anno 11 - n. 10 - 12 marzo 2020

trebicchieri
IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

L'ITALIA VUOLE GIÀ REAGIRE AL CORONAVIRUS. RIPENSARE ENOTURISMO E OCM

VINITALY
Rinviare tutto al prossimo anno? Fivi incalza. Mantovani: si deciderà dopo Pasqua

AGRICOLTURA
Trasporti garantiti, ma serve manodopera nei campi. Che cosa cambia con l'ultimo decreto

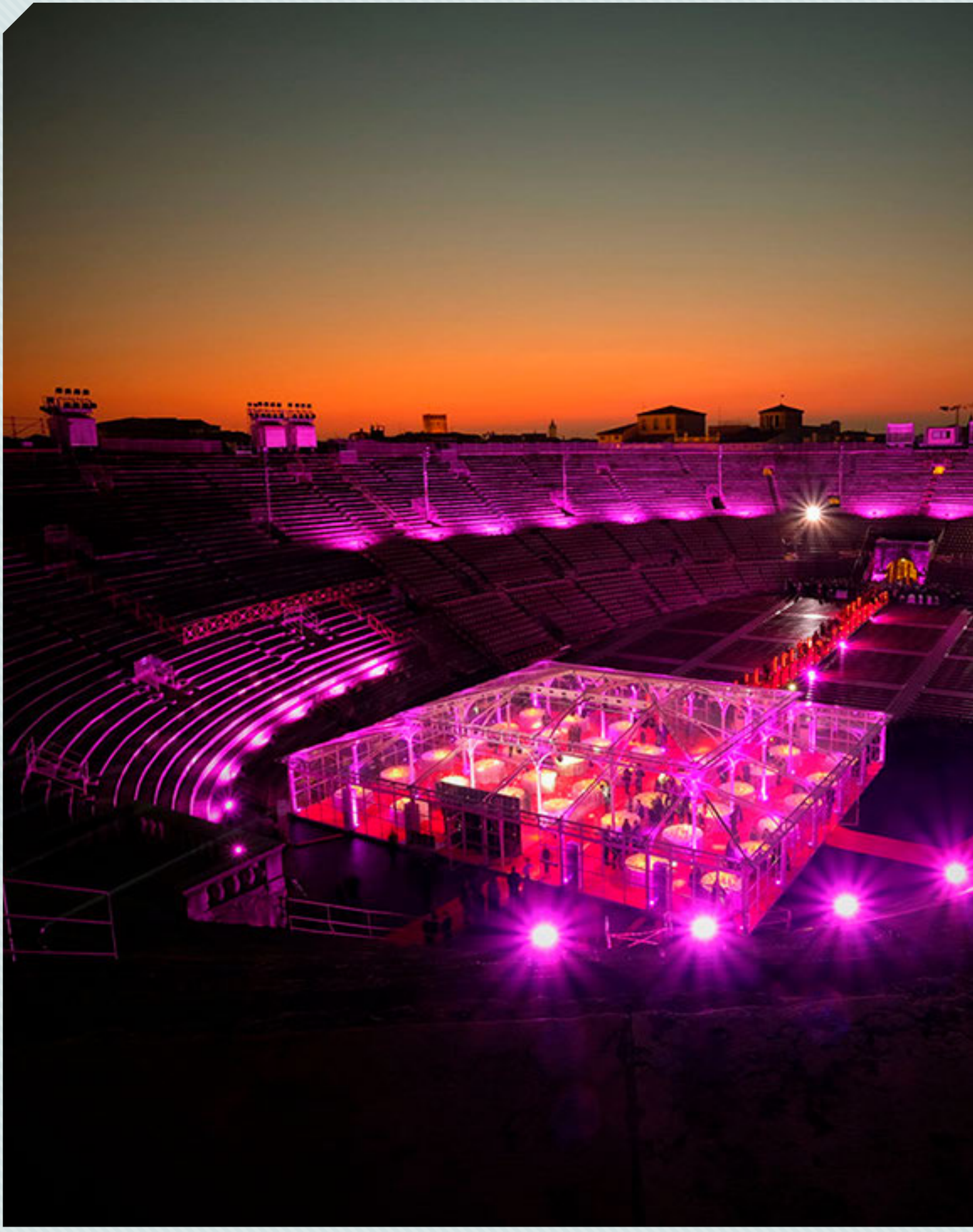
COVID-19
"Dopo l'isolamento, ecco come proviamo a ripartire". La testimonianza della Cantina di Vo'

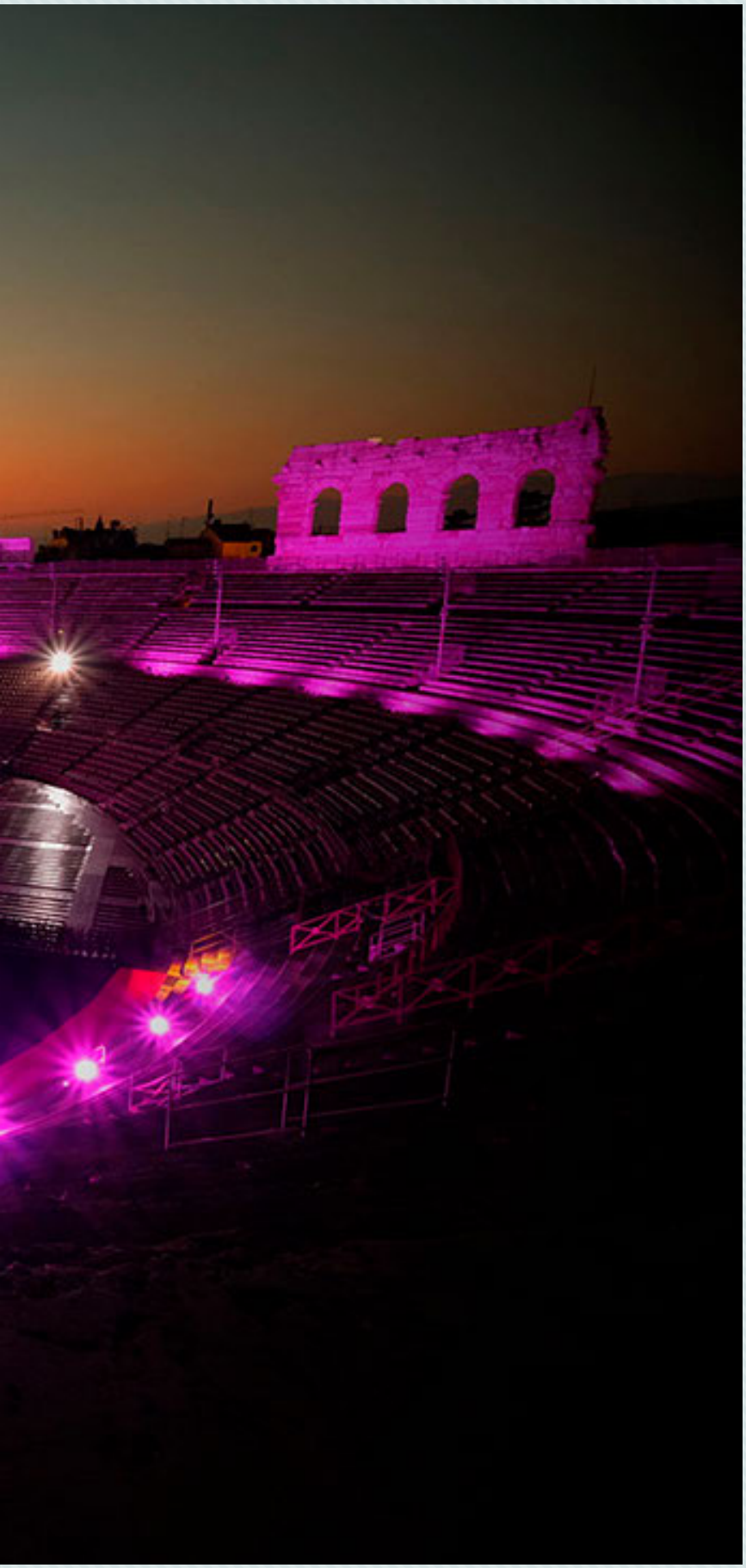
ENOTURISMO
Il comparto si riorganizza. Progetti e-learning e storytelling virtuali, in attesa di ricominciare

USA
"Italia non mollare". Dal tour del Gambero Rosso, la vicinanza degli importatori americani

Solo su sky | Canale 412

LA FOTONOTIZIA





Rimandare Vinitaly? Se ne riparlerà dopo il 3 aprile

Rimandare Vinitaly al 2021? Rispunta l'ipotesi di saltare il turno per quest'anno, sotto la spinta di Fivi: *"Ci siamo confrontati internamente sulla questione di un Vinitaly a giugno"* fa presente la presidente **Matilde Poggi** *"e la maggioranza dei 220 vignaioli che avevano già dato adesione alla fiera si è detta favorevole ad uno slittamento al 2021"*. I Vignaioli Indipendenti sottolineano comunque di essere l'unica associazione, tra quelle presenti al confronto con Verona Fiere la scorsa settimana, ad aver assunto questa posizione.

Dal canto suo l'ente di Verona ha fatto sentire la sua voce tramite la comunicazione inviata agli espositori: "*Stiamo lavorando ad un Vinitaly straordinario in un tempo straordinario. I cambiamenti repentini di scenario, il bombardamento di informazioni, anche contrastanti che riceviamo quotidianamente, la nostra natura di imprenditori che ci spinge comunque a pianificare e programmare, corrono davvero il rischio di farci perdere la bussola: non si può vivere alla giornata, ma non si possono neanche cambiare i piani ad ogni flash di agenzia*". Poi il direttore di Veronafiere **Giovanni Mantovani** indica una data limite: *"C'è un termine che aiuta tutti, ed è quello del 3 aprile indicato dal Decreto del Governo: in questo lasso di tempo è chiesto a tutti noi di adoperarci per il contenimento della diffusione del virus. Intanto, stiamo tenendo ferma la data del 14-17 giugno"*.

Decisioni rinviata, quindi, a dopo il 3 aprile (con ogni probabilità dopo Pasqua), quando, come evidenziato dal Veronafiere saranno verificate, insieme a tutti gli espositori le condizioni generali di svolgimento della manifestazione. Intanto, però, Mantovani fa presente che *"Vinitaly non una leadership di cassa: è una leadership di mercato"* dice "*di progetti, di comunanza d'intenti con un'imprenditoria vivace ed intraprendente, portabandiera del Made in Italy, con la quale abbiamo il privilegio di dialogare da 54 anni. Non vogliamo che questo filo si interrompa, e con noi non lo vuole il sistema promozionale italiano*".

Foto© Ennevi-Veronafiere

CORONAVIRUS. Dai campi alla tavola l'Italia serra le file, alla luce nel nuovo decreto. Il lavoro agricolo non si ferma: trasporti garantiti, ma serve manodopera

La filiera agricola-agroalimentare è tra quelle che dovrà rimanere attiva in questi giorni di blocco di gran parte delle attività a livello nazionale per ridurre il contagio da Covid-19, secondo le disposizioni del decreto della presidenza del Consiglio dei ministri (Dpcm), firmato dal presidente Giuseppe Conte mercoledì 11 marzo. Come tale, il sistema sta cercando di risolvere alcuni vulnus che sono emersi già dai primi giorni del contagio.

VOUCHER. Il primo è quello della mancanza di lavoratori stagionali che in circa 370 mila raggiungono ogni anno l'Italia dall'estero, per partecipare alle campagne di lavorazione delle primizie primaverili (tra cui asparagi, fragole), dal Trentino alla Sicilia. Braccianti che arrivano in gran parte dall'Est Europa e che potrebbero mancare all'appello, condizionando le forniture di alimentari alla distribuzione. La Coldiretti ha chiesto urgentemente al governo una *"radicale semplificazione del voucher agricolo"* per consentire a studenti e pensionati italiani di svolgere il lavoro nei campi.

IMBALLAGGI. La cooperazione italiana, rappresentata dall'Alleanza cooperative agroalimentari, garantisce che le lavorazioni negli stabilimenti produttivi, dai caseifici alle grandi strutture ortofrutticole, non si sono mai interrotte: *"Abbiamo subito rafforzato i sistemi di sicurezza, intensificando i controlli all'ingresso di magazzini e stabilimenti, facendo rispettare le adeguate distanze tra i lavoratori e attivando la misurazione della temperatura corporea all'ingresso"*, dice il presidente Giorgio Mercuri. La preoccupazione è che un eventuale blocco totale delle attività manifatturiere creerebbe *"seri problemi per quanto riguarda imballaggi, packaging, etichette, analisi di laboratorio e altri aspetti legati alla logistica"*. Massimo impegno anche da parte della Cia: *"Frutta, verdura, latte e carne sono garantiti dal lavoro e dai sacrifici delle nostre 200 mila aziende e quasi 900 mila agricoltori"*.

TRASPORTI. Il trasporto merci è consentito su tutto il territorio nazionale per esigenze lavorative. E il consumatore potrà avere così garanzia di trovare i prodotti, al di là delle file che sta affrontando negli esercizi che stanno contingentando gli ingressi. Rassicurazioni che arrivano dall'Associazione distribuzione moderna (Adm) che sottolinea come siano aperti (grazie all'ultimo Dpcm) tutti i 27 mila punti vendita, dagli ipermercati ai discount. *"Tutte le filiere distributive saranno garantite, perché sia settore agricolo sia industriale sono attivi"* ha detto il presidente Giorgio Santambrogio (intervenuto su Radio1) *"qualche problema potrà esserci su alimenti di importazione, ma siccome la stragrande maggioranza è italiana, in particolare dalla filiera del fresco, troveremo sempre ciò che cerchiamo negli scaffali"*. **– *G. A.***

EXPORT. Un'azienda su due in difficoltà: attivata email per segnalare anomalie. Patuanelli: "il marchio virus free non serve". Al via la campagna #mangiaitaliano

Difendere il Made in Italy a tutti i costi. È questa la raccomandazione di Coldiretti, secondo cui, in queste settimane una azienda su due (53%) che esporta nell'agroalimentare ha ricevuto disdette negli ordini dall'estero. Motivo che ha spinto il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale ad attivare una **casella di posta elettronica** (coronavirus.merci@esteri.it) **per segnalare restrizioni e discriminazioni verso i prodotti italiani** o qualunque altra difficoltà riscontrate nella fase di esportazione. E il Ministro per lo Sviluppo Economico Stefano Patuanelli precisa: *"nessuna necessità di un marchio virus free per il Made in Italy: i prodotti sono gli stessi di prima"*. Inoltre, secondo il presidente della Coldiretti Ettore Prandini è arrivato il momento di *"impiegare tutte le energie diplomatiche per superare i dazi Usa e l'embargo russo che colpiscono duramente il Made in Italy agroalimentare in un momento difficile per le nostre esportazioni"*.

Intanto l'associazione di categoria ha lanciato il progetto #mangiaitaliano per superare questo momento di difficoltà. La mobilitazione vede schierati in prima linea i mercati degli agricoltori e gli agriturismi di Campagna Amica e prevede anche una campagna social che coinvolge personaggi noti, dalla televisione al giornalismo. *"La campagna"* spiega Prandini *"serve a combattere la disinformazione, gli attacchi strumentali e la concorrenza sleale che ha portato alcuni Paesi a richiedere addirittura insensate certificazioni sanitarie virus free su merci alimentari provenienti dalla Lombardia e dal Veneto"*.

ASSOENOLOGI. "Covid-19 non sopravvive nel vino. Sicuri anche gli imballaggi"

Pioggia di richieste di chiarimenti all'Assoenologi sull'ipotesi di contaminazione del vino e degli imballaggi. Dopo un confronto con importanti rappresentanti della comunità medica, l'associazione presieduta da Riccardo Cotarella fa sapere che la sopravvivenza del virus nel vino appare *"impossibile in quanto* ***la concomitante combinazione della presenza di alcol, di un ambiente ipotonico e della presenza di polifenoli, impedisce la vita e la moltiplicazione del virus"***. Appare, inoltre, assai *"remota se non addirittura statisticamente inesistente" la contaminazione da imballaggi, anche in considerazione della breve vita del virus e dell'assenza di un potenziale ospite biologico vivente. Infine, un consumo moderato di vino, legato al bere responsabile, può "contribuire a una migliore igenizzazione del cavo orale e della faringe, area, quest'ultima, dove si annidano i virus nel corso delle infezioni".*

EXPORT. L'Istat certifica nuovo record a 6,43 mld nel 2019. Incassi inferiori alle attese

Il mondo del vino italiano si consola con l'aumento dell'export nel 2019 che, con 6,43 miliardi di euro, migliora il precedente record. L'incremento a valore registrato dall'Istat, secondo elaborazioni Osservatorio del vino Uiv-Ismea, è pari al 3,2% rispetto ai 6,23 miliardi del 2018. **Crescono di più i volumi (+10%), il che significa che l'evoluzione degli introiti è inferiore alle attese, con prezzi medi in discesa.** E il 2019 sarà ricordato anche per il sorpasso della spesa dei Paesi terzi per i vini italiani (3,22 miliardi) rispetto a quella dell'Europa (3,2 mld).

In crescita i vini comuni (+18% a volume, per lo più sfusi verso la Germania) ma con un -3% a valore. Spumanti che trainano con oltre 4 milioni di ettolitri (+8%) per 1,6 miliardi (+4,5%). Domanda guidata dal Prosecco (+21% in quantità e +16% a valore), che da solo rappresenta il 65% dell'intero export del segmento. Asti in calo del 10% a volume e del 2% a valore. Bene i vini Dop, soprattutto fermi (+13,5% in volume e +9% a valore). Igp in calo ma per effetto del passaggio a Doc del Pinot grigio. Bag in box in salute: +8% a volume e valore.

EXPORT VINO ITALIA 2019 - PRIMI 11 PAESI

	Ettolitri			Migliaia di euro		
	2018	2019	Var.%	2018	2019	Var.%
Stati Uniti	3.390.398	3.482.393	2,7%	1.462.143	1.540.676	5,4%
Germania	5.013.864	6.010.001	19,9%	1.038.647	1.064.104	2,5%
Regno Unito	2.813.766	2.836.805	0,8%	811.534	770.951	-5,0%
Svizzera	706.616	742.146	5,0%	375.507	381.559	1,6%
Canada	769.349	777.365	1,0%	333.379	341.994	2,6%
Francia	831.344	961.824	15,7%	190.451	202.904	6,5%
Giappone	407.121	481.092	18,2%	161.410	182.519	13,1%
Svezia	522.826	495.592	-5,2%	176.604	178.022	0,8%
Paesi Bassi	436.722	491.132	12,5%	153.530	167.114	8,8%
Danimarca	374.983	376.153	0,3%	145.262	140.641	-3,2%
Cina	331.843	364.358	9,8%	126.891	133.683	5,4%
MONDO	19.600.913	21.614.678	10,3%	6.236.206	6.434.037	3,2%

fonte:Elaborazioni Osservatorio del vino Uiv-Ismea su dati Istat

ECONOMIA. Fondo speciale da 25 miliardi per rispondere all'emergenza. Cia: "rilanciare l'agricoltura"

Il Governo italiano ha messo a disposizione una cifra straordinaria di 25 miliardi di euro a copertura dei danni economici derivanti dall'emergenza sanitaria. Fondi straordinari che interessano anche il settore agricolo (che nonostante la grande stretta annunciata ieri sera dal primo ministro Conte potrà comunque continuare a produrre seppur tra mille difficoltà) e che le organizzazioni hanno accolto con favore, a partire dalla Cia-Agricoltori italiani, che parla di passo importante e necessario per affrontare una situazione straordinaria: *"Questo piano"* scrive l'associazione presieduta da Dino Scanavino *"deve consentire il riavvio e il rilancio delle attività produttive, dopo la scure su operatività, commercio e consumi. Servono misure per il sostegno al settore agricolo, che non può e non deve fermarsi, rispondendo a una necessità primaria come quella degli approvvigionamenti alimentari"*.

CERTIFICAZIONE. Asso-Odc: "Misure straordinarie per garantire i servizi"

Per non causare l'interruzione del processo di certificazione dei vini italiani a causa dell'emergenza sanitaria, gli organismi di certificazione riuniti in Asso-Odc, che rappresentano assieme circa il 95% del prodotto nazionale, hanno adottato procedure straordinarie.

In una nota, le sigle Agroqualità, Ceviq, Parco 3A-Pta, Siquria, Tca, Triveneta certificazioni e Valoritalia hanno reso noto che la continuità delle operazioni va garantita per evitare un ingentissimo danno al settore, già così duramente colpito. ***"Si tratta di fondare alcuni step del processo di certificazione su requisiti autodichiarati dagli operatori"*** rileva Luca Sartori, presidente di Asso-Odc *"e di differire alla fine dell'emergenza la verifica diretta di tali requisiti. Tale soluzione è stata concertata con il Mipaaf"*.

Le procedure straordinarie adottate permettono rispettare la normativa emanata dal Governo in questa fase di emergenza, di garantire continuità nel servizio e la protezione degli operatori *"considerato che limitiamo al massimo"* conclude Sartori *"gli accessi fisici nelle aziende"*.

Il Coronavirus mette in moto il business virtuale. Al via il progetto pilota Cia-Jief

Voli e fiere annullati a causa del Covid-19? Niente paura: il business adesso si fa online. A dare l'esempio Cia-Agricoltori Italiani e la Japan Italy Economic Federation che, per mettere in contatto i produttori dell'agroalimentare Made in Italy e gli operatori di mercato internazionali, hanno lanciato il nuovo format per il BtoB in versione virtuale. L'iniziativa pilota, dedicata al mondo del vino, è stata la videoconferenza Roma-Fukuoka che ha fatto da link tra i produttori di sei regioni (Piemonte, Toscana, Marche e Sicilia) e gli importatori-distributori giapponesi. Venti minuti a testa per parlare degli accordi ed, eventualmente, chiuderli. Gli incontri prevedono una prima fase di selezione delle aziende italiane da parte dei buyer individuati da Jief, un secondo momento informativo per l'invio dei dati tramite app, messa a punto proprio per questo momento. Segue la spedizione dei campioni richiesti dagli importatori per una valutazione preventiva di prodotto e listino prezzi in vista dell'incontro, 15 giorni dopo, in videoconferenza guidata e assistita dall'ufficio internazionale di Cia.

Il tutto con risparmio di tempo, spostamento e anche emissioni. Che non sia la strada da seguire anche quando tutto sarò finito? "Il format del web BtoB" spiegano da Cia e Jief "si rivela uno strumento nuovo e funzionale alla promozione commerciale dell'agroalimentare Made in Italy, utile anche in frangenti particolari come quello attuale segnato dal Coronavirus. In questo modo, puntiamo ad un ruolo di primo piano nel rafforzamento delle relazioni economiche tra i due Paesi, coniugando la promozione delle eccellenze alla migliore tecnologia disponibile".

Prossimo appuntamento virtuale il prossimo 26 marzo, anche per altri settori agricoli.

54th EDITION

FERRICOM

vinitaly

INT'L WINE & SPIRITS EXHIBITION

PASSION IN BUSINESS

14 - 17 JUNE 2020

--> VERONA <--

WWW.VINITALY.COM
TRADE ONLY

TOGETHER WITH

SOL&AGRIFOOD
TASTE OF BUSINESS

ENOLITECH
TECHNOLOGY & INNOVATION

OperaWine
GRAND TASTING
FINEST ITALIAN WINES

5StarWines
THE BOOK
5starwines.it

vinitalydesign
2020
INTERNATIONAL PACKAGING COMPETITION
vinitaly.it

Organized by
veronafiere
Trade shows & events since 1898

VERONAFIERE.IT

OGM. Appello dell'Accademia delle scienze europee: "Necessario rivedere la direttiva. Solo così si affrontano le emergenze agricole"

a cura di Gianluca Atzeni

Rivedere la direttiva europea sugli Ogm, dal momento che la legislazione comunitaria sulle tecnologie di manipolazione genetica non risponde più alle richieste del mercato. Una legge che risale al 2001 e che ha dimostrato la sua inadeguatezza anche di recente, nel 2018, quando la Corte di giustizia europea, applicando il principio di precauzione, ha assoggettato le moderne tecniche come l'editing del genoma alle stesse sugli Ogm. L'appello arriva alla Commissione europea dal Consiglio consultativo delle Accademie delle scienze dell'Ue (Easac, con sedi in Germania e a Bruxelles, che vive coi contributi delle singole accademie nazionali, di fondazioni indipendenti, senza finanziamenti di aziende private).

Si tratta di una importante presa di posizione alla luce della discussione sulle nuove biotecnologie in corso a Bruxelles, che condurrà alla presentazione, a fine marzo, della strategia "Farm to fork" nell'ambito del cosiddetto Green deal. Secondo gli accademici, l'Europa dovrebbe mettere a punto un *"nuovo quadro giuridico per regolamentare le piante piuttosto che la tecnologia utilizzata per crearle"*. In particolare, l'Easac sottolinea che **"gli organismi il cui genoma è stato modificato non dovrebbero essere considerati come Ogm, se non contengono Dna di altre specie"**.

L'appello, lanciato all'esecutivo europeo, arriva dopo che a ottobre 2019 il Consiglio dell'Ue aveva invitato la Commissione presieduta da Ursula von der Leyen a presentare uno studio sulle possibilità di aggiornare la direttiva 2001/18/Ce (nota come direttiva Ogm) che regola la produzione e la commercializzazione di materiale riproduttivo vegetale. L'inizio di un percorso che potrebbe portare, dopo un confronto istituzionale e una consultazione pubblica, ad avere nuove regole nel giro di tre o quattro anni, se l'iter di modifica procederà senza ostacoli. Mondo scientifico e mondo imprenditoriale guardano con molta attenzione alla possibilità che le cosiddette New breeding techniques (che includono anche genoma editing e cisgenesi) possano rappresentare strumenti utili ad affrontare le attuali emergenze agricole, come la ricerca di vitigni resistenti alle fitopatie e ai cambiamenti climatici. Il ruolo dell'Europarlamento sarà decisivo in tale percorso: *"In un momento difficilissimo per il settore e per tutta l'Ue dobbiamo affidarci alle certezze della scienza"* ha scritto Paolo De Castro (eurodeputato del Pd) sottolineando che la futura Pac deve diventare *"sempre più innovativa e capace di sfruttare i risultati della ricerca. Ne abbiamo bisogno per rispondere alle sfide agricole e alimentari, per non dipendere più dalle grandi multinazionali"*.

L'ESPERTO RISPONDE

Quali regole di etichettatura per esportare vino in Perù?

Indubbiamente il Perù costituisce oggi un mercato interessante per i produttori italiani. Nel Paese il consumo di vino è in crescita ed è stato recentemente stimato intorno ai 1,5 litri a persona. Secondo il Global Trade Atlas, il mercato del vino d'importazione nel Paese ammontava nel 2018 a $ 37.9 milioni di dollari, per 10,6 milioni di litri importati.

L'Argentina è il maggiore paese esportatore di vino in Perù, con una quota di mercato di circa il 40%, seguita dal Cile (22%) e dalla Spagna (17%). L'Italia, al momento, è in quarta posizione con una quota del 13%. Per chi vuole esportare in questo mercato, bisogna tenere presente che ci sono alcune particolarità ai fini di una corretta etichettatura del vino. Tra le diciture obbligatorie, da riportare tutte obbligatoriamente in lingua spagnola, si ricorda l'avvertenza sanitaria 'TOMAR BEBIDAS ALCOHOLICAS EN EXCESO ES DAÑINO' (bere alcolici in eccesso è dannoso). Può essere apposta sull'etichetta fronte o retro in un'area non inferiore al 10% dell'etichetta totale. Le etichette devono, inoltre, indicare le condizioni di conservazione necessarie per conservare il gusto o le qualità nutrizionali dell'alimento e, nel caso di tenore alcolico pari o inferiore al 10% vol, deve essere menzionata anche la durata minima di conservazione. Gli ingredienti, gli additivi e i conservanti utilizzati nella produzione del vino, presenti nel prodotto finale, devono essere indicati sull'etichetta (ad esempio "ingredientes: fermentado de uva y conservante INS 220"). Obbligatorio da inserire in etichetta anche Il Codice di registrazione sanitaria da richiedere al proprio agente.

–Per ulteriori approfondimenti si rimanda a **COMEX**,
la banca dati giuridica online per le esportazioni di Unione Italiana Vini
a cura del Servizio Giuridico dell'Unione Italiana Vini – serviziogiuridico@uiv.it

OCM. Ripartiti i fondi del Pns: disponibili 337 milioni. Ma dal 2021 pesa l'incognita Pac

Il 2020 è, teoricamente, l'ultimo anno in cui il vino potrà godere dei finanziamenti europei dell'Ocm attraverso il Piano nazionale di sostegno, almeno coi quantitativi finora messi a disposizione dall'Ue. Dal 2021, infatti, le risorse a disposizione degli Stati membri dipenderanno dalla decisione sul quadro finanziario pluriennale per il 2021-2027, ovvero dalla nuova Pac. Nel frattempo, **è probabile che dal 2021 scatti una clausola di salvaguardia** (come previsto dal regolamento Ue 2017/256). In questo contesto fluido, il Mipaaf ha ripartito tra Regioni e Province le diverse misure.

Nel dettaglio, a disposizione ci sono 337 milioni di euro, di cui 102 per la promozione sui mercati dei Paesi esteri, 150 per la ristrutturazione e riconversione dei vigneti, 60 milioni per gli investimenti, 20 milioni per la distillazione dei sottoprodotti e 5 milioni per la vendemmia verde. A livello territoriale, le regioni con più fondi risultano Sicilia (54,2), Veneto (40,3), Toscana (29,4), Puglia (29,2), Emilia Romagna (27,5) e Piemonte (20,l). Assieme totalizzano 200,7 milioni di euro, pari al 70% delle risorse destinate alle Regioni che non comprende i 30 milioni della quota nazionale per l'Ocm promozione e i 20 milioni per la distillazione. "*Riparto subordinato alla definizione*" si sottolinea nel decreto ministeriale "*del quadro finanziario pluriennale per il 2021-2027*".

PIANO NAZIONALE DI SOSTEGNO

DOTAZIONE PNS 2020-2021	STANZIAMENTO
Promozione sui mercati dei Paesi esteri	101.997.000
Ristrutturazione e riconversione vigneti	150.000.000
Vendemmia verde	5.000.000
Investimenti	60.000.000
Distillazione dei sottoprodotti	20.000.000
TOTALE	336.997.000

FOCUS

DOC SICILIA. Rieletto Rallo. Al vaglio nuovi sistemi di tracciabilità

a cura di Andrea Gabbrielli

CDA. Il nuovo Consiglio di amministrazione del Consorzio di tutela vini Doc Sicilia ha confermato alla presidenza, **Antonio Rallo**, giunto così al suo terzo mandato. Lo affiancheranno due vicepresidenti, il riconfermato Filippo Paladino (C.S. Colomba Bianca) e il nuovo eletto Giuseppe Bursi (Cantine Settesoli). Il nuovo vertice della Doc Sicilia resterà in carica nel triennio 2020-2022.

"La nostra è stata una scelta all'insegna della continuità" ha spiegato Rallo "specialmente in un momento così difficile. Il ragionamento che ci ha guidato è stato di proseguire con determinazione il progetto di valorizzazione del vino siciliano con la Doc Sicilia coinvolgendo nel cda tutte le cooperative più importanti, a partire dai principali produttori di Grillo e Nero d'Avola".

TRACCIABILITÀ. Il nuovo cda, dopo aver approvato la decisione di far slittare di un anno, dal primo gennaio 2021 al primo Gennaio 2022, la fascetta di Stato da apporre sulle bottiglie, ha iniziato a confrontarsi sulla possibilità di aggiungere dei sistemi innovativi, per assicurare la tracciabilità. Tra le varie proposte prese in esame (Qr code, Blockchain, ecc.) anche il marchio integrato utilizzato dal Wine and Spirit Board Sudafricano che mette insieme la certificazione di origine, comprensiva di annata e cultivar, la certificazione di sostenibilità della produzione e la tracciabilità dal vigneto alla bottiglia.

CONTENZIOSI. È stato, inoltre, evidenziato che la decisione di bloccare le udienze della giustizia amministrativa sino al 22 marzo, a causa dell'epidemia di Covid-19, comporterà lo slittamento in avanti della sentenza del Consiglio di Stato, precedentemente attesa per il 28 maggio, sul merito del contenzioso aperto dalla Duca di Salaparuta contro la Doc Sicilia per l'uso esclusivo di Grillo e Nero d'Avola. Al momento e sino alla sentenza definitiva del Consiglio di Stato, vige la sospensione di un precedente pronunciamento del Tar del Lazio avverso alla Doc Sicilia e pertanto Grillo e Nero d'Avola, continueranno ad essere utilizzati per la Doc Sicilia. **Il blocco delle udienze avrà conseguenze anche sul ricorso al Consiglio di Stato presentato dall'associazione denominata Pantelleria Eroica contro le decisioni sia della Doc Sicilia relative al vitigno zibibbo** sia del Consorzio di tutela dei vini di Pantelleria di aggiungere, facoltativamente alle diverse tipologie previste dal disciplinare, per esempio al Passito di Pantelleria, la menzione Sicilia, seppur con caratteri tipograficamente inferiori rispetto alla denominazione principale.

Lo Zibibbo, un vitigno che viaggia

Attualmente lo zibibbo (moscato di Alessandria) è ammesso, in ambito italiano, in 3 Doc/Dop (Pantelleria, Sicilia, Erice) e 8 Igt/Igp suddivise tra Calabria (Arghillà, Lipuda, Valdamato, Calabria, Costa Viola, Locride, Val di Neto) e Sicilia (Camarro, Terre Siciliane). In provincia di Trapani sono 2473 gli ettari coltivati a zibibbo dei quali 400 a Pantelleria, dove è di gran lunga la cultivar più diffusa. Attualmente la gran parte - oltre 2000 ettari - è allevata nelle campagne trapanesi. Differenti le caratteristiche dei vini a causa della diversità dei suoli, vulcanici quelli di Pantelleria, calcarei argillosi negli agri trapanesi. Lo zibibbo è di antica coltivazione anche in Calabria dove nell'aree agricole dei comuni di Francavilla Angitola e di Pizzo Calabro (VV) è valorizzato da un Presidio Slow Food.

FRANCIACORTA. Trent'anni di Consorzio di tutela. Nel 2019 valori in crescita del 2,2%

Era il 5 marzo 1990, trent'anni fa, quando un gruppo di produttori si riunì a Colombaro di Corte Franca per fondare il consorzio tutela, immaginando, come faceva il primo presidente Paolo Rabotti, un territorio con la capacità di distinguersi nel mondo del metodo classico. I primi 20 anni sono passati a investire in ricerca e innovazione, dando vita a un disciplinare di produzione tra i più severi in Europa. Lo Champagne aveva, ed ha, alle spalle secoli di storia e si scelse un approccio intransigente al mondo delle bollicine. Il più giovane di quel gruppo era l'attuale presidente, **Silvano Brescianin**i: *"Immaginavamo una Franciacorta leader nazionale in qualità, volumi e prezzo. Ciò che oggi diamo per scontato ma che allora sembrava utopistico"*.

LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA. La denominazione ha costruito negli anni un percorso che è passato per gli studi sulla sostenibilità, per quelli sulle caratteristiche sensoriali che hanno portato all'adozione di un calice ad hoc, per la formazione e le partnership in chiave promozionale con altri settori del Made in Italy, come la moda. E a trent'anni dalla fondazione, il Consorzio ha deciso di celebrare questi traguardi con una campagna pubblicitaria ("Very italian, very Franciacorta", con gli scatti di Marco Craig) che elogia la bellezza e lo stile di vita italiani. È chiaro che il denso calendario di eventi pianificati per questo 2020 sia inevitabilmente condizionato dalle disposizioni del Governo per l'emergenza sanitaria legata al Covid-19, a partire dalla partecipazione alle principali fiere di settore e agli eventi all'estero.

I NUMERI. Intanto, sono stati resi noti i dati definitivi del 2019, che fa segnare un incremento dello 0,2% nelle quantità vendute e una crescita nei valori del 2,2% rispetto al 2018. Nel comparto retail, stabili i volumi e valori su del 3,9%. Sul mercato italiano, **la Docg si vende per l'88,7%**, con performance stabili sul 2018. L'estero vale l'11,3% e registra una crescita del 2,7%. La classifica dei clienti vede la Svizzera (18,4%) precedere il Giappone (17,8%), la Germania (12,6%), gli Stati Uniti (12%). Tutti i mercati, tranne quello tedesco, sono in aumento. Pur con una incidenza minore sul totale dell'export, sono *"interessanti"* fa sapere il Consorzio *"le performance di Russia, Cina e Paesi Bassi"*. Infine, a livello globale, il prezzo medio di una bottiglia equivalente, indistinto per tipologie di Franciacorta Docg, è salito da 12,57 euro Iva esclusa del 2015, passando per 13,14 euro a fine 2018 e a 13,39 euro nel 2019.

PIEMONTE. Nuovo cda per l'associazione produttori del Ruchè di Castagnole

Sono sei i consiglieri che affiancheranno il presidente Luca Ferraris per i prossimi quattro anni e rappresenteranno le aziende dell'Associazione Produttori del Ruchè di Castagnole Monferrato, che ha lo scopo di promuovere il Ruchè e il territorio. **Ne fanno parte 22 cantine su 25 produttori totali della denominazione e i soci rappresentano circa il 90% della produzione imbottigliata,** venduta in Italia e all'estero. Tra gli obiettivi c'è l'incremento della presenza di questo vino nel mercato nazionale ed estero, in particolare Stati Uniti e nord Europa.

"È stato raggiunto il numero massimo di consiglieri possibile da statuto" fa sapere Ferraris *"perché è la dimostrazione di quanto il territorio creda nel nostro vino simbolo. Il gruppo è composto in gran parte da giovani e sono certo che questo apporterà ulteriore dinamismo alla nostra realtà"*. Nel consiglio direttivo, ci sono anche, Franco Morando (Azienda Montalbera), eletto vicepresidente, Franco Cavallero (Cantine Sant'Agata), Daniela Amelio (Amelio Livio), Gianfranco Borna (Cantina di Castagnole), Roberto Morosinotto (Bersano) e Roberto Rossi (Vini Caldera). Tra le prossime attività c'è la Festa del Ruchè, evento per operatori e appassionati, confermato (al momento) dall'8 al 10 maggio.

LA TESTIMONIANZA 1. La Cantina di Vo' torna operativa. Dopo l'isolamento si prova a ripartire. Crollo Horeca, tiene la Gdo

a cura di Gianluca Atzeni

L'eliminazione dei varchi stradali imposti dalle autorità per far fronte alla diffusione del Coronavirus è ossigeno per il paese di Vo' Euganeo. Due settimane di isolamento sono state pesanti per le imprese del territorio e anche per la Cantina sociale dei Colli Euganei (che fa parte di Confcooperative), uno dei punti di riferimento per l'economia locale. **Lo stabilimento ha riaperto le porte lunedì 9 marzo e le attività di cantina, imbottigliamento, amministrazione e punto vendita sono ripartite.** *"Per quindici giorni le merci sono rimaste ferme e le attività amministrative e di vendita paralizzate"*, racconta a Tre Bicchieri **Alessio Equisetto**, direttore generale e responsabile per l'estero.

LA PRODUZIONE. La cantina euganea, che conta 600 soci viticoltori, ha potuto salvare le produzioni e controllare ogni giorno l'andamento delle fermentazioni dei vini grazie a una speciale deroga del prefetto, che ha consentito all'enologo e a un suo assistente di entrare nell'edificio, mentre il paese era in piena emergenza da contagio. Non si può parlare di ritorno alla normalità a Vo' Euganeo, nella cantina di Via Marconi, piuttosto di una ripartenza lenta: "Abbiamo ripreso tutti a lavorare, possiamo far ripartire le consegne e i pagamenti. Tutto il personale è motivato per superare questo momento difficile, che spero duri il meno possibile".

LE REGOLE. I dipendenti sono obbligati a indossare tutti le mascherine e i guanti in lattice. All'ingresso della struttura occorre sanificare le mani con detergenti specifici: *"Qualsiasi ingresso è filtrato"*, sottolinea il direttore. Il punto vendita vini è stato riaperto, al suo ingresso è presente un disinfettante per le mani e gli addetti hanno precise disposizioni sul numero di clienti che possono accedere contemporaneamente nello stesso locale. *"Bisogna rendersi conto"* aggiunge *"che si tratta di misure importanti, decise dal Governo e dalle autorità sanitarie, per la salute di tutti noi e dei nostri concittadini"*.

ANDAMENTO VENDITE. Ogni anno, la cooperativa produce circa 4 milioni di bottiglie, di cui tre a marchio proprio, e fattura annualmente 16 milioni di euro, di cui il 25% all'estero e circa 2 milioni di euro grazie alla vendita diretta nei tre punti vendita (di cui uno a Vo'). *"Certamente, questo periodo ha impattato sui nostri bilanci e non sarà facile anche nei prossimi mesi"* sottolinea Equisetto. La cooperativa si muove tra vendita diretta, Gdo e Horeca: *"In quest'ultimo canale il contraccolpo è stato immediato, soprattutto nell'area delle terme euganee, dove si registrano disdette. Si soffre"* racconta il direttore *"per il calo repentino della clientela nei ristoranti.* ***Diverso il discorso nella Gdo: qui, infatti, non registriamo disdette di ordini da parte delle insegne con cui abbiamo i contratti".***

EXPORT. Guardando all'export, il dg, di ritorno da un viaggio in Sudamerica, racconta che l'epidemia orientale ed europea di Covid-19 è vista a quelle latitudini più come una normale influenza e non di più: *"Nella nostra recente missione, abbiamo concluso degli ordini. Non abbiamo ricevuto, per fortuna, alcuna richiesta di certificazione sanitaria dei nostri prodotti. Il nostro tour è stato positivo. E vorremmo che anche sul fronte interno la situazione possa migliorare al più presto. Noi"* conclude *"ce la metteremo tutta"*.

LA TESTIMONIANZA 2. Per Cantina Tollo Smart working e stop ai costi di trasporto.

L'unione fa la forza. Con questo claim, Cantina Tollo ha deciso di venire incontro ai lavoratori e ai consumatori, introducendo lo smart working e abolendo i costi di trasporto per l'Horeca. Nello specifico, il gruppo vitivinicolo abruzzese, che conta 700 soci, ha deciso di far fronte all'emergenza Coronavirus, dando la possibilità ai dipendenti con figli in età scolare di usufruire del lavoro a distanza, per un totale di 20 ore settimanali. Sul fronte distribuzione, ha invece deciso di abolire il porto franco per il settore Horeca. In questo modo, **i clienti potranno ordinare anche piccole quantità di vino senza dover sostenere il costo del trasporto,** che verrà addebitato direttamente alla Cantina.

"Agevolare il lavoro e preservare la salute dei nostri collaboratori, oltre che dare una mano al settore della ristorazione e del turismo già in difficoltà è, ora, una nostra priorità" ha spiegato il presidente **Tonino Verna** (che è anche medico chirurgo all'Ospedale Gaetano Bernabeo di Ortona) *"Inoltre, in una situazione sicuramente difficile, consentire agli operatori Horeca di acquistare anche solo poche bottiglie di vino permette loro di limitare gli oneri di gestione sia per quel che riguarda la spesa, che il magazzino".*

BILANCI. Un 2019 complesso per Masi:ricavi stabili, utili in calo

Lo ha detto chiaramente lo stesso Sandro Boscaini: *"Il 2019 è stato un esercizio complesso, a cominciare da una vendemmia meno positiva che, assieme alla non crescita dei ricavi e altri fattori, ha impattato sulla redditività".* Il presidente di Masi Agricola, società quotata all'Aim di Borsa italiana, ha commentato così i risultati economici dello scorso anno, sottolineando il recupero realizzato nell'ultimo trimestre sui primi nove mesi. Nel dettaglio, **Masi ha chiuso con ricavi a 64,9 milioni di euro (-0,6% rispetto ai 65,3 mln), l'ebitda è sceso a 11,2 milioni** (erano 12,3 nel 2018), l'ebit a 7,3 milioni (rispetto ai 9,2 mln) e l'utile netto è passato a 4,3 milioni di euro (rispetto ai 7,2 del 2018). In miglioramento risultano sia la posizione finanziaria netta, con l'indebitamento che scende a 8,7 milioni di euro dai 9,1 mln del dicembre 2018, sia il patrimonio consolidato che sale da 127,2 mln a 128,5 mln. La società ha proposto un dividendo di 7 centesimi per azione, in linea con lo scorso anno.

Guardando alle performance dei mercati, l'Italia continua la crescita (+3,3%), ottima l'incremento del resto del mondo (oltre 18%), in flessione l'Europa (-3,2%), anche per un effetto valutario sfavorevole in Scandinavia e per una diminuzione delle vendite nel canale travel retail.

Scendono le Americhe (-1,6%) sia per i minori acquisti da parte dell'importatore negli Usa (disdettato) sia perché nel 2018 si verificarono importanti spedizioni non ricorrenti. Nel 2019, l'azienda ha completato l'integrazione di Canevel, ha siglato importanti accordi in Germania e Usa, ha proseguito gli investimenti nella Masi wine experience: *"È stato un anno di grande sforzo, che apre prospettive positive. Il nostro progetto di sviluppo continua, nonostante l'incerto scenario nazionale e internazionale"* sottolinea Boscaini *"al quale purtroppo si aggiunge l'incognita dell'epidemia, di cui è ignoto l'impatto economico".*

EVENTO. A Isola della Scala arriva Natural born wines

Tre giorni, a un passo da Verona, dedicati ai prodotti di piccoli viticoltori che praticano un'agricoltura rispettosa dell'ambiente. Nasce con questo approccio l'evento Natural born wines, organizzato da Sorgentedelvino, che ha fissato a giugno il nuovo appuntamento a Villa Boschi, a Isola della Scala.

Lo slittamento del Vinitaly ha indotto gli organizzatori a spostare in avanti questo salone che accoglierà circa 70 vignaioli italiani e internazionali che hanno scelto il rispetto della natura nel loro lavoro. Le aziende, infatti, aderiscono alla Carta dei principi che fissano alcuni standard generali: agricoltura biologica o biodinamica in vigna, vinificazione con soli lieviti indigeni presenti sull'uva e uso limitato di solfiti. Barbara Pulliero, organizzatrice dell'evento, sottolinea come per operatori e winelover ci sarà l'opportunità di conoscere numerosi vini ottenuti da vitigni autoctoni *"spesso salvati dall'estinzione grazie alla passione di poche persone che ci hanno creduto"*, ma anche vini da vecchie vigne, così come vini nati in montagna fino a quelli che portano con sé i profumi della macchia mediterranea.

Info su naturalbornwines.it

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli, Marco Sabellico, Servizio Giuridico Uiv
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

2 APRILE
❖ **A TUTTO NOSIOLA**
Provincia di Trento
fino al 13 aprile
tastetrentino.it

25 APRILE
❖ **VINUM ALBA**
Alba (Cuneo)
Centro storico
fino al 10 maggio
vinumalba.com

2 MAGGIO
❖ **VINIFERA**
Fiera di Trento
Via di Briamasco 2
fino al 3 maggio
viniferaforum.it

9 MAGGIO
❖ **ANTEPRIMA VINI DELLA COSTA TOSCANA**
Lucca
Real Collegio
fino al 10 maggio
anteprimavinidellacosta.com/

11 MAGGIO
❖ **VINOWAY WINE SELECTION**
presso Castello Monaci
Salice Salentino (Lecce)
fino al 12 maggio
vinoway.com

16 MAGGIO
❖ **BEST WINE STARS 2020**
Milano
Palazzo Del Ghiaccio
fino al 17 maggio
bestwinestars.com

17 MAGGIO
❖ **VINI D'AUTORE 2020**
presso Hotel Una Esperienze Versilia Lido
Lido di Camaiore (Lucca)
viale Sergio Bernardini, 335
fino al 18 maggio
www.vinidautore.info

23 MAGGIO
❖ **ONLY WINE FESTIVAL**
Città di Castello (Perugia)
fino al 25 maggio
onlywinefestival.it

24 MAGGIO
❖ **VITIGNOITALIA**
Napoli
Castel dell'Ovo
fino al 26 maggio
vitignoitalia.it

30 MAGGIO
❖ **CANTINE APERTE IN TUTTA ITALIA**
fino al 31 maggio
movimento turismovino.it

6 GIUGNO
❖ **PESARO WINE** FESTIVAL
Pesaro
presso Villa Cattani Stuart
fino al 7 giugno
pesarowinefestival.it

10 GIUGNO
❖ **RADICI DEL SUD 2020**
Salone dei vini e degli oli del Sud
Sannicandro di Bari (Bari)
Castello Normanno Svevo
dalle 16.00 alle 22.00
radicidelsud.it

12 GIUGNO
❖ **VINI VERI CEREA**
Cerea (Verona)
Area Exp "La Fabbrica"
fino al 13 giugno
www.viniveri.net

13 GIUGNO
❖ **VINNATUR TASTING**
presso Show-room Margraf
via Torre di Confine, 15
Gambellara (Vicenza)
dalle 10 alle 18
fino al 15 giugno

Le grandi cantine dell'Alto Adige

Köfererhof
WEINGUT

FRAZ. NOVACELLA | VIA PUSTERIA, 3 | VARNA/VAHRN (BZ) | WWW.KOEFERERHOF.IT | ☎ 347 4778009

L'azienda di Günther Kerschbaumer si sviluppa nel cuore della Valle Isarco, precisamente a Novacella, in quello che potremmo definire l'avamposto settentrionale della viticoltura italiana. Qui le giornate assolate si alternano a notti fresche e ventilate, con le vigne letteralmente abbarbicate su terreni strappati alla montagna, sorretti da muretti a secco che ne tratteggiano i profili, a quote che vanno dai 600 ai 700 metri d'altitudine. La piccola ma funzionale cantina vede la presenza di numerosi botti di media pezzatura che ospitano i vini più ambiziosi, mentre per quelli più semplici si ricorre ai contenitori d'acciaio.

I Vini e gli Abbinamenti consigliati

A. A. Valle Isarco Kerner '18

I Kerschbaumer sono tra i più sensibili interpreti della vitivinicoltura atesina. Lo dimostra anche attraverso l'eleganza di questo Kerner '18: a note agrumate rispondono delicati sbuffi quasi affumicati che si ritrovavno in un sorso elegante, venato da scintillante sapidità. Accompagnatelo a torte salate a base di verdura.

A. A. Valle Isarco Pinot Grigio '18

Frutti gialli, lievi venature tropicali, un tocco di agrume, e poi fiori bianchi: è davvero un caleidoscopio di aromi questo Pinot Grigio '18, a cui fa da contraltare una bocca intensa e saporita, che si allunga in un finale minerale. Ottimo sul pesce, ma da provare anche con una fresca insalata di pollo.

A. A. Valle Isarco Sylvaner '18

Grazie alle feroci escursioni termiche tra giorno e notte il Sylvaner si arricchisce di aromi intensi e nitidi: erbe e fiori di campo, limone, scroza di cedro sono il preludio a una bocca dinamica, fresca e incisiva. Vino affascinante perfetto per accompagnare crudi di pesce, anche nelle versioni più esotiche.

LONDON WINE FAIR. Confermate le date: "Serve una fiera internazionale"

Mentre in Italia prosegue la diatriba, Vinitaly sì, Vinaly no, e dopo lo stop di ProWein con slittamento direttamente al 2021, Oltremanica si continua a lavorare sulla London Wine Fair. Non ha dubbi **Hannah Tovey**, direttrice della kermesse che, alla rivista inglese The Drink Business, ha annunciato *"La fiera si farà come previsto dal 18 al 20 maggio. Mancano ancora 11 settimane e al momento l'Olympia, che ospita la London Wine Fair, non ha cancellato nessuno dei suoi eventi, alcuni dei quali di dimensioni maggiori"*. Tovey ha sottolineato che non ci sarebbero troppi problemi dal punto di vista logistico: *"In termini di visitatori, solo il 9% potrebbe essere interessato da un blocco di viaggio"*. E per quanto riguarda gli espositori, le indicazioni sono di *"sostituire eventualmente chi non potrà esserci con gli importatori locali"*.

C'è da dire che in questo momento nel Regno Unito, il Coronavirus non è avvertito come un problema, un po' come succedeva in Italia nelle settimane scorse: pochissimi i tamponi effettuati

e ancora meno le manifestazioni rinviate. Per la London Wine Fair, oltretutto, **questa sarebbe la 40esima edizione: fuori discussione, quindi, il suo annullamento**, sebbene ancora gli spazi non segnino il tutto esaurito. Se proprio ci fossero problemi, la direttrice ha indicato l'autunno come eventuale periodo alternativo. *"Speriamo che la gente consideri Lwf come un ottimo posto per fare affari, in particolare visto che non avranno la possibilità di farne a ProWein o ad altri eventi internazionali che sono stati rinviati. In questa situazione difficile, ci proponiamo come evento dove poter continuare a fare business nonostante tutto"*. Londra, quindi, prova a prendersi gli spazi lasciati vuoti dai competitor. Ma ovviamente bisognerà vedere cosa succederà nei prossimi giorni con l'avanzata del Covid-19, soprattutto dopo che l'Organizzazione Mondiale della Salute l'ha definita ufficialmente una pandemia.

IL MIO EXPORT

Roberto Ruscito – Castiglion del Bosco

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Il totale aziendale di export in percentuale è stato del 49% nel 2019. Senza dubbio gli Usa rappresentano il mercato dove concentriamo i nostri sforzi, ma a seguire sicuramente anche Cina, Canada e Brasile.

2 Come va con la burocrazia?

È fondamentale avere partner locali affidabili e competenti. Molte nazioni hanno dettami molto stringenti per l'import e la commercializzazione di bevande alcoliche, per questo bisogna avvalersi delle competenze di importatori e distributori professionali. Noi in cantina dobbiamo però farci trovare pronti, informati e preparati, con un reparto logistica aggiornato e competente.

3 Come promuoverete il vostro vino nei mercati internazionali?

Cerchiamo di avere un approccio molto flessibile e tarato sulla nazione di riferimento. Ad esempio, da un punto di vista tecnico, in fase di degustazione in alcuni casi evidenziamo determinate caratteristiche dei nostri vini quali eleganza e freschezza, in altri occorre piuttosto sottolineare la longevità e la struttura tannica.
Per quanto concerne la promozione vera e propria, torna di nuovo l'importanza dei partner locali ed una presenza il più possibile assidua di rappresentanti aziendali nei mercati. Infine, riteniamo cruciale riuscire ad aggiornare gli strumenti di comunicazione del vino rispetto ai tempi attuali, riponendo un focus particolari sui consumatori (o potenziali tali) più giovani, attraverso l'utilizzo di social media ed altre iniziative dedicate ad una clientela nuova, interessata e curiosa.

4 Avete un export manager – o più di uno – dedicato? Come lo avete selezionato?

Abbiamo un export manager che è cresciuto all'interno dell'azienda. È entrato nel 2010 a Castiglion del Bosco seguendo le visite guidate e le degustazioni in cantina ed ha iniziato piano piano ad occuparsi della parte commerciale estero per poi ricoprirla interamente dal 2014.

5 Ci racconti un aneddoto legato alle sue esperienze all'estero.

Mi trovavo in California e, tornando verso l'hotel, ho notato che alla stazione di servizio accanto, c'erano due persone che parlavano tra di loro con in mano una bottiglia, nonostante negli Usa sia illegale trovarsi per strada con alcolici aperti. Ho così parcheggiato la macchina, avendo notato che il vino che avevano in mano era proprio di Castiglion del Bosco; all'inizio si sono impauriti pensando che fossi della Polizia. Si sono sciolti solo quando ho mostrato loro il mio biglietto da visita. Ebbene, la scorsa estate hanno organizzato un viaggio in Toscana per conoscere da vicino la realtà di Castiglion del Bosco. Sono ripartiti innamorati dei nostri vini, della nostra accoglienza e simpatia. Da quel momento sono diventati assidui clienti, amici e membri del nostro esclusivo Wine Club.

❖ Castiglion del Bosco | Montalcino | Siena | wine.castigliondelbosco.com

NEL PROSSIMO NUMERO
RIDOLFI

CORONAVIRUS STRAVOLGE LA PROMOZIONE OCM. PARLANO I BENEFICIARI

a cura di Gianluca Atzeni

In un momento di generale incertezza, il settimanale Tre Bicchieri raccoglie le voci di aziende e consorzi che chiedono alle istituzioni un supporto per salvaguardare le imprese e il Made in Italy: “Rivedere tempi e modi delle iniziative sui mercati strategici”. Intanto il Mipaaf chiede deroghe all’Ue e prepara un decreto ad hoc

La pandemia da Covid-19 e il moltiplicarsi dei contagi in sempre più Stati, e a tutte le latitudini, sta costringendo i protagonisti della promozione del vino italiano all’estero a rimettere rapidamente mano ai piani e ai progetti recentemente approvati per l’annualità 2019-2020. Fiere saltate dall’Europa all’Asia, chiusura degli spazi aerei, limitazioni agli spostamenti, quarantene, paura del contagio, ipotesi di blocco delle attività nel nord Italia. Tutto contribuisce a creare una situazione di estrema incertezza e di sospensione, in un momento dell’anno che, invece, da sempre è cruciale per gli aspetti commerciali e per quelli della comunicazione. È in questo periodo, infatti, che si tengono alcune tra le fiere più importanti ed è in questi mesi che, solitamente, le cantine italiane presentano le nuove etichette alla stampa specializzata e al grande pubblico, prima di prepararsi nuovamente alla stagione di raccolta. Per le imprese italiane orientate all’export, che anche nel 2019 ha segnato un nuovo record a valore (oltre 6,4 miliardi di euro), il blocco delle attività nei Paesi terzi rappresenta un nuovo ostacolo alla competitività e un'altra sfida da affrontare con la massima razionalità. Come di consueto, anche per questo 2020, oltre 100 milioni di euro di fondi comunitari (Ocm vino) sono stati assegnati alle Regioni (70%) e al fondo nazionale (30%). Investimenti che, come è noto, moltiplicano per due volte il loro valore, considerando il contributo a carico delle imprese che oscilla tra il 40% e il 60%. Ebbene, tutto questo rischia di fermarsi di colpo o di essere stravolto, mentre il Mipaaf ha già chiesto a Bruxelles più flessibilità in materia di rendicontazione dell’Ocm vino e sta predisponendo un decreto ad hoc che eviti la perdita di risorse e penalità alle aziende.

Il Mipaaf studia decreto ad hoc

Il Governo italiano è già al lavoro per evitare contraccolpi per le aziende. Il capo dipartimento Mipaaf per le Politiche europee e internazionali, Giuseppe Blasi, ha chiesto all’Ue opportune deroghe sui programmi di sostegno delle Ocm e maggiore flessibilità sull’esecuzione e sulla tempistica delle attività programmate, in particolare per il comparto vino. Nel dettaglio, il Mipaaf vuole evitare di mettere in difficoltà le imprese eliminando le penalità se queste non riusciranno a spendere almeno l’80% del budget assegnato (come previsto finora), consentendo, inoltre, di modificare il mercato target a parità di budget (entro maggio) e il tipo di azione promozionale da intraprendere in uno stesso mercato a seconda dell’andamento dell’epidemia. Tutti provvedimenti che entreranno in uno specifico decreto Mipaaf, che dovrà passare al vaglio della Conferenza Stato-Regioni in tempi brevi.

Parlano le associazioni

In attesa di capire cosa ne verrà fuori, il settimanale Tre bicchieri ha raccolto alcune testimonianze dirette di chi in materia di promozione estera ha una lunga esperienza.

Confagricoltura

Quello promosso dall'associazione degli imprenditori agricoli è un progetto di ampio respiro, per una spesa totale di oltre 7 milioni di euro di fondi Ocm, che abbraccia diverse aree. Lo spiega il direttore generale **Francesco Postorino**, elencando i mercati target: *"Stati Uniti, Canada, Messico, Perù, Cile, ma anche Australia e Nuova Zelanda, Cina, Vietnam, Giappone fino a Norvegia e Svizzera. Alla luce di quanto sta accadendo, e delle incertezze legate al Covid-19, le attività andranno ripensate e dovremo probabilmente adeguarci a seguire modelli di promozione meno fisici e più virtuali, anche attivando i collaboratori in loco"*. Ma c'è di più. Il dg Postorino non nasconde le preoccupazioni per quello che il presidente di Confagri, Massimiliano Giansanti, aveva denunciato nei giorni scorsi: il tentativo di screditare il Made in Italy: *"Sono in atto una serie di manovre speculative di basso livello nei confronti dei nostri prodotti, per cui ogni occasione è buona per mettere in moto meccanismi di condizionamento del mercato. Si iniziano a mettere in discussione anche gli imballaggi dei prodotti. Questo non è più un confronto leale"*.

Annavini (A&Elle): "Spazi ristretti per l'Italia"

"In uno scenario che non conosciamo, l'Italia come Paese esportatore è fortemente esposto alla concorrenza e in questo momento veniamo considerati quasi come degli appestati". Non usa mezzi termini **Paolo Annavini,** presidente di A&Elle Associati Consulting, società con sedi a Roma e Verona che rappresenta circa 300 aziende del wine&food italiano e che da anni lavora sul tema dell'internazionalizzazione e della programmazione, anche con fondi Ocm vino. "Molte attività stanno saltando e le aziende per il momento non sanno come riprogrammare. In Cina" sottolinea "se le cose andranno bene potremmo riprendere a giugno, mentre il Giappone ha chiuso le frontiere, la Corea non è messa molto meglio, negli Usa non fanno atterrare i cittadini del Nord Italia. E anche in Austria e Slovenia le frontiere sono chiuse. Insomma, il momento è delicato, gli spazi ristretti e bisognerà attendere. Per di più, riceviamo lamentele da parte delle aziende per la mancata accettazione dei vini esportati". In questo contesto, vanno salutate con favore le misure del Mipaaf in nome di una maggiore flessibilità nelle regole di rendicontazione dell'Ocm: "Attualmente le aziende rischiano di non riuscire a spendere i soldi assegnati per il Covid-19 e di subire delle penalizzazioni. E questo va evitato".

In un mese business a -40%. Indagine Promos Italia

La maggior parte delle imprese italiane, il 70%, stima una perdita del business del 40% in un mese, il 17% stima un danno lieve e il 9% un danno medio a causa degli effetti del Coronavirus. Il sondaggio Promos Italia, agenzia per l'internazionalizzazione del sistema italiano delle Camere di Commercio, fotografa una situazione complicata che pesa sul tessuto imprenditoriale italiano. Seicento gli operatori interpellati: "Stiamo pagando un conto molto salato. La maggior parte sostiene di aver perso intorno al 40% per il drastico calo delle vendite e delle difficoltose relazioni internazionali", afferma il presidente Giovanni Da Pozzo. In particolare, all'estero per due aziende su dieci è tutto bloccato mentre c'è un 9% che non segnala problemi e un 13% che riesce a mantenere a regime le attività. Conseguenze limitate per il 30%, a causa di contatti rallentati con i partner (23%) e conseguenze solo su alcuni mercati (7%).

I MERCATI PIÙ DANNEGGIATI

Europa **30%**
Cina **7%**
Paesi Arabi **5%**
Stati Uniti **4%**
Giappone **3%**
Corea **3%**

Ecco perché il ruolo delle istituzioni diventa più che mai fondamentale in questo momento. L'aumento dei fondi per il Made in Italy annunciato da Farnesina e Mise (350 milioni di euro per il fondo di garanzia sull'export) è una "buona notizia", ma ai governi va chiesto l'impegno "per ripristinare la regolarità delle relazioni commerciali e per supportare un recupero di posizioni che sarà necessario fare in mercati dove si rischia di perdere quote. Non escludo che in qualche caso saremo sostituiti da altri per mere difficoltà logistiche. A soffrire, infatti, sono soprattutto le aziende più internazionalizzate". L'augurio è che si possa riprendere un cammino regolare prima dell'estate: *"Prima di ragionare sui progetti sarà importante avere un panorama sufficientemente chiaro"*. Le notizie sulla riduzione dei contagi in Cina, annunciate dal governo di Pechino, significano che *"da questa situazione si può uscire"* ma anche che *"non possiamo correre il rischio di ricadute. Per questo motivo"* conclude Postorino *"ci vuole maggiore collaborazione delle istituzioni. E, tornando all'Ocm, vanno evitate rigidità interpretative e cavilli burocratici che ostacolano le attività all'estero. Il rispetto delle regole ci vuole ma ci vuole anche buon senso. Noi vogliamo fare promozione del Made in Italy e per vincere la sfida sui mercati c'è bisogno del contributo di tutti"*. ››

gambero rosso channel

on air su piattaforma
sky canale **412**

Il primo canale italiano
interamente dedicato al food & wine

GAMBERO ROSSO HD sky

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

illy · Acqua Panna The Fine Dining Waters S.Pellegrino · Foxy · Così Com'è Nessun altro cresce così. · Quaglia Petra dove farina diventa arte · Domori

SPONSOR

roboqbo Innovating Food Tek · moduline · Okite · YouWine Shop www.youwine.it · Liebherr Qualità, Design e Innovazione · ASKO Inspired by Scandinavia · magimix

Santa Margherita

Beniamino Garofalo ha appena preso possesso della scrivania negli uffici di Santa Margherita gruppo vinicolo. Il suo compito da nuovo amministratore delegato (prende il posto di Ettore Nicoletto passato a Bertani Domains) sarà consolidare e incrementare il posizionamento dei numerosi brand di questo storico player italiano all'estero, che negli Stati Uniti realizza buona parte dei ricavi annui. Ed è sul mix di mercati storici ed emergenti che è stato scelto di concentrare gli sforzi per il 2020: "Nella pianificazione redatta lo scorso anno, lontani da qualsiasi previsione su ciò che sarebbe avvenuto di lì a pochi mesi" racconta Garofalo "avevamo mantenuto un approccio tradizionale, privilegiando, oltre alla comunicazione, gli eventi e le attività di incoming per operatori di settore e stampa, individuando non solo nei partner storici quali Stati Uniti e Canada, ma anche nei crescenti distretti di allora – Cina, Hong Kong, Giappone, Singapore su tutti – delle grandi opportunità". Tuttavia, alla luce del nuovo scenario mondiale, secondo il manager, occorre una "rivalutazione d'insieme". Piani e strategie che dovranno cambiare in maniera condivisa: "Siamo quotidianamente in contatto coi nostri partner nel mondo e valutiamo l'evolversi della situazione. I cambiamenti avvengono in tempo reale, nell'arco della stessa giornata. In primis, ci siamo occupati di mettere in sicurezza i collaboratori e di garantire ai partner la massima assistenza".

Difficile, in questo momento, pensare a una strategia alternativa sui mercati target. "È prematuro" prosegue "ma siamo pronti a muoverci sulla base di come evolverà la situazione. Prima c'è bisogno che il quadro riesca a darci indicazioni un po' più precise sul medio periodo". Qualche speranza arriva dalla flessibilità sul regolamento dell'Ocm vino introdotta recentemente dalla Commissione europea, per far fronte a un'altra emergenza: i dazi negli Stati Uniti. "L'Europa sta dando segnali di attenzione ed è evidente la necessità di immettere non soltanto risorse ma anche flessibilità nelle strategie comunitarie", prosegue Garofalo che, sui progetti Ocm è molto chiaro: "È importante che nella valutazione finale dei piani già approvati si consideri la difficoltà di completare i progetti nei tempi concordati e che si possa modificare la destinazione di fondi da un Paese a un altro a seconda dell'evolversi della crisi sanitaria". Santa Margherita, attraverso il consorzio Italia del Vino, gestisce le attività all'estero: "Ci stiamo rapportando con le autorità nazionali e comunitarie per capire il perimetro di questa flessibilità promessa. Il momento è complesso e richiede, da Bruxelles e Roma, un'attenzione nuova alle necessità delle imprese"

Federdoc

Riccardo Ricci Curbastro è rientrato da qualche giorno in Franciacorta dagli Stati Uniti, dove il tema Coronavirus non appare sentito come in Europa. La federazione da lui presieduta ha elaborato un progetto da un milione di euro, che ha ottenuto l'ok del Mipaaf per fare informazione e promozione dei vini italiani a denominazione d'origine. Tra le attività previste ci sono eventi di rilevanza internazionale, seminari di degustazione, gala dinner, restaurant week e incoming in paesi target come Stati Uniti e Messico. Molte azioni sono state già svolte a febbraio.

"Certamente dovremo tutti fare i conti con l'emergenza sanitaria in atto, che potrebbe richiedere delle modifiche ai programmi in corso" spiega Ricci Curbastro, che invita ad attendere l'evolversi della situazione per valutare una variante sui Paesi target del progetto: *"Le azioni da realizzare sono previste tra fine ottobre e metà dicembre 2020. Pertanto, c'è ancora tempo"*. Le istituzioni europee e italiane, ad avviso del presidente di Federdoc, si sono attivate per mettere in condizione sia i Consorzi sia le aziende di assolvere gli impegni assunti e proseguire le attività di promozione del Made in Italy: *"Visto però che la situazione cambia ogni giorno ci aspettiamo dalle istituzioni la massima flessibilità"* conclude *"per affrontare al meglio le criticità che potranno sopraggiungere"*.

Istituto Grandi Marchi

Per i 19 brand italiani riuniti sotto l'ombrello dell'Istituto del vino italiano di qualità Grandi marchi (tra cui Argiolas, Gaja, Tasca, Jermann, Pio Cesare), le attività del 2020 sono pianificati in mercati strategici come Stati Uniti, Canada e Svizzera. Sei milioni di euro di spesa per una pluralità di azioni di promozione che attualmente restano sospese: *"Stiamo monitorando i mercati per capire come stanno reagendo"* sottolinea il presidente **Piero Mastroberardino** *"per poter poi adottare strategie idonee a fronteggiare la nuova situazione da inserire nei piani a progetto. Al momento, più che adottare strategie alternative che risulterebbero premature occorre tenere sotto controllo la situazione in stretto rapporto con i nostri partner commerciali nei Paesi target"*. Le nuove regole europee sull'Ocm trovano il plauso dell'istituto che, allo stesso tempo, chiede l'impegno delle istituzioni: *"Almeno per quanto riguarda l'Italia"* aggiunge Mastroberardino *"si dovrebbe avviare appena possibile una forte campagna di riaffermazione generale del Made in Italy e dell'agroalimentare, in particolare, di cui il vino è una delle componenti più importanti per valore all'export"*. È questo il motivo per cui per il vino, nello specifico, sarà *"opportuna una campagna di riaffermazione della qualità del vino italiano, dei suoi territori e della sua filiera di produzione. E un sostegno particolare"* conclude Mastroberardino *"dovrebbe essere assicurato per un forte rilancio del turismo enogastronomico"*. ❖

UN NUOVO ENOTURISMO È POSSIBILE. ANCHE ADESSO

a cura di Loredana Sottile e Andrea Gabbrielli

Non è tempo di visite in cantina, ma neanche tempo di piangersi addosso: se Mtv Lombardia lancia il progetto Il nuovo turismo del vino anche in versione e-learning, i portali enoturistici rilanciano con lo storytelling virtuale. Tutti pronti a ripartire nei prossimi mesi. Ecco le testimonianze dai territori

Tutti fermi. Per ora. Ma cosa succederà quando sarà finita? Anzi quando tutto ricomincerà? L'enoturismo - senz'altro uno dei settori potenzialmente più colpiti dallo stop - prova a guardare avanti. Ai prossimi mesi. Alla prossima stagione. Ai prossimi progetti. E sono tanti quelli che bollono in pentola.
"La situazione attuale ci richiama tutti a un grande senso di responsabilità civile e sociale" è il commento del presidente nazionale del Movimento Turismo del Vino **Nicola D'Auria** *"Tutto il comparto, comprese le cantine Mtv, si è prontamente adeguato alle misure di contenimento e di gestione dell'emergenza, che attualmente è la priorità del Paese. In questo periodo di stand-by delle attività enoturistiche continueremo comunque a lavorare per progettare quello che deve essere il futuro del nostro settore, curando le attività digitali sul web e la raccolta e lo studio dei dati del recente passato così da avere nuovo slancio per le attività future una volta passata l'emergenza"*.
E intanto si guarda con fiducia al prossimo appuntamento in calendario: Cantine Aperte che, se tutto andrà come sperato, dovrebbe svolgersi nel week-end del 30-31 maggio. *"In questo momento non ci siamo posti il problema se confermare o annullare la manifestazione"* continua D'Auria *"le priorità in cantina sono altre e l'unica cosa che possiamo dire è che nelle prossime settimane verificheremo se ci saranno o meno le condizioni per svolgere la manifestazione nell'ultimo week-end di maggio o se la rinvieremo in date più favorevoli. Di sicuro l'edizione 2020 sarà segnata da questa gravissima situazione che stiamo vivendo, ma l'ottimismo nelle cantine italiane non manca mai"*.

IL NUOVO TURISMO DEL VINO

E non manca neanche la voglia di fare. Come dimostra il progetto portato avanti da Movimento Turismo Lombardia e da The Round Table. Si chiama il *Nuovo turismo del vino* e l'intento è spiegare per bene alle cantine il senso della legge del 2017 (quella sull'enoturismo, appunto) e come applicarla. Il tutto attraverso una serie di workshop itineranti (e anche e-learning, visto il momento) per fornire gli strumenti necessari alle cantine che fanno incoming.
"Dobbiamo farci un esame di coscienza e capire a che punto siamo e cosa va cambiato" spiega a Tre Bicchieri il presidente Mtv Lombardia e tra gli ideatori del progetto **Carlo Pietrasanta** *"abbiamo i locali giusti? Serviamo i prodotti correttamente? È conveniente attivare un'assicurazione sulle visite? Fino ad ora tutti abbiamo fatto enoturismo, ma muovendoci nella zona grigia. Ora dobbiamo fare il passo successivo. Il Coronavirus non ci fermerà, anzi dobbiamo approfittare di questo momento di stop, per lavorare sul futuro e farci trovare pronti nei prossimi mesi, quando toneremo in pista assieme alla voglia di muoverci"*. Il progetto, infatti, sarà avviato nelle prossime settimane, inizialmente in modalità e-learning per le cantine lombarde e successivamente esteso

›› (*"speriamo live"*) a quelle del Friuli Venezia Giulia e poi del Gavi. *"Importante"* conclude Pietrasanta *"è che anche le Regioni che ancora non hanno recepito la legge 2017 e il decreto 2019, lo facciano per dare la possibilità alle cantine di registrarsi sul portale e richiedere la Scia. Da allora ci sono 60 giorni di tempo per essere operativi. Cominciamo a metterci a posto con l'inizio attività, in modo da essere pronti a ripartire con tutti i crismi del caso, entro fine maggio"*.

Le regioni che hanno già recepito il ddl sull'enoturismo

Al momento sono cinque le regioni che, ad un anno di distanza, hanno recepito il decreto attuativo relativo all'enoturismo (n. 2779 del 12/03/2019), dando la possibilità alle cantine di richiedere la Scia tramite il portale governativo www.impresainungiorno.gov.it e, quindi, dare inizio all'attività. Nell'ordine: Veneto, Toscana (che ha addirittura aggiunto delle altre regole regionali), Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna. Ne mancano all'appello 15. Tra queste, però, alcune come ad esempio il Friuli Venezia Giulia avevano già approvato la legge sulle Strade del Vino che dovrebbe essere semplicemente aggiornata.

ANCHE I PORTALI ENOTURISTICI SI ORGANIZZANO

E intanto, tempestiva è arrivata anche la risposta al Coronavirus dai portali enoturistici italiani. **Winedering,** la piattaforma nata nel 2015, ha avviato un programma di comunicazione b2b 2 b2c destinato ad operatori e clienti esteri per continuare, anche in questo momento di difficoltà, a parlare dell'Italia e delle sue cantine. Fino al 3 aprile, ogni giorno, verrà inviata una newsletter dedicata ad ognuna delle 20 regioni italiane. *"Abbiamo iniziato con il Piemonte e la Valle d'Aosta"* spiegano i cofondatori di Winedering, Stefano Tulli e Denis Seghetti *"Da qui al 3 aprile - escluse le domeniche - mancano di fatto 20 giorni: 20 come le nostre regioni. In attesa di iniziare nuovamente a pianificare tour in tutta Italia"*.

Anche **Divinea**, il portale nato qualche mese fa per offrire pacchetti enoturistici, ha lanciato il progetto #iorestoincantina. Se il turista non va in cantina è la cantina ad andare dal turista. È questo il senso dell'iniziativa. Come? Attraverso video dal backstage delle cantine, che vengono poi rilanciati sui canali Instagram e Facebook del gruppo. *"Per ripartire più forti di prima"*, dicono gli ideatori Filippo Galanti e Matteo Ranghetti.

LE TESTIMONIANZE DAI TERRITORI

Intanto, abbiamo fatto un giro virtuale sui singoli territori per capire qual è la situazione e quale il bilancio di queste settimane: prima, durante ma anche dopo il decreto che ha dichiarato tutta l'Italia zona rossa. A Montalcino, dove l'enoturismo ha registrato il boom di presenze negli scorsi anni, con quasi 200mila presenze, è ritornata la quiete di tutti i giorni, come certifica **Stefano Cinelli** di Fattoria dei Barbi (la prima cantina ad aver fatto enoturismo in Italia nel lontano 1948): *"Il turismo si è fermato del tutto già da settimane. E anche se febbraio/marzo non è il momento migliore per venire a Montalcino, non si vedono da giorni turisti per strada e anche gli shop aziendali sono fermi. Per il Brunello i canali di approvvigionamento sono più che altro Horeca e in minima parte Gdo dove si focalizzano i consumi familiari, ma mi aspetto grandi spostamenti di volumi in queste settimane. Ho fatto la proposta che sarà presentata per mezzo di Avito di chiedere lo stato di calamità a causa del Coronavirus e quindi di sospendere i versamenti di tributi, contributi previdenziali e premi assicurativi"*.

Le richieste di Turismo Verde Cia per far ripartire il settore

"I provvedimenti presi dal Governo vanno nella direzione giusta" afferma Turismo Verde Cia "ma è chiaro che serve un intervento strutturale e di lungo periodo che sostenga le imprese e rilanci l'economia dei territori, partendo da quelli più danneggiati dall'epidemia". Come, ad esempio, il turismo. "L'impatto del Coronavirus sul turismo nazionale è stato immediato e fortissimo" sottolinea l'associazione "Prenotazioni quasi azzerate anche per aprile, con le festività di Pasqua che rappresentano uno dei periodi più importanti per la stagione turistica. Ma il danno economico coinvolge gli agriturismi di tutta Italia, con una riduzione fino al 50% delle richieste di soggiorno". Per gli oltre 23mila agriturismi italiani servono, quindi, sospensioni dei contributi previdenziali e dei pagamenti delle rate dei mutui per un periodo non inferiore a 12 mesi. Allo stesso tempo, occorrono incentivi che rilancino il settore, con adozione di coupon a parziale rimborso spese, detrazioni fiscali e sospensione della tassa di soggiorno, nonché un piano di promozione straordinario. Non da ultimo, bisogna tutelare il Made in Italy agroalimentare, che è tra i più controllati al mondo, da pratiche sleali che mettono in cattiva luce le nostre eccellenze.

Piemonte e Toscana si uniscono nel nome dei grandi vini e del tartufo

a cura di Gianluca Atzeni

Anche al tempo del Coronavirus bisogna guardare avanti. Lo sa bene il comparto turistico italiano, che sta sperimentando una nuova formula, grazie all'iniziativa di Piemonte e Toscana. L'obiettivo è tracciare una strada e rappresentare un modello per il turismo enogastronomico di qualità. L'accordo siglato tra Toscana Promozione turistica ed Ente turismo Langhe Monferrato Roero prevede una unione di forze e competenze per creare una serie di itinerari del gusto, basati sulla forza attrattiva del vino rosso e del tartufo. Due eccellenze della Valdichiana e della Val d'Orcia in Toscana e delle Langhe, del Monferrato e del Roero in Piemonte. Aree che negli ultimi anni stanno incontrando il favore del turismo di alta gamma. Il progetto, denominato "Discover the differences", ha fatto il suo esordio il 30 ottobre 2019 all'Italian luxury workshop di New York. E a febbraio, la Borsa internazionale del turismo di Milano è stata il palcoscenico per la presentazione al mercato italiano. Con questa iniziativa sono stati individuati 7 operatori turistici toscani e 3 dell'area Langhe Monferrato Roero, specializzati in incoming. Per i clienti, la proposta è quella di tour congiunti di alto livello, incentrati su enogastronomia, arte e attività all'aperto. In particolare, si tratta di pacchetti da un minimo di cinque giorni a un massimo di due settimane, concentrati prevalentemente su un'offerta di lusso su entrambi i territori, che spazia tra arte e cultura, enogastronomia, bike e trekking, compresi voli in elicottero per gli spostamenti. "Si dice spesso che l'Italia debba organizzarsi in maniera più sistematica nel mondo del turismo" sottolinea il direttore di Toscana Promozione, Francesco Palumbo "E questo è l'esempio più giusto. Ovvero, due enti pubblici che si mettono insieme per organizzare una piattaforma di attrazione". Il progetto non sarà chiuso alle due realtà toscana e piemontese, ma potrebbe aprire ad altre zone italiane.

Le cancellazioni sono arrivate già nelle scorse settimane. *"Tutti i gruppi di studenti Usa che dovevano venire in visita in azienda avevano disdetto già da tempo"* racconta **Donatella Cinelli Colombini** di Fattoria Il Colle e presidente del Consorzio Doc Orcia *"e le Università americane con sede in Toscana avevano già rimandato i corsi. Le prenotazioni dei 16 matrimoni, tutti stranieri, previsti nell'arco del periodo estivo nel nostro agriturismo, sono invece stati confermati, ma ovviamente siamo in continuo contatto per capire come si evolverà la situazione"*. E sempre relativamente al mercato Usa, rimane anche l'incognita export: "*Negli Usa gli importatori ora ci stanno chiedendo aiuto dopo averci fatto anticipare le spedizioni sotto Natale per evitare i dazi. Ora hanno i magazzini pieni e i costi di stoccaggio a New York e nel New Jersey sono molto elevati. Il problema non riguarda solo noi ma anche i bordolesi e i produttori europei in generale*".

Se marzo può anche passare così, il pensiero di tutti adesso va ai mesi di aprile-maggio, quando di solito agriturismi e cantine si riempiono di visitatori, registrando il picco dell'incoming. *"È chiaro che il settore più colpito nell'immediato è il turismo"* dice senza giri di parole **Enrico Viglierchio** di Castello Banfi *"avremo senz'altro una Pasqua sottotono poi bisognerà vedere durante l'estate quanto si potrà recuperare. Ormai però le presenze mancate sono una perdita non più recuperabile"*

Gli fa eco **Riccardo Talenti** di Pian di Conte: *"Il problema sarà da Pasqua in poi, quando i turisti, soprattutto tedeschi e svizzeri, dovranno decidere se venire lo stesso oppure saltare il giro aspettando tempi migliori. Bisognerà di nuovo acquistare credibilità. Intanto, la preoccupazione è palpabile anche all'estero: dalla Danimarca, ad esempio, ci giunge notizia di un calo del numero dei coperti nei ristoranti con conseguente calo delle vendite di Brunello"*.

A pochi km di distanza le preoccupazioni restano le stesse. La Cantina Contucci è l'azienda più visitata di Montepulciano in qualsiasi stagione dell'anno. In tutte ma non adesso. *"Diciamo che a Montepulciano, stante il periodo, è ancora troppo presto per dire quali saranno le ricadute"* ci dide **Andrea Contucci** *"al momento l'unico segnale è la richiesta di posticipare qualche ordine di vino"*.

Non cambia la situazione risalendo lo Stivale. *"Da noi, sul Garda, la stagione che stava per iniziare, va considerata persa e sarà molto difficile recuperare"* evidenzia **Carlo Alberto Panont,** direttore Consorzio Valtènesi *"La forza del sistema rimane intatta e nonostante tutto, prevarrà. Ora abbiamo bisogno che le istituzioni ci aiutino a superare i prossimi mesi con provvedimenti sul posticipo dei pagamenti e sulla liquidità. Ma soprattutto abbiamo bisogno di una campagna nazionale e internazionale che ricostruisca l'immagine e la fiducia nel nostro Paese"*. ❖

L'ITALIA VISTA DAGLI USA. IL DIARIO DI VIAGGIO DEL GAMBERO ROSSO

a cura di Marco Sabellico

Mentre nella nostra Penisola il Covid-19 continuava ad avanzare, il Roadshow del Gambero Rosso andava avanti negli States, ricevendo un'accoglienza calorosa e tanti messaggi di incoraggiamento per l'Italia: “Non mollate. Vi aspettiamo più forti di prima”.

DALL'EAST ALLA WEST COAST E LE TESTIMONIANZE DAI TERRITORI

Siamo partiti dall’Italia il 19 febbraio per uno dei tour più importanti dell’anno, che si è aperto con gli eventi Top Italian Wines Roadshow di Mexico City e Miami (già documentati sul *settimanale Tre Bicchieri del 27 febbraio*). Siamo partiti senza sapere cosa sarebbe successo da lì a poco e, mentre dall'Italia continuavano ad arrivare bad news, i nostri eventi andavano avanti riservandoci comunque, ad ogni tappa, un'accoglienza a dir poco calorosa, nonostante tutto.

CHICAGO E NEW YORK

Dopo la Florida abbiamo inanellato quattro eventi Tre Bicchieri: il 26 febbraio a Chicago nello Skyline Loft al Bridgeport Art Center 130 aziende hanno offerto i loro vini top a 1200 ospiti che hanno affollato il salone e i seminari: quello della regione Emilia Romagna Special Guest con un manipolo di produttori appassionati e quello dei Premi speciali di Vini d’Italia 2020 dove è stato applaudito Lamberto Frescobaldi che rappresentava the Winery of the Year 2020. Il 28 in una (all’epoca) spensierata New York si contavano oltre 1300 presenze all’evento più importante dell’anno per il vino italiano, che s’è tenuto nella consueta cornice del Metropolitan Pavillion.

“Il vino italiano è ormai una certezza per il consumatore americano” ci dice **Dominic Nocerino**, importatore con quasi cinquant’anni d’esperienza su questo mercato *“Non è un momento facile, c’è incertezza anche qui, ma io continuo a comprare e vendere. Nella mia carriera di crisi, da quella del metanolo alle Twin Tower per non parlare del crollo della borsa del 2008, ne ho viste molte. Sono fluttuazioni cicliche, che un imprenditore preparato sa affrontare. Il dato incontrovertibile è che il vino italiano è entrato nell’abitudine dei consumi di fascia alta. Siamo sicuri che di Brunello ’15 e di Barolo ’16 ne venderemo moltissimo… sono vini fantastici e gli americani li adorano. In questi frangenti bisogna mantenere la calma e organizzarsi per la ripresa. Noi continueremo a sostenere l’Italia del vino e tra qualche mese aspettiamo di nuovo i produttori italiani: li riaccompagneremo ad incontrare i loro clienti”.*

LOS ANGELES E SAN FRANCISCO

Qualche giorno dopo, mentre le notizie da Europa e Italia si facevano sempre più preoccupanti ci siamo spostati sull’altra costa per i Tre Bicchieri a Los Angeles e a San Francisco. Location bellissime e un’organizzazione ormai rodata ci hanno regalato due fantastici eventi: il primo, il 3 marzo al City Market Social House nel Fashion District 90 produttori, 700 ospiti e un invitato d’eccezione: Alessandro Del Piero che ritirava il suo award dei Top Italian Restaurants in the World per il suo trendy e curatissimo N. 10 (péndant di quello milanese) e firmava autografi e si offriva ai selfie. ››

›› Non è stato senza trepidazione, dato il precipitare degli eventi di ora in ora e il susseguirsi di bad news dall'Italia che siamo arrivati a San Francisco, una città che sulla scorta dei successi delle scorse edizioni abbiamo finito per considerare una seconda casa, quanto e forse più di New York. Il 5 marzo abbiamo aperto i battenti dell'immenso Festival Pavilion a Fort Mason, affacciato sulla Baia. Durante le masterclass della mattina (Emilia Romagna e Premi Speciali) la partecipazione è stata al livello delle aspettative, ma quando siamo entrati nel Pavilion a manifestazione iniziata e lo abbiamo visto strapieno di visitatori si è sciolto un pesante nodo.

La consegna dei numerosi Award ai ristoratori, pizzaioli ed enotecari italiani è stata una festa sottolineata da applausi scroscianti. Meritato successo anche per il Consorzio dei Vini del Sannio, capeggiato dal presidente Libero Rillo, che con il suo banco di degustazione dedicato ad Aglianico e Falanghina ha tenuta alta la bandiera italiana negli States.

"San Francisco adora il vino ed il cibo italiani" ci ha detto **Lorenzo Scarpone**, abruzzese Doc, da più di trent'anni al centro

"Ne usciremo con azioni mirate".

"New York è avanti, è sofisticata ed "old world" anche nella ristorazione, ma ci sono grandi ristoranti italiani anche a Los Angeles e San Francisco. Grazie anche alla ristorazione di alta e media gamma il vino italiano ha conquistato il mercato. Ma può crescere ancora, perché tra le due coste East e West, dai gusti evoluti, ci sono 35 stati ancora da colonizzare, dove il potenziale di crescita del nostro export è altissimo. E poi: sapevate che fatto 100 il consumo di alcolici in Usa, la birra rappresenta ben l'83%? I giovani bevono soprattutto birra e superalcolici, e sono un mercato immenso da conquistare. Dopo un 2018 da record il 2019 è stato un anno meno brillante, ora con i problemi che stiamo vivendo il 2020 sarà difficilissimo. Ne usciremo solo offrendo educazione ai consumatori e presenze mirate.

Mi auguro che Governo italiano ed europeo mettano in atto tutte le misure di sostegno necessarie per attutire le conseguenze sociali di questo momento drammatico. Avevamo appena scampato la minaccia dei dazi di Trump. Ma tra qualche mese, a Dio piacendo, avremo un vaccino e saremo in ripresa. Ecco, quello è il momento di investire sui mercati internazionali - se saranno oltre l'incubo virus anche loro - ma con strategie intelligenti, mirate, e con tanta presenza. Siamo il Paese delle unicità irripetibili, del bello e del buono ma dobbiamo impegnarci a fondo per rendere questo patrimonio comprensibile e fruibile dal consumatore americano".

Raimondo Boggia, consulente di marketing strategico nel settore food, wine & hospitality sulle due sponde dell'Oceano

La testimonianza di Lucio Gomiero: Trump e il Coronavirus non ci fermeranno

"Lucio Gomiero, patron di Vignalta, nei Colli Euganei, è un imprenditore che è arrivato in Usa 32 anni fa dove ha creato solide realtà agricole e ha una visione di lungo respiro del settore. La sua cantina, nel frattempo, è finita nell'occhio del ciclone Coronavirus, con i magazzini a Vo' Euganeo e la merce in attesa di spedizione bloccata dalla zona rossa. La notizia dello sblocco gli è arrivata proprio durante l'evento di Los Angeles, e ci parla con il sollievo di chi s'è levato un grande peso."

"Dopo lo spauracchio dei dazi, che hanno bloccato il mercato per mesi, ora il virus... ma non facciamoci prendere dal panico. Quello che noi italiani abbiamo costruito su questo mercato in trent'anni è troppo importante per sperperarlo in poco tempo. Gli Stati Uniti sono il nostro sbocco naturale: il vino americano è il 20% del mercato. Cile e Australia sono protesi verso i mercati dell'Estremo Oriente per un fatto geografico. Il consumo importante di vino di qualità qui è europeo. E l'Italia gioca un ruolo determinante. Quando è arrivata qui la mia generazione era un momento di svolta epocale. Dopo generazioni di emigranti con la valigia di cartone siamo arrivati noi, sulla scia della moda, della cultura italiana, della grande cucina, dell'arte e delle auto sportive... È nato allora il mito del Made in Italy come stigma di un lifestyle sofisticato. Abbiamo ritrovato così l'orgoglio di essere italiani e l'America si è innamorata di noi. Non saranno una super-influenza e un presidente capriccioso a fermarci. Tra l'altro per i prossimi mesi Trump farà bene a preoccuparsi della rielezione più che dei dazi. Chiunque verrà dopo di lui seppellirà l'argomento. È sicuro. E anche se venisse rieletto potrà solo ritoccare le tariffe. Il Paese in questa battaglia non lo segue. Ai miei colleghi dico: fatevi coraggio, e non smettete di programmare. Appena si potrà, riprendete a viaggiare. Se restate a casa non costruite nulla".

della ribalta enogastronomica della Città della Baia, prima come sommelier e wine expert, poi come importatore e distributore di vini di qualità dal taglio artigianale. *"Una città dai gusti sofisticati che ama il buono e il naturale"* spiega *"anche se Orange e Natural wines sono una piccola percentuale, il grosso della domanda è per vini di alto profilo, che si possano confrontare con i vicini di Napa e Sonoma. C'è sempre voglia di novità, e il nostro stile moderno, pulito e fresco, senza appesantimenti di legni nuovi e fondato sui vitigni autoctoni qui va fortissimo. E fa scuola anche ai produttori californiani, che da qualche anno tentano di acclimatare le nostre uve tipiche. Ma a tirare la volata è una ristorazione italiana giovane, appassionata, colta e brillante. Non passa un mese senza nuove aperture di locali italiani. È un momento difficile, particolare, ma andremo avanti. Qui possiamo ancora crescere molto"*.

NAPA VALLEY

Il nostro viaggio non è finito a San Francisco. Il giorno seguente abbiamo inaugurato un primo piccolo evento con 20 produttori a Napa presso Copia, la bella e prestigiosa sede del Culinary Institute of America. Marco Sabellico e Giuseppe Carrus hanno tenuto l'ultima masterclass – ancora i Premi Speciali della Guida 2020 - con un'ispirata Silvia Vannucci di Piaggia che ha incantato i colleghi americani del pubblico (quasi tutti enologi e produttori) con la storia del suo Carmignano Riserva, che con l'annata '16 è stato il nostro Rosso dell'Anno. Applausi a scena aperta per lei e gli atri 10 vini premiati e tanti appunti trascritti sui quaderni. La degustazione nel grande atrio ha dato notevoli soddisfazioni ai produttori italiani e al competente pubblico locale.

Abbiamo chiuso in bellezza il giorno successivo con due interessantissime visite-degustazione in due realtà iconiche della Napa Valley che hanno aperto i battenti per la nostra piccola delegazione: Opus One (Constellation Brands) e Cardinal (gruppo Kendall-Jackson). Dopo un viaggio come questo siamo entrati, ed usciti, a testa alta.

I consigli dell'importatore

"La battaglia vera per il vino italiano di qualità è quella nella fascia più gettonata: quella dai 15 ai 25 dollari a bottiglia in enoteca. I prezzi dei vini californiani sono in calo e questo mercato fa gola a tutti. I consumatori cercano sempre il rapporto qualità prezzo, quindi gli italiani devono studiare bene le loro mosse. Dalla vostra avete degli assi nella manica: vitigni di qualità che nessun altro ha e uno stile contemporaneo basato sulla bevibilità e la freschezza che fa tendenza. Ma guai a dormire sugli allori, gli altri Paesi non stanno a guardare: Pinot Grigio ormai è una commodity dalla marginalità risicata, mentre i Rosé provenzali fanno cifre da capogiro. Sfruttate a pieno la ristorazione, fate belle bottiglie con retroetichette utili, esplicative, magari con i QR code che rimandino ad informazioni più dettagliate. Scegliete nomi facili da ricordare e facili da pronunciare per un anglofono. I consumatori, qui, se l'aspettano. Come si aspettano sempre un'emozione da una bottiglia di vino italiano".

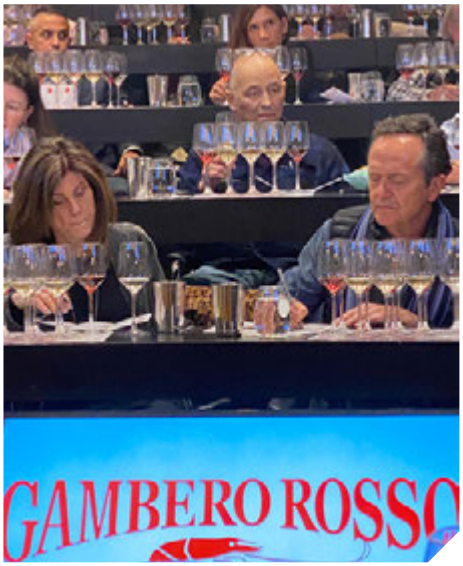
Mark Newman di Accolade Brands

E ci hanno rincuorato le parole di **Erle Martin**, vicepresidente di Winebow Import, responsabile del mercato della costa orientale: *"C'è una grande attenzione per il vino italiano. Stiamo assistendo ad un risveglio del Barolo che ora è posizionato, con i suoi cru e le sue vigne storiche, alla pari dei grand cru di Borgogna. I vini di taglio internazionale interessano sempre meno i consumatori più esigenti, che vogliono terroir, autoctoni e stili di vinificazione nitidi e precisi. Il fenomeno Prosecco continuerà, anche se c'è sempre più voglia di prodotti di livello più che di livelli base. La carta vincente dell'Italia è l'incredibile differenziazione dell'offerta. È l'unico Paese che ti offre un terroir e un'uva diversa per ogni giorno dell'anno. Non perdete questa forza, questa carica innovativa, uscite dalla battaglia dei vini di primo prezzo. L'Italia del vino vale molto di più"*.

Parole da ricordare in un momento come questo, dove ogni giorno siamo costretti, noi come voi, a disfare e rifare l'agenda dei prossimi mesi da zero con l'animo pesante, pieno di incertezze anche sulla salute di chi lavora con noi e delle nostre famiglie. Ma che ci devono dare la forza di superare questo momento difficile. Noi italiani siamo un polpo resiliente, lavoratore e creativo. E spesso diamo il meglio di noi nelle situazioni più difficili dove molti altri si arrenderebbero. Ecco, questo è uno di quei momenti. Siamo tutti chiamati a fare di più e a gettare il cuore oltre l'ostacolo. Siamo sicuri che tra qualche mese torneremo determinati a percorrere le strade del mondo offrendo al mondo quello che solo noi abbiamo. Facciamo ancora una volta squadra e andiamo avanti senza paura. Il resto del mondo, oggi come non mai, fa il tifo per noi. Siamo o non siamo italiani?

PHOTOGALLERY

Flavor Itineraries
Savoring
Emilia Romagna


GAMBERO ROSSO