anno 11 - n. 49 - 17 dicembre 2020

trebicchieri
IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

"INSIEME STUDIEREMO IL RILANCIO". INTERVISTA A TERESA BELLANOVA

BREXIT
Prosecco, Pinot Grigio e non solo. Ecco quali denominazioni rischiano di più in caso di No Deal

CONSUMI
Meno bollicine, ma più autoctone. Il Natale nell'analisi Uiv-Ismea Castelletti: "No a speculazioni"

IMPRESE
Accordo tra Intesa Sanpaolo, Federdoc e Valoritalia sul pegno rotativo: al via con 8 grandi Dop

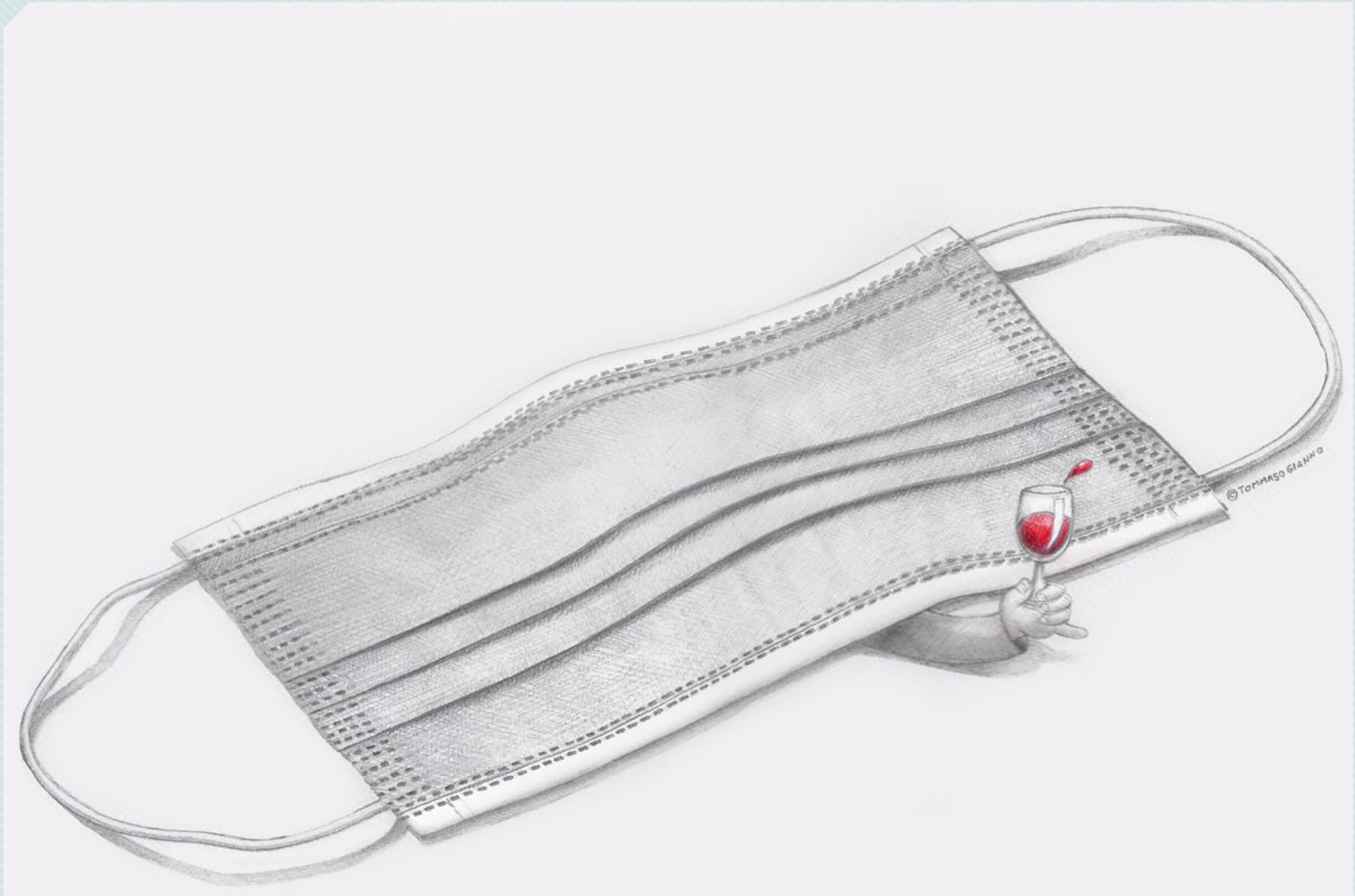
FOCUS
Il Prosecco Docg supera la pandemia grazie alla Gdo. Green deal ed enoturismo per ripartire

ALMANACCO
Un anno a prova di Covid: 12 mesi di wine economy in 12 notizie. Il 2021? Sostenibile e rosa

In onda su sky canale 132 e 412

LE BREVI

LA FOTONOTIZIA



Il vino sfida la pandemia a colpi di satira

Una grande mascherina da sotto la quale prova ad emergere un calice di vino: praticamente la metafora perfetta di questo 2020. La vignetta che vedete qui accanto **si intitola "Salute!", è stata realizzata dall'italiano Tommaso Gianno ed è la vincitrice - per la categoria over 35 - della 21esima edizione di Spirito di Vino**, il concorso internazionale, indetto annualmente dal Movimento Turismo del Vino Friuli-Venezia Giulia, che ogni anno celebra le più graffianti e originali vignette satiriche sul tema del vino. Ad annunciare i vincitori, lo scorso 10 dicembre, il presidente di giuria Alfio Krancic, il filosofo Aldo Colonetti, l'attore Francesco Salvi e la Elda Felluga, presidente Mtv del Friuli-Venezia Giulia.

Al secondo e terzo posto, si sono classificati il tedesco Sergiu Nicola con "Gioia di vino" e l'ucraino Valery Doroshenko con "Cheers!". Per la categoria under 35, invece, ha trionfato il portoghese Bruno Albuquerque con "O futuro do vinho", seguito dall'italiano Diego Paparelle con "Kundavini" (secondo classificato) e dall'uzbeco Muzaffar Yulchiboev con "Bacchus vs Corona" (terzo classificato).

Come era prevedibile, l'attualità è stato il tema più utilizzato dagli artisti in concorso: dai brindisi con le mascherine a quelli via web, da Bacco che combatte contro il Coronavirus agli "aggrappolamenti" degli acini, passando per le cene distanziate. Ma non sono mancati neanche altri spunti interessanti, con ambientazioni di vario tipo: dal giardino dell'Eden fino allo spazio.

Per vedere tutte le vignette selezionate www.spiritodivino.cloud/index.php/it/eventi-e-news/i-vincitori-2020

illustrazione: "Salute!" di Tommaso Gianno

BREXIT. Dazi da gennaio, nuove certificazioni da luglio: il nuovo scenario per esportare in Uk nell'analisi Uiv. Prosecco e Pinot Grigio le Dop più esposte

a cura di Loredana Sottile

Si avvicina sempre di più il 31 dicembre 2020: data che oltre a sancire l'uscita per tutti da questo difficile anno, fissa anche l'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea.

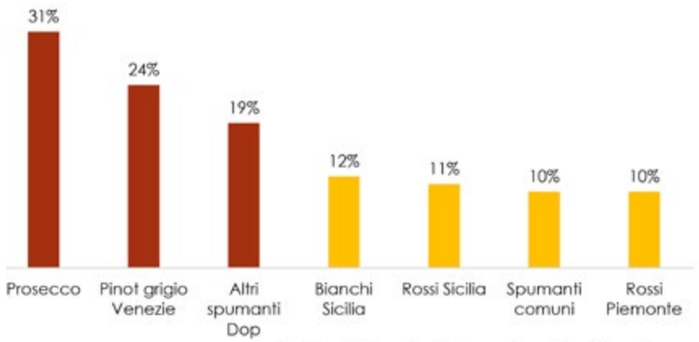
Con quali conseguenze per il vino? E soprattutto quali denominazioni rischiano di più?

Se ne è parlato lo scorso 15 dicembre nel corso di un webinar di Unione italiana vini, durante il quale l'ambasciatrice britannica a Roma, **Jill Morris** ha detto che "*c'è ancora speranza per scongiurare il no deal, ma bisogna essere pronti a tutto*".

"*Un terzo scenario tra il deal e il no deal*" ha aggiunto **Ignacio Sanchez**, segretario generale del Comité européen entreprises vins "*potrebbe essere una proroga dell'attuale status quo in regime temporaneo sino a eventuale accordo*".

I NUMERI DELL'OSSERVATORIO. Secondo l'Osservatorio Uiv, nel 2019, il Regno Unito ha importato complessivamente 13 milioni di ettolitri di vino (4,4 miliardi di dollari), di cui 2,6 milioni ettolitri dall'Italia. Per il 65% i volumi importati dal Belpaese sono di spumanti (con il Prosecco a fare la parte del leone), il 24% di vini fermi e solo il 2% di sfuso. In caso di No Deal, quindi, sarebbe proprio il Prosecco la denominazione più esposta (con il 31% della quota export a valore), seguito da Pinot Grigio (24%), da altri spumanti Dop (19%). In fibrillazione anche i vini siciliani, gli spumanti comuni e i rossi piemontesi. **Si tratta complessivamente di prodotti che, con quasi mezzo miliardi di euro, pesano per il 60% di esportato dall'Italia in Uk.** "*In caso di una hard Brexit*" è il commento del responsabile dell'Osservatorio Uiv **Carlo Flamini** "*a soffrire di più sarebbero le denominazioni che hanno concentrato le esportazioni su poche piazze: se il Prosecco ha negli ultimi tempi ampliato il proprio portfolio, per il Pinot Grigio le ripercussioni sarebbero molto pesanti*". Oltre agli effetti sulla burocrazia, sono poi da considerare le conseguenze dei dazi: non altissimi per la verità (per i fermi fino a 15,40 euro/hl, per le bollicine 32 euro/hl) , ma comunque impattanti su un prezzo medio basso, come quello dei vini considerati, che si muove in una forbice tra i 2 e i 4 euro. "*È paradossale*" ha sottolineato il segretario generale Uiv **Paolo Castelletti** "*pensare a uno scenario in cui le imprese esportano a dazio zero verso il Giappone, ma a 32 euro a ettolitro sui vini spumanti a una dogana posta al di là della Manica*".

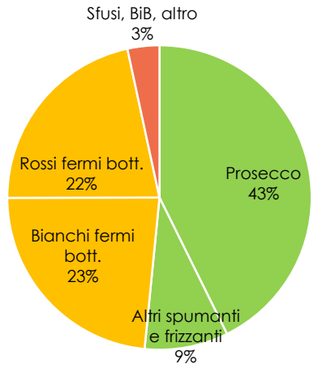
Quota valore UK su totale export per tipo di vino



470 milioni di Euro in fibrillazione

fonte: Osservatorio del vino Uiv

Export italiano verso UK valori 2019



400 milioni di Euro solo di bollicine

fonte: Osservatorio del vino Uiv

LE NUOVE PRATICHE BUROCRATICHE. Con l'attuazione della Brexit, insieme alle tariffe, cambierebbero anche le pratiche da seguire per le esportazioni. Il primo effetto è la transizione tramite Dogane sin da subito tramite il codice Eori, quello utilizzato per qualunque altro Paese terzo. In parziale soccorso a uno scenario commerciale fortemente condizionato dall'incertezza, Uiv ha confermato alcune "misure cuscinetto" del governo Uk per evitare il salto nel buio, in particolare rispetto a etichettatura (nessun cambio fino a ottobre 2022), nuove certificazioni (VI-1 sospeso fino a giugno 2021), regole sul biologico (mutuo riconoscimento per tutto il 2021). Non cambierà nulla, infine, per le indicazioni geografiche: l'accordo di recesso precedentemente siglato ha già previsto la trasposizione delle nostre Ig nel registro del Regno Unito, con uno schema molto simile a quello europeo.

L'help desk Ice

Per far fronte a tutte le problematiche legate al divorzio tra Ue e Regno Unito, l'ufficio Ice in Uk ha attivato un help desk Brexit a disposizione delle imprese curato dalla dott.ssa Gabriella Migliore. L'indirizzo per dubbi e quesiti è brexit@ice.

L'ESPERTO RISPONDE

Cosa prevede l'iniziativa canadese Light glass Bottle?

A partire dal 2010, i due monopoli canadesi delle province dell'Ontario e del Québec (Lcbo e Saq) hanno introdotto la cosiddetta Lightglass Bottle Initiative, basata sui tre principali pilastri della sostenibilità: "Good People, Good Planet and Good Partnerships". L'obiettivo? La messa in produzione di contenitori di vetro più leggeri al fine non solo di risparmiare materia prima ma, soprattutto, di limitare le emissioni di Co2 e impattare in maniera minore sull'ambiente. Il programma è stato lanciato nel 2010 in Ontario, con un focus sui prodotti a volume di 750ml, per i quali è stato imposto un peso massimo della bottiglia di 420 g. Negli anni successivi, il programma si è evoluto per includere bottiglie di vetro di dimensioni 1000mL (peso massimo 550 g) e 1500mL (peso massimo 700 g). **A breve, tali prescrizioni impatteranno anche sulle bottiglie di prezzo medio alto fino a 19 dollari canadesi.**

Nel comunicato stampa, il monopolio Lcbo afferma: "Con oltre il 90% dei prodotti confezionati in bottiglie di vetro più leggero abbiamo ridotto i rifiuti annuali di oltre sei milioni di chilogrammi: questo è il peso di 60 balene". Nel settembre 2020, anche l'altro monopolio Saq ha presentato una proposta che definisce diverse soglie di prezzo delle bottiglie e differenti tempistiche per l'adesione alle nuove prescrizioni da parte dei produttori di vetro, con previsione anche di penali in caso di mancato rispetto delle tempistiche.

A tale iniziativa, si affiancano ulteriori norme, emanate dai due monopoli, volte alla tutela dell'ambiente, ad esempio il cosiddetto "deposit-return" (restituzione della cauzione in seguito al ritiro delle bottiglie usate) e quelle relative agli imballaggi alternativi per il vino che, per esempio, hanno permesso di aumentare del 33% l'offerta di bag-in-box per la vendita al dettaglio.

Per ulteriori approfondimenti si rimanda a COMEX, la banca dati giuridica online per le esportazioni di Unione Italiana Vini (https://www.unioneitalianavini.it/prodotto-category/banche-dati/)

– a cura del Servizio Giuridico dell'Unione Italiana Vini

per domande da porre al Servizio Giuridico di UIV scrivere a serviziogiuridico@uiv.it

AGRICOLTURA. Via libera ai fondi Ue anticrisi. Dal 2021 in arrivo 1,22 miliardi per l'Italia

L'Assemblea plenaria a Bruxelles ha dato il definitivo via libera agli aiuti straordinari stanziati dall'Ue a sostegno dell'agroalimentare, grazie all'accordo sul bilancio Ue 2021-2027. Il voto favorevole sull'estensione della Pac e al Next generation Eu è passato a larghissima maggioranza. Da gennaio 2021, oltre 8 miliardi di euro saranno a disposizione, di cui 925 milioni all'Italia. E nel 2021, come ha spiegato Paolo De Castro, relatore per il Parlamento Ue del Next generation Eu per lo sviluppo rurale, gli agricoltori europei potranno beneficiare di ulteriori 2,6 miliardi da un anticipo dei fondi per lo Sviluppo rurale. **Il pacchetto totale supera i 10 miliardi, di cui 1,22 per l'Italia. Somma che con il co-finanziamento nazionale potrà essere raddoppiata.**

Il 55% dei fondi andrà ai giovani, un 37% a pratiche ad alto valore aggiunto ambientale, tra cui il bio. Si rafforzeranno le misure di gestione del rischio. Per le imprese previsti fino a 5 mila euro di sostegno. Nel vitivinicolo, prolungata la durata dei diritti di impianto, permettendo ai produttori di non perdere diverse migliaia di ettari di potenziale vitivinicolo. "*Come per il vino, gli Stati membri potranno definire regole di commercializzazione*" ha concluso De Castro "*per migliorare il funzionamento del mercato dell'olio d'oliva*".

EXPORT. Il vino italiano perde il 3,4% in valore in 9 mesi. Le Dop a -4,3%

Per l'export di vini italiani, se giugno aveva compensato le perdite di aprile e maggio (i mesi del primo lockdown per il Covid), agosto e settembre hanno mostrato segnali di debolezza rispetto a un anno fa. Considerando, quindi, il periodo gennaio-settembre 2020, i volumi esportati sono scesi del 2,6% e i valori del 3,4%. Ue e Paesi extra Ue fanno registrare battute d'arresto simili, mentre in valore le perdite sono state dell'1% in Europa e del 5% nei Paesi Terzi. Il dato emerge dall'analisi Ismea sui dati Istat relativi al commercio con l'estero.

"*Gli operatori*" scrive l'Ismea "*sono preoccupati per i dati mondiali del commercio con l'estero che già da marzo avevano registrato una decisa battuta d'arresto del valore, consolidata dal secondo trimestre nei principali Paesi importatori ad eccezione di Canada e Svizzera*". Questi due mercati hanno incrementato la propria domanda in volume del 5 e del 4%, con cali in valore limitati (secondo dati dell'istituto di ricerca londinese Ihs Markit). **Negli Usa, i primi 9 mesi segnano -1% in volume, con una spesa in euro che si è ridotta dell'11% sul 2019.**

Considerando i vari segmenti qualitativi (*tabella in basso*), le Dop pur incrementando i volumi hanno contribuito maggiormente alla caduta dei valori (meglio i fermi degli spumanti), mentre le Igp segnano una lieve crescita. Male i vini comuni.

Export vini Italia gen-set 2020 per segmento qualitativo

	ettolitri	var %	migliaia euro	var %
Dop	**7.459.524**	**1,1**	**2.853.113**	**-4,3**
Fermi	4.677.018	1,7	1.848.650	-2,7
Frizzanti	515.719	6,5	141.238	-0,1
Spumanti	2.266.787	-1,2	863.225	-8,2
Igp	**3.768.953**	**1,2**	**1.069.464**	**0,4**
Fermi	3.115.820	0,5	926.598	-0,5
Frizzanti	592.435	6,4	126.303	9,4
Spumanti	60.697	-9,7	16.563	-9,9
Comuni	**3.201.379**	**-10,1**	**370.942**	**-4,1**
Fermi	2.466.145	-13,9	217.952	-2,4
Frizzanti	277.711	-2,8	51.963	-4,2
Spumanti	457.523	11,8	101.027	-7,5
Varietali	**582.724**	**-27,0**	**80.308**	**-19,2**
Fermi	481.171	-31,0	52.852	-22,6
Frizzanti	18.365	56,0	3.523	0,2
Spumanti	83.188	-6,7	23.934	-13,4
Altre Dop+Igp	**47.699**	**-0,5**	**42.298**	**-1,9**
Mosti	**232.781**	**24,3**	**37.206**	**18,1**
TOTALE	**15.293.058**	**-2,6**	**4.453.330**	**-3,4**

fonte: Ismea su dati Istat

L'Alto Adige è una terra di forti contrasti.
I vigneti si trovano ad un'altitudine tra i 200 e
i 1.000 metri, baciati dal sole mediterraneo,
cresciuti nel territorio alpino.

CONSUMI. Quest'anno più brindisi autoctoni, ma si spenderà meno.
L'analisi Uiv-Ismea per le festività natalizie. Castelletti: "Vigilare su speculazioni"

Meno top di gamma e spazio in tavola a prodotti più accessibili. È questo uno dei principali trend delle festività 2020 sul mercato italiano dei vini effervescenti. L'effetto della crisi economica, il calo del potere d'acquisto e, in funzione anti-Covid, le limitazioni al numero di persone in pranzi e cene tra le mura di casa hanno spostato l'interesse dei consumatori verso prodotti di fascia inferiore rispetto a un anno fa. L'Italia, insomma, vuole festeggiare ma spendendo meno.

I BRINDISI. Il dato reso noto dall'Osservatorio Uiv-Ismea sui consumi di Natale e Capodanno evidenzia che l'Italia consumerà 77 milioni di bottiglie di bollicine tra italiane e straniere (0,75 litri), con un calo del 2,8% rispetto al 2019 (Champagne compreso). **Solo 3,5 milioni di bottiglie (quasi il 5%) saranno straniere, per una diminuzione del 12,5%, pari a 500 mila bottiglie in meno.** Feste più autoctone, quindi, e meno bollicine in tavola, considerando che anche lo spumante italiano è stimato in terreno negativo a -2,3%, per un totale di 73,6 milioni di bottiglie (quasi 2 milioni di pezzi in meno). Uiv e Ismea stimano che le festività 2020 varranno circa il 35% delle vendite annuali di vini spumanti in Italia, con il canale della grande distribuzione organizzata e gli acquisti off-trade che riusciranno a compensare in qualche modo le difficoltà del canale on-trade (fuori casa). Ma se i volumi non sembrano cedere sotto i colpi della crisi, il discorso è diverso per il giro d'affari che si prevede in diminuzione di oltre il 12 per cento a 199 milioni di euro.

LA PRODUZIONE. Le buone notizie arrivano sia dalle stime sulla produzione totale di bollicine Made in Italy che è prevista sugli stessi livelli di un anno fa, a 776 milioni di bottiglie, sia dalle esportazioni che sono stimate in crescita del 2,7%, con quasi 200 milioni di spumanti italiani. A volume, l'incidenza dell'export supera il 73% e sono buone le performance delle Dop spumanti più vocate all'esportazione. Per quanto riguarda, invece, i prodotti della tipologia metodo classico, che trovano nel canale Horeca italiano il primo cliente, si segnalano difficoltà. A livello globale, **Uiv-Ismea prevedono oltre 1,6 miliardi di calici a marchio italiano alzati nel mondo**, ma sarà un brindisi che i produttori ricorderanno sicuramente, soprattutto per la contrazione che, tra domanda interna ed estera, porterà i valori medi a scendere di quasi il 10 per cento.

LA SFIDA DEL VALORE. "*Le stime sulle vendite in Italia e all'estero in questa particolare congiuntura premiano la maggior versatilità di gamma delle bollicine italiane*" commenta il segretario generale di Unione italiana vini, Paolo Castelletti "*in grado di reagire con più elasticità alle dinamiche di mercato. A fronte di una sostanziale tenuta dei volumi, anche i nostri sparkling stiano pagando un caro prezzo sulla partita del valore, all'estero come in Italia*". Secondo l'Uiv, sarà fondamentale monitorare un fenomeno ascrivibile al minor potere di acquisto dei consumatori e a un conseguente effetto sostituzione, ma anche a "*inaccettabili condotte speculative, riscontrate lungo le catene commerciali off e online*".

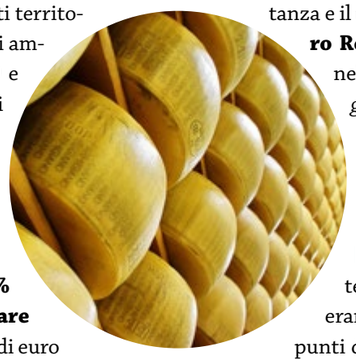
Le bottiglie delle feste - 2020

Dati in bottiglie 0,75 l	feste 2019	feste 2020	ar %
prodotte	269.383.388	272.872.317	1,3%
importate	4.021.002	3.518.377	-12,5%
esportate	194.027.728	199.266.477	2,7%
consumate in Italia	79.376.662	77.124.217	-2,8%
- di cui spumante italiano	75.355.660	73.605.841	-2,3%

fonte: elaborazioni Uiv-Ismea

AGROALIMENTARE. Il report Qualivita conferma la forza del sistema Dop-Igp nel 2019. E i vini registrano il record di 9,2 miliardi nell'imbottigliato

Non c'è il terribile anno 2020 nel Rapporto Ismea-Qualivita presentato in modalità online venerdì 11 dicembre. Per quello bisognerà attendere il dicembre 2021, ma i dati 2019 (dell'edizione numero 18) attestano la solidità e la forza di un sistema agroalimentare che traina molti territori. Una forza con cui l'Italia sta cercando di ammortizzare i colpi della crisi da Covid-19 e sulla quale basare il proprio rilancio. I dati economici relativi a quella che conosciamo come "DopEconomy" hanno confermato ancora una volta nel 2019 il trend di crescita: **un valore alla produzione del sistema Dop e Igp da 16,9 miliardi di euro (+4,2%), un contributo del 19% al fatturato totale dell'agroalimentare Made in Italy** e un export da 9,5 miliardi di euro (+5,1% annuo) che corrisponde al 21% dell'export nazionale di settore, che dà lavoro a oltre 180.000 operatori e vede impegnati 285 Consorzi di tutela riconosciuti.



EXPORT. Fuori confine, le Dop e le Igp dell'agroalimentare e del vino consolidano il ruolo trainante per l'economia. Il contributo maggiore a quel +5,1% annuo è in capo al vino Dop e Igp, con un valore di 5,6 miliardi di euro (+4%) sul totale di 6,4 miliardi (comprendente mosti e vini comuni), ma cresce anche il segmento del cibo Dop e Igp, che si attesta sui 3,8 miliardi con un +7,2% annuo.

IMBOTTIGLIAMENTO. Supera i 25 milioni di ettolitri nel 2019 la produzione di vino a Ig (Dop e Igp) ed è il risultato di tendenze opposte tra le Dop (+6,2% grazie anche all'introduzione di nuove produzioni) e le Igp (-1%). Il valore della produzione di vini sfusi a Ig è di circa 3,5 miliardi di euro, mentre l'imbottigliato raggiunge i 9,2 miliardi di euro. Di questi, 7,6 miliardi sono costituiti da vini Dop, che ricoprono un peso economico pari all'82% di tutto il vino a Ig.

I TERRITORI DOP. L'importanza della Dop Economy per i territori è data dall'analisi degli impatti delle filiere food&wine. Sono ben 17 le Regioni che nel 2019 hanno contribuito, con intensità diverse, alla crescita del comparto. A fare da traino è stato il Nord Italia, con Veneto, Emilia-Romagna, Lombardia e Piemonte che concentrano il 65% del valore produttivo delle filiere a Indicazione geografica; bene anche la Toscana (quinta) e il Sud Italia con la Campania a +31%. E sono in aumento anche i distretti del cibo (da Modena a Bari-Andria, da Napoli e Caserta alla Sicilia orientale), che si sviluppano dove insistono dei Consorzi. La crescita del sistema delle Dop e Igp ha fatto si che tutto l'agroalimentare non solo italiano ma europeo abbia visto aumentare la sua importanza e il ruolo geopolitico. Lo ha evidenziato **Mauro Rosati** (direttore di Fondazione Qualivita) nella sua relazione: "*Si consolida un unico grande sistema delle Ig, che sono ora al centro di contrattazioni negli accordi commerciali, malgrado un peso inferiore ad altri comparti*". E a trarne vantaggio sono anche le piccole filiere

Il 2020. In questo 2020 di lockdown e di tensioni commerciali, tuttavia, quelle che erano leve di crescita si sono trasformate in punti deboli, secondo **Fabio del Bravo** (Ismea): lo sbilanciamento verso l'export, il forte legame con l'Horeca, il crollo dei flussi turistici. "*Circostanze di stress che però hanno innescato una svolta cultura e imprenditoriale: ricerca di nuove strategie di marketing e di canali alternativi, assieme a un ritrovato vigore del ruolo dei Consorzi. E questo ha messo in luce come il modello italiano delle Ig*" ha concluso "possieda la forza per affrontare le delicate sfide del futuro". Sfide che passano per l'uso intelligente dei piani strategici nella futura Pac, che contiene gli strumenti utili ai prodotti Dop e Igp per affrontare i mercati. Il lavoro di Fondazione Qualivita sarà quello di "*dotare il sistema delle Ig italiane di modelli previsionali attraverso l'analisi dei big data*", per supportare Consorzi, imprese e istituzioni nella pianificazione strategica, tenendo presente che i driver futuri risponderanno ai concetti di benessere, sostenibilità, innovazione e bene pubblico. – **G. A.**

Principali Dop per valore alla produzione sfuso (mln €)

Prodotti	2018	2019	Var. 19/18
Prosecco DOP	702	680	-3,1%
Delle Venezie DOP	146	179	+22,6%
Conegliano Valdobbiadene – Prosecco DOP	188	162	-13,7%
Asti DOP	111	107	-4,0%
Amarone della Valpolicella DOP	97	97	+0,4%
Chianti DOP	99	91	-8,4%
Valpolicella Ripasso DOP	84	83	-1,7%
Alto Adige DOP	96	81	-15,3%
Brunello di Montalcino DOP	51	75	+46,7%
Barolo DOP	68	72	+5,9%
Sicilia DOP	85	69	-19,1%
Chianti Classico DOP	69	68	-2,4%
Puglia IGP	56	68	+20,9%
Terre Siciliane IGP	94	66	-30,3%
Montepulciano d'Abruzzo DOP	63	60	-5,0%

fonte: Qualivita

IMPRESE 1. Accordo tra Intesa Sanpaolo, Federdoc e Valoritalia sul pegno rotativo. Si parte con otto grandi denominazioni

Intesa Sanpaolo (istituto di credito a cui fa riferimento il 16% del settore agroalimentare italiano) scende in campo a sostegno del settore vitivinicolo, in collaborazione con Federdoc e Valoritalia. Lo fa attraverso le norme del Decreto "Cura Italia", con un progetto di respiro nazionale che offre alle aziende il pegno rotativo sulle scorte di vino da affinamento che saranno garanzie per ottenere nuove linee di credito. **Le aziende produttrici delle Dop Barolo, Barbaresco, Franciacorta, Amarone della Valpolicella, Brunello di Montalcino, Bolgheri, Chianti Classico e Nobile di Montepulciano potranno accedere a questa iniziativa attraverso la certificazione rilasciata da Valoritalia.** Ma anche i Consorzi di tutela delle altre Dop, e di altri organismi di certificazione, potranno entrare nel progetto, fa sapere l'istituto bancario.

Secondo Andrea Lecce, a capo della Direzione sales & marketing privati e aziende retail, superata la crisi bisognerà essere "*pronti a ripartire facendo leva sulle grandi potenzialità che già sappiamo di avere: filiera completamente tracciabile, certificazioni di qualità e la grande reputazione delle nostre produzioni. Serve quindi investire fin d'ora*" aggiunge "*per rafforzare eventuali punti deboli: esportazioni verso i mercati emergenti, canali distributivi, digitalizzazione*".

"*Le nostre eccellenze vitivinicole rappresentano un tesoro da preservare. E sono proprio le nostre produzioni a salvarci in momenti difficili come quello che stiamo attraversando*", afferma Francesco Liantonio, presidente di Valoritalia.

"*Lo strumento del pegno rotativo*" aggiunge Riccardo Ricci Curbastro, presidente di Federdoc "*si è rivelato fondamentale per donare respiro al nostro comparto, duramente colpito dalla pandemia, mostrando che l'impegno profuso in questi anni per l'unità della filiera vitivinicola italiana ha dato i frutti sperati*".

IMPRESE 2. Con Italian wine boutique al via contratto di filiera da 28 milioni di euro

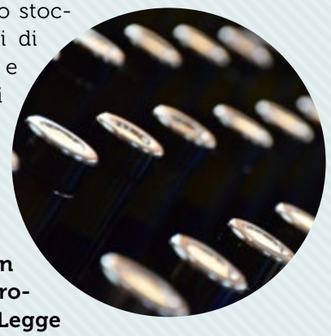
Costruzione di nuove cantine, ammodernamento di quelle già esistenti, rinnovamento degli impianti di lavorazione, dalle attrezzature alle linee di imbottigliamento, e creazione di punti vendita nelle cantine produttrici. Lo prevede Italian wine boutique, contratto di filiera da **28 milioni di euro complessivi con cui saranno realizzate dieci operazioni con aziende vitivinicole di Veneto, Toscana, Lazio e Puglia**.

L'iniziativa, che rientra nei contratti di filiera del quarto bando Mipaaf dedicato all'enologia, coinvolge Cassa Depositi e Prestiti (Cdp) e Iccrea BancaImpresa con un finanziamento di 9,8 milioni di euro ciascuna, mentre la restante quota di 8,4 milioni di euro è a carico del Mipaaf e della Regione Puglia.

Le aziende beneficiarie sono appartengono a quattro regioni italiane. In Veneto, l'azienda agricola Ca' Rugate di Amedeo Tessari, Graziano Prà, Ottella di Michele e Francesco Montresor, Pieropan di Leonildo Pieropan, la società agricola Piona Franco e Luciano, le aziende Villa Medici di Luigi Caprara e Monte del Frà; in Toscana, la Tenuta Poggio al Tesoro; nel Lazio la società Vini d'Offizi Lulli; in Puglia, le Cantine San Giorgio.

I contratti sono sottoscritti tra i soggetti della filiera agroalimentare e il Mipaaf per la realizzazione di investimenti a rilevanza nazionale che, partendo dalla produzione agricola, si sviluppano nei diversi segmenti dell'agroalimentare, basandosi su vincoli associativi e statutari di conferimento. Iccrea BancaImpresa è stata indicata come banca di riferimento per 30 contratti di filiera sugli oltre 50 che compongono il IV bando Mipaaf.

La Cia chiede più fondi per Dop e Igp e l'inclusione degli imbottigliati



Più fondi per lo stoccaggio dei vini di qualità Dop e Igp, rispetto ai 9,5 milioni di euro già stanziati. È la richiesta di Cia-Agricoltori italiani che, **in vista dell'approvazione della Legge di bilancio**, invita a includere nel provvedimento d'emergenza anche gli imbottigliati e non solo quelli sfusi. "Abbiamo appreso con favore la presentazione di emendamenti da parte di quasi tutti i gruppi politici delle proposte avanzate da Cia" ha detto il presidente nazionale, Dino Scanavino "e confidiamo ora nella sensibilità del Governo affinché ci sia un accoglimento definitivo".

Il comparto del vino di qualità è tra quelli più a rischio ed è "necessario mettere in campo misure di sostegno capaci di andare incontro alle tante aziende che, in questo momento, lavorano a basso regime, nonostante la vendemmia di altissima qualità". Gli effetti negativi della pandemia da Covid sul vino, ricorda il sindacato agricolo, sono stimati in 300 milioni di euro a fine 2020.

FOCUS

PROSECCO DOCG. Superata la prova 2020: Gdo ed enoturismo per ripartire

a cura di Loredana Sottile

Un anno ricco di sfide, ma che ha dimostrato la capacità di reazione di una denominazione come il Conegliano Valdobbiadene Doc: contrazione dei volumi limitata (-1%) e lieve flessione a valore, tanto da spingere il presidente del Consorzio, **Innocente Nardi**, a parlare di "*un risultato eccezionale rispetto a quanto paventato da alcuni, a maggior ragione se paragonato al mercato del vino italiano ed estero nel suo complesso*". In effetti, l'andamento delle certificazioni è stato altalenante: l'effetto del lockdown si è manifestato in modo marcato a maggio, con una contrazione delle certificazioni del 62%, bilanciata nei mesi successivi da una decisiva risalita contemporaneamente all'allentamento delle misure restrittive (*vedi tabella*). Decisive nella tenuta complessiva si sono rivelate le misure adottate dal Consorzio, quali riduzione delle rese e stoccaggio obbligatorio delle vendemmie 2019 e 2020, assieme allo stop alle riserve vendemmiali.

LA GDO. A livello marketing, il recupero è soprattutto frutto di una nuova apertura verso i canali di distribuzione, che hanno compensato la naturale contrazione delle esportazioni. Tra questi si annoverano il commercio elettronico, i negozi di vicinato e la vendita diretta, ma di certo il ruolo principale lo ha giocato la **Gdo che, tra aprile e ottobre, ha assorbito circa 2 milioni di bottiglie in più rispetto al 2019**. Nei primi 10 mesi dell'anno, con un fatturato superiore a 173 milioni di euro e 25 milioni di litri, il Prosecco è stato il leader incontrastato delle bollicine nella grande distribuzione: in questo canale quasi il 50% del fatturato di Prosecco è sviluppato dal Conegliano Valdobbiadene (+16,9% a valore; +18,7% a volume). La crescita si evidenzia in tutto il Paese, con il Nord Italia a confermarsi l'area più dinamica. Il prezzo medio a unità è di 5,85, in leggero calo rispetto allo scorso anno a causa della maggiore pressione promozionale degli ultimi mesi.

LA SOSTENIBILITÀ. "*La riallocazione nei canali distributivi lascerà delle modifiche strutturali nel mercato*" sottolinea **Eugenio Pomarici** del Cirve "*modifiche delle quali si dovrà tenere conto per rimodulare le strategie delle imprese. Allo stesso tempo sarà necessaria la doppia sfida della transizione ecologica e digitale in ottica green generation. Ma per fortuna la denominazione non inizia da zero*". Oltre all'ampia adesione al protocollo viticolo promosso dal Consorzio di Tutela e all'abolizione dell'uso del glifosato, il 2019 ha visto crescere il numero delle imprese che hanno fatto ricorso alle energie rinnovabili, diventate ormai quasi i due terzi del totale del totale. Inoltre, già nel 2019 a produzione di spumante Docg Bio si attestava a 873mila bottiglie, mentre la produzione con certificazioni di sostenibilità ha raggiunto un milione di bottiglie. Ed oggi le imprese che hanno dichiarato di voler aderire, nel triennio 2020-2022, a certificazioni biologiche ammontano al 20,8% delle case spumantistiche, laddove quelle con certificazioni di sostenibilità ammontano al 6,8% e quelle biodinamiche al 2,6%.

ENOTURISMO. Quello che è mancato in questi mesi nelle colline della Docg è stato l'incoming, su cui si era molto puntato soprattutto dopo il riconoscimento Unesco del 2019. Come ripartire? Se da un lato la ripresa del turismo business sembra al momento più lenta e in generale si immagina una sua riduzione, sul fronte del turismo "leisure", invece, il territorio del Conegliano Valdobbiadene ha le carte in regola per rientrare tra le mete più ambite del post-Covid. In questo processo risultano avere un ruolo importante alcune tendenze che esistevano già e che sono state accelerate dalla pandemia: digitalizzazione, personalizzazione, maggiore enfasi sul benessere, sviluppo sostenibile. Altro fattore è la prevalenza della ricettività complementare (alloggi in affitto, b&b, agriturismi) che, come è stato osservato, nel post-Covid sembra essere preferita dai turisti rispetto all'alberghiero.

Certificazioni mensili dei vini della Denominazione (hl)

Mese	2019	2020	D. 2019/20
Gennaio	53.598	57.036	6 % ▲
Febbraio	51.388	52.807	3 % ▲
Marzo	57.617	71.708	24 % ▲
Aprile	41.925	43.620	4 % ▲
Maggio	78.176	30.008	-62 % ▼
Giugno	48.958	50.486	3 % ▲
Luglio	60.980	64.480	6 % ▲
Agosto	41.464	47.821	15 % ▲
Settembre	45.107	60.269	34 % ▲
Ottobre	76.289	73.908	-3 % ▼
Novembre	75.427	70.043	-7 % ▼
Totale	**632.949**	**624.207**	**-1 % ▼**

fonte: Consorzio Tutela Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore

CHIANTI CLASSICO. UNICO COME LA SUA TERRA.

Ogni bottiglia di Chianti Classico nasce per catturare e conservare i preziosi aromi del primo territorio di vino, fin dal 1716.

Per questo la terra ci distingue e il Gallo Nero ci tutela da ogni imitazione.

CHIANTICLASSICO.COM

ZOWART

BILANCI 1. Sale il fatturato di Valpolicella Negrar: 38,2 milioni e +6,7%

Per il prossimo triennio, Renzo Bighignoli (*foto*) e Gianmichele Giacopuzzi sono stati riconfermati rispettivamente presidente e vicepresidente di Cantina Valpolicella Negrar. La scelta dei soci della cooperativa veronese, chiamati al voto in modalità anti-assembramento (75% di quota di partecipazione, come nelle votazioni in presenza), ha premiato la buona conduzione in un periodo complesso come quello attuale.

I dati di bilancio 2019/20 registrano un incremento dei ricavi sul consolidato 2018/19 a 38.265.000 euro (+6,7%).

La crescita, come ha spiegato il direttore Daniele Accordini, è dovuta **all'aumento di vendite nella Gdo italiana (+18%) ed estera (+15,2%)**, all'acquisizione di nuovi mercati esteri (oggi 55 Paesi per il 56% delle vendite totali) e alla diversificazione dei canali di vendita, considerando che, nella seconda metà dell'esercizio comprendente il primo lockdown, a bilanciare il calo di vendite nei punti vendita chiusi per l'emergenza Covid c'è stato il raddoppio delle vendite dell'e-commerce, attivo dal 2016.

Il presidente Bighignoli parla di buon risultato di bilancio: "*In questo momento storico non è affatto scontato, in quanto siamo tutti consapevoli della complessa situazione economica e produttiva che la Valpolicella sta attraversando, come altri territori vinicoli. I nostri obiettivi sono la continuità, la stabilità e la sicurezza nell'ambiente di lavoro*".

BILANCI 3. A luglio Mezzacorona chiude con ricavi a 193,6 milioni di euro. Luca Rigotti riconfermato alla presidenza

Conti economici condizionati in parte dagli effetti dei primi mesi di crisi da Covid-19 per il Gruppo Mezzacorona, che al 31 luglio 2020 ha registrato ricavi consolidati per 193,6 milioni di euro (+3,7%) realizzando un **utile netto di 2,41 milioni di euro**, in calo del 23% sul bilancio precedente a causa, in particolare, dell'aumento della tassazione. Il valore del conferimento ai soci si è attestato sui 63,5 milioni di euro mentre le rese per ettaro hanno toccato una media di 18.515 euro. Si rafforza il patrimonio netto, che passa da 100,6 a 101 milioni di euro. Un dato che, come sottolinea il riconfermato presidente Luca Rigotti (*foto*), evidenzia la grande solidità patrimoniale e finanziaria.

Presentato anche il bilancio di sostenibilità. Al 31 luglio 2020 i collaboratori del Gruppo erano 496 (+7 unità). Inoltre, per il quinto anno consecutivo, Mezzacorona ha ottenuto la certificazione della produzione dei soci secondo il Sistema di qualità nazionale per la produzione integrata (Sqnpi) e, in stretto raccordo, della certificazione dei vini, a conferma che la strada della sostenibilità è pienamente avviata. Un biglietto da visita importante che sta consentendo di migliorare l'immagine dei prodotti sui mercati internazionali, dove oggi transita l'80% della produzione complessiva. Stati Uniti e Germania restano i due grandi mercati di riferimento tra i 65 Paesi clienti.

BILANCI 2. Ricavi 2020 a +4% per Schenk. Si investe nel digital e nella sostenibilità

Nell'anno della crisi economica, Schenk italian wineries chiude con un incremento dei ricavi. Il gruppo con sede a Ora (in provincia di Bolzano), amministrato da Daniele Simoni (*foto*), con una produzione di 51 milioni di bottiglie, ha annunciato **un fatturato consolidato per il 2020 stimato in 115 milioni di euro**, in incremento sul 2019 del 4 per cento. L'anno ancora in corso si è focalizzato sulla sostenibilità, su investimenti in impianti produttivi e in comunicazione. E saranno questi gli asset di sviluppo futuri.

"*Aver incrementato la presenza in Gdo*" ha spiegato Simoni "*ci ha permesso di bilanciare le perdite che, soprattutto con il primo lockdown, ci sono state nel settore Horeca che, quando è ripartito, ha fatto registrare una grande impennata permettendoci a ottobre di recuperare quasi i valori raggiunti nel 2019*". Una rete distributiva multicanale rappresenta la forza del gruppo, secondo il manager, che si dice particolarmente soddisfatto sia dal lancio del nuovo e-commerce sia del nuovo Prosecco rosé.

Sul fronte ambientale, si sta completando la certificazione Equalitas in tutte le cantine, mentre Lunadoro (a Montepulciano) ha iniziato la conversione a biologico. Negli impianti di Ora si stanno rinnovando le linee di produzione in ottica 4.0 per favorire il risparmio energetico e questo varrà anche per la cantina Bacio della luna, di Vidor (Treviso), che festeggerà il decennale con un metodo classico. Tra le novità del 2021, Simoni ha annunciato anche una linea di vini campani.

FRODI 1. Scoperta contraffazione internazionale di vini pregiati: 9 indagati

Erano attivi dal 2016, operavano prevalentemente nell'astigiano e, tra il 2016 e il 2018, erano riusciti a commercializzare oltre 54 mila bottiglie di falso vino pregiato per oltre 930 mila euro sul mercato elvetico. La maxitruffa è stata scoperta da un'indagine condotta dalla Procura della Repubblica di Asti, in collaborazione con le autorità elvetiche del Canton Ticino, che ha portato il Gip di Asti a emettere nei giorni scorsi nove misure cautelari (di cui 5 arresti e 4 obblighi di dimora), con accuse che vanno dall'associazione a delinquere al riciclaggio, dalla frode in commercio alla contraffazione di Igp e Dop. Una ventina di perquisizioni sono state eseguite in Piemonte e nelle province di Genova, Milano, Roma, Brindisi, Treviso, Pesaro-Urbino. **La contraffazione ha interessato importanti marchi del vino Made in Italy, tra super tuscan e grandi vini piemontesi**, che venivano falsificati, edulcorati, imbottigliati e commercializzati, principalmente in Svizzera. L'indagine, si sottolinea in una nota della Procura di Asti, ha visti impegnati Guardia di Finanza di Asti, Carabinieri di Cuneo e di Alba, Nas di Alessandria e Icqrf-Mipaaf. Già nel giugno 2018 erano state poste sotto sequestro 15 mila bottiglie di vino contraffatto, assieme ad aromi, sciroppi, coloranti, capsule, migliaia di false etichette Doc e Docg per un valore di 200 mila euro. E, in precedenza, oltre 4.800 bottiglie di vino contraffatto erano state sequestrate al confine tra Italia e Svizzera.

FRODI 2. Falsificavano Champagne e prodotti Made in Italy: scoperto laboratorio nel Napoletano

Una fabbrica clandestina utilizzata per il confezionamento di bevande è stata sequestrata a San Giuseppe Vesuviano, in provincia di Napoli, dalla Guardia di Finanza e dall'Icqrf. Individuati quasi 1.400 litri tra falso Champagne, olio ed alcool etilico privi delle indicazioni obbligatorie in materia di tracciabilità alimentare e contraffatti. I locali, in un seminterrato di un edificio residenziale, erano perfettamente allestiti per l'etichettatura di bottiglie contenenti falso vino a marchio "Moet&Chandon". Le bottiglie sequestrate, fanno sapere i militari del Comando provinciale della Gdf di Napoli, sono 774 di Champagne, 804 di olio "Sapio" e di alcool etilico delle distillerie "La Sorgente" e "Fiume". Rinvenuti quasi 130 mila accessori per il confezionamento, fra tappi, etichette, contenitori in cartone, capsule copri-tappo in alluminio, con loghi e falsi marchi tra cui anche "Made in Italy". Infine, nell'operazione sono stati sequestrati anche 1.100 contrassegni di Stato per bevande alcoliche con il logo contraffatto della Repubblica Italiana. Due persone (una 55enne e un 48enne originari di Sarno) sono state denunciate per contraffazione e ricettazione. **Se immessi sul mercato, i prodotti avrebbero consentito un guadagno di oltre 120 mila euro.** – G. A.

BILANCI. Ricavi Terre Cevico in calo a 159 milioni di euro ed export in aumento. Nannetti riconfermato presidente

L'effetto Covid si fa sentire sui ricavi di Terre Cevico, ma la cooperativa romagnola guarda al futuro con un piano di sviluppo industriale importante. I risultati della gestione 2019-2020 (al 31 luglio) dicono che, rispetto al bilancio precedente, il fatturato aggregato è sceso da 167 a 159 milioni di euro, il patrimonio netto è passato da 71 a 72 milioni, l'export è salito da 49,3 a 52 milioni, il plusvalore riconosciuto ai soci è stabile a 7,1 milioni di euro.
Considerando la difficile situazione a livello internazionale, spicca la crescita delle esportazioni, soprattutto in Cina, Giappone, Stati Uniti e Russia. Positivi anche i dati sul biologico, che segnano un +35% a valore in un anno, con il raddoppio delle vendite in Canada e buone performance nei Paesi asiatici ed europei. In Asia, in particolare, il blocco delle dogane in Cina per oltre sei mesi ha comportato un calo nei volumi, compensato da un +60% in Giappone. In Italia, l'aumento è del 26,5% (4,9 milioni di bottiglie vendute). Oggi le bottiglie di vini bio vendute all'estero da Terre Cevico sono 6.132.000.
L'assemblea ha rinnovato le cariche, confermando Marco Nannetti alla presidenza e vicepresidenti del gruppo Franco Donati (Le Romagnole) e Maddalena Zortea (Colli Romagnoli). Il piano industriale 2020/24 interesserà la sede dei due principali stabilimenti di produzione, Lugo e Forlì. Asse portante del progetto, nel segno della sostenibilità economica e ambientale, è il tema dell'industria 4.0, che prevede il potenziamento dell'automazione delle aree di stoccaggio, logistica, ampliamento dei serbatoi delle aree di cantina per la messa in rete di tutte le fasi di gestione e produzione delle sedi del gruppo. A Lugo, in particolare, sarà realizzato un nuovo grande magazzino, a Forlì un nuovo stabilimento a fianco di quello attuale. – **G. A.**

NOMINE 1. Sella&Mosca promuove a Dg l'enologo Pinna

Giovanni Pinna (*foto*) è il nuovo direttore generale di Sella&Mosca, cantina alghere se da 540 ettari, di proprietà del gruppo Terra Moretti vino dal 2016. La decisione presa dal nuovo ceo, Massimo Tuzzi, che si è insediato a ottobre, rientra nei piani annunciati dalla società, che prevedono la valorizzazione del capitale umano presente nelle varie tenute. Infatti, **Pinna è enologo in Sella&Mosca da oltre 20 anni, docente di Enologia presso l'Università di Sassari** (Facoltà di viticoltura ed enologia), vicepresidente dell'Assoenologi Sardegna e presidente del Consorzio del Vermentino di Sardegna. Pinna è chiamato a continuare il lavoro di rinnovamento. "*È la persona giusta*" ha detto Francesca Moretti, presidente del Gruppo Terra Moretti vino "*visto che è da anni in azienda, gestisce il personale di cantina e di campagna, è agronomo ed enologo*". "*È una grande responsabilità*" afferma il neo dg "*ma, nel contempo, è una sfida entusiasmante. Facciamo parte di un gruppo molto forte che ha riposto nella qualità le basi di ogni sua singola cantina*".

NOMINE 2. Baglio di Pianetto ha scelto Francesco Tiralongo

Nuovo amministratore delegato per Baglio di Pianetto, cantina siciliana della famiglia Marzotto (750 mila bottiglie annue e ricavi per oltre 3 milioni di euro). Il consiglio di amministrazione ha nominato **Francesco Tiralongo** (*foto*), 53 anni, che ha lavorato ai vertici di Marchesi de' Frescobaldi, Mionetto, Donnafugata e, più di recente, Cantine Settesoli. Tiralongo succede a Renato De Bartoli.
"*Organizzazione e marketing sono due ambiti che da sempre caratterizzano il mio percorso professionale. Già ora*" commenta Tiralongo "*ci sono tutti gli ingredienti per evidenziare con ancor più forza l'identità dell'azienda, che può contare sul valore di aree produttive uniche per il carattere che infondono ai loro vini e, naturalmente, sulla forza del brand Sicilia*". La presidente di Baglio di Pianetto, Dominique Marzotto, figlia del conte Paolo Marzotto (scomparso a maggio scorso e ultimo tra i figli maschi di Gaetano junior), si è detta "*pienamente fiduciosa*" nel passaggio di testimone: "*Il nostro auspicio è di proseguire nel percorso di crescita*".

NOMINE 3. Nicolato nuovo presidente di Vitevis: "Obiettivo sostenibilità e massima cura nel vigneto"

Silvano Nicolato è il nuovo presidente della società cooperativa agricola Vitevis, **realtà nata cinque anni fa dall'unione delle Cantine Colli Vicentini, Gambellara e Val Leogra** che, nel 2019, ha incorporato anche la Cantina di Castelnuovo del Garda. Nicolato, che è stato per 11 anni vicepresidente, prende il posto di Luciano Arimini. Sarà affiancato dai due vice: Matteo Lovato e Alessandro Bianchi. Vitevis conta oggi circa 2.800 ettari, dal lago di Garda alla Lessinia, dalla Valpolicella a Soave, fino ai Colli Berici e Gambellara, con una proposta enoica comprendente 49 denominazioni, e un fatturato di circa 50 milioni di euro.
"*Uno dei nostri principali obiettivi*" spiega Nicolato "*è la massima cura nella gestione del vigneto, che riteniamo sia la base per ottenere un prodotto finito di qualità. Nel 2018, abbiamo ottenuto la certificazione Sqnpi per le linee tecniche di difesa integrata, utilizzate per preservare le risorse naturali per le generazioni future. Intendiamo procedere su questa strada*".

C'è chi scarta
regali e chi
scopre sapori.

Scopri le nostre
confezioni speciali su

tonnocolimena.com

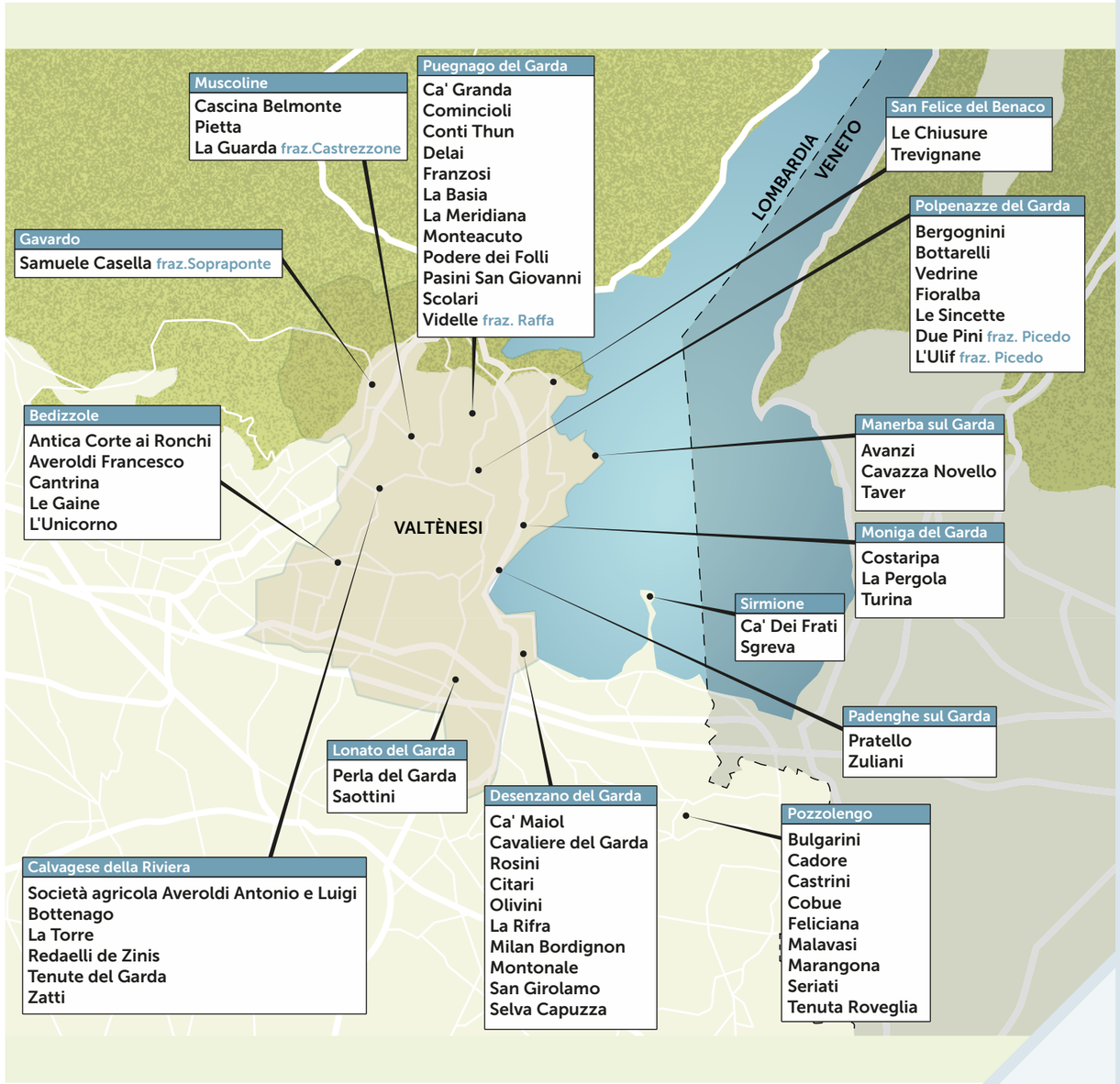
COLIMENA
LA FABBRICA DEL TONNO

GAMBERO ROSSO X CONSORZIO VALTÈNESI

Nel nome del "Rosa" il Valtènesi Doc Riviera del Garda, un'eccellenza italiana

1. *Uno splendido vigneto-giardino con i filari di uva groppello che si affacciano sul Lago di Garda Qui sotto la cartina con le cantine che aderiscono al Consorzio Valtènesi*

Se c'è un terroir del vino italiano che ha puntato in maniera decisa sulla sua identità, questo è senza dubbio la Valtènesi appellazione della "Riviera del Garda Classico" in Provincia di Brescia. La zona si contraddistingue per comuni affacciati sul lago da Desenzano a Gardone Riviera e comuni dell'entroterra adagiati sulle prospicenti colline moreniche da Lonato a Puegnago del Garda. Qui il vitigno autoctono Groppello è da sempre l'uva da cui nascono i vini che parlano di lago. Un vino sempre più vinificato in rosa, grazie al "metodo Molmenti", messo a punto a fine '800 dal senatore Pompeo Molmenti, anche sindaco per diversi anni di Moniga del Garda, che chiamò la sua creatura "il vino di una notte" perché le uve, pressate in modo soffice, restavano a contatto col mosto appunto poche ore, una notte, per dare al vino il caratteristico colore di "petalo di rosa".
Il groppello deve il suo nome alla forma compatta del suo grappolo, simile ad un "groppo", in dialetto "nodo". È il vitigno tipico della sponda bresciana del Garda e si trova solo in Valtènesi (da non confondere con il Groppello di Revò, una piccolissima nicchia di produzione nella trentina Val di Non).
Si tratta di un vitigno autoctono, il cui "ecotipo" più diffuso è il groppello gentile, facile a riconoscersi per la forma dell'apice e il grappolo sempre alato di medie dimensioni e di forma cilindrica. Il suo acino ha una buccia molto sottile che può presentare sfumature di colore diverse dal blu intenso dell'apice fino al rosso giallastro della parte distale.
«Insomma - dicono al Consorzio - lo consideriamo il nostro vitigno per eccellenza, l'uva che ci identifica da generazioni nelle diverse produzioni di vino in purezza o in uvaggi che comprendono altre varietà. Lo amiamo come le cose familiari, che si conoscono ancora prima di imparare a camminare, e che ci accompagnano poi un passo dopo l'altro nella vita».



❖ *Consorzio Valtènesi - Puegnago del Garda (BS) - Villa Galnica - via Roma, 6*
0365555060 - consorziovaltenesi.it

PROGRAMMI TV. Le Grandi Cantine, nuovo format del Gambero Rosso per scoprire l'Italia del vino

Ha preso il via lunedì 14 dicembre, con la cantina Colle Massari, il nuovo format tv del Gambero Rosso dedicato a "Le Grandi Cantine". **Sette puntate, in onda ogni lunedì e martedì (alle 15.30 e alle 20.30) sul canale Gambero Rosso Hd, in compagnia di Marco Sabellico**, curatore della guida Vini d'Italia, in cui si racconta una realtà vitivinicola italiana che vale il viaggio. In ciascun episodio, della durata di 30 minuti, Sabellico si confronta con enologi, proprietari vinicoli e personaggi che hanno dedicato una vita intera al lavoro in vigna e in cantina.

Ogni puntata è occasione per ripercorrere la genesi e l'evoluzione di realtà d'eccellenza della viticoltura nazionale. Il format è studiato per un pubblico generalista, con un racconto del vino comprensibile per tutti, ma non mancano riferimenti ai mercati nazionale ed estero, in compagnia di responsabili marketing ed export delle aziende visitate. Dopo il secondo episodio con Cantina Ridolfi, lunedì 21 toccherà a Rocca di Castagnoli, poi Val di Suga, Consorzio Lambrusco, Santi Illasi, Consorzio Tullum/Feudo Antico.

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

21 E 22 DICEMBRE
❖ **LE GRANDI CANTINE**
Gambero Rosso HD
canale 132 e 412 di Sky
alle 15.30 e 20.30

28 E 29 DICEMBRE
❖ **LE GRANDI CANTINE**
Gambero Rosso HD
canale 132 e 412 di Sky
alle 15.30 e 20.30

4 GENNAIO
❖ **LE GRANDI CANTINE**
Gambero Rosso HD
canale 132 e 412 di Sky
alle 15.30 e 20.30

18 GENNAIO
❖ **VINI VERI ASSISI**
Assisi (Perugia)
Valle di Assisi Hotel
& Spa Resort
viniveri.net

16 GENNAIO
❖ **NEBBIOLO NEL CUORE**
Roma
Radisson Blu Hotel
via Turati 171
fino al 17 gennaio
nebbiolonelcuore.com

24 GENNAIO
❖ **THE WINE REVOLUTION**
Sestri Levante (Genova)
Baia del Silenzio
Ex convento
dell'Annunziata
fino al 25 gennaio
thewinerevolution.it/it

25 GENNAIO
❖ **MILLESIME BIO**
EDIZIONE DIGITALE
Montpellier (Francia)
fino al 27 gennaio
millesime-bio.com/en

28 GENNAIO
❖ **HONG KONG**
INTERNATIONAL
WINE AND SPIRITS FAIR
Hong Kong convention
and exibition centre
fino al 1 febbraio
event.hktdc.com/fair/
hkwinefair-en/HKTDC-
Hong-Kong-International-
Wine-and-Spirits-Fair/

7 FEBBRAIO
❖ **CHE BOLLE**
Bariano (Bergamo)
Convento dei Neveri
via Per Romano, 17
fino all'8 febbraio
chebolle.it

26 FEBBRAIO
❖ **ANTEPRIMA**
AMARONE 2017
EDIZIONE DIGITALE
fino al 27 febbraio
consorziovalpolicella.it/it/

28 FEBBRAIO
❖ **GRANDI LANGHE**
ON THE ROAD
in 13 città italiane
grandilanghe.com

GAMBERO ROSSO
DELI.very good
2020 - 2021
Ti va una pizza, un piatto, un gelato, un caffè, un panino?
Non puoi o non vuoi uscire?
DALL'8 DICEMBRE 2020 AL 31 GENNAIO 2021
potrai scoprire con Gambero Rosso dove acquistare prodotti di qualità
e deliziose ricette da gustare direttamente a casa tua.
partner per il delivery sumup
Clicca qui e vai alla sezione speciale
partner
innovaPACK RISTORAZIONE MONOUSO 2.0

Le grandi cantine del Piemonte

TENUTA SANTA CATERINA
1737
GRAZZANO BADOGLIO

Via Guglielmo Marconi, 17 | 14035 Grazzano Badoglio (AT)
www.tenuta-santa-caterina.it | ☎ 0141 925108

La Famiglia Alleva ha acquistato la Tenuta nel 2000 avviando un attento restauro conservativo degli antichi fabbricati. Per quanto riguarda i vigneti, la zonazione ha permesso di scegliere con cognizione di causa i vitigni, i portainnesti e i cloni più adatti alle caratteristiche dei terreni. Ecco le varietà messe a dimora: chardonnay, sauvignon blanc, nebbiolo, barbera, freisa e grignolino, per un totale di nove etichette. L'azienda fa parte del progetto Monferace: un'Associazione dedicata al Grignolino alla quale partecipano produttori del Monferrato Casalese e dell'Astigiano. Si affianca alla tenuta un elegante Relais con ampi ed eleganti spazi in comune, salotti, sala lettura, sei suites, ciascuna dedicata a un vino della Tenuta.

M.to Bianco Salidoro '18

Blend di Chardonnay e Sauvignon blanc coltivati nella Vigna Strada di Valpagna, in suoli di origine marina. Dotato di grande sapidità e mineralità, il vino, dopo l'affinamento in bottiglia, si presenta con un affascinante colore dorato. Palato fragrante ed equilibrato. Da abbinare a piatti a base di pesce.

Barbera d'Asti Sup. Setecàpita '16

Naso molto intenso di frutti rossi da sottobosco, spezie e una piacevole nota animale. Il sorso è fresco, con tannini ben presenti. Palato elegante. Ottimo con i primi di pasta conditi con sughi di carne, con affettati e le carni bianche.

Freisa d'Asti Sup. SorìdiGiul '15

Sorì di Giul è la dedica di Guido Carlo Alleva alla figlia Giulia, innamorata e grande sostenitrice del vitigno freisa. Ricca di profumi e di struttura, interpretata secondo la più autentica tradizione piemontese, con un lungo affinamento in legno. Perfetto per accompagnare carni bianche e rosse.

Le grandi cantine del Piemonte

Tenuta Tenaglia
Vini del Monferrato

S.da Santuario di Crea, 5 | 15020 Serralunga di Crea (AL)
www.tenutatenaglia.it | info@latenaglia.com | ☎ 0142 940252

Nel 2001 la Tenuta viene rilevata dalla famiglia tedesca Ehrmann, che decide di acquistare e modernizzare questo paradiso, pur mantenendo salde le radici territoriali attraverso professionalità e know-how tutto italiano, per coronare un sogno: quello di produrre vini di alta qualità. Sabine Ehrmann, primogenita di Alois, ma italiana di adozione vivendo nel nostro bel Paese da più di vent'anni, gestisce la tenuta vitivinicola dal 2004 con profonda conoscenza e grande amore per questa terra. La visione dell'azienda sposa pratiche di sostenibilità anche per quanto riguarda l'energia che deriva da fonti rinnovabili. Dalla primavera 2018 la Tenuta si è dotata di stazioni di ricarica per veicoli elettrici, per un'accoglienza aperta e attenta alle buone pratiche per il futuro.

Barbera del Monferrato Superiore 1930 Una buona annata

Prodotto da uve barbera, presenta un colore rosso intenso con riflessi violacei. Il profumo è coinvolgente, con sentori di frutti a bacca nera e spezie. Al palato si offre morbido, armonioso, opulento, con note di vaniglia in grande equilibrio. Ideale l'abbinamento con i piatti della cucina regionale a base di tartufo.

Barbera d'Asti Giorgio Tenaglia

Prodotto da uve barbera provenienti dai vigneti più vecchi della tenuta, è intenso al naso con sentori di spezie, vaniglia e frutta matura. Al palato si presenta morbido, raffinato, persistente e di grande struttura. Accompagna splendidamente i piatti della cucina regionale, gli agnolotti, i bolliti misti, le carni rosse e la selvaggina.

Grignolino del M.to Casalese

Grignolino in purezza, è di colore rosso chiaro con riflessi aranciati e si distingue per l'intensità olfattiva. Spiccano note floreali e di fragola in equilibrio con la fragranza del pepe nero. Al palato si rivela armonico, elegante, piacevolmente tannico con retrogusto persistente. Si abbina con antipasti, lenticchie e cotechino, salumi, pesce, carni bianche, formaggi di media stagionatura, fritto misto alla piemontese.

OUTLOOK. Tre segmenti da osservare nel 2021. Le previsioni Wine intelligence

Sono tre i macro ambiti da tenere sott'occhio per i prossimi dodici mesi, secondo le previsioni di Wine Intelligence. Il 2021 si caratterizzerà, infatti, per grandi rivoluzioni e investimenti nel mondo dell'e-commerce, per la crescita di formati e packaging alternativi e per l'ascesa della categoria wine seltzer.

CONSUMI. Nel 2021, l'arrivo delle vaccinazioni su larga scala consentirà probabilmente alle persone di tornare a viaggiare e, quindi, al settore dell'ospitalità di tornare lentamente ai ritmi pre-pandemia soprattutto da luglio in avanti. Questo porterà benefici a quei vini a maggior valore aggiunto che torneranno a circolare nel canale Horeca. Sicuramente, come osservano gli esperti di Wine Intelligence, **il calo del potere d'acquisto della popolazione e le difficoltà economiche di molti mercati globali potranno condizionare negativamente le vendite.** Da un altro lato, però, il lockdown ha consentito al vino di tornare a essere un'abitudine quotidiana per molte fasce di consumatori e per un po' di tempo sarà così.

È probabile che il prossimo anno si vada incontro a un calo dei volumi di vino e a un aumento del prezzo medio a bottiglia, più per il probabile aumento delle tasse sui beni voluttuari da parte di molti governi mondiali, con l'obiettivo di risanare i deficit di bilancio, che per un consumatore che acquista prodotti di prezzo superiore. Inoltre, occorrerà tenere conto degli stock in eccesso nella pancia di molti Paesi produttori.

NEW PACKAGING. Altro tema riguarderà i formati alternativi al vetro, la cui leadership non è certo in discussione, ma è messa in dubbio dalle preoccupazioni sulla sua sostenibilità in fase produttiva. Pertanto, dopo un 2020 che ha sancito il successo del bag-in-box tra le mura domestiche e del vino in lattina, il 2021 proseguirà sulla strada della praticità, della salubrità (intesa come controllo delle porzioni) e della conservabilità del vino.

E-COMMERCE. Il 2020 è stato anche l'anno in cui, in assenza di un enoturismo che nei numeri tarderà a tornare ciò che era prima, le imprese si sono sforzate di entrare in contatto diretto coi consumatori. Anche attraverso le piattaforme online che anche nel 2021, secondo Wine Intelligence, saranno protagoniste. I grandi investimenti attesi per questo canale consentiranno di affermare un nuovo modello di consegna rapida. Non conteranno più prezzo o gamma ma l'immediatezza e questo varrà innanzitutto per il food&wine di fascia più alta.

SELTZER. Infine, gli hard seltzer: sorprendente categoria affermatasi negli ultimi cinque anni e che (secondo stime Iwsr citate da Wine Intelligence) è destinata a crescere con percentuali a tre cifre entro il 2023. Un terreno su cui, certamente, i brand vinicoli si cimenteranno in modo più deciso, investendo risorse, per intercettare i consumatori con seltzer a base di vino.

Cosa sono gli hard seltzer?

Si tratta di una tipologia di bevanda a basso contenuto di zuccheri, con una gradazione alcolica di circa il 5%, contenente acqua gassata, alcool e spesso aromi di frutta. Prodotti con un processo di fermentazione a freddo e naturale in modo simile alla birra tradizionale, gli hard seltzer sono in genere fermentati con zucchero anziché con malto d'orzo.

KINISIA
www.cantinebirgi.it
BIRGI
KINISIA
ROSSO RISERVA
Terre Siciliane
Indicazione Geografica Protetta
CANTINE BIRGI

GAMBERO ROSSO

PRESENTA IL NUOVO LIBRO DI

peppe guida

le ricette di casa mia

100 ricette a spreco zero
per onnivori, vegetariani
ma soprattutto veri buongustai

IN LIBRERIA E SU GAMBEROROSSO.IT

IN COLLABORAZIONE CON

Pastificio dei Campi
CASA MARRAZZO 1934
CASOLARO L'ITALIANA HOTELLERIE
LA PALMA I Saporiti

IL MIO EXPORT

Cristina Follador – Follador

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

La percentuale export è del 40%. Principali Paesi sono: Inghilterra, Russia, Olanda, Polonia, Sud-Est Asiatico.

2 Dove si vende meglio e dove peggio e perché?

Il mercato estero più ricettivo, al di là di quello nazionale che per noi rappresenta ben il 60% del fatturato, è l'Inghilterra: un mercato che si è sviluppato soprattutto negli ultimi 5-6 anni e che si confronta con un consumatore maggiormente consapevole delle differenze qualitative nell'ambito del Prosecco. Il mercato tedesco è invece saturo da molti anni e i consumatori hanno una percezione differente del gusto del Prosecco.

3 Cosa è cambiato e come stanno andando le esportazioni prima e durante il lockdown?

Lavorando per la maggior parte con il canale Horeca anche all'estero è stato inevitabile un crollo nelle vendite. Si sono salvati alcuni Paesi, come la Costa Rica, dove i casi Covid sono limitati e il lockdown ridotto ha permesso di lavorare comunque. Siamo in forma ridotta presente nella grande distribuzione ad alto livello come Waitrose in Uk dove siamo riusciti a mantenere un lavoro di tutto rispetto.

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

Senz'altro bisogna riconoscere la difficoltà dei nostri distributori a ripartire. Da questa necessità deriva la nostra decisione di supportarli, agevolando i loro stessi clienti con attività promozionali e iniziative didattiche al fine di incentivare l'interesse nelle aziende loro fornitrici. Come? Con master classes mirate alla presentazione dei vari prodotti, per esempio, webinar che consentano alle forze vendite di interagire direttamente con l'azienda.

5 Come promuovete normalmente i vostri vini all'estero e come lo state facendo in questo periodo di emergenza Covid-19?

Solitamente le fiere internazionali (ProWein e Vinitaly) sono gli eventi grazie ai quali si è potuto arricchire il nostro portafoglio clienti. La strategia che in questo momento ci permette di continuare a promuoverci è l'attività di marketing. Ne sono esempi: la collaborazione con realtà iconiche come la National Gallery di Londra; le sponsorizzazioni di eventi golf, in partnership con brand importanti (come BMW) nel corso dei vari Open; il supporto alla Fondazione Gianluca Vialli & Mauro per la lotta contro la Sla; la promozione del brand attraverso i canali social. Quest'ultima attività ci consente di aumentare le vendite attraverso il nostro shop online implementato circa due anni fa.

❖ Follador - Col San Martino - Treviso - folladorprosecco.com

NEL PROSSIMO NUMERO
FERRARIS AGRICOLA

“L’ITALIA DEL VINO DOVRÀ RIPARTIRE COSÌ”. PARLA TERESA BELLANOVA

A fine 2020, la Ministra per le Politiche agricole intervistata dal settimanale Tre Bicchieri fa il punto sull’anno peggiore per l’agroalimentare italiano. Tavolo del vino e standard unico di sostenibilità, le prossime tappe. Vietato sprecare i 209 miliardi del Recovery Fund

a cura di Gianluca Atzeni

Un anno in apnea nel vero senso della parola quello vissuto dalla Ministra per le Politiche agricole, **Teresa Bellanova**, che, in questa intervista al settimanale Tre Bicchieri, ripercorre le tappe vissute dal sistema agroalimentare e vitivinicolo italiano dall’inizio della pandemia. Ma, soprattutto, spiega e illustra quali saranno le linee guida per la ripartenza. Il vino italiano si è complessivamente difeso dall’attacco del Covid-19 ma per molti imprenditori il periodo più difficile dovrà ancora venire.

In questo scenario, reso ancora più incerto dai venti di crisi che hanno soffiato sul Governo Conte, con la Bellanova che aveva minacciato di dimettersi per diversità di vedute sui fondi del Recovery plan, il supporto istituzionale sarà ancora più importante in funzione della ripresa nel 2021. Ma la ministra sembra voler guardare decisa al futuro, mettendo in evidenza alcuni concetti: il vino ha pagato un conto salato alla pandemia e per il suo rilancio ha bisogno di “*un nuovo Piano di sviluppo*" che dovrà scaturire dal confronto con la filiera al Tavolo vino. Le risorse a disposizione saranno trovate a patto che si proceda attraverso uno scambio costruttivo tra imprenditori e Mipaaf.

Ministra Bellanova, proviamo a tirare le somme di questo 2020. Innanzitutto, si sarebbe mai aspettata un anno del genere?

Abbiamo dovuto fronteggiare criticità e situazioni drammatiche che nessuno di noi poteva prevedere. Lo voglio dire con chiarezza: non dimenticheremo mai quanto abbiamo vissuto nei primi mesi della pandemia e non saremo mai abbastanza grati a tutte quelle donne e tutti quegli uomini che si sono spesi con una dedizione e abnegazione enormi, senza avere altra preoccupazione che dare aiuto, proteggere la vita. Non è un caso se ho parlato di quella agroalimentare come Filiera della vita. Abitata, come quella sanitaria, per la maggior parte dalle don- ››

Teresa Bellanova

Una vita vissuta in agricoltura già dall'età di 14 anni a lavorare nei campi quella di Teresa Bellanova, pugliese di Ceglie Messapica, nata nel 1958. Sempre giovanissima, entra nella federazione braccianti della Cgil e da allora ha vissuto una carriera da sindacalista, conducendo lunghe battaglie contro il caporalato, fino al suo ingresso in politica avvenuto nel 2006, come deputata all'interno del Partito democratico. Dopo essere stata vice Ministro allo Sviluppo economico durante il Governo Renzi, da settembre 2019 è Ministra delle Politiche agricole nel Governo Conte-bis, in quota a Italia viva.

ne. Una filiera per me strategica che ha dimostrato al Paese l'intreccio fortissimo tra garanzia degli approvvigionamenti, sovranità, salute e sicurezza alimentare, diritto al cibo e cibo di qualità per tutti, tenuta sociale delle comunità.

La filiera come ha reagito?
Sono stati mesi durissimi e complicati, sotto tutti i punti di vista, non ancora finiti, che ci consegnano una lezione importante: l'interdipendenza assoluta tra tutti gli anelli della filiera, canale Horeca incluso. Se abbiamo individuato "ripresa e resilienza" come parole chiave di questo momento complesso e difficile, dobbiamo aggiungerne una terza altrettanto fondante: alleanza e leale collaborazione. Nella filiera istituzionale, nel rapporto con il settore, in quello con i consumatori che hanno diritto a informazioni trasparenti e corrette. Su questo, proprio il mondo del vino può dare lezioni importanti.

In che momento ha avuto la precisa sensazione che la crisi sanitaria sarebbe diventata economica e sociale?
Fin da subito. Un dramma nel dramma. Quando sono cominciate ad arrivare le prime informazioni convulse sui blocchi alle frontiere, o sulle richieste, assolutamente indebite e inopportune, infondate, di certificati virus free per i nostri prodotti. Sleale concorrenza sotto tutti i profili. In quel momento mi è stato subito chiaro che questa filiera stava correndo un rischio enorme, e così l'intero Paese. E che bisognava lavorare fin da subito per fronteggiare contemporaneamente le due emergenze, sanitaria ed economica. Mentre chiedevamo ai cittadini rinunce e limitazioni nella loro vita quotidiana, tanto da restare chiusi nelle case, ad altre donne e uomini chiedevamo di continuare a lavorare per garantire cure mediche, e cibo: sui banchi e negli scaffali.

Come giudicherebbe, in estrema sintesi, la risposta data da questo Governo alla pandemia da Covid relativamente all'agricoltura nel suo complesso?
Ho avuto fin dal primo momento un unico assillo: mettere in sicurezza la filiera agroalimentare. Garantire sostegno e liquidità alle imprese per tutelare lavoratrici e lavoratori, e tutto il necessario per impedire che anche una sola azienda fosse costretta a chiudere. Il mio impegno, e quello dei miei uffici, è stato no stop. E non sempre, le assicuro, è stato semplice convincere i colleghi di governo delle difficoltà di segmenti che comunque continuavano a lavorare mentre altri erano fermi. Dal primo Decreto, il Cura Italia, agli ultimi due Decreti Ristori, alla prossima Legge di Bilancio adesso in discussione in Parlamento, le risorse complessivamente destinate al settore ammontano a oltre 5 miliardi, al netto delle misure orizzontali. Misure definite grazie a un costante e continuo confronto con l'intera filiera, consapevoli appunto della sua assoluta strategicità per il Paese e della necessità di garantire puntelli più che solidi e forti in vista della ripresa. ››

Le misure per il vino

Durante il 2020, sono state diverse le misure adottate da Governo e Mipaaf per mitigare gli effetti della crisi economica. Adeguandosi ai nuovi regolamenti Ue per far fronte alla crisi dei Dazi Usa e alle incertezze sul mercato cinese (Hong Kong), le imprese hanno potuto usufruire di maggiore flessibilità sulle regole dell'Ocm Promozione, hanno visto incrementare il cofinanziamento pubblico dal 50% al 60%. Per evitare il surplus di vino e offrire ristoro ai produttori, è stata avviata la distillazione di crisi per i vini comuni (50 milioni di euro). Per contenere i volumi, 100 milioni sono andati alla riduzione volontaria di Dop-Igp. I 60 milioni rimasti inevasi sono andati alla decontribuzione a carico dei datori di lavoro e allo stoccaggio dei vini Dop-Igp (9,5 mln).

›› ***Per il settore vitivinicolo, attraverso i vari decreti d'urgenza del Governo, si è intervenuti su diversi fronti: flessibilità sull'Ocm Promozione, distillazione dei vini comuni, riduzione volontaria delle produzioni Dop-Igp, decontribuzione e ora con lo stoccaggio. Alcune misure non hanno avuto il successo sperato anche se le risorse sono state comunque riassegnate. C'è qualcosa che andava fatta meglio?***
È stata una fase molto difficile per tutti. Con la chiusura dell'Horeca e la ridotta diversificazione dei mercati e dei canali di vendita, alcuni settori, tra cui il vitivinicolo, hanno pagato il conto più salato di uno scenario di crisi dove rischia adesso di insediarsi l'incertezza. Un conto rilevante anche per le imprese più dimensionate che comunque, potendo contare su strutture commerciali, finanziarie e patrimoniali più robuste, evidentemente sono caratterizzate da una resilienza più elevata. La nostra qualità e la nostra eccellenza nel mondo è fatta dalla amplissima tastiera e ricchezza di cui la filiera vitivinicola è costituita, dalla combinazione delle innumerevoli linee di nicchia, dalla straordinaria scelta a disposizione di un canale fondamentale come quello della ristorazione, dal posizionamento sui mercati interno e globale, dall'alleanza con i consumatori. Questa straordinaria ricchezza, che si riflette nelle oltre 500 cultivar e si traduce anche nelle 525 Denominazioni di origine, noi – non a caso dico noi – dobbiamo essere capaci di traghettarla per intero. Proprio per questo, abbiamo destinato al vino risorse e strumenti ad hoc per rispondere in modo mirato alle sfide che i mercati stanno ponendo alle imprese.

Ci faccia alcuni esempi?
Abbiamo lavorato per garantire l'esonero contributivo nei primi sei mesi del 2020 e anche per novembre e dicembre per oltre un miliardo. Abbiamo individuato nel Fondo Ristorazione, destinandovi 600 milioni, uno strumento efficace per sostenere ristorazione e filiera agroalimentare soprattutto nei segmenti di eccellenza. Abbiamo destinato espressamente al settore misure, strumenti e risorse per circa 100 milioni, oltre a quelli più generali per l'immediata liquidità insieme al fondo perduto. Abbiamo lavorato intensamente per dare attuazione a quelle misure adottate dalla Commissione europea, per lo più finalizzate a garantire maggiore semplificazione e flessibilità di misure già attuate. Sosteniamo la necessità di uno specifico Tavolo-vino nell'ambito delle azioni mirate ad export e internazionalizzazione; tavolo che conto di poter fissare quanto prima insieme al Ministro Di Maio. Le sfide che il periodo e i mercati stanno ponendo alle imprese richiedono analisi e ricerche specifiche e comportano rilevanti investimenti materiali e immateriali. Perché accada come deve, siamo disponibili ad accompagnare il settore su più fronti. Serve un nuovo "Piano di sviluppo" dell'intera filiera vitivinicola italiana, in grado di parlare al futuro e guardare a quello che succederà nei prossimi anni. Di certo, se oggi dovessi affrontare una criticità così globale, con l'esperienza appresa, per alcu- ››

›› ne azioni avrei un approccio diverso. Ma so che è stato fatto tutto quello che era in nostro potere.

Nel confronto le istituzioni europee, l'Italia sta insistendo nel chiedere più risorse, oltre ai 300 milioni del pacchetto Ocm. Cosa dobbiamo attenderci da Bruxelles?
Le ripercussioni sul settore vitivinicolo sono rilevantissime e ai problemi legati al Covid – anche per la chiusura e limitazioni subite dal canale ristorazione – si aggiungono le difficoltà dovute alla recessione globale, ai problemi di esportazione in taluni importanti mercati, in primis la Russia, all'incertezza per la Brexit. Per questo, ho chiesto all'Europa coraggio e visione, investimenti straordinari per il settore con risorse extra Pac, semplificazione, rapidità, efficacia, concretezza. Da poco, come sa, abbiamo chiuso in Consiglio l'accordo sulla Pac post 2020 e siamo alle prese con i triloghi per la finalizzazione della riforma.

LE PAROLE CHIAVE
PER TERESA BELLANOVA

Ripresa
Resilienza
Alleanza
Sostenibilità
Digitale
Coraggio
& visione
Comunicazione
Blockchain
Promozione

Resta il nodo delle risorse Ocm vino.
In questo contesto, le risorse destinate all'Ocm vino, continuano ad essere il principale strumento di intervento per il settore, ma non bastano. Il settore vitivinicolo, per la sua importanza economica ma anche per quello che rappresenta a livello territoriale, turistico e sociale, ritengo meriti più attenzione. Per questo, occorre lavorare insieme, in modo convinto e condiviso, per migliorare la capacità di realizzazione degli strumenti necessari a rilanciarlo e fornire il sostegno necessario a superare questa fase. La riflessione va aperta subito per verificare quali soluzioni adottare così da sostenere, incentivare e rendere maggiormente efficaci gli strumenti per favorire le nostre imprese, soprattutto nelle esportazioni nei mercati interni e nei Paesi terzi.

L'incognita Brexit, coi negoziati in corso, e i Dazi Usa sui vini Ue, alla luce della imminente presidenza Biden, sembrano fare ora meno paura?
Lo scenario impone massima attenzione. Lo traduco sul versante europeo: essere capaci di difendere e rafforzare l'unità d'azione comune e la coesione tra gli Stati membri. Serve un dialogo costruttivo, un'azione corale e di sistema. Dobbiamo attrezzarci con strategie sempre più complesse e differenziate e, soprattutto, mettere al centro la promozione all'estero come componente principale delle politiche pubbliche per valorizzare e difendere al meglio i nostri prodotti. L'ho ribadito anche nel corso dell'ultima Cabina di regia per l'Italia internazionale: essere capaci di sviluppare sempre di più una logica integrata nella promozione, per portare nel mondo non solo un prodotto ma quel "pezzo d'Italia" da cui trae origine, in termini di territorio, cultura e stile di vita. Dobbiamo sviluppare ulteriormente questo filone, a difesa soprattutto di indicazioni geografiche che valgono quasi 10 miliardi di export.

L'allentamento del Patto di stabilità europeo e le risorse che il Recovery fund metteranno a disposizione dal 2021 in avanti sono un'occasione unica per fare gli investimenti necessari nel settore primario. Lei ha dichiarato che il Mipaaf è pronto a recitare una parte da protagonista nella capacità di spenderle. Quali pensa debbano essere le direttive d'azione?
L'occasione offerta dal Recovery non può essere sprecata: quei 209 miliardi devono essere assolutamente al servizio del rilancio del Paese. Per quanto ci riguarda, non abbiamo dubbi: competitività del settore agroalimentare, attraverso progetti che includono i contratti di filiera del settore agricolo e della pesca; creazione e rafforzamento delle infrastrutture logistiche per favorire lo sviluppo del potenziale nell'export delle piccole e medie imprese agroalimentari italiane e della pesca; rigenerazione dei sistemi produttivi, a partire da quelli che possono permettere all'Italia di riconquistare una posizione leader a livello mondiale facendo leva sullo straordinario patrimonio di biodiversità che caratterizza il nostro Paese. E recupero delle aree interne. Agricoltura, pesca, acquacoltura, agroalimentare devono giocare un ruolo determinante nel rilancio e nel futuro del Paese. Perché hanno dimostrato non solo di essere settori ad alta capacità espansiva e potenziale di crescita e perché sono capaci di attrarre in modo evidente le nuove generazioni e le donne, la più straordinaria leva per l'innovazione su cui possiamo contare.

La logistica, come osservato a più riprese in questo 2020, sarà uno degli asset futuri di sviluppo. E l'Italia deve intervenire per sanare decenni di mancati investimenti che potrebbero farle perdere competitività. Cosa ne pensa?
Export e logistica vanno di pari passo. Perché i prodotti ››

›› camminano lungo le reti. Penso alla logistica globale, alle specificità dell'accesso alle piattaforme digitali internazionali dei nostri piccoli produttori, alla necessità di mettere a fattor comune i progetti di ricerca e le possibilità di trasferimento all'estero dell'innovazione tecnologica italiana nel campo agroalimentare.

La Federvini chiede un "piano Marshall" per il rilancio di vino e spirit e del bran Italia. E l'Unione italiana vini insiste per incrementare i fondi Ocm Promozione da 100 a 150 milioni di euro. Le due più grandi sigle di settore che speranze hanno di vedere accolte queste richieste? In che tempi?
L'Ocm vino e i Piani nazionali di sostegno vanno migliorati nella portata e nell'efficacia dell'implementazione nel cui ambito, accanto ai tradizionali strumenti destinati a migliorare le strutture, dobbiamo potenziare espressamente quella dedicata alla promozione, quanto mai necessaria in un momento come questo. Su questo, in particolare, occorre un progetto organico, in grado di mettere a sistema le buone pratiche – e ne abbiamo tante – e a valore tutto quello che di buono siamo riusciti a fare in questi anni, soprattutto per rafforzare l'ambito internazionale, dove il Made in Italy è molto apprezzato. Però, non riusciamo ad essere presenti e forti come potremmo. Se la filiera sarà in grado di mettere in piedi un progetto con questo livello di ambizione, sono sicura che le risorse necessarie per sostenerlo saranno trovate.

Patto per l'export e Tavolo vino al suo interno, sono due strumenti molto attesi dalle cantine italiane per il rilancio del Made in Italy sui mercati esteri. E tutto ciò appare come un'occasione irripetibile per inaugurare un nuovo modo di promuovere il "brand Italia".
Conto di poterlo convocare presto insieme al Ministro Di Maio, con Ice e con tutti i rappresentanti della filiera. Dovrà avere una natura concretamente operativa. Abbiamo bisogno di impostare una grande campagna di comunicazione per conquistare con le nostre eccellenze tutti quei mercati che sono potenzialmente attratti dal Made in Italy. È importante che proprio dalle imprese arrivino le indicazioni per ottimizzare le strategie e le politiche mirate al settore.

La pandemia ci ha posto di fronte alla sfida del digitale. In questo, l'Italia deve recuperare un gap strutturale - e anche culturale - rispetto agli altri Paesi, a fronte di un consumatore che sta cambiando abitudini e guarda ad alimenti facilmente reperibili, salutari e rispettosi dell'ambiente. Ritiene ci possano essere risorse ad hoc nel 2021?
Innovazione è parola d'ordine. In questa fase, abbiamo compreso tutti quanto sia necessario attivare sempre più strumenti cross-mediali, puntare anche sulle piattaforme di e-commerce, potenziare i servizi di delivery, le vendite multicanale e al contempo sostenere i luoghi fisici del commercio. Strumenti che, tra l'altro, potranno essere decisivi nel migliorare le capacità competitiva delle piccole ››

» e medie imprese che hanno sofferto maggiormente in questa crisi. La pandemia ha sicuramente accentuato il problema della frammentazione aziendale quale elemento strutturale di debolezza del sistema. Su questo, dobbiamo intervenire e siamo consapevoli che il digitale è uno strumento essenziale e sul quale il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza così come la nuova Pac potranno incidere in modo determinante.

Non solo il tema del digitale, l'Italia vinicola dovrà puntare sul concetto di innovazione. Ma di che tipo?
È evidente l'urgenza di un'innovazione capace di connettere tutti i segmenti del sistema, anche quelli più piccoli che nel nostro caso sono le piccole e piccolissime imprese, quelle a cui dobbiamo invece rivolgerci con rinnovato interesse, perché sono una componente importante nella dorsale produttiva e rappresentano un irrinunciabile presidio del territorio, della cura e valorizzazione del paesaggio, della produzione di buon cibo. Inoltre, dobbiamo agire attraverso il potenziamento delle azioni di promozione del nostro prodotto anche nel mercato nazionale, oltre che per gli investimenti green e digitali in cantina. E, senza immaginarla come un fine, potenziare la blockchain. Uno strumento importante che, nel contesto più ampio dell'innovazione in agricoltura, va utilizzato al meglio per raggiungere i veri obiettivi che sono la valorizzazione del reddito degli agricoltori, la massima informazione dei cittadini, la sostenibilità economica, sociale, ambientale.

Ministra, lei si è molto battuta lo standard unico di sostenibilità nel vino, che porterebbe l'Italia a essere il primo Paese ad adottarlo. La norma del Decreto Rilancio ha bisogno di un testo attuativo: sarà pronto entro l'anno, come annunciato?
È una misura fortemente voluta da tutti gli operatori, che punta alla definizione di uno standard unico sulla sostenibilità della filiera, sulla base dei più moderni criteri adottati a livello internazionale in materia (carbon foot print, water foot print, ecc.), recentemente richiamati anche dal "Green new Deal" e dal "Farm to Fork". Una scelta obbligata, per rimanere competitivi a livello mondiale: abbiamo tutte le carte in regola per attestarci su questo livello di eccellenza e di leadership.

Guardiamo all'occupazione. Alla fine della grande crisi, avremo probabilmente cittadini inoccupati o che dovranno cambiare lavoro, inclusi i giovani, ed espatriati che torneranno dall'estero. Un'occasione irripetibile per convincerli a rivalutare le aree interne e la piccola imprenditoria agricola. Come invogliarli?
L'agricoltura non è un settore del passato ma del futuro, è il futuro. Ce lo dicono quelle giovani donne e giovani uomini, sempre più numerosi, che scelgono questo mondo portando qualità e innovazione. Non un ritorno alla zappa, ma un nuovo impulso di competenze e alte professionalità al servizio di un settore strategico per la crescita dell'economia italiana, la valorizzazione del Made in Italy nel mondo e la conservazione del territorio. Siamo determinati a mettere a valore tutti gli strumenti a disposizione per favorire il ricambio generazionale e sostenere gli investimenti da parte dei giovani. Con la stessa determinazione intendiamo sostenere l'imprenditoria femminile, che oggi rappresenta oltre il 30% dell'agricoltura nazionale. Nella prossima Legge di Bilancio confermiamo per il secondo anno la misura "Donne in campo" a sostegno dell'occupazione giovanile. E anche la decontribuzione di 24 mesi per chi avvia un'attività agricola sotto i 40 anni. È un modo per incoraggiare a fare, dicendo che Stato c'è ed è vicino a chi ha voglia di investire e scommettere, soprattutto nel Mezzogiorno e nelle aree interne, su questo straordinario settore.

Qualsiasi strategia si pianifica conoscendo bene il mercato, con enti pubblici efficaci, tempestivi e aggiornati. La Francia lo fa con FranceAgrimer, la Spagna con l'Oemv, l'Italia con l'Ismea. Ritiene ci siano spazi nel 2021 per potenziare l'Istituto affinché diventi il punto di riferimento sul vino italiano?
Ismea dispone già di una rete di rilevazione dei dati di mercato di tutti i prodotti agricoli a servizio delle istituzioni e delle imprese. Il vino è uno dei settori più rilevanti e strategici del Made in Italy agroalimentare e l'Italia è leader a livello mondiale. Considerata l'importanza del settore anche e soprattutto sul fronte delle esportazioni, credo necessario che Ismea rafforzi l'analisi e la rilevazione dei dati sui mercati internazionali. Su questo, lavoreremo per fornire un supporto sempre più adeguato alle imprese.

Ministra, salutiamoci con gli auguri per il nuovo anno e per il Natale. A proposito, quali sono le sue Dop vinicole preferite, che non mancano mai sulla sua tavola?
Rivolgo i miei auguri più sinceri di un Buon Natale e soprattutto di un nuovo anno, che speriamo porti salute e serenità a ognuno di noi. E, per quanto riguarda le Dop vinicole preferite, le svelo due segreti: per me il vino segna le occasioni speciali, quelle in cui sono in compagnia delle persone che amo. A quel punto: bianco, rosso, rosato e tutte le infinite sfumature per me vanno benissimo, purché sia di quella altissima qualità cui ci ha abituati la nostra vitivinicoltura. Quanto alle Dop, abbiamo appena presentato l'ultimo Report Qualivita-Ismea sul valore della Dop economy e sul ruolo strategico delle nostre Indicazioni geografiche. Come potrei dirle quale preferisco? L'Italia vanta oltre 500 cultivar e, con Mario Soldati, dico che nelle bottiglie viaggiano pagine di poesia. Un valore straordinario. Se potessi sulla mia tavola le porterei tutte. ❖

TOP ITALIAN RESTAURANTS
www.gamberorossointernational.com/restaurants/

GamberoRossoInternational GamberoRossoInternational
SPONSOR
VILLA SANDI
Surgiva
Quaglia Petra

ALMANACCO 2020. L'ANNO DEL COVID IN 12 NOTIZIE

Niente fiere né eventi promozionali, ma tanti webinar e vendite online. Così il 2020 ha costretto il mondo del vino a cambiare strategie, ma ha anche aperto nuove strade. Sullo sfondo? La nuova presidenza Usa, le trattative sulla Brexit, il Recovery Fund e una vendemmia al ribasso. Per il 2021 si punta su sostenibilità e rosati

a cura di Loredana Sottile

2020: l'anno che tutti vorremmo dimenticare; l'anno che difficilmente dimenticheremo. Dodici mesi fa di questi tempi, il vino italiano festeggiava un nuovo record delle esportazioni, senza nascondere un certo malcontento per un incremento non tanto marcato quanto avrebbe sperato. Quest'anno, invece, l'auspico è di riuscire a contenere le perdite e di poter tornare presto ai livelli del 2019. Le stime si aggirano su un valore di 6,1 miliardi euro: -4,6% sull'anno precedente (fonte Osservatorio Wine Monitor-Vinitaly). Perché di fatto il Covid-19 ci ha fatto retrocedere di almeno due anni e serviranno ancora nuove strategie e tanta buona volontà per lasciarci alle spalle un anno come quello che sta per volgere al termine. Dallo stop agli eventi promozionali alla chiusura dell'Horeca, dagli aiuti al settore vino allo stallo dei consumi mondiali è veramente difficile trovare un argomento che non sia stato pervaso da questo ospite non desiderato. Proviamo, quindi, a ripercorre questi 12 mesi con il consueto Almanacco Tre Bicchieri, cercando di far tesoro di quello che questa emergenza ci ha insegnato per poter guardare al futuro in ottica nuova.

GENNAIO. Via libera ad una Ocm più flessibile

L'anno si apre con due pesanti incognite: il secondo carosello dei dazi Usa in arrivo e la Brexit in cerca di un accordo. Il Covid è ancora un'ombra lontana. In questo contesto, la Commissione Ue dà l'ok alla richiesta di aumento del contributo alle campagne di promozione Ocm, che passa dal 50% al 60% delle spese ammissibili. Inoltre, in maniera strutturale, viene introdotta anche una maggiore flessibilità sui programmi di promozione: si potranno cambiare i mercati target delle campagne già approvate, senza alcuna limitazione per la nuova destinazione e si potranno anche estendere le azioni oltre il limite dei cinque anni. Purtroppo, il Covid stravolgerà totalmente la campagna di promozione e questa sarà solo la prima di altre modifiche che, porteranno ad allargare le azioni anche ai canali digitali. Non troveranno, invece, attuazione la richiesta delle associazioni di portare il contributo da 100 a 150 milioni di euro e di estendere la Promozione per i Paesi Terzi anche al mercato europeo.

FEBBRAIO. L'Italia si salva dai Dazi Usa

Dopo mesi di appelli e di preoccupazioni, il vino italiano evita per la seconda volta i dazi negli Stati Uniti (e ad agosto li eviterà per la terza volta). Il 15 febbra- ››

IL PREMIO **È STARE INSIEME.**

La condivisione ha un **nuovo** gusto.

Una ricetta segreta, riscoperta negli archivi storici Ramazzotti dopo oltre un secolo. Un gusto autentico e prezioso. Da assaporare insieme fino all'ultima goccia.

AMARO RAMAZZOTTI E GRAPPA DI NEBBIOLO RISERVA INVECCHIATA 36 MESI

Scopri di più su www.ramazzotti1815.com

BEVI RESPONSABILMENTE.

Il 2021, tra nuovi equilibri commerciali e trend da cavalcare

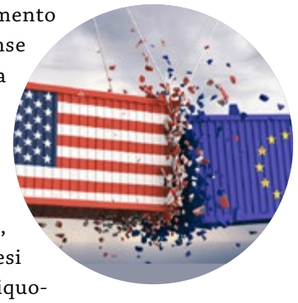
Tutti guardano al 2021 come all'anno della ripresa, sebbene l'Iwsr stimi che ci vorranno almeno due anni per ritornare ai consumi pre-Covid. Sicuramente non saranno i primi mesi dell'anno a segnare il ritorno alla normalità, considerato che il calendario promozionale - dalle fiere alle anteprime sul territorio - appare tutto spostato in avanti.

GLI APPUNTAMENTI. A dare il La - Covid permettendo – sarà il nuovo format Grandi Langhe on the road che porterà il vino piemontese in giro per 13 città italiane, a partire da Taormina (il 28 febbraio) fino a Torino (ad aprile). Nei week-end di marzo e solo su prenotazione, a Montalcino si terrà, invece, Benvenuto Brunello Off e poi a maggio toccherà alle altre Anteprime (vedi box). Giugno dovrebbe, infine, essere il mese delle fiere con gli appuntamenti di Vinexpo Paris e Vinitaly. Mancherà all'appello ProWein.

I RAPPORTI COMMERCIALI. Al di fuori dalla variabile Covid, il 2021 sarà anche l'anno dell'insediamento alla Casa Bianca del nuovo presidente Joe Biden. Sono tante le aspettative che il mondo vitivinicolo ripone nel cambio di inquilino alla Casa Bianca, prima tra tutte la ripresa del dialogo e la fine della guerra dei dazi. Sebbene i controdazi specchio, che l'Ue ha applicato ai prodotti Usa, non lascino intravedere una risoluzione in tempi brevi.

Sempre in ambito di rapporti commerciali, il 2021 – con o senza accordo - inizierà sotto il segno della Brexit. In attesa di capire quali conseguenze ci saranno per il vino italiano, la cosa certa è che il Regno Unito ha già iniziato a guardare ad altri mercati, Australia in primis. Dal canto suo, l'Australia è alla ricerca di nuovi sbocchi. Il nuovo anno, infatti, la vede coinvolta nel contenzioso con la Cina, che ha appena applicato ai vini aussie dei dazi fino al 212%.

I DRIVER. Provando a guardare ai driver della ripresa, in cima troviamo la sostenibilità. Un trend in crescita da diversi anni, ma che nel 2021 dovrebbe finalmente trovare una codifica nazionale nello standard unico di sostenibilità del Mipaaf. Se così fosse, le aziende potrebbe scegliere di aderire alla certificazione di sostenibilità e potersi presentare sui mercati con un logo apposito e una maggiore forza commerciale. Un altro valore aggiunto che merita attenzione è l'exploit dei vini rosati. L'arrivo nel business di un fuoriclasse come il Prosecco dimostra che è la strada giusta da percorrere e, allo stesso tempo, dà quella spinta in più che serve a questo segmento per affermarsi in cima alle preferenze dei consumatori. Se son rosè, fioriranno...



» io, infatti, il Dipartimento del Commercio statunitense pubblica la black list lista aggiornata dei prodotti sottoposti alle tariffe del 25% per la questione Airbus-Boeing. Rimangono dentro i vini francesi, spagnoli, tedeschi e inglesi e per l'Italia formaggi e liquori. Intanto, lo spauracchio dazi ha accelerato gli ordini statunitensi di fine wine italiani, condizionando in positivo l'export del bimestre. Sarà anche grazie a questo incremento che l'export complessivo dell'anno riuscirà a tenere botta, nonostante il Covid. Qualche mese dopo, la nuova sentenza Wto darà il via libera anche all'Europa all'applicazione dei controdazi ai prodotti Usa. Occasione che Bruxelles non si farà sfuggire, mettendo però a rischio la tanto auspicata fine della guerra commerciale. La questione non è ancora conclusa.

MARZO. Il Covid stravolge tutto

Già da febbraio il Coronavirus si insinua nel linguaggio quotidiano, nonostante appaia ancora come qualcosa di molto lontano. Difficile immaginare l'impatto che da lì a poco avrà sulle nostre vite. Il 10 marzo l'Organizza- »

Il calendario 2021

- dal 28 febbraio ad aprile: **Grandi Langhe on the road**
- marzo (6-8, 13-15, 20-22 e 27-29) **Benvenuto Brunello OFF**
- maggio (da definire) **Anteprima Chiaretto**
- 14 maggio **PrimaAnteprima di Firenze**
- 15 maggio **Chianti Lovers** (insieme a Morellino di Scansano)
- 16 e 17 maggio **Anteprima Vernaccia di San Gimignano**
- 18 maggio **Anteprima Nobile di Montepulciano**
- 19 maggio **Benvenuto Brunello**
- 20 e 21 maggio **Chianti Classico Collection**
- 22 e 23 maggio **Anteprima Sagrantino**
- 14-16 giugno **Wine Paris-Vinexpo Paris**
- 20-23 giugno **Vinitaly**

» zione Mondiale della Sanità dichiara la pandemia. Lo stesso giorno in Italia entra in vigore il Dpcm che trasforma tutta la Penisola in zona rossa: anche negozi e ristoranti sono costretti ad abbassare le saracinesche (i ristoranti potranno rialzarle solo nel mese di giugno). È il momento d'oro dell'online: le enoteche digitali vedono raddoppiare gli affari, sempre più cantine creano un proprio e-commerce, si moltiplicano i webinar. L'altro canale di vendita a mettere le ali è la Gdo. Per il vino italiano inizia una nuova era, da cui difficilmente si tornerà indietro.

PAROLE-CHIAVE DELL'ANNO

Covid
Webinar
Dpcm
E-commerce
Sostenibilità
Brexit
Dazi Usa

APRILE. Prima volta senza Vinitaly

Mentre ProWein ha già rinunciato all'edizione 2020, annunciando direttamente lo slittamento al 2021, Vinitaly prova inizialmente a rimandare tutto a giugno. Ma, a mano a mano che i numeri dei contagi crescono, diminuiscono le speranze di potersi ritrovare tutti nella città scaligera. Alla fine, anche e anche la fiera di Verona è costretta a rinunciare alla sua 54esima edizione, puntando su novembre per un nuovo format allargato di wine2wine. Non si può ancora immaginare che anche le edizioni 2021 saranno a rischio: 8 mesi dopo, Vinitaly e Vinexpo annunceranno lo slittamento a giugno anche per quelle, mentre ProWein preferirà dare appuntamento al 2022.

MAGGIO. Arriva il decreto Rilancio

Dopo il Dl Cura Italia (16 marzo) e il Dl Liquidità (6 aprile), arriva quello Rilancio per finanziare le attività economiche con 55 miliardi di euro. Al vino sono destinati 100 milioni di euro, quasi tutti volti a contenere le produzioni: riduzione delle rese, distillazione di crisi, vendemmia verde. La sensazione delle associazioni del vino è che – a dispetto del nome del nuovo decreto - manchi proprio un progetto di rilancio legato alla promozione, dopo mesi in cui la chiusura dell'Horeca e dei mercati ha messo a dura prova la resistenza del settore. La strada è ancora lunga. Intanto, però, proprio all'interno del nuovo decreto viene trovata una finestra per inserire il tanto atteso standard unico di sostenibilità del vino. Pubblicata in gazzetta ufficiale il 27 luglio 2020, la legge n.77 di fatto istituisce il sistema di certificazione della sostenibilità della filiera vitivinicola, ma per essere operativa ha bisogno del decreto ministeriale che dovrebbe arrivare entro fine anno.

GIUGNO. Firmato il patto per l'export

Alla Farnesina viene firmato il Patto per l'export: 1,34 miliardi per ripartire. La crisi indotta dalla pandemia ha, infatti, portato l'Ocse a stimare il Pil italiano al ribasso dell'11,3% nel 2020 e del 14% in caso di nuova ondata di Coronavirus.
Il Patto riflette le istanze presentate dalle 147 associazioni di categoria e da oltre 250 esponenti di tutti i settori produttivi, che hanno preso parte a 12 tavoli settoriali di ascolto e dialogo tra istituzioni e imprese, presieduti dal sottosegretario Manlio Di Stefano. Le linee d'intervento prioritarie, gli assi strategici del Patto, sono sei: comunicazione, promozione integrata, formazione/informazione, e-commerce, sistema fieristico e finanza agevolata.

LUGLIO. Dal Recovery Fund 209 miliardi per l'Italia

Mentre si decide per la proroga Pac fino alla fine del 2022, l'Europa risponde alla chiamata dei Paesi membri con una pioggia di soldi: 750 miliardi di euro complessivamente (309 di sussidi e 360 di prestiti), di cui 209 all'Italia. L'agricoltura ottiene solo 7,5 miliardi di euro dei 15 richiesti, ma la ministra Bellanova si dice a cofinanziare il resto. Inizia un lungo periodo di confronto per decidere come spendere questi fondi. Periodo che culminerà nel mese di dicembre e che porterà ad una crisi di Natale sulla gestione dei soldi e »

PARTNER

SPONSOR

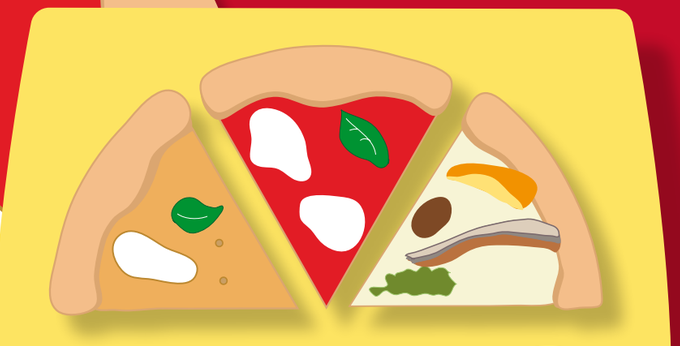
GAMBERO ROSSO

SANNIO FALANGHINA CITTÀ EUROPEA DEL VINO 2019

LA PROSSIMA CENA DEGUSTAZIONE

GIOVEDÌ 21 GENNAIO 2020

Saporè - Renato Bosco
San Martino Buon Albergo (VR)
Piazza del Popolo 46
331 9873375



PIZZA & FALANGHINA Tour

GLI ALTRI APPUNTAMENTI

GIOVEDÌ 28 GENNAIO 2021
Lievito Madre - Gino Sorbillo
Genova - Piazza della Vittoria 65/R
348 335324

GIOVEDÌ 4 FEBBRAIO 2021
Piccola Piedigrotta - Giovanni Mandara
Reggio Emilia - Piazza XXV Aprile, 1
0522 434922

GIOVEDÌ 11 FEBBRAIO 2021
Enosteria Lipen - Corrado Scaglione
Triuggio (MB) - Via Conte Paolo Taverna, 114
0362 919710

GIOVEDÌ 18 FEBBRAIO 2021
Lievito Madre al Duomo - Gino Sorbillo
Milano - Largo Corsia dei Servi 11
angolo C.so Vittorio Emanuele
02 45375930

La Falanghina del Sannio in abbinamento alla pizza d'autore

Per partecipare è necessario contattare direttamente le pizzerie ai numeri indicati

Scopri i menu su www.gamberorosso.it

» sulla loro destinazione: da una parte il premier Giuseppe Conte che propone una cabina di regia con consulenti e tecnici, dall'altra Italia Viva di Matteo Renzi che chiede il coinvolgimento dei ministri e delle pubbliche amministrazioni. Anche la ministra delle Politiche Agricole Teresa Bellanova minaccia di lasciare il suo posto.

AGOSTO. Al via una vendemmia condizionata dal Covid

Quella del 2020 non sarà ricordata come una vendemmia copiosa. Non solo a causa dell'andamento meteo. Le misure adottate dai consorzi italiani e appoggiati dal Governo vanno, infatti, nella direzione della riduzione dei quantitativi: vendemmia verde e riduzione delle rese (insieme anche alla distillazione) sono le strategie messe in atto per rispondere al Covid. L'annata si concluderà con 46,6 milioni di ettolitri portati in cantina e una flessione del 2% rispetto ai 47,5 milioni di ettolitri dello scorso anno. A livello mondiale l'Organizzazione internazionale della vigna e del vino prevede per il 2020 una produzione di 258 milioni di ettolitri: al di sotto della media storica, ma a +1% rispetto al 2019. L'Italia è ancora il primo Paese produttore.

SETTEMBRE. Il vino si interroga su come spendere i fondi inutilizzati

La riduzione volontaria delle rese e la distillazione di crisi non hanno allettato la platea degli imprenditori: a fine vendemmia si scopre un tesoretto inutilizzato da 61 milioni di euro, dai 100 milioni di euro destinati alla filiera vitivinicola nazionale. Il comparto si interroga sul loro utilizzo. Alla fine, la ministra delle Politiche Agricole Teresa Bellanova scioglie la riserva: 51,8 milioni saranno destinati all'esonero dei contributi a carico dei datori di lavoro e 9,54 milioni di euro allo stoccaggio privato di vini di qualità. Anche questa volta, la promozione può attendere.

OTTOBRE. Arriva la seconda ondata Covid

Dopo un'estate di libertà e quando ormai si pensava che il peggio fosse alle spalle, irrompe anche in Italia la tanto temuta seconda ondata Covid: stavolta la circolazione del virus riguarda un po' tutta la Penisola. Nonostante si scongiuri il lockdown totale, le chiusure tornano a colpire l'Horeca (con differenze a seconda delle regioni, in base ai colori giallo, arancione e giallo). Protestano i ristoratori che il 28 ottobre si danno appuntamento in 24 piazze italiane, per lanciare il loro appello: "#Siamoaterra! Ci rialzeremo ma gli aiuti arrivino subito". Il Governo risponde con nuovi decreti: Ristori e Ristori Bis.

NOVEMBRE. Il Prosecco Rosè fa il suo esordio in Italia e all'estero

Mentre l'Italia si appresta a festeggiare un Natale con meno brindisi, arriva una novità che fa ben sperare per il futuro: la versione rosè del Prosecco Doc. Dopo l'ok in Italia, la modifica del disciplinare viene recepita anche in Gazzetta Europea così 16 milioni di bottiglie rosate si apprestano a varcare i confini nazionali. La propensione all'export della nuova versione dovrebbe addirittura superare quella del fratello maggiore: il Consorzio stima che l'80% della produzione sarà destinata all'esportazione. La filiera saluta con entusiasmo quello che potrebbe rappresentare un nuovo traino per il vino italiano.

DICEMBRE. È l'ora della Brexit

Il 31 dicembre la Brexit sarà una realtà. Superate tutte le possibili date prefissate per l'accordo tra Ue e Regno Unito, le trattative vanno avanti ad oltranza, in bilico fino alla fine tra Deal e No Deal. A pochi giorni dall'ora X, quel che appare certo è che dal primo gennaio i prodotti italiani (ed europei) in transito verso il Regno Unito dovranno passare per le Dogane con le relative tariffe previste per i Paesi Terzi. C'è tempo, invece, per la richiesta del modulo VI-1 (in vigore da giugno 2021) e per le modifiche in etichetta (con proroga fino ad ottobre 2022). Tremano soprattutto le denominazioni che hanno nel Regno Unito il loro principale mercato di sbocco, come Prosecco e Pinot Grigio. ❖