premiate? Da 20 a 30 dollari o altro? Oppure c'è una tendenza al ribasso?

Sicuramente le disponibilità finanziarie degli americani sono cambiate rispetto ai mesi precedenti. È vero che si continua a comprare, ma ci sono due tendenze da tenere presente: si sta registrando una crescita della vendita degli spirits maggiore rispetto al vino e il prezzo medio di acquisto è più basso. In generale, l'e-commerce dovrebbe offrire l'opportunità di accedere anche al vino di fascia più alta, ma una overview delle abitudini mostra che la clientela - che si è affacciata all'e-commerce come metodo alternativo - ha aumentato gli acquisti nella fascia di prezzo più bassa, spingendo anche questo canale ad adeguare almeno temporaneamente la sua vetrina. È vero, poi, che ci sono anche offerte promozionali per incoraggiare i consumatori verso prodotti premium e questa strategia potrebbe, nel lungo periodo, aiutare a pilotare i consumi verso prezzi medi più alti. Diciamo che va considerato come un'interessante prospettiva di sviluppo.

Torniamo all'Ice. Quali saranno i prossimi investimenti per la promozione?

C'è un problema di timing che si tratterà di modulare con i trader quando la situazione permetterà di ripartire. Assicureremo in ogni caso la continuità dei progetti che abbiamo portato avanti in questi anni. Ci sarà una maggiore attenzione verso quelle aree metropolitane che nel passato non era stato possibile toccare in modo sistematico, anche a causa della scarsità delle risorse disponibili. Si tratta dell'attività di promozione del

I progetti Ice continueranno

L'attività di "Italian Wine - Taste the passion", in accordo con il gruppo di lavoro costituito con Federvini, Unione Italiana Vini e Federdoc, continuerà l'attività di formazione, tanto che sono previste altre otto tappe negli Stati dove maggiore è il consumo di vino importato. Inoltre, proseguirà anche progetto Newcomers, rivolto alle aziende non ancora presenti nel mercato Usa ma in possesso di specifici requisiti minimi, concordati con il gruppo di lavoro.

made in Italy (non solo vino o food ma anche moda, cultura, automotive, italian style, ecc.) in città come Denver, Seattle, Phoenix, Dallas, Houston che hanno grande capacità di spesa pro-capite, sono state meno toccate dal virus e sono in piena riapertura. Abbiamo già messo a punto dei modelli formativi digitali in grado di aggregare nella piattaforma qualche centinaio di soggetti da coinvolgere nell'attività di formazione a cui poi seguirà in futuro anche l'attività sul campo (degustazioni, master, ecc.) nel rispetto delle norme di sicurezza.

Quali sono le prospettive di ritorno alla normalità?

Abbiamo fatto una rilevazione rudimentale tra un centinaio di aziende di settori merceologici misti con cui siamo in contatto. Più del 50% è orientata ad ipotizzare il mese di ottobre, altre, circa il 25% pensa a gennaio 2021. Abbiamo, inoltre, accertato che esiste una maggiore disponibilità nei confronti dei prodotti italiani. Una prospettiva interessante.

Dopo aver attraversato l'emergenza Covid, la minaccia dazi per il vino italiano sembra un incubo ormai lontano. Ma è davvero così?

Al momento tutto tace: le priorità di oggi sono altre. Comunque, non ci sono comunicazioni in proposito che possono far pensare ad una ripresa su questo fronte.

Lasciamoci con un'immagine: com'è New York in questo periodo?

I ristoranti sono chiusi, gli alberghi pure, così come i teatri di Broadway. Le piazze e le strade sono vuote. In più sino a qualche giorno pioveva e ha provato a fare una piccola nevicata. Insomma, questo maggio a NY durante la pandemia è davvero molto particolare. ❖

**La soluzione logistica avanzata per il mercato Wines & Spirits**

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

