anno 11 - n. 13 - 2 aprile 2020

trebicchieri
IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

ADATTARSI PER RESISTERE. IL NUOVO ATTEGGIAMENTO DI CANTINE E CONSORZI

EXPORT
Per il vino italiano perdite fino ad un miliardo di euro. L'allarme lanciato da Ismea

OCM
Ok al decreto che introduce più flessibilità. Ma per la promozione si attende un testo ad hoc

NOVITÀ
Al via Stappa con Gambero Rosso: ogni martedì e giovedì si degusta insieme a Marco Sabellico

ESTERI
Gli Usa fanno la conta dei danni: in due settimane le cantine hanno già perso oltre 40 milioni di dollari

ENOTECHE
Perdite fino all'80% del fatturato. Il presidente di Vinarius: "Ecco come proveremo a rialzarci"

Solo su sky Canale 412

LA FOTONOTIZIA

Si avvia alla conclusione la prima vendemmia in piena emergenza Covid-19

La natura non aspetta. E se in Italia ci stiamo chiedendo che tipo di vendemmia avremo tra quattro mesi, in America Latina si va avanti con la raccolta: la prima con mascherine e gel igienizzanti a portata di mano.

"*Ogni vendemmia lascia il segno a modo suo*", scrive la rivista argentina El Ciudadano "*quella del 1998 sarà ricordata per El Niño, quella del 2016 per l'influenza climatica, quella del 2020 entrerà nella storia per la pandemia globale*". Anche la raccolta e la vinificazione hanno, quindi, dovuto adattarsi alle nuove norme: **sapone e acqua in quantità, carta usa e getta per l'essiccazione, guanti e maschere per i vendemmiatori, distanza fino a due metri tra tutto il personale, bagni chimici, trasporto ridotto del 50%. E, in molti casi, si è scelto di spostarsi verso la meccanizzazione**. "*La qualità è alta e soprattutto non ci sono rischi per il prodotto*" è il messaggio delle cantine.

Secondo i dati nazionali argentini, in questo momento il 75% delle uve è già stato raccolto per circa 15 milioni di quintali in tutto il Paese e si stima di raggiungere i 20 milioni. In due settimane si dovrebbe giungere a conclusione, con una riduzione del volume rispetto allo scorso anno di circa il 20%. Il calo sarebbe legato più che altro a fattori climatici: il gelo dello scorso ottobre, l'ondata di caldo degli ultimi mesi, la mancanza di acqua. Queste ultime condizioni, in particolare, hanno determinato una vendemmia precoce che, secondo i produttori, sarebbe stata un bene, per lo meno si è evitato di ritrovarsi con la metà del raccolto sulla pianta in piena pandemia: "*sarebbe stato molto più stressante e difficile lavorare*".

Ma la vera sfida inizierà dopo: una volta conclusa la vendemmia, quale sbocco si troverà per questi e gli altri vini che arriveranno sul mercato? E come si affronteranno le conseguenze che la pandemia lascerà sull'economia globale?

foto El Ciudadano

MERCATI. L'Ismea avverte: "A rischio export vino per 1 miliardo di euro". E per il futuro spuntano le ipotesi vendemmia verde o distillazione

Prime stime ufficiali delle conseguenze dell'epidemia mondiale di Covid-19 nel settore vitivinicolo. Secondo l'Ismea, che pochi giorni fa ha pubblicato un'analisi economica delle singole filiere, il settore vitivinicolo corre rischi soprattutto in chiave export, per via della chiusura del comparto dell'Horeca nei mercati più importanti. Un prezzo che potrebbe costare fino a un miliardo di euro.

EXPORT A RISCHIO. Il 2020 era iniziato con incognite importanti: i dazi americani che erano una possibile minaccia (dovendo essere rivisti a inizio estate). A questo, si erano aggiunti, dal un lato, il rallentamento della Cina, accentuato dalla crisi sanitaria di inizio anno e, dall'altro, in ambito europeo, le tensioni legate alla definizione della Brexit. In seguito, è arrivata la crisi sanitaria globale da Coronavirus, con misure che hanno rapidamente portato in lockdown ampie aree geografiche, in Europa e nel resto del mondo. Tra i mercati interessati, diversi rivestono un ruolo importante per il vino italiano: Regno Unito e Stati Uniti. "*A pesare*" scrive l'Ismea "*è soprattutto il forte ridimensionamento della domanda da parte dell'Horeca, il principale canale per il consumo in questi Paesi. Facendo una stima molto approssimativa, e tenendo conto di due mesi di difficoltà a livello mondiale, potrebbero essere a rischio esportazioni per quasi un miliardo di euro*".

Tutto dipenderà da quando e con quale ritmo riprenderanno i consumi, soprattutto fuori dalle mura domestiche. Se nelle prime settimane della crisi sono risultati abbastanza regolari gli ordini e le consegne verso i principali Paesi esteri, il fermo totale dell'Horeca "*ha reso estremamente preoccupante la situazione soprattutto per il prodotto di gamma più alta portando al blocco di alcuni contratti e al mancato rinnovo di altri*".

IL FRONTE INTERNO. In tema di domanda interna, fa sapere l'Ismea, è stata registrata una richiesta sostenuta, almeno fino a metà marzo, da parte della Gdo che ha addirittura generato un aumento delle uscite dalle cantine. "*Il calo della domanda complessiva" aggiungono gli esperti "si sta concretizzando in maniera evidente in questi giorni e si pensa si protrarrà per diverse settimane*". L'aumento della domanda da parte della Gdo, importante ma comunque inferiore alla media complessiva "*non riuscirà a compensare le perdite accumulate, non tanto in volume, quanto a valore*", essendo le produzioni medio-alte quelle che trovano maggiore collocazione nel canale Horeca. "*La chiusura di alberghi, agriturismi e ristoranti oltre a sottrarre un naturale sbocco per le produzioni nazionali ha anche annullato un validissimo supporto promozionale dei prodotti verso gli acquirenti italiani e stranieri*".

DIFFICOLTÀ LOGISTICHE. Non mancano difficoltà sulle forniture di materiale di confezionamento. Molte vetrerie sono in Veneto e Lombardia e lavorano a ritmo ridotto, così come alcuni prodotti (etichette/cartoni), necessitano di materie prime spesso dall'estero.

LA VENDEMMIA 2020. Nonostante la situazione, i prezzi all'origine sono stabili nelle prime settimane interessate dai decreti restrittivi. Questo perché, si sottolinea, il vino è un prodotto stoccabile. Ad agosto, però, prenderà il via una nuova vendemmia che "*potrebbe rivelarsi critica per le cantine, la cui capacità di immagazzinaggio è ovviamente limitata*". Se nei prossimi mesi la situazione fosse ancora in stallo, potrebbero tornare utili interventi per ridurre le scorte di vino: la vendemmia verde o la distillazione.

Le aspettative fino al mese scorso

L'Italia, come osservano gli analisti dell'istituto, si presentava ad affrontare il mercato vinicolo 2020 con un ruolo importante: nel 2019, infatti, oltre la conferma della leadership mondiale, con 47,5 milioni di ettolitri, aveva anche riconquistato il primato nelle esportazioni a volume, che con 21,6 mln di ettolitri di vino (+10%) contro 21,4 mln della Spagna. E i 48 mln di ettolitri di scorte portavano la disponibilità della campagna a 95,5 mln di ettolitri contro i 94,9 mln di quella precedente (54,8 mln di hl di produzione e 40 mln di giacenze).

100% ITALIANO

pastificio
graziano

È ATTIVO IL SERVIZIO DI CONSEGNA A DOMICILIO IN TUTTA ITALIA

SCEGLI LE TRAFILE DELLA TRADIZIONE

e-mail
ordini@pastificiograziano.it

telefono
335.323959

WhatsApp
335.323959

OCM VINO. Ok Stato-Regioni a decreto Mipaaf che introduce più flessibilità. Sulla promozione si attende un testo ad hoc

Intesa raggiunta in Conferenza Stato-Regioni sul decreto Mipaaf relativo alle proroghe e semplificazioni dei Piani nazionali di sostegno sostenuti sostenuti coi fondi Ocm per vino, olio, ortofrutta, zootecnia e apicoltura. Grazie a questo decreto, che sarà operativo non appena pubblicato sul sito del Mipaaf, **le aziende italiane potranno realizzare gli investimenti e le attività già programmate con tempi più ampi** e senza incorrere in sanzioni.

La richiesta di applicare più flessibilità a favore delle imprese era stata avanzata a fine febbraio dal Mipaaf alla Commissione europea, che il 13 marzo si era resa disponibile ad accoglierla, in considerazione della situazione epidemiologica da Covid-19. Lo scopo è, come ha sottolineato la ministra per le Politiche agricole Teresa Bellanova, garantire più tempo per rendicontazioni e realizzazione delle attività: "*Siamo certi che, una volta terminata l'emergenza, quanto previsto potrà comunque essere realizzato con i risultati attesi*", ha detto Bellanova.

RISTRUTTURAZIONE. Nella fattispecie, per il comparto vitivinicolo, si interviene sul decreto 3843 del 3 aprile 2019 che regola la ristrutturazione e riconversione dei vigneti stabilendo che per la campagna 2020/21 il termine di presentazione delle domande di aiuto scade al 15 luglio e il termine per definire la graduatoria è fissato al 15 gennaio 2021; sul fronte sanzioni, queste non saranno applicate ai beneficiari che non abbiano realizzato l'intera superficie richiesta nelle campagne 2017/18, 2018/19 e 2019/20.

INVESTIMENTI. Per quanto riguarda la misura investimenti (decreto 911 del 14 febbraio 2017) si consente ai beneficiari di modificare la durata del progetto approvato da annuale a biennale, e da biennale a triennale, consentendo di ricevere il pagamento in forma anticipata; inoltre non saranno applicate le penalità per le campagne 2018/19 e 2019/20. Infine, al decreto sulle autorizzazioni per i nuovi impianti viticoli (Dm 12272 del 15 dicembre 2015), per il 2020 si prorogano i termini dell'istruttoria della verifica dei criteri al 15 luglio, si proroga le data delle domande al 30 maggio e la data per la raccolta delle richieste ammissibili al 15 giugno 2020.

OCM PROMOZIONE. Non si interviene ancora sull'Ocm promozione verso i Paesi terzi, in quanto il Mipaaf sta lavorando a un decreto ad hoc, che dovrebbe introdurre, come già detto nei numeri precedenti, dei criteri di flessibilità nel regolamento di settore, anche sulla base delle richieste contenute nella lettera che la filiera del vino ha inviato circa il 19 marzo alla ministra Bellanova. – **G. A.**

L'APPELLO. Fivi scrive alla ministra Bellanova: "Ecco le 9 misure che servono per ripartire"

Nove misure nero su bianco, quelle che la **Federazione italiana vignaioli indipendenti** ha inoltrato ministra delle Politiche Agricole Teresa Bellanova. Oltre ad essere un invito ad intervenire subito, quello di Fivi suona anche come un SOS in vista della vendemmia e di tutti gli adempimenti burocratici e fiscali che al momento mettono ancora più in difficoltà le aziende, già alle prese con il calo vendite e la chiusura di alcuni fondamentali canali di distribuzione. In particolare viene richiesta, la proroga di scadenze e versamenti, ma anche la semplificazione per l'assunzione di stagionali e per le vendite dirette oltreconfine. Ecco le 9 richieste:

1. Proroga di 12 mesi della scadenza delle autorizzazioni per nuovi impianti e reimpianti scadenti nel 2020 (*misura già accolta nell'ultimo decreto Mipaaf, vedi p. 6*)
2. Proroga di 12 mesi per i termini di rendicontazione della misura Ocm vino, Psr e Piani di riconversione e ristrutturazione vigneti (*misura già accolta nell'ultimo decreto Mipaaf*)
3. Annullamento delle sanzioni previste per le aziende che non siano riuscite a concludere e a rendicontare i progetti Ocm promozione
4. Sospensione dei versamenti dei contributi previdenziali agricoli per 12 mesi unitamente a quelli dei versamenti di imposte, Inps ed Enpaia per i dipendenti delle aziende agricole
5. Concessione di prestiti di conduzione o finanziamenti bancari a lungo termine con annullamento del tasso di interesse
6. Annullamento della reintroduzione della tassa Imu sui fabbricati strumentali agricoli
7. Aumento del limite delle bottiglie acquistabili da privati all'interno delle Ue e possibilità di vendere direttamente a privati in Europa senza transitare da deposito fiscale
8. Fiscalità agevolata per il settore Horeca per l'acquisto del vino italiano
9. Differimento del versamento dell'Iva al momento dell'incasso della fattura

COLDIRETTI. Presentato piano per tagliare 6 milioni di ettolitri di vino

La Coldiretti ha presentato al Mipaaf un "piano salva vigneti" che, attraverso la distillazione volontaria, prevede di togliere dal mercato tre milioni di ettolitri di vini generici, che serviranno alla produzione di alcol per uso sanitario. In tempi di Coronavirus, **gli acquisti di alcol denaturato sono quasi triplicati in un mese**, ricorda l'associazione presieduta da Ettore Prandini, il cui piano prevede anche la vendemmia verde su almeno 30 mila ettari, in vista di una riduzione di almeno altri 3 milioni di ettolitri della produzione sui vini di qualità, in modo da evitare un eccesso di offerta. Tra le richieste, anche una campagna di comunicazione per sostenere i consumi alimentari.

AGRICOLTURA. L'allarme di Confagri: "Servono 250 mila persone"

"*Si avvicina in maniera preoccupante la stagione della raccolta di ortaggi e frutta estiva. Servono almeno 250 mila persone*". Lo scrive Massimilano Giansanti, presidente di Confagricoltura, in una lettera ai ministri delle Politiche agricole, Teresa Bellanova, e del Lavoro, Nunzia Catalfo, chiedendo un più facile ricorso a manodopera italiana, come i voucher, o la possibilità di impiegare cassintegrati o fruitori di reddito di cittadinanza.

Sono 1.114.982 i dipendenti in agricoltura in Italia, il 97% sono operai, seguiti da impiegati, quadri e dirigenti (3%). Le aziende che assumono dipendenti sono 187.629 (26% sul totale delle iscritte alle Camere di commercio). In Italia, sono 1.076.930 gli operai agricoli: 10% a tempo indeterminato e 90% determinato. La manodopera è impiegata più nel Sud (55%), che detiene anche il primato di quella a tempo determinato (57%).

Produzioni vegetali (82%), attività accessorie (10%) e zootecnia (8%) sono i comparti in cui c'è più manodopera stabile. Nelle sole produzioni vegetali prevalgono orto-florovivaismo (25%), vitivinicolo (20%) e frutta (18%).

STRATEGIE

Una road map intelligente per il Dopoepidemia

La road map del vino nel post Covid-19 dipenderà strettamente da una nuova visione strategica. E l'attuale crisi che colpisce alcuni settori dovrà rappresentare un'occasione per un rilancio intelligente. Nel caso dell'Horeca, il settore più in sofferenza che ricopre il 17% di vendite di vino, la seconda parte dell'anno potrebbe portare vantaggi al comparto per un naturale e prevedibile incremento delle attività all'aperto; il punto debole, invece, potrebbe essere legato a una riduzione della mescita al banco per ovvie questioni di sicurezza sanitaria, rispetto ai servizi al tavolo. In tal caso, il Prosecco e il mondo mixology potrebbero essere tra i più colpiti. **Sia Horeca sia enoteche avranno l'opportunità di valorizzare i propri circuiti online** grazie a una tesaurizzata esperienza di questi mesi, in conseguenza di una platea allargata che ha usufruito del delivery. La valorizzazione digital è uno degli elementi interessanti di questa road map, grazie alle sempre più usate tecniche chat-bot che personalizzano e favoriscono il dialogo tra piattaforma, produttore e consumatore finale. Innovazione digitale e tecnologia saranno ambiti su cui le forze governative dovrebbero favorire degli incentivi.

Cosa farà, poi, la Gdo? Andrà sicuramente a riscuotere successo perché, con la corsa agli acquisti in questo periodo d'emergenza, è diventata il primo canale di vendita in assoluto. E costerà sempre di più da parte dei produttori conquistare nuove posizioni sullo scaffale anche per effetto della crescita di volumi di questi mesi, ma anche qui il produttore di vino troverà delle opportunità, soprattutto nel dialogo con la media distribuzione di prossimità. Anche in questo caso, si torna all'esperienza digitale. È accaduto in parte con il mondo delle enoteche, che da ora dovrà organizzarsi maggiormente sul canale dell'online. La road map intelligente passerà anche per questo scatto in avanti sulle piattaforme distributive nel virtuale. Non ci sarà più altra occasione se non questa di stimolare gli acquisti in remoto. E, dal canto suo, anche la logistica – aspetto altrettanto importante della ripresa post Covid-19 – dovrà lavorare sul delivery per migliorarlo.

Al Governo spetterà il compito di promuovere misure di valorizzazione delle vendite su internet. Serve, insomma, una visione d'insieme che contribuisca a dirigere il senso di questo cambiamento e occorre approfittare della congiuntura per incrementare la cultura manageriale d'azienda, in un mercato che ha sì troppi leader ma troppo pochi manager.

– **Lorenzo Tersi**, wine advisor – segreteria@ltadvisory.it

VENETO. La crisi costa già oltre 30% di vendite alle Dop regionali

Consorzi veneti preoccupati per lo stop dei consumi che, per via della crisi economica generata dall'epidemia da Coronavirus, ha già tagliato le vendite delle bottiglie a denominazione del 30-40 per cento. L'analisi è stata fatta dall'assessore veneto all'Agricoltura, Giuseppe Pan, citando stime delle 23 associazioni dei produttori sparse sul territorio regionale: "*Tengono solo i consumi nella grande distribuzione, ma sono azzerati quelli del circuito della ristorazione, degli hotel, di bar ed enoteche e sono ferme le esportazioni*".

LE STRATEGIE. Preoccupano i surplus produttivi in vista della prossima raccolta in relazione al vino invenduto dell'annata 2019. Si registra una crisi di liquidità per la frenata dell'export, che in Veneto ammonta a un valore di 2,3 miliardi di euro, circa un terzo del totale nazionale. "*Il calo della domanda complessiva si protrarrà per diverse settimane e la ripresa sarà lenta e graduale, non solo in Italia ma anche nei nostri mercati di riferimento. Dobbiamo prepararci*" ha sottolineato l'assessore Pan "*a fronteggiare i contraccolpi nel medio e lungo periodo*". La Regione ha attivato un monitoraggio del comparto per pianificare le strategie di mercato più opportune ed evitare speculazioni. Diversi gli strumenti a disposizione: riduzione della resa, aumento degli stoccaggi, forme parziali di vendemmia verde o distillazioni di crisi (limitata a contesti particolari), o gestione regolata degli esuberi: "*Li stiamo già valutando con il Mipaaf e gli uffici della Ue*", ha chiarito Pan.

LA CAMPAGNA PROMOZIONALE. Per la prossima stagione, tutti i fondi risparmiati ora da aziende e consorzi a seguito dell'annullamento di fiere e manifestazioni dovranno essere investiti "*in una futura grande campagna di promozione e commercializzazione*". La Regione sta anche rivedendo gli ultimi bandi ancora aperti del Psr, in vista di una riprogrammazione che garantisca il sostegno alle filiere produttive, tra cui quella vitivinicola, con attenzione privilegiata per le realtà più piccole e alle filiere corte.

DOCG ASTI E MOSCATO. Il Consorzio garantisce servizi ai soci e attività di laboratorio

Nonostante l'emergenza sanitaria, non si è fermata l'attività del Consorzio di tutela dell'Asti e del Moscato d'Asti Docg. "*Abbiamo applicato disposizioni di smart working e di orario flessibile*" ha fatto sapere il presidente dell'ente, Romano Dogliotti. Per quanto riguarda la sede di Isola d'Asti, si sono pianificate turnazioni lavorative in modo da garantire sia il lavoro del laboratorio d'analisi sia la consegna delle fascette ministeriali alle aziende. Dogliotti e il comitato di presidenza sottolineano che in questa riorganizzazione sia stato tutelato il ruolo di servizio dell'ente.

"*È un punto d'orgoglio aver garantito i normali servizi consortili. Voglio inoltre assicurare che stiamo continuando a lavorare anche ai progetti di promozione e valorizzazione che erano stati avviati prima dell'emergenza sanitaria. E siamo certi*" ha concluso Dogliotti "*che al termine di questo periodo torneremo più determinati a difendere e promuovere la denominazione Asti e Moscato d'Asti in Italia e nel mondo*".

BILANCI. Masi rafforza il capitale e cambia la destinazione dell'utile

Approccio cautelativo da parte di Masi Agricola di fronte agli effetti della crisi economica mondiale provocata dall'epidemia da Covid-19. Il consiglio di amministrazione ha deciso di sostenere la solidità patrimoniale della società, quotata all'Aim di Borsa Italiana, e attutire i possibili futuri impatti economico-finanziari, modificando la proposta di destinazione dell'utile dell'esercizio 2019, che inizialmente prevedeva la distribuzione agli azionisti di un dividendo di 7 centesimi lordi per azione (per un totale di 2,25 milioni di euro).

In considerazione degli effetti possibili sul business, il cda ha scelto di proporre all'assemblea dei soci, in programma per il prossimo 24 aprile (in modalità di audio conferenza con obbligo di delega al rappresentante designato), di riportare interamente a nuovo l'utile (pari a 5,15 milioni di euro), al netto della parte da destinare alle riserve obbligatorie. **La somma, tecnicamente, tornerà a far parte del patrimonio netto aziendale**. La società presieduta da Sandro Boscaini (*nella foto con l'ad Federico Girotto*) ritiene che non sia ancora oggi possibile stimare l'impatto che l'epidemia avrà nel corso dell'anno. Il progetto di bilancio di esercizio e il bilancio consolidato sono stati conseguentemente aggiornati. Il Gruppo Masi ha fatturato nel 2019 circa 65 milioni di euro con un Ebitda del 17% circa sui ricavi.

PROSECCO DOC. Zanette: "Mercato in linea con previsioni, gli imbottigliamenti reggono"

Prosecco Doc in linea con le stime pluriennali del Consorzio che prevedevano una disponibilità, ante Covid-19, tale da arrivare alla vendemmia con la possibilità di attingere agli stock per arrivare a fine anno.

Lo dice il presidente Stefano Zanette. **Al primo aprile, la produzione disponibile è di 2.217.000 hl**; a questa si potrebbe sommare la parte a suo tempo stoccata (550.000 ettolitri). "*Gli imbottigliamenti reggono*" sottolinea "*la liberalizzazione dello stock è ipotesi più che remota, sarebbe disponibile solo per un'effettiva esigenza e non per favorire azioni speculative; per la vendemmia 2020 si prevede una fertilità inferiore alla media decennale*".

CANTINE RIONDO. Il nuovo direttore è Gianfranco Gambesi

Cambio ai vertici di Cantine Riondo, società controllata dalla cooperativa di secondo livello Collis Veneto wine group, che conta 22 milioni di bottiglie e 44 milioni di euro di ricavi nel 2019. Gianfranco Gambesi (53 anni di Verona) subentra a Luca Cielo, dg di Collis Veneto wine group.

Da sempre vicino al mondo agricolo e alimentare (inizia in Zuegg, poi passa a Zonin nel 2001 e dal 2010 è nel gruppo Collis), **il neo direttore generale punta a valorizzare il lavoro dei 2 mila soci del gruppo Collis**, attraverso nuovi sbocchi in mercati emergenti e ottimizzando il modello di business con le opportunità offerte al mondo della cooperazione. "*Sono allo studio nuovi progetti per raccontarlo*" ha annunciato Gambesi (*a sinistra nella foto con Luca Cielo*) "*per sostenere i piccoli produttori e disincentivare l'abbandono della terra*".

FOCUS

BRACHETTO D'ACQUI. Nel 2019 prodotte 2,8 mln di bottiglie. Al via spot e campagna proximity in Gdo

a cura di Gianluca Atzeni

Primi mesi del 2020 positivi per le vendite di Brachetto d'Acqui Docg e Piemonte Doc, che hanno fatto segnare un +60% rispetto allo stesso periodo di un anno fa, per quantitativi pari a 200 mila bottiglie in più. Il dato è incoraggiante per i produttori di questa denominazione del Monferrato, che sta cercando da diversi anni di trovare un nuovo equilibrio dopo i grandi fasti degli anni Novanta e dopo che il triennio 2017-2019 ha segnato una diminuzione delle bottiglie immesse sul mercato pari a circa 500 mila unità.

LE VENDITE. Paolo Ricagno, presidente del Consorzio, spiega che nell'ultimo anno, il 2019, il venduto è stato di circa 3,7 milioni di bottiglie, di cui 900 mila di Doc Piemonte e il resto di Brachetto d'Acqui Docg: "*Dati più o meno stabili rispetto alla scorsa annata. Il che*" aggiunge l'imprenditore "*non è poco, con tutto quello che abbiamo passato e che stiamo passando*". I produttori del distretto, dopo la modifica al disciplinare, possono contare da qualche anno anche sull'Acqui Docg nella versione rosé, lo spumante in versione non dolce a base di uve Brachetto: "*Ne abbiamo venduti poco meno di centomila pezzi, ma si tratta di un prodotto nuovo, su cui non tutte le imprese hanno puntato. Lanciato un paio di anni fa è ancora tutto da raccontare*".

LA STRATEGIA 2020. Negli ultimi anni, il comparto di questo rosso piemontese ha sofferto crisi di volumi e vendite con le rese che sono scese fino a 36 quintali/ettaro. Nonostante tutto, per il 2020 i produttori hanno fiducia e puntano su una nuova campagna di comunicazione, incentrata sullo stesso spot televisivo che, a partire da Natale e fino a gennaio, ha dato i suoi frutti. Per questo, la campagna sarà ripetuta nel periodo pasquale e post pasquale sulle reti Mediaset (con il messaggio "Brachetto d'Acqui, la nostra eccellenza sulla tua tavola"). "*Un brindisi di Brachetto d'Acqui o di Acqui Docg rosé a casa, con i propri famigliari*" sottolinea Ricagno "*vale quanto un messaggio di ottimismo e di ripresa di cui, oggi più che mai, abbiamo bisogno*".a

LA CAMPAGNA IN GDO. Nelle due settimane che precederanno la Pasqua, in vari punti vendita della grande distribuzione organizzata sarà organizzata una campagna a supporto, secondo le regole del cosiddetto "proximity marketing", metodo di comunicazione che prevede l'invio di banner promozionali sugli smartphone di potenziali e selezionati clienti, che entreranno nel punto vendita o si troveranno a passare nelle vicinanze. **Il messaggio-banner indicherà in quale store e quale cantina produttrice sta proponendo in quel momento la promozione.** E le attività del consorzio nel 2020 si estenderanno anche al mondo dei blog, con l'obiettivo di stimolare il consumo in casa del Brachetto.

L'Acqui Docg

Accanto al tradizionale gusto dolce "Brachetto d'Acqui" (nelle tipologie spumante, tappo raso e passito), l'Acqui docg è realtà dalla vendemmia 2017. Una declinazione che si rifà alla tipologia secca diffusa soprattutto nei primi del Novecento. La produzione di vini secchi, o con residuo zuccherino limitato anche con certo grado di effervescenza da uve aromatiche Brachetto, è una tecnica che affonda le radici nella storia ed è in sintonia con la vocazione enologica della particolare tipologia di uve coltivate nel Monferrato, tra Nizza ed Acqui. Dal 2017, grazie all'impulso del consorzio, il Brachetto secco denominato "Acqui", nelle sue tipologie spumante, frizzante e vino fermo, è nuovamente annoverato nella Docg.

UNCORK EXTRAORDINARY

VALDOBBIADENE
PROSECCO SUPERIORE DOCG

Santa Margherita

Connect with us

Santa Margherita Wines

santamargheritawines

www.santamargherita.com

HANGAR DESIGN GROUP

E-COMMERCE. Tannico disegna la mappa delle regioni che acquistano di più online e delle tipologie di vino più richieste: giù i premium, su le fasce medie

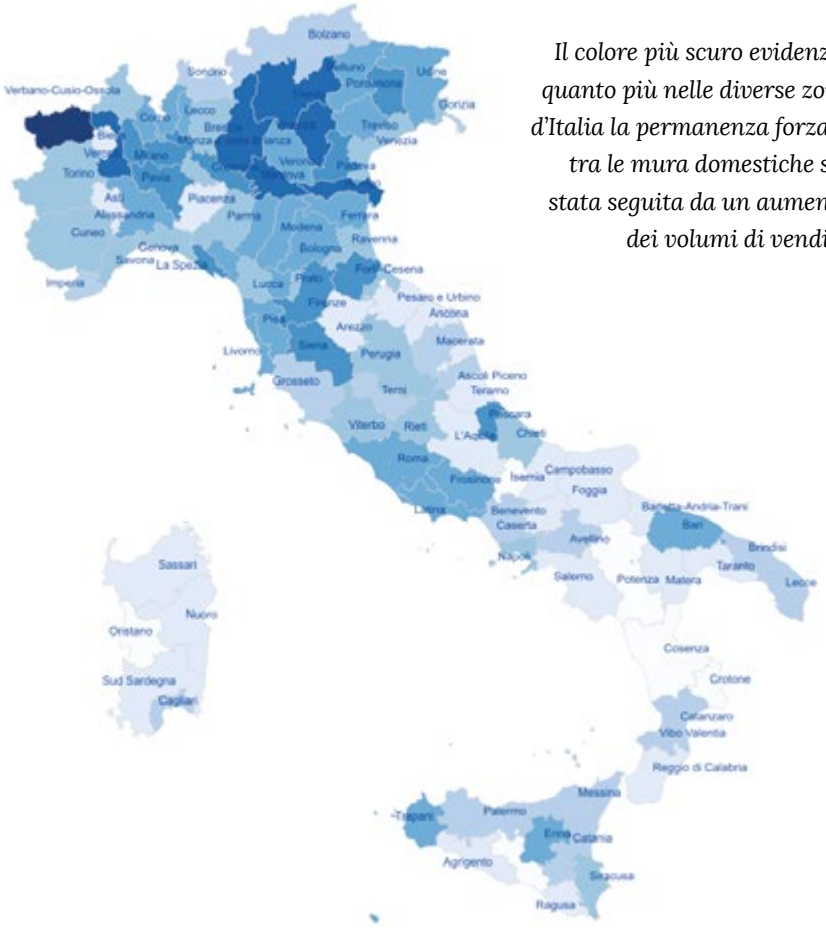
Cambiamento è la parola d'ordine per le abitudini di consumo (e anche di vita). E, in cima alla lista c'è l'approccio all'e-commerce, come avevamo raccontato su Tre Bicchieri del 19 marzo

LA MAPPA. Adesso l'enoteca digitale Tannico, in collaborazione con la piattaforma di Location Intelligence di Beinto ha creato la mappa dei consumi, dopo aver registrato solo nelle ultime tre settimane di marzo, un aumento 100% dei volumi, del 10% della frequenza d'acquisto e del 5% delle quantità di bottiglie per ordine effettuato. Il mutamento dei volumi tuttavia non coinvolge uniformemente tutte le regioni d'Italia: **Tannico registra un'esplosione delle proprie vendite nelle aree maggiormente colpite dal virus** (Lombardia +100%, Piemonte +90%, Emilia +85%, Veneto +82%), contro un aumento di volumi decisamente più contenuto nelle le regioni meno coinvolte (Sicilia +40%, Puglia +30%, Calabria +20%, Sardegna +10%). "*Praticamente, soprattutto nelle Regioni del Nord-Est la permanenza forzata tra le mura domestiche è stata seguita da un aumento dei volumi di vendita*", commenta l'ad di Tannico **Marco Magnocavallo** "*L'intento è di fare scorte per avere sempre in tavola un buon vino che tenga compagnia e allevi un po' le angosce che l'intera Nazione sta vivendo in queste durissime settimane*". A parte le zone rosse, dove nessun corriere può entrare, non si registrano particolari disagi nelle consegne.

LE DENOMINAZIONI. Chi sale e chi scende? Non ci sono dubbi per Tannico: a fronte di un incremento delle quantità, si registra una diminuzione del 10% del prezzo medio. Per cui vanno **giù Champagne (-50%) e denominazioni Super Premium**, quali Barolo -70%, Brunello -70% - Bolgheri -25%. Di contro crescono gli acquisti delle denominazioni con prezzi più moderati: Sicilia bianco +100%, Venezia Giulia bianco +100%, Sicilia rosso +50%, Chianti classico +30%, Barbera 15%. In generale, risultano in grande spolvero i vini bianchi: +20% nelle regioni più colpite dal virus, + 25% nelle altre. Stazionari i vini rossi senza denominazione. Mentre crescono le richieste delle cantine che chiedono di accedere con i loro vini alla piattaforma: "*al un ritmo di 20-30 al giorno*" rivela Magnocavallo.

LE INIZIATIVE. Intanto, la donazione di 1 euro per ogni bottiglia acquistata all'interno di una speciale selezione di vini (www.tannico.it/tannico-charity.html), ha già raccolto 13mila euro, già devoluti all'Ospedale Sacco Fatebenefratelli di Milano. Mentre proseguono le dirette social e le pillole di wine learning sotto l'hashtag #iobevoacasa. – **L. S.**

Analisi sui dati mobilità e l'incremento dei volumi Tannico



Il colore più scuro evidenzia quanto più nelle diverse zone d'Italia la permanenza forzata tra le mura domestiche sia stata seguita da un aumento dei volumi di vendita

FORMAZIONE. Assoenologi e Renisa: al via la didattica online

Assoenologi e Renisa, la Rete nazionale degli istituti agrari, collaborano da anni per diffondere la cultura del patrimonio vitivinicolo nazionale. **L'emergenza sanitaria e il blocco delle attività didattiche ha obbligato i due enti a rimodulare l'offerta formativa.**

Infatti, è stata avviata la didattica online per tutti gli studenti e l'esperimento, come fanno sapere Assoenologi e Renisa tramite i rispettivi presidenti, Riccardo Cotarella e Patrizia Marini, sta dando i suoi frutti, consentendo a tutti gli allievi della rete la formazione a distanza. "Il motto di Expo Dubai 2020 è Connetti le menti, crea il futuro" scrivono in una nota "quale miglior connessione di questa potevamo pensare per i nostri studenti, futuri imprenditori?".

NOVITÀ. Stappa con Gambero Rosso: ogni martedì e giovedì si continua a degustare insieme a Marco Sabellico

Cambiano le abitudini, cambia il modo di vivere la socialità, cambia anche il modo di comunicare, ma non la missione del Gambero Rosso che, da oltre 30 anni è quella di fare da ambasciatore delle eccellenze italiane nel mondo. Per farlo anche a distanza, è nato il format web "Stappa con Gambero Rosso", in cui **Marco Sabellico**, nel suo inconfondibile stile, guiderà i wine lover alla scoperta delle migliori espressioni della guida Vini d'Italia 2020, con qualche incursione anche nelle nuovissime annate appena arrivate sul mercato.

"*Noi ci siamo, anche in questo difficile momento*", dice lo stesso Marco "*Il nuovo format nasce proprio per rispondere alle richieste di chi ci ha sempre seguito e ha voglia di continuare a farlo. Abbiamo testato, in queste settimane, la tanta voglia di stappare e di parlare di vino e non potevamo sottrarci da questa missione, che poi è quella che ci ha sempre contraddistinto: fare da tramite tra il mondo dei produttori e quello dei consumatori, raccontando l'Italia attraverso le sue eccellenze*".

L'appuntamento con Marco e il Gambero Rosso è ogni martedì e giovedì alle 19 su Instagram (#stappacongamberorosso) e Web tv, oltre che sul canale YouTube. Partner di questa nuova avventura sarà Coravin, la tecnologia che permette di degustare senza aprire la bottiglia.

Si comincia questo giovedì con il Consorzio di Tutela Primitivo di Manduria e tre sue bottiglie rappresentative: Primitivo di Manduria Dop *Sessantanni* 2016 di Cantine San Marzano; Primitivo di Manduria Dop Riserva *Elegia* 2016 di Produttori di Manduria; Primitivo di Manduria dolce naturale Docg *Chicca* della cantina Varvaglione.

Sarà un momento di leggerezza, lontano dal linguaggio accademico, adatto sia per neofiti che per appassionati. D'altronde non si finisce mai di imparare ... e neppure di bere bene. Lo sa bene il curatore della guida che lo ha sempre fatto negli ultimi 20 anni sia dal vivo sia dal canale Tv del Gambero Rosso: "*Degustare a distanza, da casa mia*" dice "*sarà una nuova sfida, ma dalle nuove sfide non ci siamo mai tirati indietro*". Già nelle scorse settimane è iniziata la serie #athomewithmarco, in cui si può vedere un inedito Sabellico nel ruolo di "*your home personal bartender*", preparare Mojito, Manhattan, Margarita e così via. Un cocktail per ogni giorno di quarantena: i video sono disponibili sul canale YouTube di Gambero Rosso e sulle pagine social di Gambero Rosso International.

"*Un modo per continuare a divertirci senza perdere il filo diretto con chi ci segue. In attesa, di riabbracciarci tutti dal vivo e brindare senza schermi. Sono sicuro*" conclude Marco "*che questa pausa ci servirà ad affrontare il futuro con maggiore consapevolezza. Anche oggi, quando stappiamo una bottiglia o tagliamo una fetta di Pecorino, il nostro pensiero va inevitabilmente a tutti coloro che stanno dietro a questa catena logistica e non hanno mai smesso di lavorare per non farci mancare nulla. Noi, per ora, possiamo solo continuare a comprare i loro prodotti e a raccontare con entusiasmo le loro storie*". – **L. S.**

Primo appuntamento con il Primitivo di Manduria

Il primo viaggio virtuale con Marco Sabellico ci porta alla scoperta del Consorzio di Tutela del Primitivo di Manduria: 18 comuni per 4mila ettari vitati e una produzione di oltre 23 milioni di bottiglie vendute in tutto il mondo. Siamo sull'altipiano delle Murge Tarantine, con grande abbondanza di terra rossa che, a mano a mano, che ci si avvicina al mare, diventa sempre più sabbiosa. Una viticoltura mediterranea, quindi, che nel bicchiere presenta un'importante alcolicità caratterizzata da frutti rossi, buona acidità e tannini fitti e delicati. Considerata per troppo tempo la Cenerentola della viticoltura, questa Doc è oggi una delle più conosciute al mondo grazie al lavoro dei produttori più illuminati e al ruolo del Consorzio, nato nel 1998. Due le versioni previste per la Doc: l'annata e la Riserva. E poi c'è la Docg riservata alla versione dolce naturale del Primitivo di Manduria: una vera riscoperta. Per vedere la puntata clicca qui

I prossimi appuntamenti: Sassella Le Tense 2016 di Cantina Nino Negri (martedì 7 aprile ore 19)
Trebbiano Spoletino DOC di Benedetti & Grigi (giovedì 9 aprile ore 19)

SOCIAL. Attenti a cosa comunicate: i consigli degli esperti

Contenuti, tono di voce, modalità di azioni sui social sono fondamentali in periodo di pandemia e devono adeguarsi al momento storico. Non tutti lo sanno e non tutti lo fanno. Marino Pessina e Chiara Porta, rispettivamente ceo e direttore responsabile dell'agenzia di comunicazione giornalistica Eo Ipso, hanno scelto di fornire qualche consiglio alle aziende per evitare di mettere in campo strategie di comunicazione sbagliate: "*Le aziende che già utilizzano regolarmente i social devono apportare profonde modifiche al linguaggio e quelle che tendono a ignorare o utilizzare poco i social*" sottolineano "*hanno la necessità di creare una conversazione con il pubblico. Stare zitti in attesa che tutto passi non aiuterà, servirà solo a farvi scomparire a poco a poco*".

Le 15 mosse sui social

1. Riformulate i messaggi in modo che parlino delle difficoltà che le persone affrontano in questo momento
2. Controllate che i contenuti già programmati per questo periodo siano ancora pertinenti
3. Usate un tono appropriato: empatia e compassione. L'ultima cosa da fare, come imprenditore, è apparire sordo in un momento difficile. Chiedete: "Cosa hai bisogno da me e dalla mia azienda?"
4. Rimuovere qualsiasi emoji "giocoso" e qualsiasi linguaggio esuberante
5. Fare attenzione alle immagini. Evitare, ad esempio, di pubblicare persone che camminano sulla spiaggia; meglio persone che giocano nel loro cortile
6. Se l'azienda è aperta, fare dei post per ringraziare i dipendenti, chiedendo di fare delle foto in azienda, dove si veda che vengono rispettare tutte le regole di sicurezza anti-contagio
7. Se siete in smart working, mostrate come voi e il vostro team affronta questo momento. Postate una foto o un video del vostro incontro mattutino sulle piattaforme digitali con colleghi o amici
8. Offrite competenze specifiche. Usate i social come canale educativo per far sapere alle persone, o ad altre aziende, come potete supportarli. Chiedetevi: i vostri post educano i vostri follower su un argomento rilevante? Potete aiutarli a conoscere le risorse nella vostra nicchia che li aiuteranno?
9. Offrite un modo per rimanere in contatto mentre tutti praticano il distanziamento sociale. Avete o potete creare una community personalizzata per aiutare i vostri follower? (dai corsi di cucina per i ristoranti alle degustazioni in diretta streaming)
10. Utilizzate i video per comunicare in modo più approfondito con il vostro pubblico
11. Promuovete e condividete tutte le azioni che state facendo contro la pandemia: donazioni, riconversione per produrre mascherine o altri dispositivi di protezione
12. Se avete un ufficio stampa, condividete quello che i media dicono di voi anche sui social: è un modo per aumentare la propria reputazione
13. Pubblicate citazioni motivazionali, storie di ispirazione e strumenti pratici
14. Utilizzate più canali social e formati diversi. Aiuterà i marchi a mantenere una stretta affinità col pubblico
15. Per i prossimi mesi, considerate che alcuni elementi di questa pandemia potrebbero rimanere

CORAVIN. Modelli ancora più semplici grazie al sistema SmartClamps

Non si ferma Coravin, la società americana che in soli sette anni ha rivoluzionato il modo di degustare vino, grazie ai suoi device che permettono la mescita senza che la bottiglia venga stappata e senza che il contenuto si ossidi. Anzi, oggi più che mai - mentre siamo costretti a restare in casa a causa dell'emergenza Covid-19 - questo strumento, che utilizza aghi sottili e gas inerte (argon) diventa un valido alleato per le degustazioni solitarie tra le mura domestiche, consentendo di bere solo la quantità di vino desiderata, giorno dopo giorno, senza dover rinunciare a preservarne le caratteristiche. E proprio in questi giorni sono arrivati sul mercato i nuovi modelli.

A seguito degli ultimi test sui consumatori, Coravin rivoluziona tutta la gamma dei device che da oggi diventano ancora più semplici da usare grazie alla tecnologia SmartClamps, ovvero **le pinze che agevolano e facilitano ulteriormente l'utilizzo del dispositivo sulla bottiglia rendendo il processo ancora più intuitivo**.

In base a questa novità è stata ribattezzata tutta la gamma dei nuovi prodotti: **Model Three**, perfetto per l'uso quotidiano; **Model Six** un perfetto mix di eleganza e tecnologia, disponibile in diverse tonalità (candy apple red; black e silver); **Model five** pensato per il mondo Horeca e, infine, **Model Eleven**, il primo sistema di conservazione collegato ad un'app e completamente automatizzato.

Gambero Rosso
PREMIUM

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

Le guide di **Gambero Rosso** finalmente in formato digitale!

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

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

https://www.gamberorosso.it/abbonamenti

PROVA GRATIS*

***Primo mese gratuito, disdici quando vuoi**

CORONAVIRUS

SOLIDARIETÀ. Il vino non sta a guardare: ancora tante le iniziative benefiche del mondo produttivo

a cura di Loredana Sottile

TENUTE RUBINO. #calicesolidale a sostegno della Protezione Civile e della Caritas

L'azienda vitivinicola brindisina lancia sui social la sua campagna di solidarietà #calicesolidale a sostegno della Protezione Civile e della Caritas italiana per l'emergenza Coronavirus. L'intero importo degli acquisti realizzati su shop.vinotecanumeroprimo.it entro il 12 aprile 2020, sarà devoluto per affrontare l'emergenza sanitaria e sociale generata dall'epidemia. "In queste settimane" spiegano Romina e Luigi Rubino "assistiamo ad un'impennata delle vendite on-line dei prodotti dell'agroalimentare italiano. Ed è un'opportunità che la famiglia Rubino vuole mettere a disposizione della raccolta fondi"

CANTINE PELLEGRINO. Un sistema di sanificazione per l'Ospedale di Marsala

Per contrastare l'emergenza Covid-19, le Cantine Pellegrino hanno donato all'ospedale Paolo Borsellino di Marsala un sistema di sanificazione che garantisce la disinfezione e l'igiene dei luoghi, al fine di proteggere pazienti, medici, infermieri e tutto il personale sanitario da eventuali contagi da Coronavirus. Le Cantine Pellegrino dal 1880, si sono sempre impegnate nella tutela e nella salvaguardia del territorio di appartenenza, in termini ambientali e culturali. A maggior ragione in momento di grave emergenza come quello attuale.

FATTORIA SARDI. Un rosato per donare la speranza

Ogni bottiglia venduta di Fattoria Sardi Rosé contribuirà alla donazione a favore della Misericordia di Lucca impegnata in prima linea nell'emergenza sanitaria sul territorio. In una lettera aperta, Matteo e Mina Giustiniani raccontano l'idea: "La situazione è economicamente molto difficile anche per noi vignaioli, con gli ordini di vino fermi e il turismo paralizzato, ma nel nostro piccolo vorremmo unirci alle aziende lucchesi che stanno aiutando la nostra comunità e fare la nostra parte. L'idea è semplice: utilizzare il vino della vendemmia 2019 per generare una risorsa utile. Per questo abbiamo deciso che, da oggi e fino alla fine del 2020, per ogni bottiglia venduta di Fattoria Sardi Rosé cinquanta centesimi verranno donati alla Misericordia di Lucca".

RUFFINO. Il gruppo lancia una raccolta fondi e raddoppia il totale

Aiutaci ad aiutare l'Italia è il motto della cantina che fa parte del gruppo Constellation Brands. Attraverso il più ampio progetto Ruffino Cares, l'azienda ha deciso di fare la sua parte in questo momento critico, lanciando una raccolta fondi. Tutto l'incasso verrà raddoppiato da Ruffino e destinato alla Regione Veneto per fronteggiare l'emergenza Covid-19. Ruffino partecipa alla propria campagna con un minimo di contributo pari a 250mila euro: la rendicontazione della raccolta ed utilizzo dei fondi sarà sottoposta a revisione dalla società di revisione KPMG. Il sogno è arrivare a 500mila euro.
Qui il link per partecipare
www.gofundme.com/f/ruffino-cares-help-italy

MILANO WINE WEEK. Campagna solidale + campagna di comunicazione #shareitalianwine

Il team della manifestazione milanese lancia la raccolta fondi a favore degli ospedali di Bergamo - il Policlinico San Pietro di Ponte San Pietro e il Policlinico San Marco di Zingonia, appartenente al Gruppo San Donato - per l'acquisto di materiali e apparecchiature specifiche. Le donazioni sono libere e possono essere effettuate tramite la piattaforma Gofundme al seguente link. Parallelamente Milano Wine Week lancia un appello a tutti gli operatori del settore affinché facciano fronte comune per riabilitare su scala internazionale l'immagine dell'Italia e delle sue eccellenze agroalimentari. Da questi presupposti è nata una campagna di comunicazione digitale in inglese che si pone l'obiettivo di celebrare quello che l'Italia porta nel mondo. Protagonisti sono produttori, manager, importatori, influencer, opinion leader, sommelier, ristoratori e così via, attraverso un breve video di 60' secondi con gli hashtag #shareitalianexcel-lence e #shareitalianwine e taggando la pagina @shareitalianwine

SCHENK ITALIAN WINERIES. 45mila euro per acquistare materiale sanitario

L'azienda della famiglia Schenk ha aderito all'iniziativa #sosteniamounospedale attraverso la donazione di 45mila euro a supporto dell'acquisto di dispositivi di protezione individuale per gli operatori sanitari e di attrezzature medicali per potenziare le terapie intensive degli ospedali di Trento, Bolzano e Treviso, a cui andranno 15 mila ciascuno. "Non vogliamo far mancare il nostro aiuto al territorio in cui viviamo e lavoriamo" ha detto l'ad Daniele Simoni "e vogliamo dare il nostro contributo alla lotta per fermare questa epidemia. Insieme si può". Una donazione che si rivolge nello specifico ai territori del Trentino Alto Adige, dove Schenk Italia Wineries ha la propria sede, e del Veneto dove a Vidor il gruppo è presente con l'azienda Bacio della Luna.

CASA PALADIN. E-commerce a favore del Sacco di Milano

L'azienda, che conta quattro tenute in 4 diverse regioni italiane (Veneto, Friuli, Lombardia e Toscana) ha lanciato la campagna #iobevoacasapaladin. Attraverso la piattaforma aziendale di e-commerce, per ogni acquisto di sei bottiglie provenienti dalle cantine di proprietà, saranno devoluti 15 euro all'Ospedale Sacco di Milano, uno dei centri che in questo momento necessita di maggiore supporto per proseguire il proprio lavoro per salvare moltissime vite. "Un gesto doveroso per aiutare il nostro Paese in questa emergenza" è il commento di Roberto Paladin.

Aspettiamo nuove segnalazioni all'indirizzo email
settimanale@gamberorosso.it

L'EVENTO. Con #storiedivino i social diventano vetrina dei produttori

Il web è un'ancora di salvezza per i produttori di vino che stanno rinunciando da circa un mese a eventi, fiere, degustazioni e incontri coi clienti e appassionati. Tra le numerose iniziative attivate quelle che passano attraverso i social network sono certamente le più numerose. E, allora, Facebook e Instagram diventano le uniche vetrine per le aziende. **Dal 6 al 9 aprile, saranno sedici le cantine italiane (Trentino, Sardegna, Piemonte Toscana, Lombardia Sicilia) che daranno vita a una sorta di fiera digitale.**

La modalità è quella dei collegamenti in diretta dalla cantina, dalle vigne o dalle scrivanie dei produttori. Ogni produttore racconterà i vini, le annate che stanno per entrare in commercio. Per poi interagire con gli utenti e gli operatori rispondendo live a domande e curiosità.

L'appuntamento è per i giorni dal lunedì 6 al giovedì 9 aprile sulle singole pagine Facebook o Instagram delle seguenti aziende: Ricasoli, Tenuta di Ghizzano, Pio Cesare, Passopisciaro, Conte Vistarino, San Leonardo, Tenuta di Trinoro, Tenute Silvio Nardi, Castello di Querceto, Fattoria Le Pupille, Siddùra, Alliance Vinum, Nittardi, Cantina Kaltern, Antico Podere Gagliole, Giodo.

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli, Lorenzo Tersi

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

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

9 MAGGIO
❖ ANTEPRIMA VINI MAMOIADA
Mamoiada (Nuoro)
dalle 14.30 alle 21.30

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

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
movimentoturismovino.it

5 GIUGNO
❖ PALIO DEL CHIARETTO
Bardolino (Verona)
centro storico
fino al 7 giugno

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

15 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

14 GIUGNO
❖ NATURAL BORN WINES
Isola della Scala (Verona)
Località Boschi
Villa Boschi
fino al 16 giugno
naturalbornwines.it

18 GIUGNO
❖ ROMA HORTUS VINI
Roma
Orto botanico
Largo Cristina di Svezia, 23
fino al 20 giugno
romahortusvini.com

2 LUGLIO
❖ MULLER THURGAU: VINO DI MONTAGNA
33° Rassegna Internazionale
Cembra (TRento)
Palazzo Maffei
fino al 5 luglio
mostramullerthurgau.it

2 AGOSTO
❖ CALICI DI STELLE
in tutta Italia
fino al 16 agosto
movimentoturismovino.it

11 SETTEMBRE
❖ VINOFORUM
Roma
fino al 20 settembre
vinoforum.it

2 OTTOBRE
❖ MILANO WINE WEEK
Milano
fino all'11 ottobre
milanowineweek.com

6 NOVEMBRE
❖ MERANO WINE FESTIVAL
Merano (Bolzano)
fino al 10 novembre
meranowinefestival.com

Le grandi cantine del Friuli Venezia Giulia

TENIMENTI CIVA

FRAZ. BELLAZOIA DI POVOLETTO | VIA SUBIDA, 16 | UDINE
WWW.TENIMENTICIVA.COM | ☎ 0432 1770382

Tenimenti Civa si trova sui Colli Orientali del Friuli, a Bellazoia di Povoletto (Udine). In questo lembo di terra, a Ravosa, Manzano e San Giovanni al Natisone è stato avviato un progetto produttivo dedicato ai vitigni autoctoni: ribolla gialla – focus dell'azienda -, friulano, refosco dal peduncolo rosso, schioppettino. insieme alle varietà di origine francese – merlot e cabernet – che in Friuli hanno trovato una seconda patria. I vini sono prodotti sotto le denominazioni: Doc Friuli Colli Orientali e Doc Friuli. I boschi di Bellazoia e Manzano e le Prealpi proteggono le viti dai venti freddi del nord, creando un clima unico. L'armonia di questo ambiente si trasmette in modo graduale ai vigneti facilitando la loro corretta gestione agronomica.

I Vini e gli Abbinamenti consigliati

FCO Sauvignon Vigneto Bellazoia Grand Cru '17

Ottenuto dalle uve del Vigneto Bellazoia è la quintessenza della qualità. Vinificato unicamente in acciaio esprime le caratteristiche note di foglia di pomodoro, pompelmo e anice, in bocca si dimostra vino di grande eleganza, con freschezza e sapidità ben in evidenza. Attributi che lo rendono adatto all'abbinamento con frutti di mare o con bocconcini di pollo agli agrumi.

FCO Ribolla Gialla Collezione Privata '18

La ribolla gialla è il vino simbolo dell'azienda. L'affinamento avviene parte in acciaio per circa sette mesi, parte in tonneaux e barrique. Agrumi, un leggero sentore di frutto giallo maturo e poi la mela: è il profilo aromatico che apre la strada a un sorso invitante, elegante e sapido. Ottimo con creme e vellutate di verdure.

FCO Refosco dal peduncolo rosso Collezione Privata '18

Una parte del vino viene fatta maturare in barrique di rovere di Allier per circa cinque mesi, l'altra in acciaio per otto mesi. Segue l'assemblaggio. Il Refosco profuma di prugna matura, di fragola e di ciliegia; al palato risulta caratterizzato da un tannino in equilibrio con alcol e acidità. Si esalta sul ragù di salsiccia.

USA. Gli impatti dell'epidemia sulle cantine: già persi 40 milioni di dollari secondo WineAmerica

Non solo il mondo vitivinicolo italiano, ma anche quello statunitense è in ginocchio a causa del Coronavirus. Il nuovo rapporto di WineAmerica (l'associazione nazionale delle cantine americane) rivela che la pandemia, in poche settimane – ricordiamo che negli Usa l'allarme è scattato con almeno 15 giorni di ritardo rispetto all'Italia – ha fatto perdere al settore circa 40 milioni di dollari. Ma questi sono solo le perdite già quantificate (il sondaggio si è concluso il 23 marzo) e l'associazione spiega che la cifra potrebbe essere moltiplicata per 10% per arrivare ad una stima onnicomprensiva. I 40 milioni, infatti, vengono da un sondaggio a cui hanno risposto 1085 cantine di 49 Stati che, complessivamente rappresentano il 10% di tutte le cantine americane.

Dal sondaggio viene fuori che a seguito dell'epidemia le cantine hanno licenziato in media quattro dipendenti ciascuna, l'80% ha continuato la produzione (67% a un ritmo più lento del normale), mentre **le vendite sono calate del 63% a marzo, con una previsione del 75% ad aprile**. Colpito gravemente anche il turismo, con un calo dei visitatori del 75% (secondo le stime) nel solo mese di marzo, quando ogni cantina ha dovuto in media annullare quattro eventi tra degustazioni e cene, in seguito alle disposizioni governative. Di soluto gli incoming in cantina di questo periodo ammontano a oltre 26 milioni per il campione analizzato.

Quali le previsioni per il futuro? Secondo il Rapporto, se le aziende vinicole fossero in grado di riprendere le attività entro un mese, ovvero entro il 30 aprile, ci vorrebbero almeno 12 settimane (quindi, tre mesi) per tornare alla normale attività in termini di dipendenti, visitatori e vendite. Se così non fosse, come purtroppo sembrerebbe essere, allora le conseguenze di questo stand-by si trascinerebbe ancora per mesi e mesi.

"*L'industria vinicola americana*" sottolinea WineAmerica "*è composta principalmente da piccole aziende a conduzione familiare che dispongono di risorse molto limitate già in tempi normali*". Intanto, però, si può contare sulle recenti misure governative contenute nel Cares Act, che comprende prestiti favorevoli per le piccole imprese, crediti d'imposta sulla fidelizzazione dei dipendenti e differimento dell'imposta sui salari.

I risultati del sondaggio su 1085 cantine Usa

4.496
Licenziamenti di marzo

4.582
Eventi annullati

$ 840.487
Spese impreviste

$ 40.439.764
Perdita finanziaria totale a marzo

fonte: WineAmerica

IL MIO EXPORT

Francesco Cucurullo – Masseria del Feudo

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Esportiamo circa il 40% sul totale e siamo in crescita. Le vendite export si concentrano soprattutto in Belgio, Svizzera, Germania, Usa e Giappone.

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

Alcuni mercati sono più dinamici ed aperti alle novità che vengono dalle aziende familiari e con produzioni di nicchia (Usa, Giappone), ma soprattutto di cantine con le quali instaurare un rapporto stretto ed esclusivo, senza trovare lo stesso brand dappertutto.

3 Come va con la burocrazia?

Dipende. Alcune misure come OCM ristrutturazione e promozione sono abbastanza collaudate e funzionano bene. I problemi nascono quando a gestire le pratiche sono le vetuste e in alcuni casi precarie strutture regionali da lì tutto si paralizza!

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

Lavoriamo da parecchi anni con un'agenzia internazionale di export manager che ci supporta nei vari mercati. Li abbiamo conosciuti tramite amici produttori.

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

Faccio un salto indietro... a 14 anni andai per la prima volta all'estero per perfezionare la lingua inglese e la famiglia che mi ospitava aveva quasi timore di me e della Sicilia, pensando fossimo tutti mafiosi! Oggi tutti mi accolgono con entusiasmo e non vedono l'ora di venirci a visitare...direi che abbiamo fatto passi da gigante in questi anni!

❖ Masseria del Feudo - Caltanissetta - masseriadelfeudo.it

NEL PROSSIMO NUMERO
GARBARA

ENOTECHE ITALIANE IN DIFFICOLTÀ. VINARIUS: "COSÌ PROVEREMO A REAGIRE"

a cura di Gianluca Atzeni

Il blocco delle attività ha determinato cali di fatturato superiori all'80% per un comparto che da tre anni registrava una costante ripresa. Il presidente dell'associazione Terraneo racconta i contraccolpi, i problemi burocratici e il nuovo rapporto con i clienti: "La volontà di ripartire c'è, ma la sera il pensiero va agli incassi che calano"

Quello delle enoteche non è uno di quei comparti che se la passa tanto bene – giusto per usare un eufemismo - in questo primo trimestre 2020. Quantomeno, rispetto alla grande distribuzione o al commercio online di cui abbiamo parlato nei numeri precedenti. Lo scoppio improvviso dell'emergenza sanitaria e la serrata generale delle attività disposta dal Governo è giunta come un uragano, travolgendo le imprese, le loro strategie e i guadagni, in un periodo cruciale come quello antecedente la Pasqua. E pensare che la crisi legata al Covid-19 è sopraggiunta per questa categoria di operatori specializzati in una fase di ripresa e crescita che durava da almeno tre anni, come racconta a Tre Bicchieri il presidente di Vinarius **Andrea Terraneo**, dal 2013 alla guida dell'associazione nazionale che riunisce circa 115 enoteche dal Piemonte alla Sicilia. Un gruppo di imprese che costituisce una valida cartina al tornasole per capire l'impatto di questa congiuntura sui bilanci aziendali. I numeri, secondo prime stime, sono già abbastanza eloquenti: rispetto allo stesso periodo di un anno fa, i fatturati risultano in calo tra 60% e 70%, con punte del 90% nei casi più gravi. Dopo un sondaggio interno l'associazione, che sta cercando di ripartire anche facendo ricorso a formule nuove, invierà al Mise una richiesta specifica entro la prossima settimana.

Presidente Terraneo, quanto vi ha sorpresi questa crisi?

È la prima volta che accade un fenomeno del genere, a cui sia i consumatori sia i produttori non erano preparati. Qualcosa di simile i miei genitori ricordano sia accaduto durante l'ultima guerra mondiale.

Prima di marzo 2020, qual era lo stato di salute dei vostri associati?

Nel triennio 2017-2019 i fatturati delle imprese ››

Il profilo di Vinarius

Costituita nel 1981, Vinarius è l'associazione che riunisce oltre cento esercizi in tutta Italia, il cui fatturato medio è compreso tra 400 mila e 600 mila euro. Il 20% dei soci, oltre alla vendita, fa pure somministrazione. Il 95% è carattere familiare, con al massimo due dipendenti.
Gli obiettivi sono promozione e valorizzazione dell'enoteca come luogo dove si esercita il commercio specializzato del vino di qualità e tutela del ruolo dell'enotecario come professionista e divulgatore. Oltre a quelle italiane, Vinarius conta una decina di enoteche tra Europa, Russia e Stati Uniti.

» erano in crescita, con punte del 10% nel 2018 e con un 2019 che ha segnato un +5% medio, generando anche una certa volontà di fare investimenti.

Qual è il profilo imprenditoriale di Vinarius.
Siamo oltre 100 associati, qualcuno si trova anche all'estero. Oltre 95% delle enoteche è a carattere familiare, con al massimo due dipendenti.

A quanto ammonta il fatturato medio?
Nella media è compreso tra 400 mila e 600 mila euro. Qualcuno supera il milione di euro: sono i più strutturati, che all'attività tradizionale aggiungono anche la distribuzione e la ristorazione. Sono coloro che hanno subito i contraccolpi maggiori, considerando dipendenti, logistica, finanziamenti e investimenti.

E ora come stanno andando i ricavi?
Registriamo un calo tra 60% e 70% da parte di quel 95% di enoteche che fattura tra 300 e 400 mila euro. Nei casi più gravi arriviamo a crolli di fatturato anche del 90%. Qualcun altro, invece, sta lavorando meglio e si tratta di attività familiari, nate anche di recente, che hanno un ottimo rapporto con la clientela. Ma si tratta di mosche bianche.

Come ha risposto il vostro comparto alla crisi?
All'inizio abbiamo risposto in modo poco uniforme. C'è chi ha chiuso per agevolare le operazioni di consegna a domicilio e chi, invece, recentemente ha deciso di riaprire.

Ci sono imprese che rischiano la chiusura definitiva?
C'è chi ha fermato le attività di distribuzione e si sta dedicando solo a fare consegne ai privati. Ma è chiaro che con solo questa attività non puoi andare avanti. In ogni modo, non credo ci sia qualcuno pronto a chiudere. Del resto, le sensazioni che avevi appena venti giorni fa sono già cambiate. Ritengo, invece, che il rischio di non riaprire sia più alto nel settore dell'Horeca, perché dovrà attendere di più prima di riprendere. Se, infatti, il vino invenduto lo tengo in cantina, diverso è il discorso per chi, come un ristorante, ha investito in beni deperibili. In questo caso, un mese di chiusura è già sufficiente per creare un problema.

Diceva che le enoteche stavano investendo. In che cosa, in particolare?

TRIENNIO 2017-2019
fatturato in crescita in media del **+5%**

MARZO 2020
fatturato in calo dal **60%** al **90%**

Gli investimenti hanno riguardato, ovviamente, l'adeguamento alla nuova fatturazione elettronica. Inoltre, molte imprese stavano ristrutturando i locali da un punto di vista estetico e qualcuno aveva iniziato anche a lavorare sulla vendita online. Altri investimenti erano previsti sulle nuove annate dei grandi vini, in particolare Brunello e Barolo del 2015. Per noi è importante capire e testare i vini da mettere in vendita, ma l'annullamento delle fiere italiane come Vinitaly e internazionali come ProWein ci ha completamente stravolto i programmi.

In sostanza, quante fiere siete riusciti a fare nel 2020?
Come associazione abbiamo partecipato con una delegazione di 20 enotecari solo a WineParis, a inizio febbraio. Evento, tra l'altro, andato molto bene, che ci ha visti protagonisti di un convegno in collaborazione con la Fédération cavistes indépendants e il Syndicat des cavistes professionnels, a cui ha preso parte anche il sottosegretario agli Esteri, Manlio Di Stefano.

Ora che farete?
Fino a giugno è saltato ogni appuntamento. Il nostro consiglio di amministrazione ha deciso di attendere e per ora ha confermato gli eventi previsti per l'autunno. In particolare, le visite ai territori: puntiamo a mantenere l'evento di formazione di Montalcino che ha »

In Italia 7.209 enoteche e 8 mila addetti

Sono 7.209 le enoteche attive a livello nazionale, in aumento del 4% in cinque anni e stabili nell'ultimo anno. Secondo i dati della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi e di Coldiretti Lombardia (aggiornati a settembre 2019), sul territorio italiano sono impiegati quasi 8 mila addetti, un numero che si mantiene stabile in un anno e in crescita del 10% in cinque anni. Considerando le singole città, i primi dieci comuni in Italia per numero di enoteche attive sono: Roma con 345 (+1,5% in un anno e +35% in dieci anni), Napoli con 221 attività (-1% sia su cinque sia su dieci anni), Milano con 141 (+5% e +72%), Torino con 121 (+5% e +64%), Firenze con 91 (+2% e +7%), seguite da Genova (80 enoteche), Venezia (68), Palermo (62), Bologna (57) e Bari (50).

›› luogo da ben 13 anni tra settembre e ottobre. Facciamo un passo alla volta, ma siamo ottimisti.

Certo che non è facile andare avanti...
La volontà c'è tutta, dopo un periodo di scoramento iniziale, ma non è facile quando tutti vanno a casa la sera con il pensiero degli incassi che scendono.

Cosa è accaduto nel primo periodo, quello dei primi decreti del governo sulla chiusura delle attività?
I giorni dei decreti di emergenza del Governo li ho passati fino a tarda notte a capire se le enoteche potevano restare aperte. La legge diceva che si poteva vendere il vino ma senza somministrazione. E tra i nostri soci un 20% fa somministrazione. Devo dire che si è fatta un po' di confusione all'inizio, soprattutto nel tentare di capire quali fossero i codici Ateco delle imprese ammesse dal Dpcm.

Non sono mancati, quindi, i classici intoppi burocratici...
Esatto. In Italia, tutto è interpretabile. Qualche associato ha dovuto addirittura discutere con le forze dell'ordine che gli intimavano di chiudere il locale. Diciamo che queste situazioni generate da regole poco chiare non aiutano le imprese.

Quali altri problemi pratici state incontrando?
Facendo le consegne dobbiamo continuamente firmare nuove autocertificazioni. Pensi che molti di noi viaggiano coi decreti del governo e le licenze stampate sul cruscotto per fare in fretta ed evitare equivoci.

Come giudicate l'atteggiamento del Governo?
È fastidioso vedere come non ci sia una linea chiara in materia di agevolazioni e interventi a favore delle imprese. Lo abbiamo visto con la norma che prevede un credito di imposta pari al 60% dell'affitto di marzo ››

Aepi: "L'Italia riparta ma investa in professionalità"

È attualmente sospeso il programma di seminari di Aepi, l'Associazione enotecari professionisti italiani, presieduta da Francesco Bonfio (foto), che annuncia l'intenzione di concedere una proroga a giugno, e di prevedere una coda al 2021, per chi non riuscirà ad accumulare i crediti formativi necessari all'iscrizione nel registro professionale presso il Ministero dello sviluppo economico (Mise). "L'emergenza sanitaria ci ha costretto a sospendere tutti gli incontri sul territorio che, mediamente, ogni anno sono una ventina" dice Bonfio "ma faremo in modo che chi non è riuscito ad accumulare crediti formativi (50 quelli richiesti su base triennale e da 10 a 30 su base annua; ndr) possa recuperare". Nata nel 2016, Aepi conta 50 associati e da ottobre 2018 è stata inserita nell'Elenco delle associazioni professionali che rilasciano l'attestato di qualità e di qualificazione professionale dei servizi. Tra gli iscritti ci sono consulenti, periti, organizzatori di eventi e di corsi di degustazione, redattori di carte dei vini ed enotecari. "C'è molta preoccupazione per il futuro, perché chi fa degustazioni si è visto cancellare tutte le prenotazioni, comprese quelle degli stranieri che hanno disdetto voli e alberghi", aggiunge Bonfio che punta l'indice contro la scarsa professionalità del settore turistico italiano. "Il 15% del nostro Pil è costituito dal turismo. Un settore su cui puntare certamente per la futura rinascita. Tuttavia, sarà il caso di ripartire con criteri più professionali. Sono preoccupato dal fatto che in Italia non abbiamo personale formato adeguatamente per accogliere un cliente sempre più interessato al comparto enogastronomico, a partire dai camerieri, che dovrebbero conoscere perfettamente sia l'italiano sia l'inglese. Occorre partire da queste cose minime. Inoltre, se non si punta su competenza e professionalità" conclude il presidente Aepi "non riusciremo mai a staccarci da quel meccanismo di concorrenza legata solo ai costi più bassi che, quindi, penalizza la credibilità di un intero Paese".

›› per negozi e botteghe obbligate per decreto a chiudere. Le enoteche sono escluse dal beneficio perché non hanno l'obbligo di chiusura. Ma lo Stato non ha pensato che ci sono attività chiuse per altre cause. A queste avrebbe dovuto concedere il diritto al contributo.

Cosa chiedete allo Stato e cosa avete detto ai soci?
Dallo Stato vogliamo chiarezza e tempistica certa. Non è possibile essere costretti a interpretare quotidianamente le norme. Ai soci abbiamo chiesto di tenere aperte le attività. Noi ci mettiamo a disposizione ma ci facciamo anche carico di agevolare il consumatore nelle scelte sui luoghi dove poter fare la spesa, evitando pericolose situazioni di calca come accade in altri canali di vendita. Abbiamo più di cento punti vendita, che non commercializzano solo vino, e che in comuni più piccoli, da Capo d'Orlando a Jesi a Moena, per fare degli esempi, rappresentano un servizio alla collettività.

All'interno delle enoteche come è cambiata la frequenza di acquisto?
Premesso che in negozio c'è molta meno affluenza e che mancano le richieste di bar e ristoranti, oggi un cliente acquista, anche a domicilio, tra due e quattro bottiglie. Prima acquistava dei cartoni. Si tratta soprattutto di vini rossi a denominazione, in una fascia tra 8 e 15 euro, che sono consumati nei pasti principali.

Che tipo di vino si acquista?
Non abbiamo ancora i dati a disposizione, ma certamente non in fascia alta, in quanto mancano tutte le occasioni di convivialità come le cene private. In questo momento non esiste il fuori casa tra amici.

Le bollicine? Il Prosecco?
Sono due settimane che non si vende una bottiglia di queste tipologie, compresi Franciacorta o Champagne. Personalmente ho venduto appena una decina di bottiglie in queste prime settimane della crisi.

Si avvicina la Pasqua, cosa faranno le enoteche?
Qualcuno, in vista della Pasqua, aveva riempito il magazzino non solo di vini ma anche di alimentari destinati alle confezioni regalo, investendo somme ingenti. Ora, alla luce delle scarse vendite, queste imprese si trovano a gestire un delicato rapporto coi loro fornitori. Per fortuna la filiera sta venendo incontro a chi è in difficoltà.

E nei confronti dei clienti?
Qualcuno dei soci Vinarius inizia a fare promozione e sconti. E abbiamo anche deciso di pubblicare un elenco aggiornato su www.vinarius.it delle enoteche aperte in tutta Italia, comprese quelle che fanno consegne a domicilio.

Il commercio online è per voi una minaccia o una risorsa?
Questa crisi ci ha fatto capire che la Gdo non è attrezzata a gestire il delivery. I suoi tempi di reazione sono diversi. Noi siamo più smart. Abbiamo reagito facendo consegne a domicilio, pubblicando prezzi e referenze online. Sicuramente, a inizio marzo, vedere quelle corse sfrenate dei clienti ai supermercati ha creato nelle enoteche un certo sconforto. Poi, gli italiani hanno capito che c'eravamo anche noi e che potevamo essere snelli e rapidi. E molte aziende hanno reagito riaprendo l'attività. Essere piccoli, quindi non è un limite. È importante per noi lavorare sulle consegne a domicilio. Ci stiamo supportando con la comunicazione online e, in particolare, sui social. Chi lo ha fatto sta raccogliendo i frutti.

E per chi non lo ha fatto?
A chi non lo ha fatto dico: state aperti, fate consegne e, nei tempi morti, pensate alla vostra attività tra 2 o 3 mesi. Provate a mettervi sui social, fate un piccolo sito di affiancamento all'attività tradizionale in negozio, provate a comunicare diversamente. Magari non è la soluzione ma cominciamo a fare questo cammino. La storia di Vinarius, nata nel 1981, ci ha insegnato che le attività delle enoteche sono state sempre messe in difficoltà dall'andamento del mercato mondiale, ma anche che hanno saputo adeguarsi e reagire all'evoluzione. Ora occorre interpretare e capire cosa cambierà dopo la crisi, cogliere segnali, elaborare soluzioni e metterle in pratica. Ed è quello che faremo, consapevoli che l'e-commerce è strategico ma che il contatto diretto resta un aspetto fondamentale della nostra professione. ❖

Donne e giovani

In Italia, il comparto enotecario è guidato da donne al 26,5% e da giovani al 11%. Considerando le sedi di impresa (che possono avere più localizzazioni) e i territori con più di 50 attività nel settore, ci sono più giovani a Taranto (25% delle 56 sedi di impresa), a Catania (22% su 72 imprese), Caserta (15% su 100 imprese). Per quanto riguarda le donne, secondo dati della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi e di Coldiretti Lombardia, le percentuali più alte sono a Taranto (37,5% delle 56 imprese), Caserta (42% su 100 imprese), Pisa (35% delle 51 imprese), Como (31% delle 48), Catania (36% delle 72 imprese) e Cagliari (31% di 87). Più stranieri, infine, a Firenze (12%) e Roma (10%).

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 · DOMORI

SPONSOR

roboqbo INNOVATING FOOD TEK · moduline · OKITE · YouWine Shop www.youwine.it · LIEBHERR · ASKO Inspired by Scandinavia · magimix

RESISTERE E REAGIRE. LE PROPOSTE DEI PRODUTTORI PER RISPONDERE ALL'EMERGENZA

a cura di Andrea Gabbrielli

Distillazione, invecchiamento, diminuzione delle rese, aggregazione. Sono alcune delle soluzioni pratiche a cui stanno pensando cantine e consorzi alle prese con una situazione limite. Di sicuro, occorre una ristrutturazione del settore.
A partire da Ocm e Psr da cambiare in corsa

l sogno di tanti giovani produttori che in questi anni hanno deciso di investire in vigneti, attrezzature, macchinari, oggi viene stroncato dall'effetto devastante della pandemia, dal blocco delle filiere e della logistica.

SI SALVERANNO SOLO I GRANDI GRUPPI?

La grande maggioranza dei produttori di vino - Coldiretti stima il 95% - non è presente nella grande distribuzione (l'unica insieme all'e-commerce che continua a crescere), per questo l'ossigeno manca soprattutto alle cantine di piccole e medie dimensioni che hanno proprio come riferimento i 300mila ristoranti, bar, alberghi, agriturismi che a loro volta soffrono per la forzata chiusura.
Il Centro Studi della Federazione Italiana Pubblici Esercizi stima che nel primo trimestre del 2020, il settore "*perderà oltre 10 miliardi di euro a cui si aggiungerà un'ulteriore perdita nel secondo trimestre per avere poi un recupero, non affatto scontato, nel secondo semestre dell'anno che, tuttavia, chiuderà con un bilancio pesante di - 8 miliardi di euro di fatturato*". La crescita dell'e-commerce e delle piattaforme digitali, pur essendo importante dal punto di vista dell'incremento della domanda, non riuscirà ad alleviare se non in piccola percentuale la sofferenza del settore.
Antonio Rallo, presidente Doc Sicilia spiega che "*Solo le cantine medio grandi oppure gli imbottigliatori – che stanno lavorando tantissimo – hanno l'accesso alla Gdo, la maggior parte delle cantine medio piccole negli ultimi anni hanno sviluppato la vendita diretta ma soprattutto sono presenti nell'Horeca dove si concentrano i vini di alta gamma. Questi ultimi due canali sono bloccati e presto lo saranno in tutto il mondo. Motivo per cui diventa necessario sostenere il sistema produttivo e turistico, anche perché la ripresa dovrà ripartire da lì*".

PIÙ AGGREGAZIONE TERRITORIALE

Alberto Mazzoni, direttore Istituto Marchigiano di tutela vini (Imt) rivendica il ruolo dell'agricoltura, ma anche la capacità di rappresentenza delle organizzazioni del territorio "*Il disastro sanitario ed economico provocato da Covid19, sta facendo riscoprire il valore dell'agricoltura. Il vino, la pasta, la carne e il formaggio, insieme alla coltivazioni biologiche, sono una parte fondamentale del settore primario. Sostenere queste produzioni significa investire sul futuro: la promozione dell'agroalimentare marchigiano a questo punto, diventa strategico*". Il problema nasce perché alle aziende, come fa notare Mazzoni, continuano ad arrivare bollette e mutui da pagare a fronte di nessun incasso chissà ancora per quanto tempo. Da qui la proposta: "*La nostra proposta è che Imt, a cui aderiscono 472 aziende, diventi il punto di riferimento per i finanziamenti, perché espressione di aggregazione della produzione e del territorio. Tutto ciò per non rischiare che la frammentazione e le piccole dimensioni delle strutture produttive sia un ostacolo all'accesso dei fondi. Non potremo garantire per i singoli ma possiamo contrattare condizioni di lungo periodo. Quindi anche i bandi Ocm e i piani Psr non possono essere delle corse ad ostacoli, la* ››

» *burocrazia si deve adeguare al momento eccezionale*".

DISTILLAZIONE PER I VINI COMUNI, INVECCHIAMENTO PER LE DOP

Sandro Gini, presidente Consorzio di tutela Soave, mette al centro di tutto il vigneto: "*Quando tutto sarà finito e potremo socializzare nuovamente, si dovrà vivere in un modo anche diverso. Proprio in questa prospettiva dovremo mantenere i vigneti in condizioni ottimali, curarli al meglio, preparandoci alla nuovo vendemmia. Bisognerà diminuire le rese e incrementare ulteriormente la qualità dei vini ma anche la distillazione per i vini comuni*". Proposta quest'ultima che, la scorsa settimana è arrivata anche da Assodistil e Alleanza Cooperativa, al fine di impiegare l'alcool nella produzione di igienizzanti limitando così anche il ricorso all' importazione dall'estero.
Tra l'altro, ricorda Gini: "*La nuova produzione 2020 se non avremo smaltito la 2019, potrebbe pesare sulla gestione complessiva aziendale. Non basterà comprare nuove vasche e in ogni caso non tutti, se le potranno permettere. Per noi sarà importante affermare con sempre più forza che il Soave è un vino che invecchia bene e nel tempo migliora, per cui avremo la possibilità di allungare la vendita*".

Sull'invecchiamento punta anche il Consorzio Montefalco, per lo meno per i vini rossi. "*Stiamo tutti pensando che sarà necessario stoccare buona parte sia della vecchia che della nuova annata*" spiega il presidente **Filippo Antonelli** "*perché non si può ipotizzare che la prossima stagione estiva serva per recuperare i mesi perduti. Fortunatamente i nostri vini rossi invecchiano bene. I soli produttori di uva, non trasformatori, se non avranno la possibilità di conferire l'intera produzione, si troveranno in gravi difficoltà. È possibile pensare che molte attività non reggeranno l'impatto ma tutti indistantamente saranno colpiti più o meno duramente. Il fronte oggi è aperto con la Regione Umbria per far slittare Psr e bandi Ocm*".
"*Per il resto*" continua il presidente "*le aziende stanno congelando gli investimenti e tutte le spese non strettamente necessarie, mentre la conduzione della vigna continuerà come sempre*".

RIPENSARE AL RAPPORTO CON L'HORECA E I MERCATI

Pio Boffa, titolare Pio Cesare (Alba), racconta che "*seppur a scartamento ridotto ma stiamo continuando a lavorare perché nonostante tutto qualche ordina arriva, e va spedito*". Ma i veri problemi arriveranno a breve, con la vendemmia che inizerà tra tre mesi: "*Con poco magazzino e botti piene sarà complicato: stiamo cercando delle alternative per lo stoccaggio del vino. Ho deciso che ai ristoranti, nostri clienti storici, accorderemo delle dilazioni nei pagamenti. Ma più che altro ci giocheremo la partita all'estero, dove vendiamo l'80% per cento del vino: avere il rapporto con importatori e distributori non è la stessa cosa che trattare con il mercato domestico*".

Quando tornerà la normalità:

- il 39% degli italiani vorrà andare a mangiare e bere fuori;
- il 36% rivedere i propri cari;
- il 33% rivedere i propri amici;
- il 26% passeggiare in centro,
- il 15% andare dal parrucchiere o dall'estetista
- il 13% tornare al lavoro o a scuola

— Nando Pagnoncelli, ad di Ipsos
(Fonte – Voglia di dopo- L'Espresso n°14 del 26/3/2020)

PRESERVARE LA LIQUIDITÀ

Matteo Inama, produttore di Soave, fa il punto della situazione con realismo e pragmatismo: "*Ancora è troppo presto per stimare i danni che provocherà il virus al settore vinicolo e alle filiere collegate. Al momento nessuno vende e nessuno compra, solo le spese continuano a correre e i provvedimenti presi dal Governo potranno solo parzialmente alleviare le sofferenze delle aziende. Cantine come la mia che hanno deciso di investire in qualità con progetti finalizzati alla produzione di vini top, oggi devono* »

Le distillerie riconvertono la produzione da spirits ad alcol etilico

In attesa delle autorizzazioni da parte del Mipaaf, già alcune distillerie hanno ricovertito la produzione da spirits ad alcol etilico, ingrediente indispensabile per gel e vari disinfettanti/igienizzanti. Come nel caso delle Distillerie Bonollo che nello stabilimento di Anagni, la più grande distilleria vitivinicola d'Europa, ha riconvertito la produzione. Oppure la Casoni Fabbricazione Liquori di Finale Emilia (Modena), che ha destinato una parte della produzione alla produzione di gel disinfettante e altri presidi medicali. Sulla stessa linea d'onda anche Ramazzotti, del gruppo Pernod Ricard, mentre Campari Group e Intercos Group hanno unito le forze per produrre gel igienizzante a base alcolica da donare agli ospedali lombardi.
D'altronde proprio una settimana fa Alleanza cooperative agroalimentare e Assodistil avevano lanciato la proposta di destinare una parte delle giacenze nazionali di vino, da tavola e a denominazione, alla distillazione volontaria per impiegare l'alcool nella produzione di igienizzanti. Una distillazione in via temporanea per due mesi, aprile e maggio, di circa 2 milioni di ettolitri, per una produzione di circa 22 milioni di litri di alcole, con un contributo da parte dello Stato.

Il Consorzio vignaioli del Trentino chiede il taglio delle rese tra 20% e 30%

Davanti al rischio di sovrapproduzione, con il calo delle vendite e l'approssimarsi della nuova campagna vendemmiale il presidente del Consorzio vignaioli del Trentino, Lorenzo Cesconi, ha scritto all'assessore all'agricoltura della Giunta provinciale di Trento, Giulia Zanotelli, e al presidente del Consorzio vini del Trentino, Pietro Patton, per chiedere un provvedimento d'urgenza finalizzato alla riduzione della resa di uva a ettaro.
L'istanza si propone di ridurre gli effetti negativi comportati dalla riduzione della vendita dei prodotti vinicoli per l'emergenza Covid-19. "Bisogna ridurre la resa massima di uva a ettaro e la relativa resa di trasformazione in vino per un migliore equilibrio di mercato". Nel dettaglio, per le produzioni Doc e per le Igt si chiede un taglio orizzontale tra il 20% e il 30% delle rese.

» *fare conto con l'economia ferma, le esportazioni quasi inesistenti, l'Horeca, il riferimento per tante aziende come la nostra, bloccata chissà per quanti mesi. Le scelte che ci rimangono, non sono poi tante. Io comincerò con stringere la cinghia, anche parecchio, eliminando tutte le spese non strettamente necessarie. Ciò riguarderà anche la conduzione agricola dei miei 65 ettari di vigneto che non potrò più condurre come ho fatto sinora. Salvaguarderò tutti i vigneti da cui ottengo i vini con maggior valore aggiunto e rinuncerò alle nuove barrique e alle nuove attrezzature a cui avevo pensato. Devo preservare soprattutto la liquidità per avere una base che mi permetta di resistere e di ripartire*".

NO ALLA SVENDITA DEL VINO

Marina Cvetic, dell'azienda Masciarelli (San Martino sulla Marrucina, Chieti) sostiene la resilienza come strategia di lungo periodo "*I vigneti continueranno ad essere curati e grazie alle neve di questi giorni, stanno benissimo. Adesso non possiamo altro che stare a casa e aspettare che la situazione migliori e poi rimettere la macchina in moto. Il vecchio mondo e i suoi equilibri è andato in mille pezzi e da questa terribile vicenda in cui l'Italia e il Governo stanno indicando agli altri Paesi come comportarsi, ne usciremo cambiati e più consci della necessità di avere un rapporto con l'ambiente e con gli altri molto diverso. Avremo la possibilità di riscoprire l'Italia e le sue bellezze. Io però anche se avrò le cantine piene per la nuova annata, non svenderò il mio vino. Piuttosto organizzerò delle feste e lo offrirò agli amici. Soffriremo noi, i nostri dipendenti ma poi ci reinventeremo perché questa è una delle caratteristiche che rendono unico il mondo del vino italiano*". ❖

GAMBERO ROSSO
TOP ITALIAN RESTAURANTS
www.gamberorosso.it/restaurants

www.gamberorosso.it/restaurants/