



trebicchieri

IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO



LA PANDEMIA RIDISEGNA I CANALI D'ACQUISTO: COME SIAMO CAMBIATI

DPCM

Via libera alla vendita in enoteca dopo le 18. Le associazioni: "Ora prolungare orari ristoranti"

UK

❖ Preoccupa il modulo VI-1: il trade inglese scrive a Johnson. De Castro: "Chiesta una sospensione"

VALPOLICELLA

❖ Estero meglio del mercato interno. Dopo l'Annual Conference, nuovo evento prima dell'estate

SOSTENIBILITÀ

❖ In Emilia-Romagna al via Legàmi di vite: progetto da 115 milioni per sviluppo green in viticoltura

CLIMATE CHANGE

❖ Fare vino in Norvegia? La storia dell'ingegnere piemontese che ha creato una cantina nei fiordi



#ilgustononhagenerere: un 8 marzo contro il sessismo nel mondo del food&wine

“Per la signorina un’insalata?”, “Le posso suggerire un bel rosé fruttato”, oppure “Per lei una birra piccola chiara poco alcolica?”. Sono solo alcune frasi entrate nel linguaggio comune, tanto da non farci più caso. Ma **esiste davvero, in certe espressioni pronunciate nel mondo gastronomico, un sessismo che reputa la donna il sesso debole?** Quello “delicato” che non paga al ristorante, che non beve certi vini e che si limita ad aver un gusto definibile prettamente femminile, quindi di poca sostanza?

Partendo da queste evidenze e dalla consapevolezza che, invece, le influenze di gusti e di piacere a livello gastronomico, non derivano oggettivamente dalla distinzione del genere sessuale, ma soprattutto da altri fattori, magari socio-ambientali o genetici, Mariachiara Montera (consulente di content marketing e content creator), Rossana Borroni (project manager e social advertising expert) e Valentina Merzi (illustratrice e fotografa) lanciano l’iniziativa social #ilgustononhagenerere, contro il sessismo nel mondo del food: “*Liberiamoci dal sessismo a partire dall’attività più quotidiana che c’è: mangiare, e bere. Facciamolo a tavola, al ristorante, in occasioni conviviali, nei luoghi di lavoro. Libere di mangiare, libere di bere, libere di scegliere*”.

L’invito per l’8 marzo – la giornata internazionale dedicata alla donna – è quello di condividere su Instagram, nel feed o nelle stories, l’illustrazione realizzata da Valentina Merzi accompagnata da una caption o da un commento sull’argomento che riguardi anche un’esperienza personale legata a un pregiudizio su donne e cibo, usando l’hashtag #ilgustononhagenerere e taggando, preferibilmente, le tre ideatrici per essere ricondivisi. – A. D.

illustrazione: Valentina Merzi

HORECA. Il Dpcm Draghi salva vendita asporto per enoteche dopo le 18. Vinarius: "Equivoco risolto". Filiera vino: "Ora prolungare orari ristoranti"

a cura di Gianluca Atzeni

Tirano un sospiro di sollievo le enoteche italiane, decisamente meno i ristoranti e i bar. Col primo Dpcm firmato dal premier Mario Draghi si risolve, da un lato, il noto problema dei codici di attività economica (Ateco) che includeva le enoteche italiane tra i locali con divieto di vendita per asporto dopo le 18 ma si lascia invariato, da un altro lato, lo status quo degli orari di apertura dei ristoranti nelle zone gialle, nonostante le molteplici richieste di prolungamento del servizio dalle 18 fino alle 22. Per Vinarius, l'associazione delle enoteche italiane, che aveva protestato a lungo contro un provvedimento ritenuto iniquo per la categoria, il contenuto del nuovo Dpcm è un premio agli sforzi fatti in questi mesi per cancellare un equivoco che, come ricorda il presidente Andrea Terraneo, era stato denunciato già dal 15 gennaio con tanto di lettera aperta all'allora presidente del Consiglio Conte e ai ministri Speranza (Salute) e Patuanelli (Mise, ora Mipaaf) e due interrogazioni parlamentari a firma dell'onorevole Dara e del senatore Centinaio.

Il divieto di vendita per le attività con codice Ateco 47.25, che comprende enoteche ed esercizi di commercio al dettaglio di bevande, scade venerdì 5 marzo. Ad andare in difficoltà, finora, sono stati soprattutto i locali che all'attività tradizionale uniscono il servizio di miscita: "Sono le attività più penalizzate in questa lunga fase di pandemia", dice Terraneo. Tutto risolto, per ora: **da sabato 6 marzo si potrà ripartire, ovviamente fermo restando il divieto di consumo sul posto, fino al 6 aprile.** "Poter lavorare anche dopo le 18" sottolinea Vinarius "significa dare ossigeno alle enoteche, in vista delle festività di Pasqua, un periodo cruciale che pesa nell'anno circa il 20% del fatturato totale".

Soddisfatta la Coldiretti che, attraverso il suo presidente Ettore Prandini, parla di "superamento dell'ingiustificata discriminazione ai danni di oltre 7 mila enoteche nei confronti di negozi alimentari e supermercati, a cui è correttamente consentita la vendita del vino". La filiera del vino (riunita nelle sigle Confagri, Cia, Alleanza cooperative, Copagri, Uiv, Federvini, Federdoc e Assoenologi) plaude all'accoglimento dell'appello a difesa del settore vino "che già ha perso a causa del Covid più di 2 miliardi di euro". Le sigle chiedono al Governo di fare un passo in avanti anche sul fronte ristorazione: "Si valuti l'apertura di bar e ristoranti anche a cena nelle Regioni in zona gialla e per il pranzo in quelle in zona arancione". Un faccia a faccia su questo tema tra i ristoratori riuniti in Tni-Italia Ristoratori toscani e i sottosegretari alla Salute, Sileri e Costa, ha rimandato a dopo il 17 marzo l'eventuale discussione su un'eventuale modifica delle regole del Dpcm. Tutto, ovviamente, sarà legato dalla diffusione delle varianti del Coronavirus.

Cosa dice il Dpcm del 2 marzo 2021

Nelle zone gialle, bar, pub, ristoranti, gelaterie, pasticcerie sono aperti dalle 5 alle 18 (chiusi in zone arancioni e rosse). Massimo 4 persone al tavolo, salvo che siano tutti conviventi. Dopo le 18 è vietato il consumo di cibi e bevande in luoghi pubblici e aperti al pubblico. Consentita senza limiti di orario la ristorazione in alberghi (anche in zone arancioni e rosse, per i clienti). Sempre consentita la consegna a domicilio e fino alle 22 la ristorazione con asporto, con divieto di consumazione sul posto o nelle adiacenze. Per i bar, asporto fino alle 18. Mense e catering consentiti nel rispetto delle regole del distanziamento interpersonale. Aperti gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande in aree di servizio e rifornimento carburante in autostrade, ospedali e aeroporti, porti e interporti. In zone bianche come la Sardegna, ristoranti aperti fino alle 23 e bar fino alle 21.



Ministero Salute: "Resta divieto asporto per i bar"

A margine del Dpcm del Governo è arrivata, in materia di asporto, la precisazione del Ministero della salute: "È rimasto il divieto di asporto per le attività dei bar (codice Ateco 56.3) dopo le 18, come per gli altri esercizi commerciali della stessa tipologia. Viene consentito l'asporto solo fino alle 22 dalle enoteche o esercizi di commercio al dettaglio di bevande (codice Ateco 47.25). Resta, ovviamente, vietato il consumo sul posto". Contraria, la Fipe che definisce assurda la misura perché "punisce soltanto i bar".

MIPAFAF. Videomessaggio del Ministro alla Cia: ecco le sfide che attendono l'agricoltura



Vincere le sfide agricole con un lavoro di squadra che affronti problemi come Covid e ristori, Agricoltura 4.0, nuova Pac e Nutriscore. Il video messaggio del ministro per le Politiche agricole, Stefano Patuanelli (foto), inviato alla Cia-Agricoltori Italiani, è servito ad anticipare le linee programmatiche del suo dicastero. Il Ministro è consapevole dei tempi stretti: "La legislatura è oltre la metà della durata. Dobbiamo mettere in campo subito azioni per dare risposte agli agricoltori". E le sfide sono diverse: il mantenimento dell'alto valore dell'export con la protezione del Made in Italy, la nuova Pac, la battaglia sul Nutriscore, su cui aveva lavorato bene Teresa Bellanova: "Non possiamo permettere che siano paragonati cibi diversi, che alcuni abbiano il semaforo rosso ancorché molto sani mentre altri abbiano il semaforo verde e, invece, siamo tutti consapevoli che non andrebbero usati con grande frequenza". Il Mipaaf, nelle intenzioni del nuovo ministro, dovrà lavorare a "incoraggiare il sistema a batteria che, rispetto al Nutriscore, dà informazioni nutrizionali reali dei cibi che sono portati sulle tavole dei cittadini europei". Quanto all'Horeca, Patuanelli ha dichiarato: "È il momento di fare i conti, di ristorare chi ha perso", ma anche di programmare il futuro, attraverso tecnologie emergenti.

Il Mipaaf, nelle intenzioni del nuovo ministro, dovrà lavorare a "incoraggiare il sistema a batteria che, rispetto al Nutriscore, dà informazioni nutrizionali reali dei cibi che sono portati sulle tavole dei cittadini europei". Quanto all'Horeca, Patuanelli ha dichiarato: "È il momento di fare i conti, di ristorare chi ha perso", ma anche di programmare il futuro, attraverso tecnologie emergenti.

SALUTE. Patuanelli: "Difesa vino in sede Ue è priorità del Governo"

"Il bicchiere di vino finale non fa così male come qualcuno vorrebbe farci credere e la tutela dei prodotti dell'agroalimentare Made in Italy è una delle priorità che il Governo intende perseguire". Così il ministro Stefano Patuanelli al question time al Senato, a proposito del piano anti-cancro della commissione Ue, che condanna indiscriminatamente il consumo del vino. "Non possiamo permettere che talune decisioni possano criminalizzare ingiustamente i singoli prodotti, in nome della lotta all'alcol. Sarà mia premura seguire con la massima attenzione l'applicazione dell'accordo raggiunto in sede di riforma della Pac". Soddisfazione è stata espressa dall'Uiv, che per prima aveva denunciato la discriminazione nei confronti del vino: "Siamo al suo fianco" ha detto il presidente Ernesto Abbona (foto).



IL NOSTRO IMPEGNO :
VOI,
IL VOSTRO VINO
E IL PIANETA



Zero emissioni di carbonio



Prodotto con polimeri a base di canna da zucchero



Impatto minimizzato sull'ambiente



Riciclabile



NOMACORC

by VINVENTIONS

BREXIT. Il trade inglese scrive a Johnson: "No a nuova burocrazia col modulo VI-1"

Il trade inglese dice no all'applicazione del certificato di importazione VI-1, quello utilizzato nel periodo pre-Brexit per i vini provenienti dai mercati extra europei. E ora che Londra è uscita definitivamente dall'Europa, **distributori, importatori e rivenditori tremano di fronte alla possibilità che dal primo luglio prossimo questo stesso modulo**



foto: Monica Volpini/Pixabay

si applichi anche ai prodotti vitivinicoli e alle bevande provenienti dai confini europei. Per questo motivo, cinquanta grandi operatori inglesi (tra cui The wine society, Liv-ex, Mentzendorff, Accolade wines, Bibendum, Gonzalez Byass), che rappresentano il 70% dei circa 1,3 miliardi di bottiglie di vino vendute nel mercato Uk, hanno scritto una lettera aperta al Governo di Boris Johnson sottolineando i rischi della sua applicazione.

Una missiva, inviata in particolare al sottosegretario all'agricoltura, Victoria Prentis, e a tutti i parlamentari appartenenti al Comitato per il commercio estero della Camera, in cui si evidenzia come il certificato VI-1 (tra l'altro in formato cartaceo) provocherà grossi danni economici per chi importa e vende vino, così come al settore dell'accoglienza, dal momento che oltre il 60% di tutti i vini venduti provengono dall'Unione europea. Dal primo gennaio 2021, secondo quanto si sottolinea nel

documento comune, gli oneri amministrativi sono già aumentati considerevolmente per chi ha rapporti con le imprese vitivinicole e coi prodotti europei. "L'introduzione del modulo VI-1, che è una misura protezionistica imposta dall'Ue ai Paesi terzi, si aggiungerebbe a questi oneri, anche nella sua forma semplificata", sottolinea la filiera inglese, che si è detta "delusa" dalla risposta ottenuta dal Governo in un'interrogazione parlamentare dello scorso gennaio, in cui Londra afferma ancora di voler valutare l'introduzione della certificazione per i vini.

Distributori, importatori e rivenditori fanno notare come, in uno scenario di aumentati costi burocratici, diventerà quasi proibitivo acquistare vino dai piccoli produttori europei. Ma anche come ci sia il concreto rischio di un incremento dei prezzi al consumo dei vini, con contraccolpi sull'industria dell'accoglienza che non avrebbe più la possibilità di offrire ai clienti l'attuale e vasta gamma di prodotti europei. — G. A.

De Castro: "Al lavoro per moratoria sui dazi Usa e su certificato di esportazione Uk"

Crescono le speranze per una sospensione dei dazi Usa sui vini europei, dopo che l'euro-parlamentare **Paolo De Castro**, intervenuto alla seconda giornata della Valpolicella Annual Conference, ha confermato che a Bruxelles si sta lavorando in questa direzione. "In questi giorni" ha detto "abbiamo avuto un confronto in commissione con il responsabile del Commercio, Valdis Dombrovskis che ha assicurato l'impegno europeo per una moratoria di 6 mesi su tutti i dazi che intercorrono tra i 2 alleati. La speranza è ora che la richiesta europea sia accolta dall'amministrazione Biden, con cui lavoreremo non appena la sua squadra si insedierà definitivamente".

Meno positivo il resoconto sulla Brexit che, per il primo vicepresidente della commissione Agricoltura, "si sta rivelando un dramma, soprattutto per i britannici. Con l'Intergruppo vino" ha rivelato "abbiamo richiesto una sospensione fino alla messa a sistema di una piattaforma elettronica dei certificati di esportazione che risolve i grandi problemi che stiamo accusando nell'export vitivinicolo". Infine, sul discusso piano anticancro delle Commissioni Ue, che punirebbe alcolici e carni bianche indistintamente da tipologie e quantità, De Castro ha rassicurato, dicendo che "al momento non esiste alcuna proposta legislativa. Come Parlamento europeo e commissione Agricoltura" ha concluso "lavoreremo per evitare che ci siano conseguenze sia sul versante promozione che sull'etichettatura".



MADE IN ITALY. In vigore dal 1 marzo l'accordo Ue-Cina su tutela delle Ig

È finalmente entrata in vigore il primo marzo l'intesa tra Unione europea e Cina in materia di tutela delle Indicazioni geografiche agroalimentari (100 per ogni parte), inclusi alcolici e vino, che i due governi si impegnano a difendere dai falsi nei rispettivi territori. La lista andrà ad allargarsi dopo quattro anni dall'entrata in vigore, includendo ulteriori 175 Ig da entrambe le parti. Il meccanismo dell'accordo bilaterale (che il Parlamento Ue e poi il Consiglio Ue avevano approvato a novembre 2020) prevede un'ulteriore

LE IG VITIVINICOLE ITALIANE TUTELE IN CINA

- ❖ Asti
- ❖ Barbaresco
- ❖ Bardolino Superiore
- ❖ Barolo
- ❖ Brachetto d'Acqui
- ❖ Brunello di Montalcino
- ❖ Chianti
- ❖ Conegliano Valdobbiadene Prosecco
- ❖ Dolcetto d'Alba
- ❖ Franciacorta
- ❖ Montepulciano d'Abruzzo
- ❖ Soave
- ❖ Toscano/Toscana
- ❖ Vino Nobile di Montepulciano

fonte: Commissione Ue

estensione delle tutele. L'obiettivo di questa intesa, i cui negoziati iniziarono nel 2010, è favorire l'incremento dell'export europeo agroalimentare verso il mercato cinese, considerato ad alto potenziale di crescita per il comparto del food & wine. Tra 2009 e 2019 l'export agrifood dell'Ue verso la Cina è cresciuto del 22% a fronte di una crescita del 6,4% nell'import. **Le Ig italiane sono complessivamente 26, tra cui Gorgonzola, Parmigiano reggiano, Pecorino romano, Prosciutto San Daniele, Grappa, Aceto balsamico di Modena e anche diversi vini (vedi box).** Tra le altre Ig europee ci sono Queso Manchego, Feta, Münchener Bier, Irish whiskey ma anche Champagne, Porto e Cava. Alcuni tra i prodotti cinesi che godranno in Europa della protezione giuridica contro falsi e imitazioni sono la pasta di fagioli Pixian, il tè bianco Anji, il riso Panjin, lo zenzero Anqiu. Va precisato che la reciproca tutela di 100 indicazioni geografiche è una piccola parte del mondo delle Ig: quelle europee sono oltre 3.400, mentre quelle cinesi (tutelate da altri meccanismi) sono più di 2.380. Tuttavia, riguarda prodotti a forte vocazione all'export su cui è forte la pressione delle imitazioni e delle frodi. Nel 2019, il mercato cinese ha rappresentato per l'Ue il terzo cliente di riferimento con 14,5 miliardi di euro di esportazioni, pari all'8% del commercio estero agroalimentare dell'Ue. Sul fronte import, la Cina risulta nel 2019 il quinto fornitore per l'Europa di beni agrifood, con 5,3 miliardi di euro, pari al 4,4% del totale. — G. A.



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2021



Salealto Tenuta Ficuzza '18 CUSUMANO

Dal 2001 i fratelli Alberto e Diego Cusumano sono a capo dell'omonima azienda siciliana Cusumano. L'azienda si estende per cinque tenute situate nelle zone più pregiate dell'enologia siciliana, tra cui in particolare la Tenuta Ficuzza, all'interno del bosco di Ficuzza, a Piana degli Albanesi. Con Marco Sabellico assaggiamo il Salealto Tenuta Ficuzza '18. Dal color giallo paglierino intenso, al naso risulta piacevolmente fresco ed espressivo grazie alle uve Zibibbo, con note di frutta matura e agrumi, ed un finale leggermente sapido. In bocca il vino è profondo e strutturato, ricco di frutto, con una vena acida fresca ed espressiva che sfuma poi su note minerali e di macchia mediterranea. Un vino perfetto da abbinare con i piatti di mare della cucina mediterranea e siciliana, come uno spaghetti con le sarde o con i ricci di mare, oppure il pesce spada alla siciliana. Visita il sito: cusumano.it/it/diversity/tenuta-ficuzza e l'e-commerce: shop.cusumano.it/prodotto/salealto-2018-tenuta-ficuzza/ Per guardare la puntata: www.instagram.com/tv/CL4jgwWs3FR/

FOCUS

VALPOLICELLA. L'estero tiene meglio del mercato interno. Buona la prima per l'Annual conference

a cura di Loredana Sottile

Il 2020 dei vini della Valpolicella? Una vera altalena, con il mercato estero che tiene meglio di quello interno, l'Amarone che fa meglio di Valpolicella e Ripasso e il prezzo medio in affanno. **Complessivamente le vendite di vino del Consorzio nel 2020 hanno registrato un -3,3%, frutto di un risultato stabile dell'export (-0,1%) e di un calo sulla domanda italiana del -9,6%.** È il quadro di sintesi presentato dal responsabile di Nomisma Wine Monitor, Denis Pantini in occasione della Valpolicella annual conference. "Considerato tutto quello che è successo" è il commento del presidente del Consorzio **Christian Marchesini** "potremmo dire che è una mezza vittoria, ma non lo facciamo: troppe piccole aziende del vino hanno pagato il gap della ristorazione, e non sono riuscite ad allargare le vendite agli altri canali distributivi". Per Pantini, infatti: "La pandemia ha generato uno

scenario di mercato spaccato in due, dove la linea di demarcazione è data principalmente dalle dimensioni aziendali che a loro volta determinano il posizionamento dei propri vini nei diversi canali distributivi".

DENOMINAZIONI. In particolare, per l'**Amarone**, il mercato è stato double face, con una crescita importante (+7%) nel valore dell'export (con una quota del 67%) a fronte di una contrazione del 13% sulla piazza nazionale (con una quota del 33%). Gli Usa si confermano primo buyer con un incremento a valore del 9%, seguiti da Svizzera, Regno Unito, Canada e Germania con incrementi dal 4% al 7%. Ancora più alta (73%) la propensione all'export per il **Ripasso**, dove però si registra un calo del 5% a valore. In rosso (-6%) anche le vendite in Italia, dove il primo canale è rappresentato dalla Gdo, con il 62% delle vendite a valore. Il **Valpolicella** paga a valore un -3% all'estero e un -8% sul mercato nazionale, dove la Gdo rappresenta quasi 2 bottiglie vendute su

3 ma che vale solo il 9% del fatturato delle piccole imprese, in evidente difficoltà sia sulle piazze interne (-21%) che negli scambi internazionali (-21%).

ENOTURISMO. Tra le possibili chiavi di volta per la ripartenza, ci sono soprattutto ospitalità e vendita diretta. Secondo i dati raccolti su un

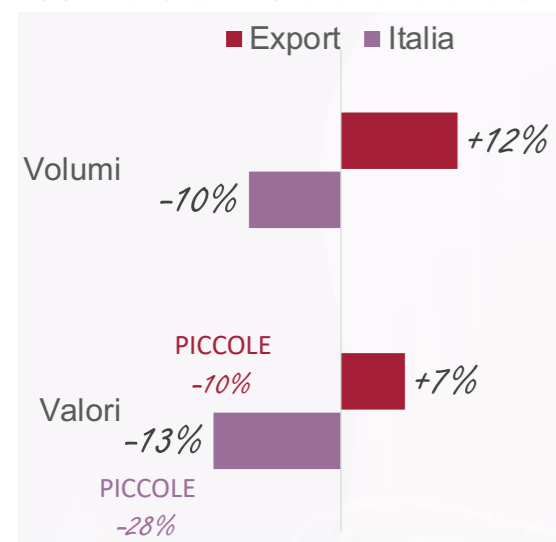
Il 2020 del Consorzio

64 milioni
bottiglie prodotte
-3,3%
totale vendite

campione di circa un terzo delle aziende del territorio, sette aziende della Valpolicella su dieci intendono investire in enoturismo nei prossimi anni. Valutando l'incidenza sul fatturato, le aziende hanno stimato un impatto medio dell'enoturismo pari al 17%, dato che sale oltre al 21% per le piccole aziende (con una produzione inferiore a 100mila unità) che, con 1/3 già impegnato in attività enoturistiche, sono quelle a dimostrare il più alto tasso di ricettività.

EVENTI. Se nel 2021 il Consorzio ha dovuto rinunciare alla sua annuale Anteprima dedicata all'Amarone, è però riuscito ad **organizzare il primo evento 100% digitale di un Consorzio**, la Valpolicella Annual Conference (26-27 febbraio). Manifestazione che si è chiusa con oltre 7800 partecipanti (tra giornalisti, esperti e winelover), in diretta planetaria su Facebook, Instagram e Zoom. Oltre ai virtual tasting, si sono tenuti talk istituzionali e analisi di mercato sul futuro del vino italiano (vedi approfondimento a pag. 20). E non è finita. Come ha annunciato il presidente Marchesini, "il prossimo appuntamento - prima dell'estate - sarà dedicato al Valpolicella, in modo da andare a coprire tutte le denominazione del territorio e dedicarci di più a questa denominazione che forse, in questi ultimi anni, abbiamo un po' trascurato rispetto all'Amarone". Stay tuned.

Var. % vendite Amarone 2020 vs 2019



Fonte: Surney Imprese Wine Monitor Nomisma per Consorzio Vini Valpolicella

CUSUMANO



5 different territories, 12 unique wines.



MONTECUCCO. Il Consorzio cambia presidenza: arriva Giovan Battista Basile



Giovan Battista Basile è il nuovo presidente del Consorzio tutela vini Montecucco. Il cambio al vertice è stato deliberato una settimana fa durante il consiglio di amministrazione che ha dato il benvenuto anche ai nuovi membri: Giorgio Patrizi (Tenuta Piani Rossi), Giampiero Pazzaglia (Collemassari), Claudio Vigni (Società Agricola Maciarine) e Marco Salustri (Azienda Salustri). Riconfermata Patrizia Chiari (Tenuta L'Impostino), Marco Innocenti (Peteglia), Daniele Rosellini (Agricola Campinuovi) e Leonardo Sodi (Azienda Agricola Parmoleto).

Napoletano naturalizzato maremmano, Basile si trasferisce a Cinigiano (Grosseto) a fine anni '90, nel momento in cui la Do muoveva i primi passi, acquisisce un terreno incolto per avviare, da zero, la sua azienda biologica.

Basile, che si è detto onorato di raccogliere l'eredità di Claudio Tipa (presidente dal 2006), ha illustrato gli obiettivi: *"Lavoreremo per rafforzare il senso di collegialità e partecipazione. Il nuovo Cda si troverà ad affrontare un momento congiunturale difficilissimo. La nostra filiera, in particolare, dialoga quasi esclusivamente con il canale ho.re.ca ed è in trepida attesa di una ripartenza, frenata purtroppo dai ritardi della campagna vaccinale"*. **Il Consorzio (per il 70% a produzione bio) lavorerà a fidelizzare maggiormente il mercato domestico e il consumatore italiano "soprattutto quello locale"** afferma Basile *"che dovrebbe essere il nostro primo sostenitore - e aumentando l'impegno nelle attività pubbliche relazioni tradizionali e digital"*.

IMPRESE 1. Pegno rotativo con Intesa Sanpaolo per le cantine dell'Oltrepò Pavese

Accordo di collaborazione tra Consorzio tutela vini Oltrepò Pavese e Intesa Sanpaolo in materia di accesso al credito. Le imprese vitivinicole consorziate potranno trovare nell'istituto bancario un partner per l'accesso al pegno rotativo, misura che trae impulso dal decreto Cura Italia. Le scorte di vino da affinamento, secondo l'accordo che gradualmente molti altri consorzi italiani stanno sottoscrivendo, potranno essere valutate e convertite in garanzie per ottenere nuove linee di credito. **Le cantine possono così smobilizzare il patrimonio custodito in cantina, che diventerà commercializzabile solo dopo diversi anni.** Saranno utilizzati anche specifici plafond, che potranno essere messi a disposizione per finanziare investimenti con impatto positivo sulla sostenibilità, attivando anche l'accesso al prodotto Agricoltura Impresa di Intesa Sanpaolo, finalizzato all'invecchiamento del vino, miglioramento aziendale per acquisto, costruzione e ristrutturazione di cantine, acquisto terreni e vigneti, immobili rurali e aziende, oltre che per investimenti strumentali in macchinari e attrezzature. Per la presidente del Consorzio Oltrepò Pavese, Gilda Fugazza, è un accordo *"importante in un momento in cui le aziende hanno bisogno di investire"*.

IMPRESE 2. Pegno rotativo anche per il Franciacorta. L'intesa è con Monte dei Paschi

Via libera alla convenzione tra Banca Mps e Consorzio Franciacorta. A disposizione dei produttori un'apertura di credito in conto corrente che darà liquidità alle cantine e la possibilità di valorizzare il vino in affinamento. Con il pegno rotativo, il vino Dop (certificato o atto a divenire Franciacorta) potrà essere finanziato da Mps, che potrà concedere alle imprese **un affidamento per un importo pari all'80% del valore del vino posto a garanzia, calcolato tramite l'Osservatorio economico Franciacorta.** La convenzione ha una durata annuale, con tassi d'interesse stabili. *"Confido possa essere un servizio di comune interesse per tutti in un periodo così difficile"*, ha dichiarato Silvano Brescianini, presidente del Consorzio Franciacorta.



ENOTURISMO. L'Etna Doc e Strada dei vini inaugurano l'Osservatorio

Fotografare lo stato dell'arte dell'offerta enoturistica e conoscere più nel dettaglio l'organizzazione delle cantine. È l'obiettivo dell'Osservatorio permanente promosso dal Consorzio vini Etna Doc, con la Strada del vino e sapori dell'Etna. **La novità dovrebbe aiutare a studiare iniziative che siano un valore aggiunto per tutti.** *"Cerchiamo di introdurre strumenti sempre più efficaci per supportare il lavoro dei produttori"*, spiega Antonio Benanti, presidente del Consorzio, che annuncia l'invio alle aziende di un questionario online. *"Dobbiamo colmare una lacuna: non ci sono dati sui flussi enoturistici"*, sottolinea Gina Russo, presidente della Strada.

Intesa Sanpaolo apre la Direzione Agribusiness

Intesa Sanpaolo apre la Direzione Agribusiness, dall'integrazione con Ubi Banca. Avrà sede a Pavia e sarà al servizio di circa 80 mila clienti. Il centro di eccellenza dedicato all'agricoltura punterà a cogliere le potenzialità del settore primario. La Direzione, che rientra nella nuova configurazione della divisione Banca dei territori, con circa mille specialisti e 85 filiali, si concentrerà nelle aree a maggiore vocazione agricola e si rivolgerà ai settori agricoltura, allevamento, silvicoltura e foreste, pesca, acquacoltura e agriturismi. Alla guida ci sarà Renzo Simionato, manager interno.

VINI&SCIENZA. Ecco perché la viticoltura industriale per la produzione dell'uva da tavola nasce in Nord Europa



I contenuti simbolici dell'uva, frutto della fecondità e della prosperità, hanno richiamato l'interesse in ogni tempo dei ricchi commercianti e degli aristocratici delle ricche città del nord Europa e dell'Inghilterra. Mentre Parigi disponeva dell'uva da mensa prodotta a Thomery, piccolo villaggio non molto distante dalla Capitale, il costo del trasporto dalle regioni di produzione del Mediterraneo verso le altre città dell'Europa continentale era molto elevato, per la mancanza di una rete ferroviaria adeguata, e rendeva proibitivo un consumo diffuso di questo frutto. L'esperienza della produzione forzata di frutta in contro stagione e di fiori durante tutto l'anno, in grandi serre, soprattutto in Olanda, Belgio e Germania settentrionale, aveva favorito attorno alla metà dell'800 la nascita di una viticoltura di uva da mensa molto vicina ai mercati di consumo. **In Inghilterra si stima che la superficie di serre destinate alla produzione dell'uva da mensa era nei primi anni del '900 attorno ai 600 ha.** Questo Paese era anche il più importante mercato europeo per uva da tavola che proveniva dai Paesi Bassi e dal Belgio. La convenienza a produrre una da mensa in serra cessò alla fine degli anni '30 per il miglioramento dei trasporti su rotaia e per il costo elevato dei combustibili per il riscaldamento. Le serre erano di due tipologie, mobili e fisse. Quelle mobili si richiamavano ai modelli in voga in epoca romana e consistevano in protezioni costituite da telai con vetri o materiali riflettenti che venivano allestite per periodi più meno lunghi attorno a tratti di filari di viti. Quelle fisse, di grandi dimensioni, venivano riscaldate da due stufe poste ai due lati della serra. Per conseguire questi risultati si operava sulla diversa precocità delle varietà adottate e sui cicli di riscaldamento. Con la produzione cosiddetta ordinaria il riscaldamento iniziava in aprile-maggio per evitare i danni da gelate primaverili e la raccolta avveniva in autunno. Si utilizzavano il Frankenthal (o Schiava grossa), l'Alphonse Lavallè, il Foster's white seedling, il Black Hambourg. Nella produzione assistita il riscaldamento veniva anticipato tra febbraio e marzo e la maturazione si aveva in luglio-agosto. La varietà utilizzata era la Gros Colman. Se il riscaldamento veniva anticipato a novembre-gennaio (a seconda del vitigno adottato) la raccolta avveniva tra marzo e maggio e questa uva spuntava i prezzi più elevati perché arrivava sul mercato quando non vi era altra frutta.

– **Attilio Scienza**, Ordinario di Viticoltura Università degli Studi di Milano

EMILIA ROMAGNA. Presentato progetto da 115 milioni per sviluppo green nel vitivinicolo

Si chiama "Legami di vite" ed è un contratto di sviluppo green per il comparto vitivinicolo che prevede interventi per oltre 115 milioni di euro, di cui 81 milioni sul versante ambientale. Il progetto, con il coordinamento di Enoteca Regionale dell'Emilia-Romagna e il supporto tecnico della società Artemis e dello Studio Salami, è stato presentato al Ministero dello sviluppo economico, tramite Invitalia. **Vi aderiscono le più importanti realtà regionali cooperative, rappresentative di 12 mila imprese agricole socie**, per un totale di 470 mila tonnellate di uva lavorata (il 61 % della produzione dell'Emilia-Romagna, dato 2019) e di 3,4 milioni di ettolitri di vino imbottigliato all'anno. Le aziende aderenti al progetto sono: Caviro Extra, Caviro, Agrintesa, Cantina Forlì Predappio, Cantina di Carpi e Sorbara, Terre Cevico, Le Romagnole, Medici Ermete, Cantine Riunite & Civ, Enomondo.

Il contratto punta a una filiera circolare e mettere a punto un protocollo ambientale. Una quota dei fondi andrà all'industria 4.0, con alto grado di innovazione tecnologica: *"Il tutto"* sottolinea il presidente di Enoteca Regionale, Giordano Zinzani *"porterà 70 nuove assunzioni"*. Molteplici gli interventi: trasformazione di prodotti vitivinicoli e dei sottoprodotti (circa 67mila tonn./anno) in acido tartarico naturale e biocarburanti; efficientamento energetico; riduzione gas serra; potenziamento di sistemi di depurazione acque reflue (oggi 560 mila m³/anno di reflui), miglioramento del confezionamento e stoccaggio; ampliamento della capacità produttiva.

LAZIO. Altri due vitigni autoctoni nel Registro nazionale

Altri due vitigni laziali nel Registro nazionale. Si chiamano **Raspato nero** e **Reale bianca**, entrambi originari dei Monti Aurunci, iscritti dal Mipaaf nel Registro nazionale delle varietà di vite (Rnvv) su proposta di Arsial, l'Agenzia regionale per lo sviluppo e l'innovazione dell'agricoltura del Lazio, al termine di un percorso di circa 5 anni. Salgono a 5 i vitigni autoctoni nel registro in meno di un anno e la Regione Lazio continua a incrementare la propria piattaforma ampelografica, che oggi conta su 82 vitigni, 35 dei quali autoctoni.

Raspato nero e Reale bianca sono all'interno del Registro volontario regionale delle risorse genetiche a rischio erosione (Rvr). *"Il vino è uno straordinario acceleratore di sviluppo, capace di generare economia virtuosa, coniugando enogastronomia, sostenibilità e salvaguardia della biodiversità. Oggi più che mai, riscoprire un antico vitigno significa investire sulle possibilità di un territorio"*, ha dichiarato il presidente di Arsial, Mario Ciarla.

TITOLI. Il primo Master of wine italiano viene da Montalcino. Il Consorzio: "Non solo vino, produciamo anche grandi personaggi"

Sono 418, attualmente, i Masters of wine in tutto il mondo provenienti da 32 Paesi. E gli ultimi dieci nomi, appena annunciati dal prestigioso istituto londinese, annoverano finalmente il primo italiano che è riuscito a superare tutte le rigorose e complesse prove d'esame, organizzate su tre differenti stage che, una volta conclusi, consentono di entrare nell'elenco dei massimi esperti di vino al mondo. **È Gabriele Gorelli (foto), il cinese, classe 1984, parla tre lingue, è un grafico ed è il fondatore di Brookshaw&Gorelli,** società specializzata in comunicazione sui vini pregiati (compreso il sito del Consorzio del Brunello), e di Kh wines, che si occupa di marketing e consulenza vitivinicola. Ha ottenuto il titolo (superando il terzo stage) con una tesi finale sulla precipitazione della quercetina nel Brunello di Montalcino. Suo nonno Giancarlo produceva Brunello a Montalcino ed è da lui che Gabriele ha ereditato la passione per il vino. "Montalcino non produce solo grandi vini ma anche grandi personaggi del vino", è il commento del presidente del Consorzio del vino Brunello di Montalcino, Fabrizio Bindocci "Penso non sia un caso se il primo italiano accolto nella più autorevole e antica organizzazione dedicata alla conoscenza e al commercio del vino nel mondo provenga da un territorio che

ha vigne e cantine nel proprio dna".

Gorelli ha iniziato il suo percorso nel 2014, in occasione del Symposium dell'Istituto Masters of wine. Nel 2015, ha affrontato lo "stage one" superandolo in un seminario a Rust, in Austria: 12 vini alla cieca e due essay, che gli hanno consentito di affrontare lo "stage two". Il 2016 e il 2017 sono stati anni di formazione e internazionalizzazione, per scoprire i vini di tutto il mondo. Nel 2018, ha superato la temuta parte pratica: l'analisi e il racconto di 36 vini, degustati alla cieca, in tre batterie in tre giorni, che il candidato deve saper raccontare e comunicare contestualizzando le sue conoscenze, da quelle viticole ed enologiche a quelle di mercato. "Un Master of wine" come spiega lo stesso Gorelli "non deve indovinare i vini, ma dimostrare di averli compresi. Può sbagliare a riconoscere varietà e provenienza, entro certi limiti, ma è richiesta una grande sensibilità nel valutare lo stile produttivo e, soprattutto, la qualità. Ogni batteria" prosegue "è un saggio che il candidato è chiamato a scrivere riguardo a provenienza, varietà, metodo di produzione, posizionamento nella piramide qualitativa e collocamento commerciale. La



descrizione del vino segue una logica che porta a dare delle conclusioni, è un piccolo essay in cui si devono usare capacità analitica ed efficacia comunicativa".

Attualmente, i Master of wine sparsi nel mondo sono attivi principalmente in Uk (210), Stati Uniti (56), Australia (28), Francia (18), Nuova Zelanda (15) e Canada (10). Ma anche l'Italia può d'ora in avanti entrare in questo prestigioso elenco. Assieme a Gorelli, i candidati che hanno passato l'esame in questa sessione sono James Doidge, Álvaro Ribalta Millán e Tze Sam (Uk), Susan Lin, Clare Tooley, Melissa Saunders e Kryss Speegle (Usa), Moritz Nikolaus Lueke (Germania), Sophie Parker-Thomson (Nuova Zelanda).

Cambiare il "vinese": due termini su tre non vengono compresi

Abboccato, astringente, ossidato, tannico. Siamo sicuri che il linguaggio del vino sia comprensibile ai più? Secondo una ricerca dell'università di Verona, illustrata dallo psicologo Roberto Burro alla Valpolicella Annual Conference, due termini su tre del cosiddetto "vinese" non vengono compresi e rischiano di generare una comunicazione inefficace.

In particolare, la ricerca mostra come dei descrittori indicati nei disciplinari di produzione e poi riprodotti nella comunicazione, la maggior parte sia di tipo sensoriale: il 40% ha a che fare con l'olfatto, l'altro 40% con il gusto, un 16% con la vista e solo il 4% con la globalità del vino. La soluzione? "Bisognerebbe migliorare il dialogo tra esperti e non esperti" spiega Burro "Per le aziende sarebbe, quindi, importante cambiare il linguaggio, con un approccio personalizzato secondo l'utente. Per farlo, però, bisogna conoscere meglio il proprio cliente, anche tramite la profilazione".



COLLALTO



Ottaviano

SUI LIEVITI - BRUT NATURE

Tra i pionieri del prosecco di fine 800, il conte Ottaviano Antonio, viene oggi omaggiato dal nostro Ottaviano "sui lieviti". Prodotto seguendo un metodo "antico", rimanda alle origini dell'attuale prosecco spumante.

ENOGASTRONOMIA. Il food di Roma in un video del Gambero Rosso, in partnership con Zètema

Si chiama **"Feeling the taste"** ed è il video con cui il Gambero Rosso racconta Roma e le sue eccellenze enogastronomiche. Lo fa grazie a un accordo con Zètema (società del Comune di Roma specializzata in marketing territoriale) nell'ambito del piano strategico Futouroma, che definisce le azioni e le priorità sul turismo capitolino, in cui food&wine rappresentano elementi essenziali per la valorizzazione dell'identità della città eterna. Gricia, pollo ai peperoni, carbonara, abbacchio, carciofi: **l'anima golosa e anche agricola di Roma (42 mila ettari produttivi) emergono nel racconto di Marco Sabellico (uomo dei vini e dei sapori) e di Andrea Lo**

Cicero (campione di rugby e appassionato di gastronomia) che, a bordo di una vespa, portano il turista alla scoperta degli angoli golosi della città ma anche della campagna romana da cui tutto nasce.

"Siamo conosciuti e apprezzati in tutto il mondo per la nostra tradizione culinaria, ma dobbiamo far vivere ai turisti le numerose esperienze, sia della tradizione che dell'innovazione, in grado di sfruttare a pieno il grande patrimonio enogastronomico romano per regalare emozioni che durano una vita", ha detto l'assessore allo Sviluppo economico,



turismo e lavoro di Roma Capitale, Andrea Coia. Un dato su tutti: l'ultima indagine commissionata da Zètema a Swg rileva che quasi il 30% di chi ci è già stato ci tornerebbe e che oltre il 31% di chi non ci è ancora stato andrebbe a Roma per assaggiare le specialità enogastronomiche.

SPORT. Il Trentodoc di Ferrari spodesta lo Champagne come brindisi ufficiale di Formula1

Prima volta di una bollicina italiana come brindisi ufficiale dei gran premi del campionato mondiale di Formula1. Il Trentodoc, in formato jeroboom, di Cantine Ferrari farà il suo debutto dalla stagione 2021, che partirà il prossimo 28 marzo con il gran premio Gulf Air del Bahrain.



E per tre stagioni accompagnerà le gare, i festeggiamenti e i momenti conviviali del grande circuito sportivo. Il marchio trentino, di proprietà del Gruppo Lunelli, ha spodestato il dominio delle bollicine francesi dello Champagne e ora verrà stappato ed esibito dopo ogni vittoria dai piloti. La visibilità è garantita, considerando che questo sport conta 500 milioni di appassionati in tutto il mondo. E si spera che questo esordio sia di buon auspicio per i risultati finora non esaltanti della Scuderia Ferrari, la casa automobilistica di Maranello.

Non è la prima volta che le bollicine Trentodoc salgono su un podio della Formula1. Accadde negli anni '80 durante il gran premio di Monza, ma solo per quella gara. Per Matteo Lunelli, presidente e ceo di Ferrari Trento, la stretta di mano col presidente e Ceo di Formula1, Stefano Domenicali (foto), è di quelle da mettere in bacheca: *"Abbiamo deciso di intraprendere questo ambizioso progetto, nonostante il difficile momento storico"* spiega Lunelli *"come segno di fiducia nel futuro e perché crediamo nelle potenzialità del nostro marchio"*. *"Vogliamo migliorare l'esperienza dei nostri fan"* ha aggiunto Domenicali *"sia per quanto riguarda le celebrazioni sul podio che nell'ospitalità"*.

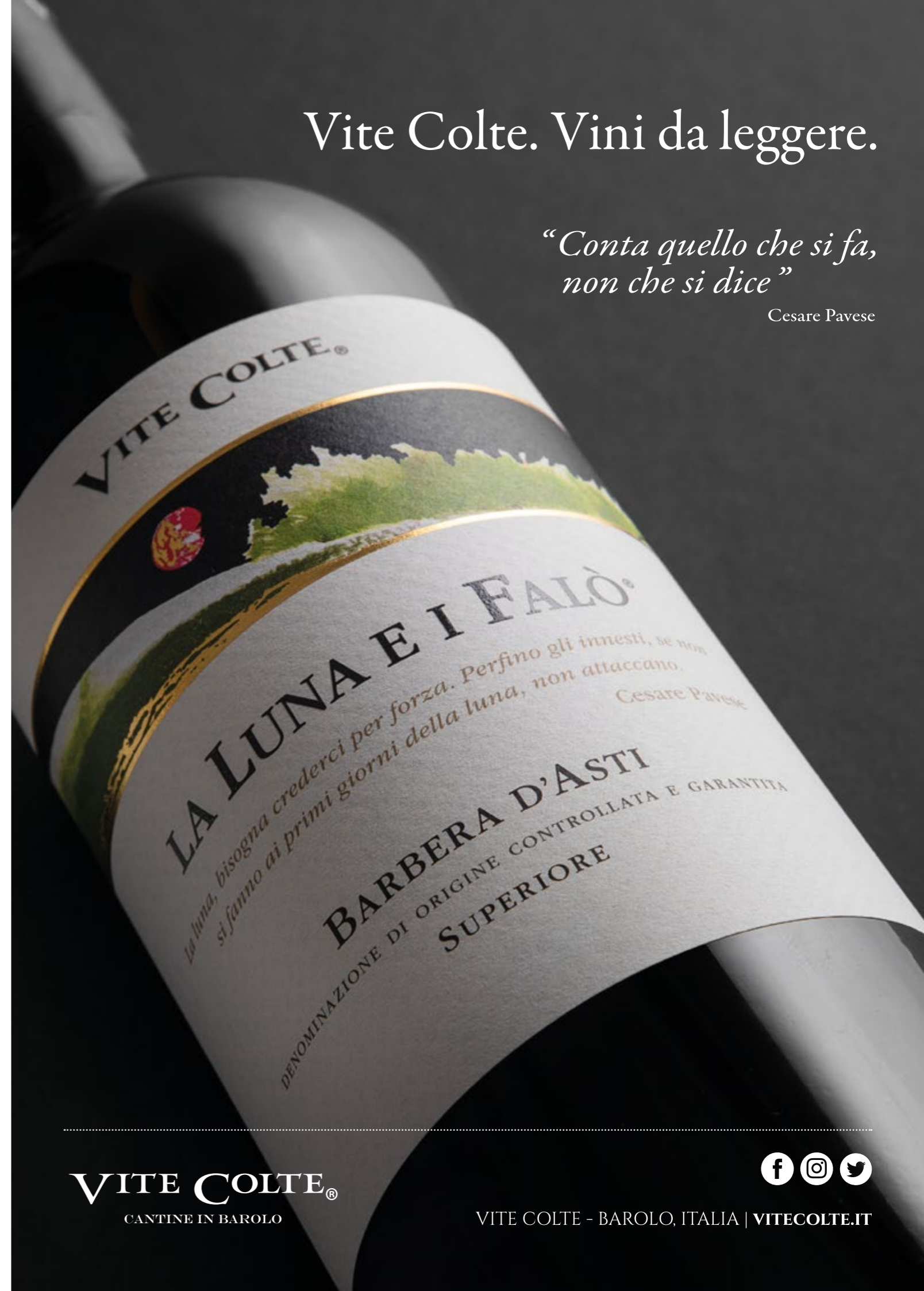
PANTELLERIA. A quasi tre anni dal furto ai danni dell'azienda De Bartoli, arriva sul mercato il Passito della Solidarietà

Era il 2018 quando, nella notte tra il 2 e il 3 settembre, dei ladri rimasti ignoti entrarono in una serra dell'azienda De Bartoli a Bukkuram, rubando circa 6 quintali di uva in appassimento. Per Gipi, Renato e Sebastiano, i figli di Marco De Bartoli che gestiscono la cantina, fu un colpo molto duro perché quelle uve curate con tutte le attenzioni durante l'anno, erano irripetibili. Infatti, il danno maggiore, al di là del valore commerciale delle uve sottratte, è stato di privare l'azienda della possibilità di produrre il Passito di Pantelleria Bukkuram 2018. La solidarietà da parte degli altri produttori fu immediata. Le aziende associate al Consorzio Vini Pantelleria Doc – Pellegrino, Murana, Vinisola, Donnafugata, Basile e Coste di Ghirlanda – decisero immediatamente di donare la stessa quantità uva rubata all'azienda De Bartoli, anch'essa socia del Consorzio, per metterla in condizione di produrre. Ora, grazie alla collaborazione dei negozi Eataly e di Tannico, sarà possibile acquistare (euro 25,00) il Passito di Pantelleria 2018 "Il vino della solidarietà" **da uve donate dai soci del Consorzio e vinificate dall'azienda De Bartoli.** Si tratta di 1.000 bottiglie da 0,375, dei pezzi unici con una storia da raccontare e con una speranza da alimentare. Infatti, una parte dei ricavi derivanti dalla vendita delle bottiglie, serviranno per finanziare delle borse di studio a sostegno di giovani panteschi che decideranno di studiare viticoltura ed enologia e quindi potranno essere protagonisti del ricambio generazionale di cui l'isola ha un assoluto bisogno. – **A. G.**

Vite Colte. Vini da leggere.

"Conta quello che si fa, non che si dice"

Cesare Pavese



VITE COLTE®

CANTINE IN BAROLO



VITE COLTE - BAROLO, ITALIA | VITECOLTE.IT

EVENTO. Vigneti aperti: la novità 2021 di Mtv al via da marzo

Parte con la novità di Vigneti aperti il calendario 2021 del Movimento turismo del vino (Mtv), che conferma anche gli appuntamenti storici con Cantine aperte e Calici di stelle, previsti in estate. **Dal 20 marzo, fino a novembre, durante tutti i week end, prende forma questo nuovo format, presentato nel 2020 da Lombardia e Friuli-Venezia Giulia** che, come spiega Nicola D'Auria, nel 2021 viene proposta su scala nazionale. "Un'esperienza di divertimento formativo all'aria aperta che mai come ora risponde alle esigenze di sicurezza che tutti noi ricerchiamo. L'iniziativa offre agli enoturisti l'opportunità di seguire le varie fasi che, stagionalmente, caratterizzano il lavoro prima in vigna e poi in cantina".

Tutto dipenderà, ovviamente, dall'andamento della pandemia. Mtv ha, infatti, previsto un programma fluido: "Studiato per adattarsi, anche con tempi di reazione brevi, alle situazioni che ci troveremo ad affrontare di volta in volta". Già da ora, Mtv (a cui sono associate oltre 800 cantine in tutta Italia) sta operando per garantire che ogni situazione sia caratterizzata dal "rispetto delle normative di prevenzione, ovviamente anche legate al colore delle varie Regioni": le visite sono su prenotazione e i numeri contingentati. "Le nostre cantine sono attrezzate nel migliore dei modi e le persone che lavorano in questo contesto forniscono delle prestazioni dagli standard elevati. Tutto questo ci consente di guardare al futuro con la sicurezza di una professionalità costruita nel tempo".

Info: movimentotourismovino.it

supervisione editoriale

Massimiliano Tonelli
 coordinamento contenuti
 Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
 hanno collaborato

Gianluca Atzeni, Antonella Dilorenzo,
 Andrea Gabbrielli, Attilio Scienza
 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

FINO AL 1 APRILE

❖ **ENOWEBINARS**
 Consorzio Vini Venezia
consorziovinivenezia.it

8 MARZO

❖ **STAPPA CON GAMBERO ROSSO**
 Cantina produttori Bolzano
 Sauvignon Greel Riserva '18
 sui canali social
 del Gambero Rosso

10 MARZO

❖ **STAPPA CON GAMBERO ROSSO**
 Loredan Gasparini
 Montello e Colli Asolani
 Venegazzù Superiore Capo di Stato '17
 sui canali social
 del Gambero Rosso

12 MARZO

❖ **STAPPA CON GAMBERO ROSSO**
 Cantina di Custoza
 Custoza Superiore
 Custodia '18
 sui canali social
 del Gambero Rosso

18 MARZO

❖ **MILLESIME BIO FIERA MONDIALE DEI VINI BIOLOGICI DIGITAL EDITION**
 fino al 19 marzo
millesime-bio.com

21 MARZO

❖ **CHE BOLLE BARIANO**
 Bariano (Bergamo)
 Convento dei Neveri
 fino al 22 marzo
chebolle.it

3 APRILE

❖ **MONTEFALCO NEL BICCHIERE**
 Montefalco (Perugia)
 Piazza del Comune
 ore 17.00
 ogni sabato
 fino al 30 ottobre
consorzioMontefalco.it/montefalco-nel-bicchiere-2021/

10 APRILE

❖ **GRANDI LANGHE ON THE ROAD**
 Taormina (Messina)
grandilanghe.com

17 APRILE

❖ **CHE BOLLE STRESA**
 Stresa (Verbania)
 Palazzo dei Congressi
 fino al 19 aprile
chebolle.it

1 MAGGIO

❖ **ONLY WINE FESTIVAL**
 Città di Castello (Perugia)
 fino al 3 maggio
onlywinefestival.it

10 MAGGIO

❖ **BUYWINE 2021 EDIZIONE DIGITALE**
 fino all'11 giugno
bit.ly/BuyWine2021

14 MAGGIO

❖ **ANTEPRIME DI TOSCANA**
 fino al 21 maggio

15 MAGGIO

❖ **ANTEPRIMA MORELLINO**
 Firenze
 Fortezza da Basso

17 MAGGIO

❖ **ROSSO MORELLINO**
 Scansano (Grosseto)

17 MAGGIO

❖ **LONDON WINE FAIR EDIZIONE DIGITALE**
 fino al 19 maggio
londonwinefair.com

22 MAGGIO

❖ **ANTEPRIMA SAGRANTINO**
 Montefalco (Perugia)
 fino al 24 maggio
consorzioMontefalco.it

29 MAGGIO

❖ **VINIFERA 2021**
 Fiera di Trento
 fino al 30 maggio
viniferaforum.it

GRANDI CANTINE ITALIANE. Veneto/5

Le grandi cantine del Veneto

CANTINA
Valpantena

LOC. QUINTO | VIA COLONIA ORFANI DI GUERRA, 5B | VERONA
 WWW.CANTINAVALPANTENA.IT | 045 550032

Il distretto vitienologico veronese ha nella cantina di Quinto una delle protagoniste più importanti: è una struttura cooperativa attiva fin dagli anni '50 che raggruppa l'opera di molti soci agricoltori. Le vigne si distribuiscono in massima parte nell'area orientale, che dal capoluogo sale verso i Monti Lessini. Vini che pongono sempre al centro del disegno stilistico la piacevolezza del frutto, interpretati con nitidezza e tensione. I successi ottenuti nei più importanti concorsi enologici internazionali sono il meritato riconoscimento di questa continua ricerca mirata al miglioramento degli standard produttivi e qualitativi.

I VINI E GLI ABBINAMENTI CONSIGLIATI



Amarone della Valpolicella Torre del Falasco '15

Ha eleganti profumi di prugna matura, con sentori di cioccolato ed erbe aromatiche. Nobile armonia al palato con tannini setosi, ben equilibrato e dalla vibrante spinta acida e sapida. Da bere accompagnandolo con cacciagione o pecorino.

Amarone della Valpolicella Brolo dei Giusti '11

Porge al naso profumi di frutto surmaturato, foglie secche e pepe. In bocca debutta potente ma gradualmente ritrova agilità, grazie all'acidità e al sostegno dei tannini levigati. Si accompagna ad arrosti, cacciagione e formaggi stagionati.



Valpolicella Sup. Brolo dei Giusti '13

La ciliegia appare nitida e contornata da note di pepe che ritroviamo perfettamente riconoscibili in un palato denso e caratterizzato da una dolcezza prorompente e al tempo stesso integrata, con un'acidità che dona tensione e leggerezza. Ideale con arrosti e formaggi di media stagionatura.



CONFLITTI. Ancora Cina vs vino australiano. Ora tocca pure allo sfuso



foto: evening tao/freepik

a cura di Andrea Gabrielli

Qualche giorno fa le autorità doganali cinesi hanno bloccato per "problemi di etichettatura" un carico di 20mila bottiglie di vino australiano dei marchi Badger's Brook e Penfolds che, nonostante le gravose tariffe antidumping del 212%, erano arrivate nel Paese. In precedenza, la dogana cinese aveva stoppato 4 tonnellate di vino della Ladbroke Grove Wines, indicando "la contaminazione del sughero" come causa principale del fermo. **Ora è la volta del blocco dello sfuso - l'export aussie vale 50 milioni di dollari - che sinora non era mai stato toccato dalle ritorsioni cinesi**, anche perché non rientrerebbe nelle tariffe punitive già in vigore sul prodotto imbottigliato.

Per il vino australiano è un momento difficilissimo.

Il deterioramento delle relazioni cino australiane si era accelerato ad aprile scorso quando il primo ministro conservatore Scott Morrison aveva appoggiato la richiesta del presidente americano Donald Trump di un'indagine internazionale sulle origini dell'epidemia, sollevando le ire cinesi. Sino ad allora il vino australiano era stato favorito non solo dalla vicinanza geografica, ma anche dall'entrata in vigore, il 20 dicembre 2015, del trattato di libero scambio Cina-Australia (ChAFTA). In base all'accordo, la tariffa di importazione del 14% per il vino in bottiglia e del 20% per il vino sfuso è stata gradualmente ridotta per poi essere definitivamente eliminata a partire dal primo gennaio 2019.

Tale condizione di favore ha reso molto competitivo il prezzo del vino aussie nel mercato cinese rispetto ai vini importati da Francia, Italia o Spagna, soggetti invece al dazio del 14%. Per questo l'Australia era diventata il primo Paese esportatore con il 39% delle quote a valore. Ora gli effetti dell'ipertariffazione (+212%), si iniziano a far sentire: le esportazioni australiane nell'ultimo trimestre 2020 sono calate da 162 milioni di dollari di ottobre a 4 milioni di dollari in dicembre, segnando -98%. Le ritorsioni cinesi, che ora colpiscono anche lo sfuso australiano, stanno gravemente danneggiando il settore e provocheranno un calo dei prezzi stimato in almeno il 28%. L'interdipendenza con la Cina può costare molto cara, ma questo vale non solo per l'Australia.

IL MIO EXPORT

Daniele Gaia - Reva

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Reva è una realtà giovane, sul mercato dal 2016. Oggi l'export vale il 65%, a fronte del 35% di vendite interne. All'estero vendiamo in circa 15 Paesi, con Usa, Canada, Svizzera e Scandinavia a fare da traino per le esportazioni.

2 Cosa è cambiato e come stanno andando le esportazioni dopo i lockdown?

Non abbiamo avuto reali blocchi delle vendite. Alcune realtà hanno ridotto i propri volumi (parlo soprattutto di Usa e del Regno Unito), ma abbiamo riscontrato un calo quasi nullo nelle vendite di Barolo e Barolo Cru, mentre un po' di rallentamento si è visto sui vini da rotazione che hanno certamente subito in modo più deciso la chiusura delle attività ristorative.

3 Come pensate che il sistema vino debba ripartire? Quali devono essere le strategie e che aspettative avete?

Io credo che la cosa più importante sia non farsi prendere dalla paura di non vendere. Non sono certo periodi rosei, ma errori strategici fatti oggi potrebbero portare danni importanti al brand negli anni futuri. Noi continuiamo a perseguire la strada della ricerca del vino migliore possibile, studiando soluzioni ad hoc con ogni singolo importatore per adattare la strategia alle reali esigenze di ogni Paese.

4 Come promuovete normalmente i vostri vini all'estero e come lo state facendo in questo periodo di emergenza?

Siamo un gruppo giovane, composto da giovani (siamo tutti sotto i 35 anni!). Noi cerchiamo il contatto con il cliente, per far vedere il nostro entusiasmo e spiegare il nostro modo di interpretare il vino. Pertanto, i viaggi per noi sono importantissimi. In questo momento di "blocco" forzato, sfruttiamo le nuove tecnologie per parlare con i clienti ed abbiamo implementato il nostro sito internet e le nostre pagine social, che seguiamo con particolare attenzione.

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

Ricordo quando, una sera, non conoscendo l'indirizzo di una degustazione ad Hong Kong, presi un taxi e chiesi all'autista di seguirne un altro su cui era salito un produttore che doveva andare nello stesso posto. Lui, entrato pienamente nella parte di un noir poliziesco, si lanciò in un inseguimento "cinematografico" nel traffico intenso della città, non mancando di prendere qualche rischio. Adesso ci rido sopra, ma quella sera ero terrorizzato!

❖ Reva - loc. San Sebastiano - Monforte d'Alba
Cuneo - revamonforte.com



NEL PROSSIMO NUMERO
LANTIERI

CANALI DI VENDITA. COSÌ IL COVID HA RIDISEGNATO LE LOGICHE DISTRIBUTIVE

Multicanalità, premiumizzazione della Gdo, volata dell'e-commerce: il rapporto dei consumatori con gli acquisti di vino è in piena evoluzione. E se la chiusura dell'Horeca genererà una contrazione di oltre 100 miliardi di dollari in tre anni, la redistribuzione dei prodotti, fin qua, ha favorito l'Italia rispetto ai competitor

▲ a cura di Loredana Sottile

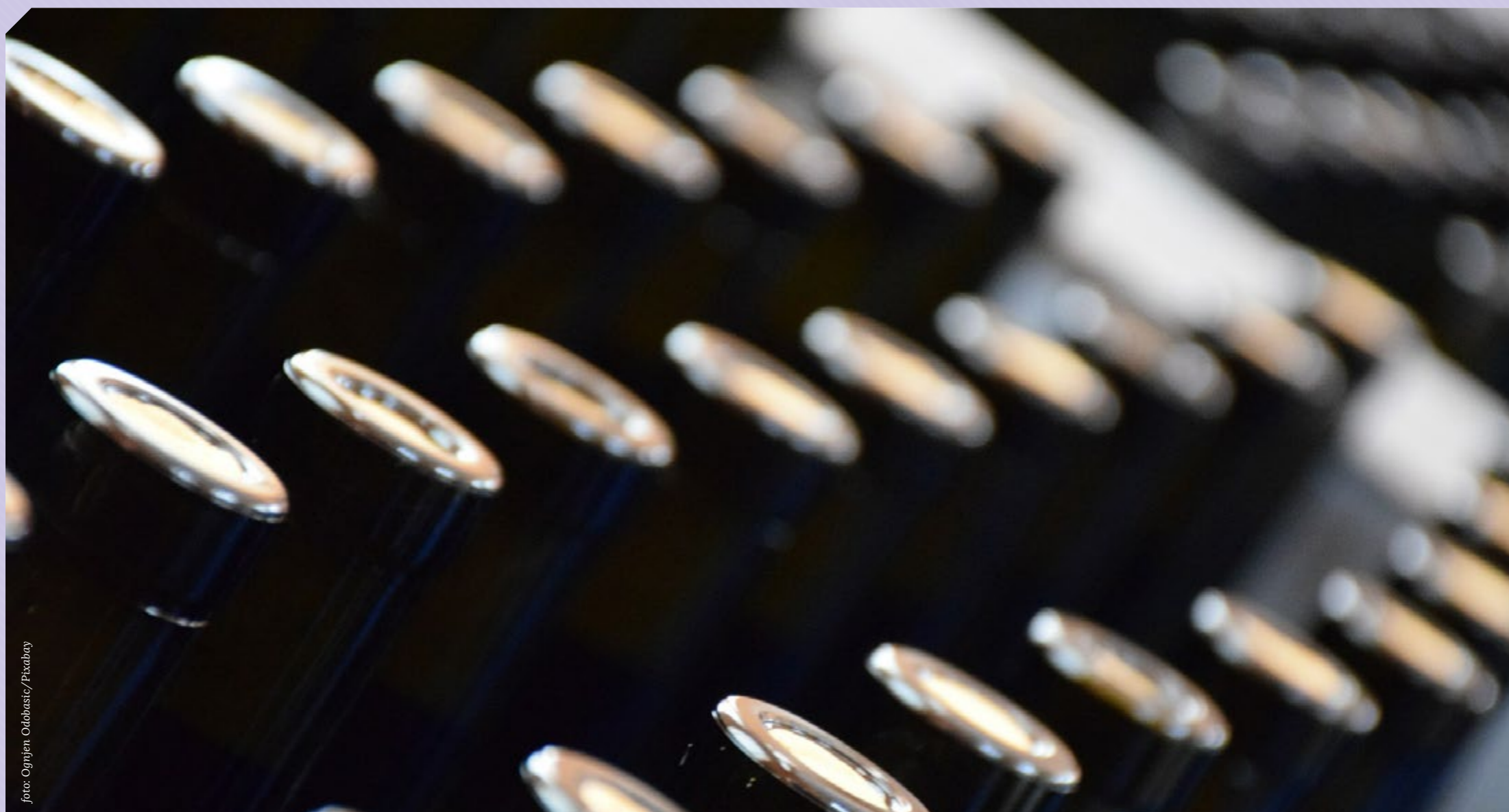
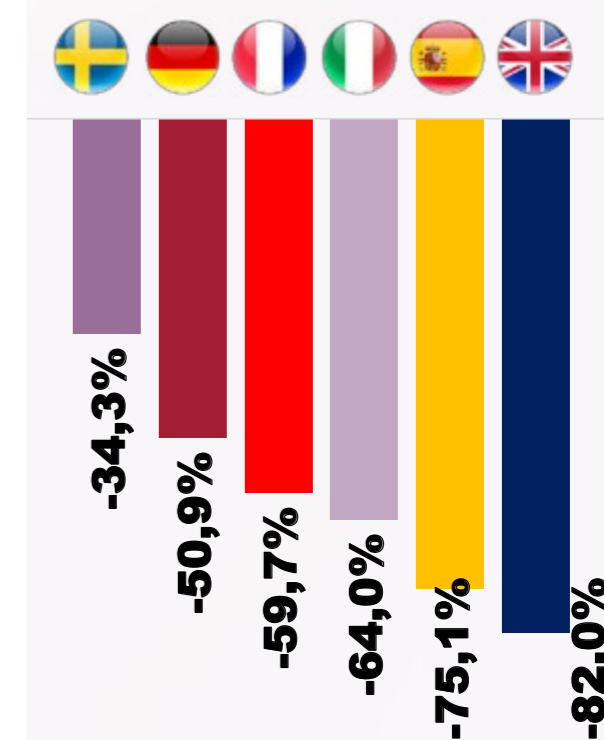


foto: Ognjen Odobasic/Pixabay

Consumi liquidi si potrebbe ben dire a proposito di quelli di vino che, più che diminuire, sembrano spostarsi da un canale all'altro. Ed è questo, al di là delle analisi dei singoli periodi, che con ogni probabilità resterà quando il Covid e le sue varianti saranno solo un ricordo. L'Horeca chiusa ha, infatti, favorito la crescita della Grande distribuzione e dell'e-commerce, cambiando per sempre il rapporto dei consumatori con le modalità d'acquisto, così come è emerso dalla due giorni della Annual Conference organizzata dal Consorzio tutela vini Valpolicella. Un fenomeno che non ha riguardato solo l'Italia. Secondo le rielaborazioni di Nomisma su dati Eurostat, il crollo dell'on premise non ha risparmiato nessun Paese, con perdite di fatturato importanti per i food service soprattutto nel secondo quadrimestre: -82% per il Regno Unito, -75% per la Spagna, -64% per l'Italia e -59,7% per la Francia. In particolare per il vino, l'Osservatorio Uiv prevede che le perdite legate alle limitazioni dell'Horeca supereranno i 100 miliardi di dollari per il periodo 2020-2022. "Un danno enorme" è il commento del segretario generale di Unione Italiana Vini, **Paolo Castelletti**, che nel corso dell'evento ha sottolineato che "l'Horeca nel mondo rappresenta il 52% del valore complessivo di vino. Per l'Italia arriva al 57% a fronte del 43% della Gdo". Almeno fino ad oggi. Ma cosa potrebbe succedere se le parti si invertissero?

Il crollo dell'on premise (var. vendite food service a valore 2° quadr. 2020 vs 2019)

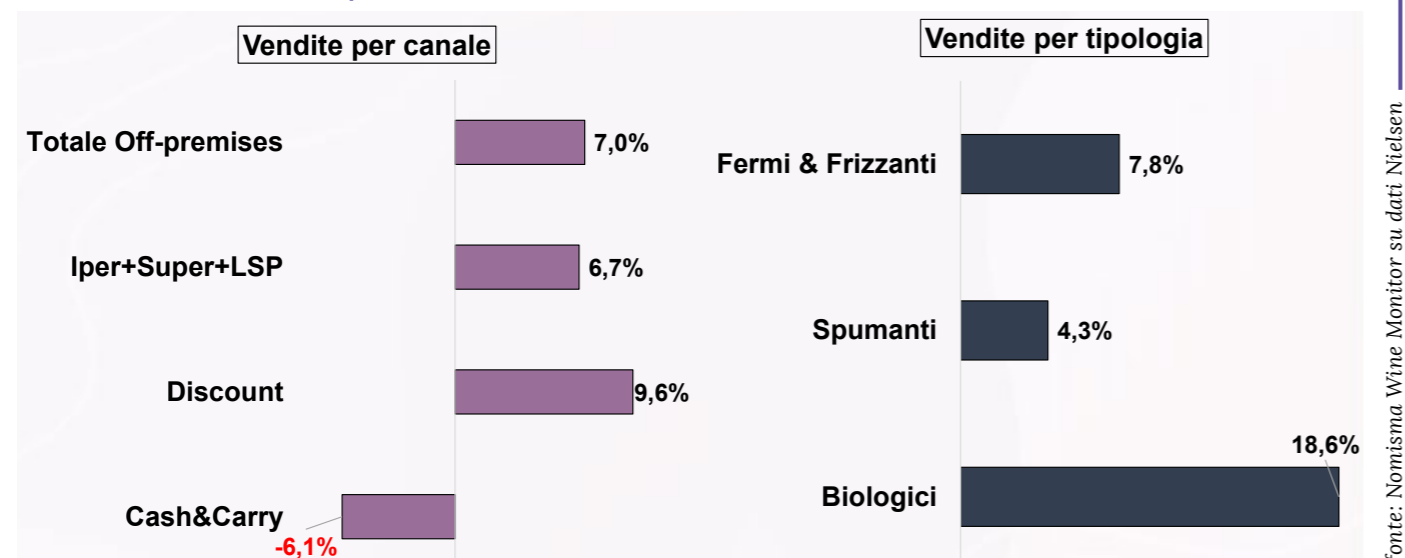


LA RIVINCITA DELLA GDO

"Per un canale che chiude o va male, un altro canale cresce", sottolinea il responsabile dell'Osservatorio Wine Monitor, **Denis Pantini**, riferendosi in particolare al vino »

» in Gdo che, in Italia, ha registrato un incremento del 7% sul 2019: "Un tasso di crescita che non si vedeva da decenni". In grande spolvero soprattutto i Discount che sfiorano un +10% di vendite a valore, mentre si collocano comprensibilmente in terreno negativo i Cash&Carry (-6,1%), considerato che vendono anche ai ristoranti. Per quanto riguarda le tipologie, si registra un +7,8% per i vini fermi e frizzanti e un +4,3% per gli spumanti. Boom di crescita per i biologici (+18,6%), sebbene pesino ancora non oltre il 2% delle vendite nella Grande distribuzione. Ma il fenomeno più interessante è il cambiamento di rotta e la maggiore attenzione che le cantine ripongono in questo

Italia, la crescita dell'off premise 2020 (var. % vendite vino in valore 2020 vs 2019)

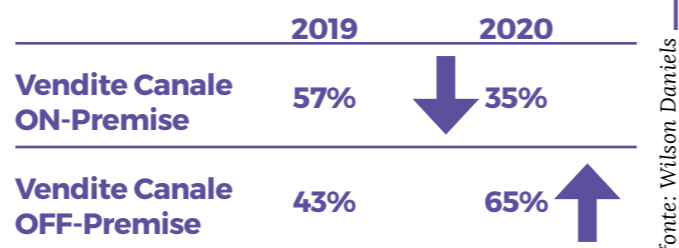


NUOVI SCENARI DISTRIBUTIVI

La nuova vita del retail ha interessato anche gli esercizi oltreoceano, dove si assiste sempre più al fenomeno della premiumizzazione dell'offerta e dove si va affermando l'effetto sostituzione delle modalità di consumo: più retail, meno fuori casa. È quanto evidenzia, ad esempio, la statunitense Wilson Daniels, azienda leader nell'importazione e distribuzione di prodotti di alta gamma con 45 marchi europei (16 italiani) in portafoglio. "Nel 2019 l'on premise era il canale più forte" ha rivelato il brand manager per l'Italia **Alessandro Boga** "così ci siamo dovuti riadattare al cambio del canale distributivo, con l'Horeca che ha registrato una contrazione della sua quota di mercato dal 57% al 35% e con l'off trade protagonista di un percorso inverso, dal 43% al 65%". Non solo. A crescere maggiormente nel retail sono i vini più costosi. "Nel 2020" ha detto Boga "i segmenti luxury (oltre i 20 dollari a bottiglia), ultra e super premium (da 10 a 20 dollari) sono cresciuti a valore in Gdo rispettivamente del 26% e del 23% e oggi incidono per più del 50% sull'intero fatturato vino". Il perché è presto spiegato: chi spendeva fino a 75 dollari a bottiglia al ristorante, ora per la stessa bottiglia,

canale, come conferma il responsabile alcolici di Coop Italia, **Francesco Scarcelli**: "Stiamo assistendo a politiche diverse da parte di brand che fino a poco tempo fa non avvicinavano la grande distribuzione mentre oggi la ritengono un canale interessante per i propri prodotti di alta gamma. E allo stesso tempo anche i consumatori hanno riconosciuto alla Gdo un valore importante e sono disposti a spendere di più". E i risultati si vedono. "L'incremento del fatturato vino 2020 per Coop" rivela Scarcelli "è stato attorno al 5,5%, con un leggero aumento dei prezzi (+1,5%) dato anche dalle minori promozioni. Dal canto nostro, stiamo valutando nuovi inserimenti, creando degli spazi enoteca con personale qualificato e favorendo l'incontro cibo-vino".

Come ha reagito Wilson Daniels

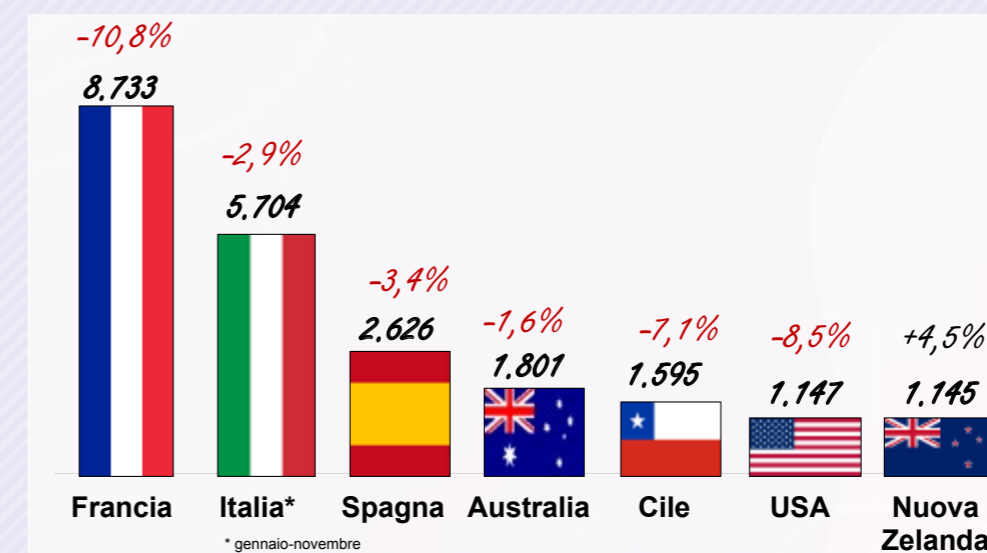


da casa, ne spende 25 e può, quindi, permettersi un maggiore rifornimento. In conclusione, se per la ristorazione non ci sarà una vera ripresa fino al 2022, il retail continuerà ad essere il canale principale per tutto l'anno e i punteggi dei wine critic saranno ancora più importanti nel guidare le scelte dei consumatori. Lo spostamento verso i vini di alta gamma trova riscontro anche in Italia, come conferma **Luca Pizzichella**, brand manager del gruppo di enoteche Signorvino: "La pandemia ha accelerato il trend di maggior spesa per bottiglia, un processo di premiumizzazione generato dal maggior potere di acquisto determinato dalla chiusura della ristorazione".

Export 2020. Italia meglio dei competitor grazie alla multicanalità

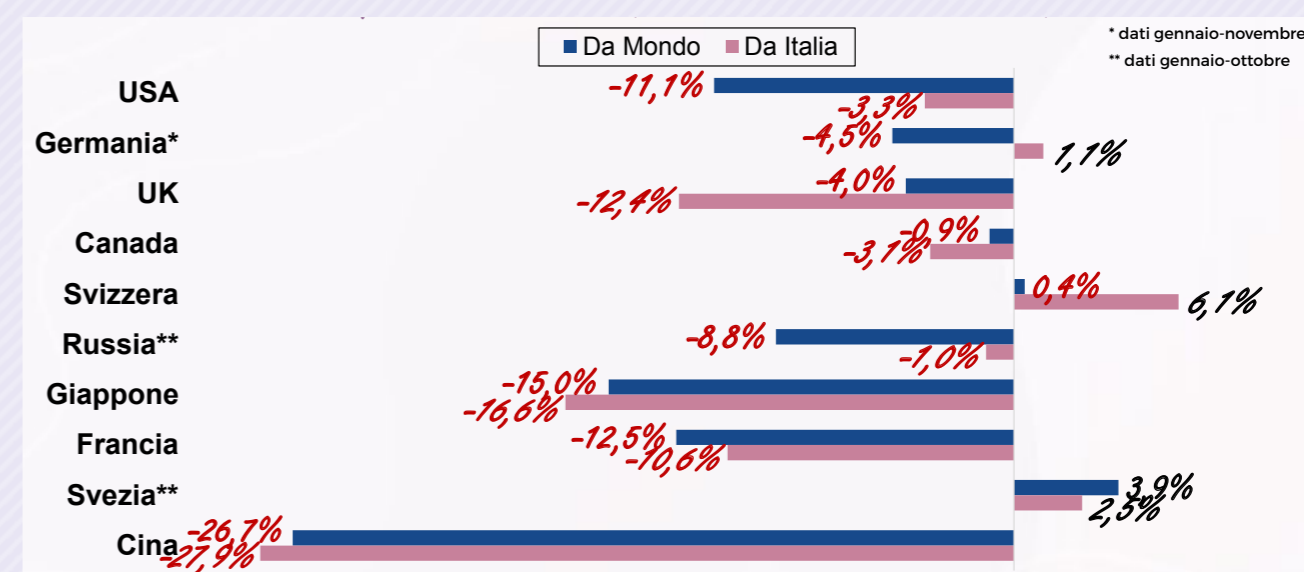
L'effetto Covid si abbatte sulle esportazioni di quasi tutti i top player, ma con l'Italia che, in qualche modo, riesce a contenere le perdite. Secondo l'analisi Nomisma Wine Monitor sui dati doganali, infatti, il Belpaese dovrebbe chiudere il 2020 a -2,5%. (-2,9% negli 11 mesi per un totale export di 5,7 miliardi di euro). "L'Italia soffre meno dei suoi principali competitor" ha detto Pantini "proprio per una sua maggior diversificazione della distribuzione di vino nel mondo e riduce le distanze con la Francia". Francia che è il Paese che paga il prezzo più alto della pandemia: -10,8% per 8,7 miliardi di euro. Al terzo posto, la Spagna va giù del 3,4% a 2,6 miliardi di euro e l'Australia fa -1,6% a causa dei pesanti dazi cinesi sui suoi vini, introdotti nel mese di dicembre. L'unico Paese in terreno positivo è la Nuova Zelanda (+4,5%), sebbene la crescita riguardi soprattutto il vino sfuso nel mercato inglese. Se si guarda alle

Trend export 2020: confronto tra top player (mln € e var. % vs 2019)



importazioni dei principali Paesi consumatori, i 12 mesi 2020 restituiscono un mercato globale in profondo rosso ovunque, con il top buyer Usa in calo dell'11,1% e l'emergente domanda cinese che affonda a -26,7%, con Germania e Uk che perdono circa il 4% e il Canada a -0,9%. L'Italia appare in controtendenza proprio sulla piazza statunitense dove riesce a non andare sotto il 3,3% e soprattutto in Germania dove fa addirittura a +1,1%. Bene anche Svizzera (+6,1%) e Svezia (+2,5%), mentre perde oltre la media mondiale in Giappone (-16,6% Vs -15%) e Cina (-27,9% Vs -26,7%). Complessivamente - e non fa eccezione l'Italia - ne escono meglio i vini fermi, mentre a perdere di più sono le bollicine, ma con interessanti performance tricolori in Russia (+6,8%) e sorprendentemente in Francia (+2,8%) con i cugini d'Oltralpe che preferiscono rinunciare ai fermi italiani (-15,8%), ma non a Prosecco&Co. Da sottolineare, infine, il momento negativo nel Regno Unito dove sia le esportazioni di fermi (-10,5%) sia di sparkling (-15,8%) non sorridono decisamente al Belpaese.

Import totale vino nei top mkt mondiali (var. in valore 2020 vs 2019)



» **L'E-COMMERCE**

RADDOPPIA IL GIRO D'AFFARI

L'altro grande "favorito dalla pandemia" è stato il canale delle vendite online, che in Italia ha registrato una vera esplosione, raggiungendo i 203 milioni di euro. "Un fenomeno strutturale e non più solo dettato dall'emergenza" sottolinea il responsabile di Wine Monitor che aggiunge: "l'e-commerce partito in sordina, lo scorso anno ha registrato il raddoppio del proprio giro d'affari, con un peso importante dato dai siti specializzati (da Tannico a Callmewine; ndr) che rappresentano l'83% delle vendite e che, a valore, hanno visto una crescita di quasi il 100%. Ancora maggiore l'incremento per

Gdo online e Amazon (+141%), ma - è bene ricordarlo - il fenomeno vale il 7% del fatturato vino della Gdo".

L'identikit dell'acquirente italiano di vino online, che viene fuori dalla consumer survey Wine Monitor Nomisma, mostra una forte predominanza del genere maschile, appartenente alla generazione dei Millennials e con un buon reddito annuo. In particolare, si tratta di consumatori di vino che fino al 2019 compravano le bottiglie fuori casa, nel 2020 hanno iniziato a farlo online (grazie anche alla maggiore familiarità con il web, legata anche allo smartworking) e nel 2021 - secondo quanto dichiarato dagli stessi - aumenteranno il loro consumo di vino.

Esplosione e-commerce, trend delle vendite vino a valore (var. 2020 vs 2019)



PREVISIONI POST-COVID

Per sintetizzare ancora meglio il cambio di passo, la survey Nomisma per il Consorzio della Valpolicella ha chiesto alle imprese quali sono nei prossimi 2-3 anni gli effetti indotti dal Covid che produrranno il maggiore impatto sul business aziendale. Per l'Italia il quadro che ne viene fuori è: riduzione del numero di locali (ristoranti, pub, ecc...); incremento delle vendite di vino online; riduzione dei consumi fuori casa. Per l'estero restano valide le prime due risposte, a cui si aggiunge la riduzione delle spese vino dei consumatori.

Spostando l'attenzione sulle strategie da mettere in atto per continuare ad essere competitivi, la triade di risposte relativa al mercato italiano è composta da: potenziamento del canale online di vendita; potenziamento della presenza sui social network; potenziamento della vendita diretta. Per l'export si punta, invece a: aumentare i mercati esteri presidiati; potenziare la vendita online e la presenza social. Il futuro è sempre più digitale. ❖

Quali canali distributivi per l'Amarone

La redistribuzione sui canali di vendita riguarda anche i vini della Valpolicella, il cui Consorzio di tutela ha ospitato l'evento "Gdo, horeca, e-commerce: il futuro commerciale del vino è multicanale", proponendo la prima conferenza consortile totalmente digitale. "Nella totalità del sistema possiamo essere contenti per come abbiamo affrontato il 2020" ha affermato il presidente Christian Marchesini "sebbene la chiusura dell'Ho-reca abbia penalizzato soprattutto le aziende più piccole che hanno più difficoltà ad affrontare la grande distribuzione. In futuro cercheremo di rivedere il rapporto con i diversi canali". Per la denominazione principe del territorio, l'Amarone, la presenza in Gdo oggi vale il 44% del totale vendite, ma per le piccole aziende si limita ancora al 10% del totale del loro business, a fronte di una quota elevatissima (47%) di vendite effettuate attraverso la figura del grossista, in gran parte destinata alla ristorazione. Mentre, in linea con la media nazionale, la vendita diretta rappresenta il 7% e quella online il 3%.



Il tuo talento ha bisogno di nuove sfide?

Scopri i nostri corsi professionali su gamberorosso.it/academy

- ROMA | TORINO | NAPOLI | LECCE | PALERMO

PARTNER



SPONSOR



CLIMATE CHANGE. SE UN PIEMONTESE VA A PRODURRE VINO NEL FIORDO DI OSLO

▲ a cura di Andrea Gabbrielli

È ancora una nicchia, ma anche la Norvegia adesso si lancia nella produzione vinicola, grazie al riscaldamento globale. Danilo Costamagna, ingegnere di Cuneo, spiega cosa significa produrre vino nel Paese nordico, tra vitigni ibridi e coperture per il freddo

Da tempo i climatologi ipotizzano che tra vent'anni il riscaldamento globale dovrebbe incrementare le temperature di 1,5 - 2 gradi Celsius, con conseguenze importanti sulla qualità della vite e del vino di molte aree del mondo, dalla Borgogna alla Toscana, dall'Australia al Cile. Di contro, le previsioni per le aree nordiche, Scandinavia in testa, vedono un aumento generalizzato delle temperature che potrebbero incrementare anche di 6 °C, diventando molto simili a quelle del nord della Francia. (vedi articolo [Climate Change, come cambia la viticoltura con il surriscaldamento terrestre](#)). Ma già oggi la coltivazione della vite è possibile laddove sino a trent'anni fa, non sarebbe stato immaginabile. Attualmente in Danimarca sono attive circa 90 aziende produttrici di vino, in Svezia una trentina e in Norvegia una dozzina. La maggior parte delle uve coltivate sono varietà resistenti al freddo (Solaris, Rondo, Vidal, ecc...), che producono vini di qualità non paragonabile a quelli delle aree storiche della viticoltura europea. Secondo il New York Times, la sola produzione di vino in Francia vale 28 miliardi di euro all'anno, mentre l'intera di Svezia, Norvegia e Danimarca non supera i 14 milioni di euro.

Per entrare in questo mondo vinicolo così lontano dal nostro, dopo [l'intervista alla coppia italo-svedese Andrea Guerra ed Emma Serner](#), che ha fondato la Långmyre Vineri sull'isola di Gotland, adesso è la volta della Norvegia con **Danilo Costamagna**, che ha scelto il fiordo di Oslo per la sua azienda vinicola.

Ci racconta perché un piemontese, quindi originario di una delle aree d'eccellenza italiane, ha deciso di andare in Norvegia per fondare un'azienda e produrre vino?

Tutto è iniziato nel 2002 quando sono andato in Norvegia come studente Erasmus in Ingegneria delle telecomunicazioni. Quando ci sono tornato nel 2009 »

Il clima baltico continentale

La Norvegia ha un clima particolare, perché è un Paese nordico ma affacciato su un mare che è attraversato da una corrente calda, la Corrente del Golfo. La temperatura media oscilla intorno a 0°C a fine novembre e inizio marzo, ed è mite nei tre mesi estivi (giugno, luglio e agosto), con massime intorno ai 20/22 gradi e punte record nelle zone interne del centro e del sud (Trondheim e Oslo) che hanno raggiunto i 34 °C. Le precipitazioni sono moderate e ben distribuite durante l'anno, con un massimo tra estate e autunno e un minimo in primavera.



» ho iniziato ad approfondire la mia passione per il vino, rendendomi conto che era possibile impiantare delle viti ibride come il Solaris, anche in Norvegia. L'idea è nata dopo aver ottenuto dei positivi riscontri nella competizione per il migliore vino norvegese del 2017. Siamo ancora nelle fasi iniziali, ma ora sto approfondendo le mie conoscenze in viticoltura e enologia con la European Wine Academy (*Scuola internazionale di corsi on line dedicata ad appassionati e professionisti; ndr*)



In quale contesto geografico ha scelto per piantare i vigneti e quali sono le principali caratteristiche meteo-climatiche della sua zona?

Ho diversi progetti di vigneti che si trovano essenzialmente nel Sud/Sud-Ovest della Norvegia, spesso in prossimità - 1 o 2 chilometri - dal fiordo di Oslo. La vicinanza al fiordo è un elemento importante per mitigare i freddi invernali e primaverili e per garantire una temperatura media maggiore anche durante l'estate e l'autunno. Il clima è essenzialmente baltico continentale (vedi box) ma il mesoclima dei vigneti può variare notevolmente in funzione della vicinanza alle montagne, presenza di venti freddi e in funzione del suolo argilloso, con un misto di sabbia e granito, vicino ai fiordi.

Oslofjord

Il Fiordo di Oslo è un fiordo della Norvegia meridionale, sullo Skagerrak che si estende dal 59° al 60° parallelo, per una lunghezza di circa 100 km. Bagna la capitale del Paese, situata all'estremità settentrionale. Rocce eruttive appaiono nella zona di sprofondamento di Oslo e sono il risultato di un'azione vulcanica e di giganteschi dislocamenti dell'epoca erciniana (Permico), l'ultima del Paleozoico. I fiordi in Norvegia sono più di mille. L'acqua sul fondo ha spesso una salinità molto bassa, a causa della sua provenienza dai torrenti e dallo scioglimento delle nevi: questa acqua dolce, più fredda, va sul fondo e non si mescola con l'acqua di mare presente in superficie.

Quando sono stati impiantati i vigneti?

Il vigneto più vecchio, impiantato ad Asker, nella grande regione metropolitana di Oslo, dal mio amico e collaboratore Arild Syvertsen, ha un'età media di 10/15 anni. Gli altri sono molto più giovani con viti in produzione di 4/5 anni e altri ancora che sono nei primi anni di vita. Ho anche vigneti a Filtvet, a circa 50 km da Oslo.

Quali vitigni ha deciso di impiantare?

Essenzialmente uve Solaris per vini bianchi e per gli spumanti e Rondo per vini rossi, rosè e spumanti. Inoltre, sono in sperimentazione altri ibridi come Leon Millot, Cabernet Cortis, Pinot noir precoce (Früburgunder), ecc. Esistono poi delle sperimentazioni marginali, almeno per il momento, con cloni di Riesling e di Chardonnay.

Considerando la situazione climatica, come fate a difendere le viti dal freddo?

Spesso utilizziamo una copertura del terreno con teli di polipropilene in funzione di controllo delle infestanti e mantenimento dell'umidità. I teli non impediscono la vita microorganica sotto la copertura e incrementano il calore intorno alle radici di quasi 5°C. Inoltre, spesso potiamo con guyot semplice e doppio, anche molto basso, con il primo filo di sostentamento tra i 30 e i 50 centimetri dal terreno. Questo consente anche di aumentare la temperatura e il microclima intorno ai grappoli di uva.

Quale è stato l'andamento climatico 2020 e come è andata la vendemmia? Solitamente le uve quando maturano?

La stagione 2020 è stata abbastanza calda. È iniziata »

Il vitigno Solaris b.

Ottenuto nel 1975 da Norbert Beker, incrociando Merzling x (Zarya severa x Muscat Ottonel), sopporta le basse temperature ed è precoce sia nel germogliamento che nella fioritura. È resistente alle principali malattie fungine. In Italia la sua coltivazione è ammessa in 10 IGT tutte situate nel Nord Est. Dalla vinificazione si ottengono profumati che ricordano uno chardonnay più aromatico, con note di frutti esotici.



Il vitigno Rondo r.

È stato creato nel 1964 da Vilém Kraus nell'allora Cecoslovacchia, incrociando le varietà Zarya Severa (un ibrido che ha Vitis amurensis nel suo Dna) e il St. Laurent. Ha assunto il nome di Rondo nel 1999. A maturazione molto precoce, possiede un'elevata resistenza al gelo invernale e alla peronospora. Viene coltivato in Rheinhessen (Germania) e in molte località del nord Europa, tra cui Danimarca, Inghilterra, Irlanda, Galles, Paesi Bassi e Svezia. Il vino è caratterizzato da un aroma di frutti rossi maturi.

» purtroppo con una primavera leggermente anticipata, ma le gelate di fine aprile/inizio maggio, hanno danneggiato le viti già sofferenti per il freddo anticipato patito nella stagione autunnale 2019. L'estate è stata calda ma nella media norvegese. L'autunno è stato molto piovoso e ci ha costretti ad iniziare la vendemmia delle uve bianche a fine settembre e nella seconda settimana di ottobre quella delle viti rosse. »



**#stappacongamberorosso
VINI D'ITALIA 2021**



**Collio Malvasia '19
PIGHIN**

In Friuli, tra le varie denominazioni che spiccano in questa regione, troviamo il Collio Goriziano. A Capriva del Friuli si trova l'azienda della famiglia Pighin che si estende per ben 30 ettari di vigneto, qui dalle uve classiche del territorio (come il friulano, la malvasia, il pinot grigio e il sauvignon) nascono alcuni dei vini più pregiati della cantina. Con Marco Sabellico assaggiamo il Collio Malvasia '19. Un giallo paglierino brillante con un naso elegante, ricco di frutta bianca, mele mature, erbe aromatiche e delicate note floreali. In bocca il vino è intenso, ma allo stesso tempo equilibrato, fresco, sapido, ricco di frutto con un finale che sfuma su note floreali e delicate note saline. Un vino ottimo da abbinare a piatti a base di pesce, crostacei, crudi, ma anche con salumi e formaggi freschi. Visita il sito web: www.pighin.com/ e l'e-commerce: www.pighin.com/shop/

Per guardare la puntata
www.instagram.com/tv/CLw1H1hgI_W/



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2021



Barolo Riserva Essenze '10 VITE COLTE

In Langa, nel cuore del Piemonte, troviamo ai piedi della cittadina di Barolo la cantina Vite Colte, una struttura cooperativa che dagli anni 80 racchiude 180 viticoltori. Con Marco Sabellico assaggiamo il Barolo Riserva Essenze '10, un blend delle vigne migliori del comprensorio dei comuni che compongono la denominazione di Barolo. Dal colore rosso rubino dai riflessi granata, al naso risulta elegante, complesso e armonico, si apre poi su sentori di mora e ciliegia, di fiori come la violetta e la rosa, fino ad arrivare a note più intense di tabacco, spezie miste e note leggere di liquirizia. All'assaggio il vino è pieno, strutturato, elegante, si sviluppa in maniera armoniosa con una freschezza acida e una ricchezza di frutto, chiude poi con un finale che riconferma i sentori iniziali di frutti rossi maturi, note floreali e speziate. Un vino ottimo in abbinamento a piatti con lunghe cotture, carni rosse, cacciagione, selvaggine e formaggi stagionati. Visita il sito web: www.vitecolte.it/enoteca.php

Per guardare la puntata
www.instagram.com/tv/CL9tGdljkdK/



LE STORIE

» **È necessario aggiungere zucchero per raggiungere il grado alcolico minimo?**

Non per i vini bianchi da Solaris, almeno normalmente, mentre spesso dobbiamo aggiungere zucchero per ottenere un livello alcolico adeguato per i rossi.

Norsk Vin ha una cantina propria? Quali tipologie di vino e quante sono le bottiglie prodotte?

L'idea di Norsk Vin/ Norwegian Wines è una specie di cooperativa tra diversi progetti e vigneti. Per il momento siamo ancora nelle fasi iniziali con un livello di microproduzione di 800 bottiglie per quest'anno. L'obiettivo è raggiungere circa 5000 bottiglie. Se i riscontri dei consumatori e del mercato, saranno positivi speriamo di crescere ulteriormente in futuro. Per il momento ci siamo concentrati sul vino bianco, rosato e rosso, però da quest'anno abbiamo un progetto di consulenza con un'altra azienda, per la produzione di vino spumante con metodo classico da uve Solaris.

È possibile delineare le caratteristiche specifiche del suo vino rispetto ad altre aree della Norvegia?

I bianchi sono vini con una acidità spiccata, simile ai Riesling tedeschi, con molta mineralità. Gli aromi dipendono molto dalla vinificazione, ma in particolare per il vino di quest'anno abbiamo aromi di mela, limone e frutti tropicali come l'ananas e una buona concentrazione.

Ci sono altre aziende vinicole nella sua area? Quanti sono i produttori di vino in Norvegia?

Per il momento esistono soltanto 10 progetti commerciali che sono in fase di crescita e circa 100 produttori. In Norvegia esiste un totale di 40mila piante di uva o in fase di impianto. Molte aziende sono ancora a livello amatoriale con una media di 200 viti. ❖

TOP ITALIAN RESTAURANTS

www.gamberorossointernational.com/restaurants/



f GamberoRossoInternational Instagram GamberoRossoInternational

SPONSOR

