anno 12 - n. 5 - 4 febbraio 2021

trebicchieri
IL SETTIMANALE ECONOMICO DEL GAMBERO ROSSO

IL PIANO UE CONTRO IL CANCRO CHE NUOCE ALLA SALUTE DEL VINO

EXPORT
In 10 mesi il vino oltreconfine fa 5,11 miliardi di euro. Quali regioni crescono di più?

FOCUS
Vini di Romagna punta sulle menzioni geografiche. Anteprima itinerante ad agosto

E-COMMERCE
Uber ha acquistato la piattaforma Drizly: adesso venderà anche bevande alcoliche

ESTERI
Cina contro tutti: giù import dall'Australia, rapporti tesi con Uk. È il momento dell'Italia?

RECOVERY PLAN
Dalla digitalizzazione al biologico: ecco cosa chiedono le associazioni alla politica

In onda su sky canale 132 e 412

LE BREVI

LA FOTONOTIZIA

Mipaaf senza ministro. Ancora per poco però

Il periodo di vacatio al Mipaaf potrebbe essere breve. Il professor Mario Draghi, premier incaricato di formare un nuovo governo, sta procedendo speditamente nel suo iter che lo porterà, come ci si augura, alla formazione di una nuova squadra che dovrebbe guidare l'Italia fino a fine legislatura, attraverso la tempesta del Covid-19 e della crisi economica ma con in mano l'arma del Recovery plan. Il team di governo, contrariamente a quanto si è pensato in un primo momento, potrebbe essere costituito da un sapiente mix di politici e tecnici. Il condizionale è d'obbligo, dal momento che non ci sono certezze ma solo ipotesi sulla composizione della squadra che tra qualche giorno potrebbe giurare al Colle davanti al presidente Sergio Mattarella. Tecnici e politici assieme, quindi, per garantire soprattutto la tenuta della maggioranza e incassare la fiducia anche dei partiti più scettici e indecisi, dalla Lega al Movimento 5 Stelle. Questi ultimi molto legati al loro rappresentante di fatto, il premier Giuseppe Conte che, in carica per gli affari correnti, potrebbe anche trovare un posto di rilievo nel nuovo esecutivo. Il suo appello a M5S, Pd e Leu a sostenere Mario Draghi, il suo auspicio per un "governo politico" e la frase per cui "continuerà a lavorare per il bene dell'Italia", potrebbero suggerire un potenziale ruolo nel nuovo governo Draghi. **Quale sarà la lista dei ministri è il principale quesito che aleggia su tutta la vicenda.** Ma una cosa è chiara: se sarà un governo sia tecnico sia politico, qualche ministro resterà al suo posto (si parla ad esempio di Speranza o di Lamorgese) e qualcun altro potrebbe riprenderselo dopo aver dato le sue dimissioni. E se al Mipaaf tornasse proprio la renziana Teresa Bellanova?

foto: Quirinale

EXPORT ITALIA. In dieci mesi esportati 5,11 miliardi di euro: -3,4%. Il Belpaese potrebbe chiudere l'anno a 6,2 mld

Nei primi 10 mesi del 2020, l'Italia ha esportato 17,2 milioni di ettolitri di vino per 5,11 miliardi di euro di introiti. I cali rispettivi sono del 2,7% a volume e 3,4% nei valori rispetto allo stesso periodo del 2019. Secondo i dati Ismea (base Istat), anche il dato di ottobre conferma la flessione dell'export di vino Made in Italy maturato nei primi mesi della crisi sanitaria e che la prima parte del periodo autunnale non è riuscita a contenere. **Il solo mese di ottobre ha fatto registrare una flessione in volume del 6%** su base tendenziale (annua) a fronte di una perdita in valore più contenuta, pari al 3%.

LE PREVISIONI. Proseguendo su questo trend, il 2020 potrebbe chiudersi con un export di vino pari a 20,8 milioni di ettolitri per una spesa stimata in 6,2 miliardi di euro. Ovvero, duecento milioni di euro in meno rispetto al 2019. "*Un calo tutto sommato contenuto*" è il commento di Ismea "*se valutato alla luce della forte riduzione degli scambi internazionali di vino e delle perfomance più deludenti dei principali competitor*". I dati Ihs Markit, elaborati da Ismea, dicono che la Francia perde il 7% in volume e il 15% in valore, e che la Spagna segna cali rispettivi del 10% e del 5%.

I MERCATI. Considerando i Paesi Extra Ue, tra cui il Regno Unito, l'Italia perde il 2,3% in volume e il 5,7% a valore. **Nell'Ue va meglio, perché il calo dei volumi (-3%) è accompagnato da una tenuta dei valori.** Tenendo conto, invece, dei singoli Paesi, a segnare forti battute d'arresto nel giro d'affari sono proprio due mercati importanti per il vino italiano. Gli Stati Uniti (-5,9%) e il Regno Unito (-9,5%) ma anche in Giappone (-18,6%) e in Cina (-33,6%). In aumento il fatturato in Germania (+4%), nella Penisola Scandinava, in Svizzera e in Canada. Tiene il mercato russo.

LE TIPOLOGIE. In particolare, le Dop guadagnano l'1,6% con valori a -4,1%. Male gli spumanti Dop (-2,3% a volume e -8,6% a valore) rispetto ai fermi (+3% e -2,1%) e ai frizzanti (+7,4% e -0,4%). Positivo il bilancio per i vini Igp (+1,6% e +0,1%) mentre per i vini comuni le quantità scendono del 12% con una spesa a -5,2%.

Export Italia verso Mondo, Ue, Extra Ue e primi 10 mercati

	ettolitri gen-ott 2020	var %	migliaia di euro gen-ott 2020	var %
Mondo	**17.187.382**	**-2,70**	**5.113.070**	**-3,40**
Extra Ue	**8.523.728**	**-2,30**	**3.113.864**	**-5,70**
Ue	**8.663.655**	**-3,00**	**1.999.207**	**0,40**
Stati Uniti	2.880.259	-1,70	1.210.462	-5,90
Germania	4.659.392	-1,50	873.212	4,00
Regno Unito	2.227.611	-3,20	566.993	-9,50
Svizzera	613.392	2,50	303.127	-0,40
Canada	676.338	0,60	299.955	1,40
Francia	638.617	-21,80	156.006	-11,90
Paesi Bassi	447.067	17,00	153.660	16,30
Svezia	474.340	12,60	153.451	2,80
Giappone	329.197	-20,70	126.893	-18,60
Belgio	386.270	16,70	118.271	4,70

fonte: Ismea su dati Istat

EXPORT REGIONI. In calo Veneto, Toscana e Puglia; bene l'Emilia-Romagna. Il bilancio dei 9 mesi 2020

La performance negative di alcune big come Veneto (-4,3%), Toscana (-5-5%), Puglia (-10,6%) e Sicilia (-9,8%) lasciano in terreno negativo i dati dell'export di vino a valore, relativi al periodo gennaio-settembre 2020. Nove mesi in cui l'Italia, nel complesso, ha venduto 4,4 miliardi di euro di vino, in diminuzione del 3.3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In uno scenario dominato dai cali, spiccano le crescite di Piemonte (+1,5%), Trentino-Alto Adige (+3,5%), Emilia-Romagna (+3,5%), Lazio (+4,3%) e Basilicata (+63,8%, ma con un peso trascurabile sul totale). L'Abruzzo limita i danni (-0,9%) mentre sono in doppia cifra le perdite di Lombardia (-13,7%), Friuli-Venezia Giulia (-11%), Umbria (-22,3%), Molise (-17,3%), Calabria (-13,5%) e Sardegna (-19,8%). – **G. A.**

Export vino Regioni – gen-set '20 (migliaia €)

Regioni	quote % 2019	2020 gen.-set.	var %
Piemonte	16,4	750.418	1,5
Valle d'Aosta	...	929	-47,7
Lombardia	4,4	176.547	-13,7
Trentino Alto Adige	8,6	418.629	3,5
Veneto	35,9	1.573.618	-4,3
Friuli Venezia Giulia	2	83.224	-11
Liguria	0,3	12.513	-2,3
Emilia-Romagna	5	246.996	3,5
Toscana	15,6	681.688	-5,5
Umbria	0,6	20.359	-22,3
Marche	0,9	38.373	-9,8
Lazio	1	48.730	4,3
Abruzzo	3	133.718	-0,9
Molise	...	1.590	-17,3
Campania	0,9	38.790	-5
Puglia	2,7	109.403	-10,6
Basilicata	...	2.344	63,8
Calabria	0,1	3.330	-13,5
Sicilia	2,1	90.923	-9,8
Sardegna	0,4	13.578	-19,8
Regioni diverse e non specificate	...	1.265	2
ITALIA	**100%**	**4.446.966**	**-3,3**

fonte: ISTAT, dati provvisori

EMILIA-ROMAGNA. Pronti 6,2 milioni di euro per progetti Ocm vino

Ammonta a circa 6,2 milioni di euro il finanziamento messo a disposizione della Regione Emilia-Romagna per la promozione, con fondi Ocm, dei vini Dop e Igp. I mercati target sono Stati Uniti, Canada, Messico, Russia Giappone e Cina, con azioni anche in America Latina e sud est asiatico. La graduatoria dei 4 progetti regionali e 5 multiregionali è stata pubblicata in questi giorni. Tutte le domande sono state ammesse. Nonostante la riduzione della dotazione finanziaria nazionale, da 6 milioni di euro a 5,8, la Regione ha erogato un ulteriore finanziamento di 370 mila euro (previsti per la Vendemmia verde che non viene attuata per il 2021) per complessivi 6,17 milioni per progetti da aprile al 31 dicembre 2021.

L'assessore regionale all'Agricoltura, Alessio Mammì (*foto*), ha spiegato che **sono previste anche nuove modalità di incontri BtoB on line e degustazioni a distanza.** La quota destinata ai quattro progetti regionali ammonta a 6 milioni di euro. Tra le novità della campagna 2021, ci sono i 5 progetti multiregionali cofinanziati da altre Regioni (Piemonte, Lazio, Puglia e Calabria), assieme a un contributo diretto del Mipaaf. Per finanziare al 60% i progetti multiregionali, la Regione ha investito 126.350 euro, a fronte di una spesa complessiva di 471.500 euro.

LAZIO. Finanziati 7 progetti per oltre 800 mila euro

Con la pubblicazione della graduatoria, è concluso l'iter amministrativo della misura Promozione Ocm vino per la Regione Lazio, che **ha ammesso tutti i progetti**, finanziando una spesa totale di 807 mila euro. Sono sette i beneficiari, fa sapere l'assessore regionale all'Agricoltura, Enrica Onorati (*foto*): "*Testimoniano la volontà dei produttori di continuare a investire sul settore non appena sarà possibile andare a fare promozione nei Paesi terzi*". Prevista la possibilità di revisione e adeguamento in funzione dell'emergenza Covid. La graduatoria fa seguito a quella approvata due settimane fa sui progetti multiregionali ammissibili con capofila il Lazio, per un investimento regionale di oltre 150mila euro.

DOC SICILIA. Un 2020 a 90 milioni di bottiglie: -5,27% sul 2019

Da 95,6 a 90,5 milioni di bottiglie. La perdita di appena 5 milioni di pezzi nell'anno della crisi economica da Covid-19, equivalente a una flessione del 5,27% sul 2019, non preoccupa i vertici del Consorzio della Doc Sicilia, che parlano di "*risultato soddisfacente*" e di "*calo limitato, in un panorama mondiale di difficoltà*". L'andamento specifico è stato determinato dalle buone performance di Nero d'Avola e Grillo. "*Si conferma il recupero della quantità di imbottigliato dell'ultimo semestre*", scrive il consorzio.

Secondo il presidente Antonio Rallo (*foto*), le iniziative prese per contrastare la crisi sono state efficaci: "*Il bilancio di quest'anno appena concluso*" aggiunge "*non può che spingere la Doc Sicilia a continuare il lungo percorso intrapreso finora. Le scelte strategiche che ci hanno permesso di arrivare agli straordinari risultati confermano che il cda è riuscito a tutelare gli interessi della filiera della denominazione. La Doc Sicilia ha potenziato le proprie attività di promozione privilegiando in primo luogo quei Paesi dove i consumi sono rimasti stabili come gli Usa, il Canada, la Germania, e dove sono previsti margini di crescita. Poi ha puntato ad altri mercati, come quello della Cina, dove i segnali sono incoraggianti*".

Per il futuro, come sottolinea Giuseppe Bursi, vicepresidente del Consorzio, **si punta a coinvolgere un numero sempre maggiore di aziende nel progetto**: "*Sarà lo step successivo per veicolare maggiormente nel mondo il brand Sicilia e per garantire un ritorno economico tangibile a tutti i viticoltori siciliani*".

Pubblicata graduatoria Ocm vino per la Sicilia: finanziati 21 progetti

È stata pubblicata nel sito web istituzionale dell'assessorato regionale dell'Agricoltura la graduatoria definitiva del bando Ocm vino, per la promozione sui mercati dei Paesi terzi (2020/2021). Si tratta di 8,3 milioni di euro con cui sono stati finanziati 21 progetti, di cui 15 regionali e 6 multiregionali. L'importo complessivo dei progetti approvati è di circa 12 milioni e il contributo del 60% è di 7,197 milioni. Per i multiregionali l'importo approvato è di 740 mila euro e il contributo regionale è di 221 mila euro. Tra i beneficiari anche il Consorzio Doc Sicilia e il Consorzio vini Etna Doc.

VINI&SCIENZA

L'importanza di azioni collettive di promozione

In tutti i settori della produzione, la marca rappresenta ormai il maggiore investimento delle aziende. Si tratta, però, di uno status difficile da costruire per costi, tempi e necessità di storytelling. Solo le grandi aziende, quindi, possono ambire al suo raggiungimento. Per le piccole aziende, ovvero la stragrande maggioranza in Italia, queste condizioni sono irrealizzabili, soprattutto all'estero. Quale è allora la soluzione? Si potrebbe pensare a delle reti d'impresa strutturate per tipologia di prodotto (es. uno spumante metodo classico) o per valori di eco sostenibilità (bio e biodinamico). In Italia, la denominazione d'origine ed i consorzi dovrebbero investire sulla notorietà dei vini più famosi presenti nel territorio, facendo leva su questi per trascinare i più piccoli in un'azione collettiva di promozione. Il brand territoriale è un vettore ancora poco utilizzato dalla viticoltura italiana nel mondo, sia per la poca fiducia che il viticoltore ha nei valori del terroir, sia per la miriade delle Do che caratterizzano la realtà italiana. Di una eccesiva ricchezza di enodiversità si può morire! Le denominazioni più forti riescono ad imporsi sia per la forza del marchio territoriale sia per quello di alcuni produttori che fanno da richiamo (vedi Sassicaia per la Doc Bolgheri), mentre i più piccoli fanno ricorso ad una comunicazione che potremmo definire alternativa, rappresentata da alcune parola guida, quali sostenibilità, naturalità, tradizione, etc. Ma, in un mercato globalizzato, la forza dei singoli, a parte qualche marchio molto forte, è inadeguata e solo con la politica delle alleanze è possibile vincere la concorrenza. Forse la soluzione potrebbe derivare dalla tendenza alla polarizzazione della nostra viticoltura in 4 macroaree (Nord ovest, Nord est, Toscana, Sicilia) che da sole rappresentano più del 60% dell'export di vino italiano. Sono, però, necessari alcuni prerequisiti. Primo tra tutti, l'equilibrio nelle dimensioni delle imprese: vedi il rapporto tra privati e cooperative. I processi di concentrazione dei marchi nelle mani delle multinazionali o di grossi gruppi di imprese attualmente in atto, non hanno, invece, ricadute significative sui territori viticoli in quanto tendono, nella comunicazione, a diluire il ruolo del terroir e delle denominazioni.

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

FOCUS

VINI DI ROMAGNA. Vendite in calo e Mga in crescita. Vini ad Arte ad agosto

a cura di Gianluca Atzeni

Sarà dedicato alla promozione e al racconto del territorio il cuore delle attività del Consorzio Vini di Romagna nel prossimo triennio. "*Un'attività di promozione permanente che sarà la risposta alla crisi*", come l'ha definita la presidente **Ruenza Santandrea**, subentrata a Giordano Zinzani, ma che ancora non ha potuto incontrare i soci a causa delle limitazioni anti-Covid.

L'ANNATA. Il 2020 dei vini di Romagna, sul fronte della raccolta delle uve, ha registrato una contrazione delle produzioni, a causa di un periodo siccitoso nel pre-raccolta. "*Una vendemmia buona e giusta*", ha sottolineato il direttore Filiberto Mazzanti ricordando che, a fronte di quantitativi in calo, l'annata 2020 ha tutte le premesse per diventare "*una delle migliori di sempre sul fronte della qualità*". Il Consorzio è in attesa del via libera definitivo del Mipaaf alla **modifica del disciplinare di produzione che introduce quattro nuove sottozone: Imola, Coriano, San Clemente e Verucchio.**

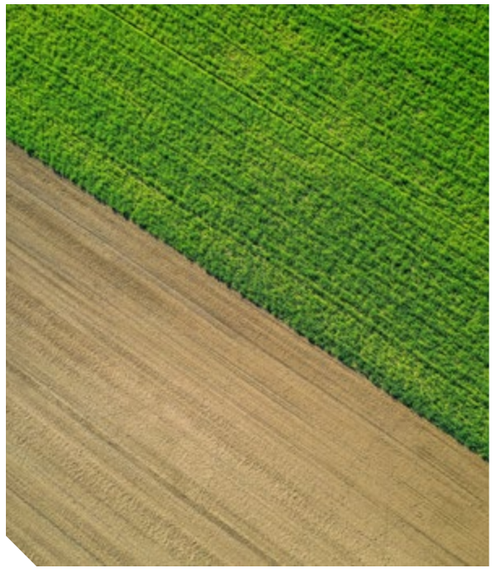
IL MERCATO. I dati di imbottigliamento dicono che il 2020 segna volumi in calo del 7,6% considerando tutte le Dop. Il Sangiovese Doc è a 11,5 milioni di bottiglie, di cui oltre 5 per il superiore e poco più di un milione (stabile) per la riserva. Le Igp (tra cui la Igt Reno da 91,6 milioni di bottiglie) scendono del 2,3%. "*Quantitativi apprezzabili, seppure al di sotto degli anni precedenti, in cui spiccano le 434 mila bottiglie etichettate con le menzioni geografiche aggiuntive*" rileva Mazzanti "*che indicano come i vini di qualità siano sempre più richiesti dal mercato e confermano che il Consorzio ha preso la giusta strada*". Tra gli altri, la grande Igt Rubicone ha registrato 91,6 mln di bottiglie. I valori delle uve non hanno registrato cali sensibili, anche grazie all'effetto positivo del mercato estivo, rispetto al lockdown di primavera. In generale, a preoccupare è la sofferenza economica dei piccoli artigiani del vino che vendono in Horeca, rispetto al mondo della cooperazione (che vale il 77% del prodotto) sostenuto dal buon andamento della Gdo. E sulla possibilità di un contenimento delle rese nel 2021, Santandrea ha commentato: "*Bisogna usare lo strumento con intelligenza, ma più per i vini comuni che per le Dop*".

Il consorzio in cifre

- **107 mln** di bottiglie
- **7** cooperative
- **5.300** aziende viticole
- **103** vinificatori
- **6** imbottigliatori
- **11** Dop
- **4** Igp

LA PROMOZIONE. "*La nostra strategia sarà valorizzare la Romagna con iniziative ed eventi a cominciare da Vini ad Arte*", ha sottolineato la presidente, ricordando **la quattro giorni in programma dal 27 al 30 agosto prossimi**: non un'anteprima del Sangiovese di Romagna ma un evento itinerante, con un format nuovo con stampa specializzata da Europa, Cina, Giappone, Usa e Canada che metterà assieme vino, paesaggio, tradizioni e cultura da Rimini a Faenza. Il Consorzio ha dato vita anche al progetto enoturistico Cartoline dalla Romagna (www.cartolinedallaromagna.it/) rivolto ai più giovani. Mentre, per quanto riguarda la promozione all'estero, ha scelto di concentrare gli eventi le attività tra ottobre e novembre, quando si attende un allentamento della pressione pandemica. "*Vorremmo inaugurare i seminari in presenza nella seconda metà dell'anno*" ha concluso il direttore Mazzanti "*con appuntamenti già previsti in Olanda, Belgio, Copenaghen, Amburgo*".

IMPRESE. Mps apre 12 centri specialistici a supporto di distretti e agrifood



Monte dei Paschi di Siena lancia il progetto **Mps agroalimentare** con l'obiettivo di favorire la crescita sostenibile in agricoltura. La nuova iniziativa della banca servirà a supportare finanziariamente i distretti e le eccellenze agroalimentari, grazie all'apertura di 12 centri specialistici, da nord a sud: **Valdobbiadene, Asti, Suzzara, Modena, Firenze, Grosseto, Chieti, Sabaudia, Caserta, Battipaglia, Cerignola e Pachino**. Saranno dedicati a orientare le aziende lungo percorsi di crescita legati alla sostenibilità produttiva ed economico-finanziaria e alla qualità, integreranno l'offerta Mps con soluzioni specifiche, per intercettare le nuove opportunità di finanziamento comunitarie e nazionali nel decennio 2020-2030. Il progetto Mps agroalimentare si inserisce nell'ambito del cambiamento dell'intero settore agroalimentare e nei piani che la Commissione europea ha lanciato con il Green deal.
Guido Bastianini, amministratore delegato di Banca Mps, sottolinea come questi centri superino il concetto stesso di fare banca: "*Ci poniamo come partner delle imprese del settore agroalimentare, il consulente specializzato in grado rispondere con un'offerta mirata per accompagnare nella transizione sostenibile del comparto*".

BOLGHERI. Accordo con Crédit Agricole Italia su pegno rotativo

Crédit Agricole Italia ha siglato un accordo di collaborazione col Consorzio dei Vini Bolgheri che consentirà alle imprese del settore vitivinicolo di attivare il pegno rotativo. L'accordo, sottoscritto da Albiera Antinori, presidente del Consorzio dei Vini Bolgheri, e da Massimo Cerbai, responsabile della direzione regionale Toscana di Ca Italia, si legge in una nota, prevede la **possibilità di concedere un credito in base ai valori di mercato del vino Dop e Igp in giacenza, previa certificazione di sussistenza.**
Per le imprese, ci sarà un'apertura di credito, utilizzabile in una o più soluzioni, a fronte della contestuale costituzione in pegno dei prodotti vitivinicoli. Albiera Antinori, presidente del Consorzio dei vini Bolgheri, ha commentato positivamente l'intesa: "*La novità sta nella valorizzazione dei nostri vini Dop a livello di prodotto non sfuso, ma già imbottigliato ed eventualmente già certificato, attraverso uno studio sartoriale del posizionamento dei nostri vini e del brand Bolgheri. Il grosso valore aggiunto si concretizza spesso sul prodotto finito e di conseguenza questo è un ottimo sistema per garantire ai nostri soci il meglio*".

BRUNELLO. Intesa con UniCredit a sostegno delle aziende

Accordo tra UniCredit e Consorzio del Brunello di Montalcino per sostenere la crescita delle aziende. Con questa intesa, **l'istituto di credito renderà disponibili soluzioni specifiche come il mutuo agrario**, della durata massima di 36 mesi a zero commissioni di rimborso anticipato e garanzia Ismea, o il Prodotto riserva, linea di credito aggiuntiva della durata massima di 84 mesi, con un importo minimo di 10 mila euro e con la stessa garanzia.
"*Gli strumenti finanziari, concepiti in maniera più dinamica rispetto al passato*" osserva Fabrizio Bindocci, presidente del Consorzio del Brunello di Montalcino "*possono certamente rappresentare un sostegno importante per un settore che sino a ora ha tenuto bene. Occorre non abbassare la guardia specie sul fronte della valorizzazione del prodotto, dei piani di crescita e degli investimenti e per questo l'accordo di oggi assume una valenza strategica*". L'accordo, secondo Andrea Casini, co-ceo commercial banking Italy di UniCredit, costituisce un valore aggiunto a beneficio delle imprese del Consorzio che, nell'ambito del proprio ruolo istituzionale, sostiene la crescita e la competitività delle cantine associate.

ENOTECHE. Signorvino apre un nuovo punto vendita a Milano e traccia un bilancio dell'anno, tra restrizioni e nuove formule. E-commerce in ascesa

In controtendenza rispetto ai tempi, Signorvino apre il suo 20esimo punto vendita e lo fa ai Navigli di Milano. Dopo l'inaugurazione in sordina della scorsa settimana, il passaggio da zona arancione a zona gialla sembra premiare la scelta fatta dal gruppo, che ha deciso di continuare ad investire e "perfino" assumere: nel 2020 grazie alle aperture gli store di Signorvino – prima di Milano, ci sono state Roma e Parma - hanno segnato un **+12% delle assunzioni sull'anno precedente**, con una importante quota rosa (circa 45%) e un'età media di 32 anni.

LA STRATEGIA. Ciò non significa che la crisi non abbia toccato il gruppo, così come sta facendo il dpcm, in vigore fino al 5 marzo, che prevede la chiusura delle enoteche a partire dalle 18 (cosa che, invece, non riguarda le vendite di vino in Gdo): "*La limitazione oraria per la vendita di alcolici è sicuramente un provvedimento che mette a dura prova noi operatori del settore*" spiega Federico Veronesi, general manager Signorvino. Per ovviare a tale situazione, il gruppo si è molto concentrato sul canale online (che in 6 mesi ha fatturato 400mila euro, spinto soprattutto dalle vendite natalizie), sull'asporto (che pesa dal 30 al 50% sugli incassi totali) e su un modello di vendita basato sulla omnicanalità, O2O (OnLine To OffLine). Non si è tralasciato nemmeno il lato digital con attività social dedicate alla formazione, alla promozione ed alla collaborazione con influencer di settore e non. Sebbene il core business rimanga il retail. "*L'omnicanalità è un ulteriore mezzo per poter far vivere l'esperienza Signorvino*" sottolinea Veronesi "*Vogliamo promuovere il vino italiano stando vicini ai nostri clienti, mettendo loro a disposizione, in maniera semplice, una grande selezione di etichette. I nostri esperti sono comunque in prima linea per consigliare il consumatore verso un acquisto sempre più consapevole*".

LE VENDITE. Intanto l'Osservatorio di Signorvino ha stilato la classica delle top denominazioni più vendute nel periodo di Natale (novembre e dicembre 2020) nei suoi store. **In prima posizione si piazza il Prosecco Valdobbiadene Cartizze, seguito dal Trento Doc Brut e Franciacorta Brut Satén.** Si rileva anche l'entrata nella Top 10 del Brunello di Montalcino, come prestigioso omaggio delle feste.

Relativamente al target, per quanto riguarda il canale tradizionale, il cliente tipo Signorvino si conferma per il 66% uomo con un'età media di circa 39 anni. Spostandoci invece l'e-commerce notiamo una percentuale minore di uomini con un'età media inferiore. Il canale online, insieme a quello O2O si rivela in netto aumento nell'ultimo anno: le bottiglie acquistate per persona sono state circa 9 per scontrino, quasi il triplo delle medie registrate negli store, per una spesa media di circa 122 euro. – **L. S.**

BILANCI 1. Tannico chiude il 2020 con un fatturato a 37,5 milioni di euro e ricavi a +82%

Ricavi in crescita dell'82% su base annua per un valore di 37,5 milioni di euro di fatturato (contro i 20,6 mln del 2019). Il 2020 per l'enoteca online Tannico si è chiuso con il vento in poppa, spinto dalla maggiore propensione dei consumatori verso l'e-commerce. In totale **sono state 2,5 milioni le bottiglie consegnate e 400mila gli ordini spediti in tutto il mondo**.

Il 2020 ha visto anche l'ingresso di Campari Group nel capitale della società. Operazione che permetterà una maggiore espansione all'estero. Inoltre, quello appena trascorso, è stato l'anno dell'apertura di Tannico Wine Bar a Milano (via Savona) e del lancio della Tannico Flying School Online con i corsi per appassionati. "*È stato un anno impegnativo ma di grandissimo consolidamento*" dichiara Marco Magnocavallo, amministratore delegato di Tannico "*L'emergenza Covid ha portato un'accelerazione del business che ci saremmo aspettati di raggiungere nel 2021 con una quota enorme di nuovi clienti al loro primo acquisto*". L'ultimo servizio lanciato per essere ancora più in linea con le richieste dei consumatori è Tannico Express: la nuova app che consegna entro un'ora e mezza nella città di Milano.

Ma i risultati dell'anno appena concluso non coinvolgono solo il canale business to consumer. In ottica b2b, infatti, registra buone performance anche la WinePlatform, lanciata nel 2017 per supportare le case vinicole sul piano tecnologico e logistico nella vendita dei propri prodotti ai clienti finali: le 120 cantine attive sulla piattaforma hanno visto quadruplicare gli ordini del 2020, per un totale di oltre 78.000 bottiglie vendute.

BILANCI 2. Terre del Barolo cresce e supera i 16 milioni di euro

Buon bilancio quello chiuso da Terre del Barolo al 31 agosto scorso. La cooperativa di Castiglione Falletto ha approvato **un esercizio 2019-2020 che ha visto il fatturato crescere del 4% rispetto all'anno precedente, raggiungendo i 16,38 milioni di euro.** Merito di un primo bimestre 2020 estremamente positivo, come racconta il direttore Stefano Pesci, che ha permesso di affrontare al meglio il periodo di lockdown di primavera.

"*L'incertezza globale continua*" commenta il presidente Paolo Boffa "*ma il mondo del vino sembra aver ragionato bene per una ripartenza: c'è consapevolezza e, grazie a mercati come quelli del Nord Europa, Nord America e dell'Asia, i nostri vini continuano ad essere acquistati con costanza*". Il futuro della cantina sarà concentrato sull'attenzione alla sostenibilità economica e sull'impatto su tutte le attività agricole e produttive: "*Vogliamo rendere queste nostre terre un vero patrimonio paesaggistico e naturale*" conclude Pesci "*anche per le generazioni future*".

TOP ITALIAN RESTAURANTS

www.gamberorossointernational.com/restaurants/

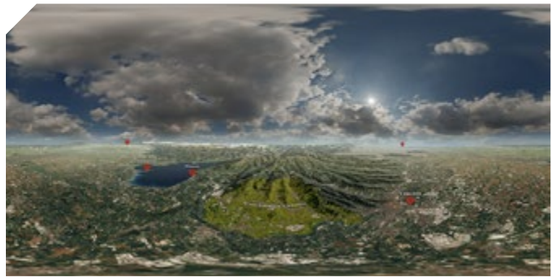
GamberoRossoInternational GamberoRossoInternational

SPONSOR

ANNO 1622 VILLA SANDI

Surgiva

MUSEI 1. In Valpolicella il tour è virtuale: il progetto della Cantina di Negrar per quando finirà la pandemia



Si chiama Valpolicella VR 360 ed è stato segnalato dalla Regione come il più innovativo tra i progetti 2020 "Food and wine made in Veneto". È il museo virtuale realizzato da Cantina Valpolicella Negrar che, grazie ai visori 3D, permette al visitatore di immergersi in un tour del territorio.

Il progetto, finanziato con i fondi regionali destinati alle realtà imprenditoriali del territorio, unisce l'arte fotografica dell'artista Marco Ambrosi alle nuove tecnologie messe a punto da Ximu.la, società specializzata nella progettazione e realizzazione di esperienze di realtà virtuale e aumentata, ed è fruibile tramite visori 3D Oculus dotati di un display che avvolge la vista e di un sistema audio surround che garantisce l'effetto immersivo di chi li indossa. Grazie a un'applicazione apposita, **si può accedere a una mappa interattiva e selezionare diversi itinerari, scegliendo tra i differenti paesaggi dei comuni storici della Valpolicella Classica** (Negrar, Marano, Fumane, Sant'Ambrogio e San Pietro In Cariano), la vendemmia, la visita in cantina.

"*In un periodo in cui l'attività di accoglienza dei turisti è fortemente penalizzata dalla pandemia, la cantina ha voluto progettare il futuro con creatività, dando origine ad un viaggio emozionale che consente di scoprire la Valpolicella Classica ancora troppo poco conosciuta per la sua storia, le sue peculiarità e la sua bellezza*", ha spiegato la responsabile del progetto per la cantina, Marina Valenti. Quando le condizioni sanitarie legate alla pandemia lo consentiranno, i visori 3D, in tutto 6, saranno sperimentabili, su prenotazione (eventi@dominiveneti.it) nelle enoteche Domìni Veneti che la cantina ha a Negrar, Cavion Veronese e a Sirmione.

MUSEI 2. Un percorso per valorizzare vino, arte e territorio. Il nuovo progetto di Opera20 per Montalcino

a cura di Andrea Gabbrielli

Per il 2021 Opera Laboratori Fiorentini, recentemente trasformata in Opera20, società che gestisce 45 siti museali, avrà come obiettivo a Montalcino "*la valorizzazione del Complesso di Sant'Agostino per l'Arcidiocesi di Siena e il Comune con la progettazione e realizzazione e gestione del Museo del Brunello*", un percorso espositivo ed esperienziale dedicato all'opera più contemporanea di Montalcino.

"*Non si tratterà di un classico museo*" ha spiegato a Tre Bicchieri Stefano Di Bello, art project manager di Opera "*ma di un percorso virtuale e sensoriale nel mondo del Brunello all'interno di una cornice, gli Ori di Montalcino, che comprendono sia le opere d'arte che le bellezze naturali paesaggistiche del territorio. La struttura sarà dotata di una biglietteria e caffetteria-enoteca.* ***Il progetto lo presenteremo al Comune di Montalcino tra circa un mese e complessivamente richiederà un investimento di 1 milione di euro***".

Fabrizio Bindocci, presidente del Consorzio del Brunello, dopo un incontro con Opera20, ha specificato che "*La condivisione degli spazi di Sant'Agostino non richiederà investimenti da parte nostra se non una consulenza specifica su temi quali la storia, il territorio e il vino. Quando il progetto sarà pronto ci incontreremo per un confronto. Non sarà una struttura per i produttori ma per l'intera comunità*".

A Montalcino già esiste una struttura museale privata di impianto più tradizionale, il Museo della Comunità di Montalcino e del Brunello che occupa uno spazio di 1500 metri quadri di esposizione con centinaia di oggetti e i ricordi di famiglia di oltre 400 montalcinesi: dalle suppellettili agli attrezzi di lavoro e poi documenti, fotografie, pannelli, utili per comprendere il terroir montalcinese nell'arco della sua lunga storia. Stefano Cinelli, l'ideatore del museo, situato nei pressi della Fattoria dei Barbi, ha commentato "*Opera20 è un privato che ha una grande esperienza e conoscenza del settore museale. Io ho offerto la mia disponibilità a collaborare. Vedremo in futuro*". Per una piccola città ma di grande richiamo turistico come Montalcino, valorizzare il Brunello dal punto di vista storico culturale, anche in modi diversi, è una grande opportunità per l'intero territorio.

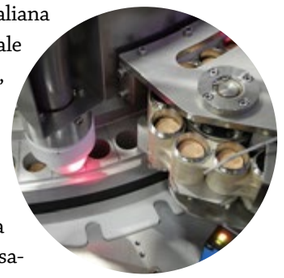
E-COMMERCE. Uber acquisisce la piattaforma Drizly: venderà anche il vino. Deal da 1,1 miliardi di dollari

Per 1,1 miliardi di dollari, Uber rileva la piattaforma di e-commerce Drizly, società che dal 2012 vende su internet, attraverso un'applicazione, bevande alcoliche (vino, birra, liquori) e gestisce il delivery in 1.400 città. L'operazione ha visto un'accelerazione dopo il forte incremento di vendite online negli Stati Uniti seguito al lockdown in funzione anti Covid-19.

Il ceo di Uber, Dara Khosrowshahi, ha ribadito la filosofia commerciale della società nata nel 2009 e che, nel 2014, ha lanciato Uber Eats, servizio di consegna a domicilio di cibi pronti: "*Ovunque si voglia andare e qualsiasi cosa si voglia avere, il nostro obiettivo sarà facilitare la vita delle persone. Ed è per questo che stiamo ampliando il nostro business verso generi alimentari, prescrizioni mediche e, ora, alcolici*".

In particolare, la clientela della start up Drizly (che diventa una consociata, totalmente sotto il controllo di Uber) sarà dirottata e integrata nell'app di Uber Eats che, a questo punto, offrirà anche il servizio di consegna di bevande. L'attuale app di Drizly resterà comunque attiva. L'accordo tra le due società, in fase di approvazione entro la prima metà del 2021, prevede che il 90% della somma sarà costituita da azioni mentre il restante 10% in contanti. – **G. A.**

CLOSURE. Un nuovo tappo Tca free a prova di Nasa



Novità nel campo delle chiusure in sughero. L'azienda italiana Ganau ha appena lanciato Epiq un nuovo tappo naturale monopezzo basato sulla tecnologia di screening Vocusò, già impiegata dalla Nasa per monitorare in tempo reale le componenti atmosferiche e dal Cern nel progetto di studio sul clima Cloud. Nel caso specifico, però, è utilizzata per rilevare le molecole che conferiscono il gusto di tappo al vino. L'obiettivo è risolvere il problema che da sempre affligge il mondo del vino: evitare lo sgradevole sapore causato dalla molecola del Tca.

Dal 2018, infatti, l'azienda con sede a Tempio Pausania e diverse filiali nel mondo, ha avviato una collaborazione con la società svizzera Tofwerk per sviluppare, su scala industriale, uno strumento ad alta affidabilità e precisione per il rilevamento del Tca.

Un'etichetta bianca per riscrivere il futuro

Un po' una provocazione, un po' una speranza. La cantina veronese Zenato per il suo Ripassa 2017 (Valpolicella doc Ripasso Superiore) ha scelto un'etichetta bianca su cui scrivere il futuro. Firmata dall'artista bergamasco Francesco Pedrini, si inserisce nel più ampio progetto Contemporaneo Infinito e prevede 2020 bottiglie numerate.

"Il 2020 è stato un anno di sospensione" racconta la titolare Nadia Zenato "Un anno difficile che ci ha visto protagonisti nell'affrontare e superare con coraggio questi mesi che ci hanno messo a dura prova. Da questa consapevolezza è nata l'idea di un nuovo progetto: un'etichetta bianca, intesa come una pagina vuota da riscrivere e in cui trovare la forza di seguire quella luce che ci proietta verso il futuro". Parte del ricavato della vendita sarà devoluta all'associazione culturale non profit The Blank di Bergamo, che sostiene e promuove giovani artisti.

VIGNETI. Primi riconoscimenti per le cantine che utilizzano l'Indice Bigot

Sono 50 i primi vigneti a ricevere il riconoscimento per l'Indice Bigot sopra i 90, ovvero il metodo, messo a punto da Giovanni Bigot, per misurare la qualità di un vigneto. Il potenziale qualitativo viene misurato da 0 a 100, prendendo in considerazione fattori quali: produzione, superficie fogliare esposta (SFE), rapporto tra foglie e produzione (SFE/kg), sanità delle uve, tipo di grappolo, stress idrico, vigore, biodiversità e microrganismi, età del vigneto. Per il monitoraggio, Bigot ha messo a punto l'app 4Grapes®, che consente in ogni momento di avere sotto controllo la situazione ampelopatologica, qualitativa e produttiva e di raccogliere i dati necessari per ottenere i valori dell'indice di ciascuna vigneto. "*L'Indice Bigot*" spiega lo stesso ideatore "*permette di individuare gli strumenti necessari per migliorare progressivamente la qualità delle uve ottenute, in quel vigneto, in base all'obiettivo enologico. Indica infatti la strada migliore per farlo, dato che ne fotografa lo status quo ed evidenzia cosa va migliorato*". **L'obiettivo è quello di formare "ampelonauti"**, che nel gergo "bigottiano" significa "*persone che osservano con attenzione, metodo e dedizione il loro vigneto e ne capiscono le esigenze*".

EVENTO. Valpolicella, il programma dell'annual conference di febbraio

Primo evento 100% digital realizzato da un Consorzio di tutela del vino italiano. La annual conference firmata dal Consorzio Valpolicella, prevista per i prossimi 26 e 27 febbraio, chiamerà a confronto 100 stakeholder, di cui 80 esteri, tra operatori del trade, wine specialist, Master of wine e stampa specializzata. "*Tra i punti di forza del progetto*" spiega il presidente Christian Marchesini "*non solo i contenuti di filiera che saranno oggetto di confronto anche istituzionale, ma soprattutto i digital tasting rigorosamente live dei tre principali vini espressione del territorio e dell'elevata qualità raggiunta dalle cantine della Valpolicella*". Saranno 1.200 i campioni di Amarone, Valpolicella e Ripasso a disposizione (4 etichette per ciascun vino per ogni azienda partecipante).

Grazie a un format che collegherà produttori, buyer e operatori esteri e stampa, l'evento prevede in calendario **7 appuntamenti, in diretta streaming su Zoom e i canali Facebook e Instagram del Consorzio**: dal confronto di apertura su "Gdo, horeca, e-commerce: il futuro commerciale del vino è multicanale", alle tre sessioni di digital tasting in inglese; dalla degustazione dedicata all'Amarone al focus sul "nuovo" Ripasso. E c'è attesa per il convegno sulle "Nuove politiche a sostegno del mercato del vino italiano" con la presentazione della ricerca sul "Posizionamento dei vini della Valpolicella sui principali mercati target".

supervisione editoriale
Massimiliano Tonelli
coordinamento contenuti
Loredana Sottile
sottile@gamberorosso.it
hanno collaborato
Gianluca Atzeni, Andrea Gabbrielli, Attilio Scienza
progetto grafico
Chiara Buosi, Maria Victoria Santiago

contatti
settimanale@gamberorosso.it - 06.55112201
pubblicità
direttore commerciale
Francesco Dammicco - 06.55112356
dammicco@gamberorosso.it
resp. pubblicità
Paola Persi - 06.55112393
persi@gamberorosso.it

ENO MEMORANDUM

5 FEBBRAIO
WINE AND SIENA EVENTO DIGITALE
fino al 7 febbraio
winehunterhub.com

8 FEBBRAIO
STAPPA CON GAMBERO ROSSO
Pesccaja azienda agricola - Terre Alfieri Arneis 2020
Sui canali social del Gambero Rosso

9 FEBBRAIO
BUTTAFUOCO STORICO SHOW
canali social del Club del Buttafuoco storico
ore 21.10
buttafuocostorico.com

10 FEBBRAIO
STAPPA CON GAMBERO ROSSO
Pighin - Pinot Grigio Collio Doc 2019
Sui canali social del Gambero Rosso

11 FEBBRAIO
ENOWEBINARS
Consorzio Vini Venezia
fino al 1 aprile
consorziovinivenezia.it

12 FEBBRAIO
STAPPA CON GAMBERO ROSSO
Cantina Valpantena - Valpolicella superiore Doc Brolo dei Giusti 2015
Sui canali social del Gambero Rosso

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

7 MARZO
CHE BOLLE
Bariano (Bergamo)
Convento dei Neveri
Via Per Romano, 17
fino all'8 marzo
chebolle.it

13 MARZO
ECCELLENZA DI TOSCANA
Firenze
Stazione Leopolda
fino al 14 marzo
eccellenzaditoscana.it

20 MARZO
CHE BOLLE
Stresa (Verbania)
Palazzo dei Congressi
fino al 22 marzo
chebolle.it

26 MARZO
MERANO WINE FESTIVAL
Merano
fino al 30 marzo
meranowinefestival.com/#mwf-program

10 APRILE
GRANDI LANGHE ON THE ROAD
Taormina (Messina)
grandilanghe.com

10 APRILE
PESARO WINE FESTIVAL
Pesaro
presso Villa Cattani Stuart
fino all'11 aprile
facebook.com/PesaroWineFestival/

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

14 MAGGIO
ANTEPRIME DI TOSCANA
fino al 21 maggio

15 MAGGIO
ANTEPRIMA MORELLINO
Firenze
Fortezza da Basso

Le grandi cantine del Veneto

COLLALTO

VIA XXIV MAGGIO, 1 | SUSEGANA (TV) | WWW.CANTINE-COLLALTO.IT | ☎ 0438 435811

Quella di Isabella Collalto De Croÿ è una delle più grandi realtà venete: un'azienda che si estende per molti ettari a ridosso delle Prealpi trevigiane, alternando vigneti e pascolo, seminativi e bosco, in un continuo susseguirsi di colline. Il grande libro della famiglia dei Conti di Collalto inizia quando il Re d'Italia Berengario nel lontano 958 fece dono a Rambaldo, antenato dei Collalto, del bosco del Montello e della Curtis di Lovadina, vasta pianura di prati, pascoli e vigneti ai piedi delle colline trevigiane. Nelle storiche cantine di via XXIV Maggio si svolgono tutte le fasi produttive, che danno vita a una gamma in cui il Prosecco è star indiscussa, anche se non mancano vini fermi ottenuti da vitigni internazionali o dai celebri incroci realizzati dal professor Manzoni.

I Vini e gli Abbinamenti consigliati

Conegliano Valdobbiadene Rive di Collalto Brut Isabella '18

Un Metodo Charmat come pochi, che sosta sui lieviti ben 9 mesi; si distingue per eleganza e finezza, ben definito e preciso. Evidenzia profumi floreali, fruttati, freschi, con note che riconducono a sensazioni minerali. Al palato, sono indiscutibili l'immediata piacevolezza, l'effervescenza ricca, fine e cremosa. Ideale a tutto pasto in particolare con piatti di pesce, fritture e piatti della tradizione come i nervetti, le cervella fritte o i bigoli in salsa.

Conegliano Valdobbiadene Extra Brut Ponte Rosso '19

Al naso rivela la compresenza di note di mela Pink Lady pienamente matura, su un delicato fondo floreale. In bocca risulta ampio ed armonico, caratteristiche che gli conferiscono vigore e persistenza e consentono di identificare le stesse note fruttate che si percepiscono al naso. Ottimo in abbinamento ai classici frutti di mare e crostacei, pesci grassi e carni bianche.

Violette Extra Dry Rosé '19

Al naso sono assai percepibili e intensi i rimandi alle note delicate della rosa, dei fiori di tiglio e dei piccoli frutti di sottobosco. Il suo finale morbido lo rende dissetante e versatile nell'abbinamento con svariate preparazioni gastronomiche: dai salumi agli antipasti a base di pesce, dalle minestre della tradizione ai piatti leggeri di carne, perfetto con il salmone.

CINA. Rapporti tesi con Australia e Uk. È il momento dell'Italia?

foto: fanjianhua/freepik

a cura di Andrea Gabbrielli

Sono molteplici i settori colpiti dalle ritorsioni delle autorità cinesi a fronte delle critiche sul rispetto dei diritti umani, sull'espansionismo territoriale o sulla pandemia.

CINA VS AUSTRALIA. Gli australiani che sino a poco tempo fa erano i principali fornitori di vino sul mercato cinese, sembrano pagare il prezzo più elevato per aver appoggiato la richiesta di un'inchiesta sull'origine del virus (vedi articolo "Tensione Australia-Cina"). In seguito all'applicazione delle misure tariffarie antidumping (+ 6,3% e 6,4%) e dei dazi aggiuntivi (dal 107,1% al 212,1%) sul vino aussie, **le esportazioni sono calate nell'ultimo trimestre 2020 da 162 milioni di dollari di ottobre a 4 milioni di dollari di dollari a dicembre, segnando –98%**. Ma non basta.

CINA VS UK. Adesso ad essere colpita dagli strali cinesi è anche **l'inglese Wine & Spirit Education Trust, il colosso della formazione sul vino e sugli gli alcolici a livello globale, che ha dovuto sospendere i suoi corsi in Cina.** Infatti, la legge sulla gestione delle Ong straniere, in vigore dal gennaio 2017, prevede la presenza di uno sponsor cinese ufficiale o di un'organizzazione ospitante e la registrazione presso il Ministero della Pubblica Sicurezza. Un inghippo burocratico che adesso Pechino ha deciso di far valere. Si tenga presente che Wset, fondata nel 1969 a Londra, ha iniziato a offrire corsi in Cina nel 2006 e nel 2016 ha aperto il suo primo ufficio internazionale a Hong Kong. Prima della pandemia erano 18mila i candidati cinesi iscritti ai corsi di formazione Wset. Intanto, però, nel 2018 è stato creato il China Wine Sensory Evaluation System, articolato a misura della cultura, dei gusti e della sensibilità cinese, chiaramente alternativo al sistema Wset.
Infine, c'è un'altra questione che contrappone i due Paesi. Recentemente il governo di Boris Johnson ha formalizzato l'offerta di passaporti e visti ai cittadini di Hong Kong che vogliono iniziare una nuova vita e trasferirsi in Uk. Una sfida a cui Pechino non tarderà a rispondere.

I RAPPORTI CON L'ITALIA. Ma come si inserisce l'Italia, in questo grande rimescolamento di carte nel mercato cinese? La buona notizia è che Youku, la più grande piattaforma di streaming e video della Cina, ha iniziato a trasmettere Kiss Kiss (*equivalente al nostro Cin Cin; ndr*), una serie Tv di sei episodi sul vino italiano. La modella e attrice cinese, Si Wei (Moly) viaggia per Toscana, Piemonte, Franciacorta, Trentino, Sicilia e Venezia dove si esibisce dal free climbing sulle Alpi all'apnea nelle acque al largo della Sicilia. Ogni episodio si conclude con una cena romantica in cui Moly riflette sulle sue esperienze, gustando le ricette e i vini locali. La serie è prodotto da Youku, NYSH e Ethica Wines. (qui il trailer). In questo momento di difficoltà del vino australiano sul mercato cinese, la presenza italiana, seppur di poco, sta crescendo. E Kiss Kiss, un format dedicato ai giovani cinesi con 20 mln di potenziali utenti, aiuterà a farci conoscere meglio.

IL MIO EXPORT

Gabriele Pezzuto – Batasiolo

1 Qual è la percentuale di export sul totale aziendale?

Attualmente, la produzione vinicola firmata dalla famiglia Dogliani è frutto soprattutto dei vigneti di proprietà 140 ettari di cui 80 a Nebbiolo da Barolo, articolati in 9 aziende agricole, ciascuna delle quali riesce a esprimere il carattere specifico del proprio territorio. L'export complessivo vale il 75% della produzione.

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

A "salvare" il nostro bilancio 2020 è stato soprattutto l'export, che ha tenuto soprattutto nei mercati a monopolio, come quello del Canada o quelli della Scandinavia, e in tutti quelli dove la differenza tra canale horeca e distribuzione moderna, in termini di offerta complessiva, è decisamente meno marcata e polarizzata.

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

Oggi, a seguito dell'emergenza Covid, la domanda è molto più attenta: si consuma meno ma si è pronti a spendere di più, se si ritiene che ne valga la pena. Alcune cose, probabilmente, cambieranno. Per esempio, la crisi ha messo in luce come il digitale possa veramente essere una leva per creare valore anche se il mondo del vino l'ha scoperto solo ora.

4 Come promuovete normalmente i vostri vini all'estero e come lo state facendo adesso con l'emergenza Covid?

Con grande dinamismo, consapevolezza e spirito di adattamento: implementando un processo di diversificazione dei canali distributivi (horeca, distribuzione moderna ed e-commerce) che oggi rappresenta un fattore decisivo di resilienza, ed è evidente che chi aveva investito in piani organici di digitalizzazione dell'azienda si trova ad avere un vantaggio competitivo.

5 Avete un export manager – o più di uno – dedicato?

Oltre alla mia figura di export manager, c'è Paola Marrai una mia collega molto perseverante con una grande dote nelle relazioni internazionali. Credo che, per chi voglia intraprendere questa carriera, la prima condizione è avere un'autentica passione. Passione intesa non solo come energia che ci consente di superare le difficoltà; ma soprattutto come sentimento da manifestare per rendere i nostri contenuti più credibili e più forti in grado di generare relazioni più vere. E, poi, è importante capire che la competenza linguistica da sola non basta, se non si riesce, poi, ad entrare in sinergia con la cultura del Paese dove vai.

❖ Batasiolo - La Morra - Cuneo - batasiolo.com

NEL PROSSIMO NUMERO
VILLA SALETTA

VINO SOTTO ATTACCO? QUEL PIANO UE CONTRO IL CANCRO CHE FA TREMARE LA FILIERA

L'Europa punta il dito contro l'alcol. Wine in Moderation: "Fuorviante non distinguere tra uso e abuso". Il rischio? Dagli alert sulle etichette allo stop alle campagne di promozione (fondi compresi). La Commissione: "Non intendiamo classificare il vino come tossico", ma la Dg Sante annuncia: "Avvertenze sulla salute entro il 2023"

a cura di Loredana Sottile

foto: almarhias/pixabay

Mentre l'Italia del vino si interroga su come utilizzare al meglio le risorse del Recovery Plan, su come affrontare la prossima Pac e da dove prendere i fondi per rilanciare la promozione, dall'Europa arriva una spallata al settore che pesa sul futuro quanto un macigno. Nella fattispecie la stangata si chiama *Europe's Beating Cancer* Plan ed è stato presentato alla vigilia della giornata mondiale contro il cancro (il 3 febbraio) dalla Commissione Ue – direttamente nella persona della presidente Ursula von der Leyen e dal suo vice Margaritis Schinas – come una serie di linee guida per sostenere gli Stati Membri nei loro sforzi volti a migliorare prevenzione e cura del cancro. E fin qua tutto bene, se non fosse che nella lista dei "cattivi" vi sia finito, suo malgrado, anche il vino. Per la precisione, nel testo si parla di alcol in maniera generica (*vedi box*), senza però fare alcuna distinzione né tra tipologie (superalcolici, birra, vino) né sulle quantità. Come a dire "il vino fa male alla salute sic et simpliciter".

L'ALLARME DI WINE IN MODERATION E UIV: A RISCHIO ANCHE LA PROMOZIONE DEL VINO

A lanciare l'allarme è Wine in Moderation, l'associazione europea che promuove la cultura del consumo consapevole e del bere responsabile. "*Non ci scandalizziamo tanto del documento, visto che abbiamo sempre sostenuto come l'abuso di alcol non faccia bene alla salute. Piuttosto ci scandalizziamo di come ci si sia completamente dimenticati di distinguere tra abuso e uso e tra le diverse tipologie di alcolici*" spiega a Tre Bicchieri ››

Che cosa dice il Piano Ue contro il cancro?

L'obietto dell'Europe's Beating Cancer Plan è ridurre l'incidenza del cancro sulla popolazione, dal momento che gli abitanti dell'Ue rappresentano il 10% della popolazione mondiale ma contano il 25% dei casi totali di cancro, con 2,7 milioni di diagnosi e 1,3 milioni di morti (dati 2020). E le previsioni sono di un incremento del 24% entro il 2035. Insieme, l'Ue può lavorare per:

- una generazione senza tabacco: garantire che meno del 5% della popolazione utilizzi il tabacco entro il 2040
- **ridurre il consumo dannoso di alcol in linea con gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (riduzione relativa di almeno il 10% del consumo dannoso di alcol entro il 2025) e ridurre l'esposizione dei giovani all'alcohol marketing**
- ridurre l'inquinamento ambientale allineando gli standard di qualità dell'aria dell'Ue con le linee guida dell'Organizzazione mondiale della sanità e ridurre l'esposizione a sostanze cancerogene e radiazioni
- migliorare la conoscenza e l'alfabetizzazione sanitaria per promuovere stili di vita più sani

» **Sandro Sartor**, presidente dell'associazione e responsabile tavolo vino e salute di Unione Italiana Vini. Una "dimenticanza" che potrebbe essere fatale per il futuro del vino: "*Al momento si tratta solo di un documento programmatico di 26 pagine*" continua Sartor "*che, però, potrebbe lanciare le basi per future azioni contro il prodotto incriminato. Nello specifico, campagne di sensibilizzazione, tassazione, divieto di pubblicità, warning label e perfino ritiro dei fondi previsti per i prodotti a base di alcol* (leggi alla voce Ocm Promozione; ndr)".
"*È inaccettabile inserire vino in black list della Europe's beating cancer plan*" tuona il segretario generale di Unione Italiana Vini **Paolo Castelletti** "*Troviamo forviante il principio per il quale il consumo di alcol sia considerato dannoso a prescindere da quantità e tipologia della bevanda. Ancora più inique di questa premessa sono le proposte del piano che vedono assimilare il consumo di vino al fumo, con la conseguenza di azzerare un settore che solo in Italia conta su 1,3 milioni di addetti e una leadership mondiale delle esportazioni a volume*".
Per il presidente di Assoenologi **Riccardo Cotarella**: "*Bisogna smetterla di colpevolizzare sempre e comunque il vino. Ci aspettiamo che la Commissione Ue tenga conto della differenza tra superalcolici e vini, sia in termini di gradazione sia relativamente al processo naturale che porta alla trasformazione dello zucchero dell'uva in alcol, tramite fermentazione alcolica senza altre aggiunte. Siamo fiduciosi, ma rimaniamo vigili affinché la situazione non precipiti*".
Dopo una lettera inviata al commissario europeo per l'Economia Paolo Gentiloni e agli eurodeputati italiani Paolo De Castro e Herbert Dorfmann, le organizzazioni della filiera vitivinicola (Confagricoltura, Cia-Agricoltori Italiani, Alleanza delle Cooperative Agroalimentari, Copagri, Unione Italiana Vini, Federvini, Federdoc e Assoenologi) si augurano che la Commissione Ue accolga davvero l'appello: "*È necessario scongiurare il rischio che decisioni avventate e dogmatiche mettano in pericolo il futuro di una filiera strategica per il nostro Paese come quella vitivinicola, senza peraltro riuscire a trovare una soluzione ai problemi di salute pubblica*".

ALERT SULLE ETICHETTE DI VINO? ECCO COSA DICE LA COMMISSIONE UE

Ha provato a tranquillizzare gli animi il vicepresidente della Commissione Ue **Margaritis Schinas**, rispondendo alle domande dei giornalisti subito dopo la presentazione del piano contro il cancro: "*L'Ue non ha intenzione di proibire il vino, né di etichettarlo come una sostanza tossica, perché fa parte dello stile di vita europeo*". Anche l'europarlamentare italiano **Paolo De Castro** usa parole rassicuranti: "*Sono solo documenti, proposte: non c'è un atto legislativo su cui parlamento e consiglio siamo chiamati a pronunciarsi*". Pericolo scongiurato, dunque? Non proprio, dal momento che il documento rimane lì nero su bianco e che sulla pagina della Commissione Ue (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_21_344) si legge che "*La Commissione sosterrà gli Stati membri nell'attuazione di un'ampia gamma di politiche, quali la riduzione dell'accessibilità e della disponibilità di alcolici, i limiti alla pubblicità e alla promozione, la sensibilizzazione sul rischio di consumo di alcol e cancro. Inoltre, la Commissione riesaminerà la legislazione dell'Ue sulla tassazione dell'alcol ed esaminerà la legislazione fiscale dell'Ue sull'acquisto transfrontaliero di prodotti alcolici*". Né tantomeno sono suonate rassicuranti le parole della commissaria alla salute **Stella Kyriakides**: "*Presenteremo*" ha detto "*una proposta di etichettatura obbligatoria per l'elenco degli ingredienti e dichiarazione nutrizionale sull'etichetta delle bevande alcoliche nel 2022 e una sulle avvertenze sulla salute nel 2023*". Significa che in un futuro potremmo ritrovarci sulle bottiglie un alert sulla falsariga di "bere vino fa male alla salute", alla stregua di quello che già succede con i pacchetti delle sigarette? "*Non è uno scenario improbabile*" risponde Sartor "*motivo per cui è importante non sottovalutare la questione e reagire immediatamente per impedire che si arrivi a tanto*". Il primo passo? Dimostrare che il vino - nelle giuste dosi – non è responsabile del cancro. "*E non dovremmo dimostrarlo adesso*" ribadisce il presidente di Wine in Moderation "*perché esistono tantissimi studi che lo dicono da anni*".

La Lega annuncia interrogazione parlamentare

"Basta demonizzare l'agroalimentare Made in Italy". Così l'europarlamentare della Lega Rosanna Conte annuncia un'interrogazione alla Commissione europea in merito all' Europe's Beating Cancer Plan, in seguito alle denunce da parte delle associazioni italiani. "Se fossero confermati, gli alert sulla salute nelle etichette delle bevande alcoliche, un po' come quelli delle sigarette, sarebbe un colpo mortale a un settore centrale non solo per l'economia italiana, ma anche per quella Dieta mediterranea che, ricordo ai salutisti dell'ultima ora, è universalmente riconosciuta per i suoi benefici alla salute".

LO STUDIO DEL CEEV SU VINO E SALUTE

A questo proposito, un sostegno importante viene dal Ceev (Comité Européen des Entreprises Vins) che ha redatto, in »

Se si beve vino durante i pasti

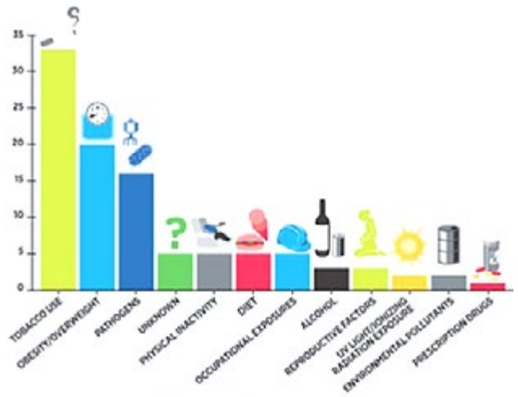
Consumare vino con moderazione

Consumare vino durante il pasto (preferibilmente uno stile di dieta mediterranea)

Alternare il consumo di vino con l'acqua

fonte: Ceev/Uiv

Fattori di rischio



Gli scienziati classificano i principali fattori che contribuiscono al rischio di cancro derivanti da: fumo (30%), obesità (20%), infezioni (15%), mancanza di attività fisica, dieta non sana e rischi professionali (5% ciascuno). Il consumo eccessivo di bevande alcoliche contribuisce per il 3% all'incidenza complessiva relativa al cancro.

fonte: Ceev/Uiv

» stretta collaborazione con gli esperti scientifici del Wine Information Council, un dossier su "Wine consumption in the context of a healthy lifestyle and cancer risk", in cui si evidenziano alcuni punti essenziali. Prima di tutto, bere vino con moderazione - come parte integrante di una dieta come quella Mediterranea - insieme ad uno stile di vita sano, non aumenta il rischio di cancro. È semmai un consumo eccessivo delle bevande alcoliche (con i vari distinguo) a comportare un aumento del rischio associato alla malattia. Inoltre, il rischio non può essere valutato in maniera isolata, ma nel contesto di un modello alimentare e di uno stile di vita più ampi. C'è, infine, un ultimo punto su cui vale la pena soffermarsi: secondo la ricerca sembrerebbe che i consumatori moderati di vino abbiano un minor rischio di ammalarsi di cancro e di altre malattie rispetto, non solo ai forti bevitori, ma addirittura agli astemi.

I PRECEDENTI E L'ATTACCO ALLA DIETA MEDITERRANEA

A guardare indietro, questa non è la prima volta che il vino finisce sotto attacco. Si ricorderanno le diverse campagne europee, protratte nel tempo, contro l'abuso di alcol e la sua responsabilità negli incidenti stradali che hanno portato, tra le altre cose, all'introduzione dell'alcolimetro. "*Ma*" sottolinea il presidente di Wine in Moderation "*se prima si metteva sotto accusa un comportamento sbagliato, nel documento presentato dalla Commissione Ue, al contrario, si accusa il vino in quanto tale. Oltretutto, attaccando il vino si attacca anche la Dieta Mediterranea*". Ed è questo un altro punto fondamentale della questione: che ne sarà della Dieta Mediterranea se sempre più spesso i suoi elementi portanti – dall'olio al parmigiano reggiano – subiscono stroncature proprio da chi dovrebbe tutelarli? Anche su questo le associazioni promettono battaglia.
Confagricoltura chiede immediatamente un intervento di tutela da parte del Governo: "*I vertici di Stato si facciano sentire. Questo è un colpo diretto alla nostra economia, all'identità gastronomica e produttiva del Paese*" dice **Francesco Colpizzi**, presidente Federazione Vitivinicola di Confagricoltura Toscana "*Davvero stiamo paragonando un panino al prosciutto o un bicchiere di vino, spesso indicato anzi come salutare, al consumo delle sigarette? Un piano di azione, quello europeo, che si spaccia a tutela della salute senza avere solide basi medico-scientifiche. L'unica conseguenza certa sarebbero le ripercussioni devastanti sulla nostra economia*".
Nonostante le rassicurazioni fornite a parole della Commissione Ue, i timori restano e come sempre è probabile che lo schema di gioco vedrà contrapposti la formazione dei cosiddetti Paesi produttori (Italia, Spagna, Portogallo) contro i Paesi nordici, con la Francia in mezzo, combattuta tra la sua lunga tradizionale vitivinicola e le sue ben note limitazioni alle campagne pubblicitarie sul vino.

ETICHETTE E INFORMAZIONI NUTRIZIONALI. A CHE PUNTO SIAMO?

Intanto, su un binario parallelo viaggia la discussione sul nuovo sistema di etichettatura del vino (quello a cui accennava la presidente della dg Sante-Direzione generale per la salute e la sicurezza alimentare) per mettere in chiaro gli ingredienti e le quantità che lo compongono. Sollecitata negli anni scorsi dalle associazioni dei consumatori, la revisione potrebbe tradursi in una maxi-etichetta che di certo non faciliterebbe la vita dei produttori. Per ovviare a questa nuova incombenza, l'Italia è stata tra i promotori di una e-label che rimandi, tramite codice Qr, ad un sito web esterno con informazioni su ingredienti e calorie (Tre Bicchieri ne ha seguito l'iter fin dalle origini, vedi articolo "Questioni di etichetta: il mondo del vino fa le sue proposte"). "*Abbiamo presentato proprio nelle settimane scorse un progetto pilota pronto a partire*" rivela il presidente di Wine in Moderation "*E siamo noi per primi a volere che l'etichetta elettronica non rimanga un atto volontario, ma sia riconosciuta a tutti gli effetti*". Dopo l'ok della Dg Agri, adesso si attende il pronunciamento della Dg Sante che non ha ancora dato il suo parere. Attenzione: proprio la stessa Dg che si occupa del nuovo Piano europeo contro il cancro. Cosa succederebbe se i due dossier convergessero, portando ad una revisione dell'etichettatura non solo con le informazioni nutrizionali, ma anche con le indicazioni relative ai tumori? Nulla è da escludere. D'altronde le parole della presidente Kyriakides (vedi sopra) sembrano muoversi proprio in questa direzione. Per questo motivo, Sartor invita a non perdere tempo: "*Non dobbiamo abbassare la guardia, perché la situazione potrebbe precipitare in tempi brevi e il mondo vitivinicolo potrebbe pagarne le conseguenze*". Vino avvisato, mezzo salvato. ❖

RECOVERY PLAN. QUALI I VANTAGGI PER IL VINO?

Digitalizzazione, infrastrutture, enoturismo, fiscalità, attenzione a consorzi, biologico e parità di genere. Sono molte le richieste delle sigle di settore invitate ad esprimersi sulla proposta di Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza da 210 miliardi di euro. Entro aprile il testo definitivo deve essere a Bruxelles

a cura di Gianluca Atzeni

La crisi di governo, la fine del Conte bis e il probabile arrivo a Palazzo Chigi dell'ex presidente della Bce, Mario Draghi, non ha fermato le attività parlamentari e la discussione sul Piano nazionale di ripresa e resilienza dell'Italia (Pnrr), il progetto europeo di rilancio economico post-pandemia. Su questo tema fondamentale per il futuro dell'Italia, le diverse commissioni parlamentari, a cominciare da quella all'Agricoltura fino alla Commissione Bilancio, stanno sentendo a turno le parti sociali, il mondo sindacale e le associazioni di categoria del mondo agricolo e agroalimentare, per provare a emendare la proposta elaborata dal Governo a metà gennaio e messa nero su bianco nella prima bozza di Recovery plan, che l'Italia è chiamata a consegnare a Bruxelles, nella sua versione definitiva, entro il mese di aprile. Il passaggio attraverso le organizzazioni di categoria è cruciale per migliorare e arricchire di ulteriori contenuti un documento che potrà contare sulle risorse del Next generation Eu per 210 miliardi di euro, che diventano 300 se si considerano i fondi del bilancio 2021-2026 (*vedi articolo di spalla*). Un insieme di riforme che dovrebbe, secondo il Ministero dell'Economia e finanze, impattare sul Pil entro il 2026 di almeno tre punti percentuali, mitigando i primi effetti dell'impatto della pandemia costati 8,8 punti di Pil nel solo 2020 (dato Istat).

All'interno del Pnrr, al mondo agricolo, in particolare, sono assegnati circa 7 miliardi di euro considerando la voce "Agricoltura sostenibile ed economia circolare", ma il settore primario potrebbe godere degli effetti positivi generati dagli investimenti in altri assi strategici del Piano, come la digitalizzazione e l'innovazione. Nel corso delle numerose audizioni di questa settimana, la Commissione agricoltura della Camera attraverso il suo presidente, Filippo Gallinella (*vedi intervista su Tre Bicchieri della scorsa settimana*) è stata molto chiara nelle sue comunicazioni: siamo disposti ad accogliere tutte le osservazioni del caso, puntiamo a modificare e migliorare il testo, ma l'impianto del Piano resta quello. Messaggio che, tradotto, significa: non ci saranno grandi spostamenti di risorse né diverse attribuzioni di competenze tra i vari ministeri a seconda degli assi di intervento. E, in tale contesto generale, di forti distinguo sul Pnrr, tra scettici e ottimisti, per capire quali possano essere i vantaggi per la filiera vitivinicola e quali debbano essere le tematiche più urgenti da affrontare, abbiamo raccolto i desiderata di alcune sigle di settore. Sappiamo che il vino italiano gode dei regolari finanziamenti del Piano nazionale di sostegno (Pns), che ogni anno muove oltre 335 milioni di euro, e anche in questo 2021 potrà contare su misure straordinarie, confermate una settimana fa dalla Commissione europea. Ma come un Pnrr così ad ampio spettro potrà incidere sul futuro della filiera? »

Federalimentare sul Pnrr: "Assenza di visione globale"

È critica la posizione di Federalimentare in Commissione agricoltura, nell'ambito dell'esame in sede consultiva della proposta di Pnrr. "Per quanto riguarda il settore agroalimentare ci sono alcune misure nelle aree tematiche trasversali, ma per l'industria alimentare ci sono poche cose se non addirittura un'assenza di visione rispetto allo sviluppo dell'industria alimentare, che è il secondo settore manifatturiero del Paese", ha dichiarato il direttore Nicola Calzolaro. Tra le criticità, il riferimento al green deal europeo con l'attenzione alla sostenibilità: "Il nostro sistema ci lavora da tempo, ma quella ambientale non può essere disgiunta da quella economica e sociale". Ancora: le iniziative relative alla sovranità alimentare non devono alterare la concorrenza e il Pnrr deve promuovere "un'agricoltura, con incentivazioni al settore primario, che produca di più e a condizioni di mercato", senza dimenticare di "sviluppare piattaforme di e-commerce nazionali e di distribuzione internazionali, dal momento che l'Italia è l'unico Paese che non le ha". Necessarie, infine, secondo la federazione che rappresenta l'industria italiana di alimenti e bevande (145 i miliardi di fatturato annuo), strutture adeguate per trasporto e logistica: "Soprattutto nel Mezzogiorno che, nel piano, sembra essere un tema assolutamente sottovalutato".

» FEDERDOC: "SERVE TRANSIZIONE ECOLOGICA"

Il tema ambientale è sicuramente tra i più citati nella discussione sul Recovery. La Federdoc, infatti, parla del Pnrr come di "*occasione unica per accompagnare ulteriormente la transizione ecologica della filiera vinicola, in realtà*" specifica il presidente **Riccardo Ricci Curbastro** "*già da anni fortemente impegnata sulla sostenibilità ambientale, sociale ed economica, come testimonia l'impegno di Federdoc e dei consorzi di tutela nell'elaborazione dello standard Equalitas*". Non solo: c'è bisogno di dare impulso "*all'innovazione digitale del settore e alla formazione propedeutica al ricambio generazionale*". Ma anche la gestione delle risorse del Next Generation Eu sarà cruciale. "*È necessario destinarle a progetti puntualmente elaborati in termini di obiettivi, tempi e modalità di realizzazione e che siano utilizzati in modo complementare nei Pns e nei Psr nazionali*". E i Consorzi di tutela delle Dop vitivinicole, secondo Federdoc, possono essere dei validi interlocutori delle istituzioni nell'individuare le priorità: "*Sono naturali interpreti delle istanze delle filiere e, se adeguatamente supportati, possono contribuire a ottimizzare i risultati attesi, finalizzando le iniziative pianificate*".

PNRR – LE 6 MISSIONI

1. DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE, COMPETITIVITÀ E CULTURA
2. RIVOLUZIONE VERDE E TRANSIZIONE ECOLOGICA
3. INFRASTRUTTURE PER LA MOBILITÀ SOSTENIBILE
4. ISTRUZIONE-RICERCA
5. PARITÀ DI GENERE, COESIONE SOCIALE E TERRITORIALE
6. SALUTE

CONFAGRICOLTURA: "INCENTIVARE LO SVILUPPO DIGITALE E I PROTOCOLLI DI SOSTENIIBLITÀ"

Infrastrutture, digitalizzazione, propensione alle innovazioni e investimenti per la formazione sono, ad avviso di Confagricoltura, le lacune italiane a cui il Recovery plan è chiamato a rispondere in modo efficace. Carenze da colmare parallelamente "*con urgenti riforma della Pubblica amministrazione, della giustizia e della fiscalità*". Per il settore vitivinicolo, l'auspicio dell'associazione presieduta da **Massimiliano Giansanti** è "*incentivare lo sviluppo digitale sia in un'ottica di semplificazione, sia per cogliere le opportunità di fornitura di servizi di alto livello nell'ambito della viticoltura di precisione e nell'internet of farming, nonché per aumentare la competitività del settore valorizzando il prodotto, attraverso sistemi di e-commerce, blockchain, etc.*". Inoltre, il ruolo del comparto vino è fondamentale nella transizione ecologica, per il suo percorso già ampiamente avviato verso una gestione sostenibile delle risorse. "*È importante*" scrive Confagri "*formare e sostenere i viticoltori nell'adesione ai protocolli di sostenibilità, dalla vigna al canale di distribuzione. Senza dimenticare il ruolo ambientale e paesaggistico delle colline vitate che, oltre a contribuire in termini abbattimento della Co2, danno valore ai territori per quello che evocano e rappresentano*". In materia di cambiamenti climatici, la Confagricoltura auspica un piano nazionale "*che affronti le strategie di mitigazione e adattamento sulla base della ricerca scientifica, con investimenti per rafforzare prevenzione e protezione delle strutture produttive e delle colture dagli eventi calamitosi*". In materia di infrastrutture, il Recovery sarà importante se i fondi saranno sfruttati "*per colmare* »

» *i deficit che il sistema produttivo italiano sta scontando rispetto ai competitor internazionali*". Infine, in materia di export, è "*indispensabile un Piano specifico di internazionalizzazione che miri a espandere e consolidare i mercati, sfruttando anche gli accordi di libero scambio sottoscritti dalla Ue con Paesi terzi*".

CIA: "IMPLEMENTARE LE INFRASTRUTTURE"

A fronte di una crisi senza precedenti, la Cia-Agricoltori italiani punta i riflettori sulla necessità di avere risposte orientate a una visione strategica di lungo periodo. "*Per avere ricadute importanti sul settore vitivinicolo*" afferma il responsabile vino, **Domenico Mastrogiovanni** "*il Recovery fund deve aumentare la competitività dei territori e per farlo deve guardare con priorità a tre direttrici: la digitalizzazione delle aree interne, la viabilità rurale e le politiche per la promozione*". Uno dei maggiori ostacoli allo sviluppo del territorio è la mancanza di infrastrutture digitali che, se implementate con le risorse del Pnrr, porterebbero "*incredibili benefici*" scrive la Cia "*sotto il profilo, economico, sociale e ambientale a tutto il mondo agricolo e, dunque, anche al nostro settore. La digitalizzazione delle aziende vitivinicole parte dalle attività in campagna, dove è sempre più importante gestire i vigneti in modo moderno, utilizzando tutte le tecnologie disponibili, fino ad arrivare alla gestione efficiente dei processi di cantina e alla tracciabilità digitale con la blockchain, nell'interesse del consumatore*". Per affrontare il nodo della viabilità rurale e della carenza di collegamenti, e per generare ripercussioni positive sulle imprese vitivinicole, il Recovery plan "*non potrà mettere in secondo piano il rafforzamento e l'implementazione delle infrastrutture viarie, per arginare il fenomeno della marginalizzazione sociale delle aree interne e favorire lo sviluppo enoturistico*", secondo la Cia. Infine, come ultima proposta strategica, le risorse del Recovery fund dovranno dare nuovo impulso all'export di vino "*con la costruzione di un* »

Il PNRR: impatto sul Pil di 3 punti entro 2026

Il Pnrr (Piano nazionale di ripresa e resilienza) è costituito da 6 missioni, che a loro volta raggruppano 16 componenti, in cui si concentrano 47 linee di intervento, con progetti selezionati, privilegiando quelli trasformativi e con maggiore impatto su economia e lavoro, e riforme coerenti. Dei 210 miliardi di risorse, nelle sei missioni, 144,2 miliardi finanziano "nuovi progetti", mentre i restanti 65,7 miliardi sono destinati a "progetti in essere" coerenti col regolamento europeo Rrf (Recovery and resilience facility). Inoltre, il Pnrr comprende, sempre in ambito Next generation Eu, i 13,5 miliardi di React Eu e 1,2 miliardi del Just transition fund, assieme a parte dei fondi nazionali dedicati alla Coesione e sviluppo, consentendo di incrementare la quota di investimenti pubblici del Piano e rafforzare gli interventi per il riequilibro territoriale, con una forte attenzione al Sud.
Gli assi portanti del Pnrr sono investimenti e riforme. Le riforme di contesto che accompagnano le linee di intervento dovrebbero rafforzare la competitività, ridurre gli oneri burocratici e rimuovere i vincoli che hanno rallentato la realizzazione degli investimenti o ridotto la loro produttività. Tra queste, la riforma della giustizia e della Pubblica amministrazione, di parte del sistema tributario e del mercato del lavoro.
La transizione verde e digitale è al centro del progetto. Considerando che il Pnrr sarà integrato con 80 miliardi di euro a valere sul bilancio 2021-2026, secondo stime del Ministero delle Finanze, l'insieme degli investimenti e dei progetti di riforma dovrebbe tradursi in un aumento, rispetto allo scenario base, della crescita e dell'occupazione. Pertanto, al 2026, anno finale del Recovery Plan, l'impatto positivo sul Pil sarà pari a circa 3 punti percentuali.

Italia - Risorse Next Generation Eu per missione

	in essere (a)	nuovi (b)	totale (c) = (a)+(b)	React-Eu (d)	totale N-Gen-Eu (e) = (c)+(d)
Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura	10,11	35,39	45,50	0,80	46,30
Rivoluzione verde e transizione ecologica	30,16	37,33	67,49	2,31	69,80
Infrastrutture per una mobilità sostenibile	11,68	20,30	31,98	-	31,98
Istruzione e ricerca	4,37	22,29	26,66	1,83	28,49
Inclusione e coesione	4,10	17,18	21,28	6,35	27,62
Salute	5,28	12,73	18,01	1,71	19,72
TOTALE	**65,70**	**145,22**	**210,91**	**13,00**	**223,91**

fonte: Ministero delle Economia e finanze - Pnrr

›› *piano straordinario di promozione del Made in Italy*" conclude Mastrogiovanni "*per rafforzare la presenza dei vini italiani sui mercati esteri*".

LE DONNE DEL VINO: "NON DIMENTICARE LA PARITÀ DI GENERE"

"*L'agricoltura non sia presa in esame solo per l'impatto ambientale ma anche in termini economici e occupazionali*", ha dichiarato l'associazione Le Donne del vino, lanciando un messaggio alla politica perché si metta mano a politiche di genere e per il settore turistico ed enogastronomico. L'audizione in Comagri alla Camera della presidente, **Donatella Cinelli Colombini**, e della sua vice, **Paola Longo**, è servita a chiedere di considerare non solo l'impatto ambientale dell'agricoltura ma anche quello economico-occupazionale. L'associazione ha messo nero su bianco la proposta di uso delle risorse del Pnrr, concentrandosi su diversi punti critici. Tra questi: la digitalizzazione delle aree rurali, considerata la mancanza di copertura del segnale e della banda larga nelle campagne; la qualificazione dell'agricoltura di precisione e delle produzioni ecosostenibili, che passa per un processo di formazione e digitalizzazione; il nodo trasporti e viabilità, che va risolto con un potenziamento a tutto tondo per evitare il rischio marginalizzazione delle aree rurali, gli ostacoli al turismo e i disagi per giovani, donne e anziani; la carenza di servizi per la maternità nelle campagne e nei piccoli centri, che rappresenta un grave impedimento alle possibilità di lavoro e carriera delle donne. In materia di politiche di genere, l'associazione Le Donne del vino ha chiesto agevolazioni fiscali e di punteggio nelle graduatorie per le imprese (cantine, ristoranti, rivendite, agenzie di consulenza) che rispettano la parità di salario fra i generi e offrono orari di lavoro flessibili. Non solo: è stato chiesto che fra gli obiettivi del turismo, all'interno del Pnrr, sia inserito il Made in Italy agroalimentare d'eccellenza e, specificatamente, il vino. Infine, è da segnalare la proposta di realizzare un portale nazionale di promo-commercializzazione turistica collegata alla digitalizzazione delle destinazioni, ma anche centri espositivi, didattici e di coordinamento turistico in ogni Docg o nei distretti alimentari, un programma di formazione per gli addetti e un osservatorio per monitorare i risultati.

MOVIMENTO TURISMO DEL VINO: "NON BUCARE L'ENNESIMA OPPORTUNITÀ"

Il Pnrr ha suscitato non poche perplessità tra i vertici del Movimento turismo del vino. Il presidente **Nicola d'Auria** spiega: "*I vantaggi di un tale piano possono essere molti, anche e soprattutto perché il documento tocca aspetti, la sostenibilità ambientale su tutti, che evidentemente fanno parte del nostro Dna e che potrebbero costituire un vero vantaggio, soprattutto se in parallelo si lavorasse a una corretta gestione delle risorse. Per non parlare*" prosegue d'Auria "*della parte che sottolinea l'esigenza di investire nella 'bellezza' del nostro Paese. O, più nello specifico, il capitolo concernente il cosiddetto 'turismo delle origini*". Il tema è interessante, come osserva d'Auria, e in un certo qual senso "*sembra cucito sulle nostre esigenze. E, ancor di più*" aggiunge "*il segmento dedicato al potenziamento della formazione turistica di qualità: sono anni che ne parliamo e finalmente sembrerebbe giunto il momento di affrontare l'argomento ai massimi livelli*". Dove sta, allora, il problema? "*Aldilà delle cifre destinate a questi obiettivi, è netta la sensazione che tutto sia stato trattato in modo generico, un compitino in classe svolto utilizzando manuali di supporto*", commenta l'associazione, secondo cui "*ancora una volta è mancato il confronto vero con chi opera sul campo e il rischio sarà quello di aver bucato l'ennesima opportunità. Una corretta gestione delle risorse offrirà ai player del settore qualche vantaggio, ma è altrettanto evidente*" ha concluso D'Auria "*che siamo lontanissimi da quello che si poteva e doveva fare*".

FEDERBIO: "PROMOZIONE DEI DISTRETTI BIOLOGICI"

Spazio, in Parlamento, anche alla filiera del biologico che attende il via libera definitivo alla legge nazionale. "*Il nostro settore è un asset fondamentale per il rilancio dell'agroalimentare italiano*", ha evidenziato la FederBio, con la presidente **Maria Grazia Mammuccini**, forte del fatto che la svolta green chiesta dall'Ue vede nel biologico uno dei pilastri della strategia Farm fo fork. E l'Italia, con 80 mila imprese attive, è leader in Europa: "*La conversione al biologico e la promozione di distretti biologici rappresentano un'opportunità strategica per l'occupazione delle donne, dei giovani e per il rilancio economico di tanti territori rurali a partire dal Mezzogiorno. Quindi*" ha sottolineato Mammuccini "*siamo pienamente coerenti con le tre priorità trasversali indicate nel Pnrr*". Tra le proposte indicate da FederBio alla Camera ci sono la digitalizzazione e l'innovazione per favorire la trasparenza del sistema. Ma c'è anche un intervento sulla fiscalità, verificando per il bio certificato l'ingresso nel mercato dei crediti di carbonio. "*Il Pnrr deve prevedere investimenti a sostegno della conversione agro ecologica*" ha concluso la presidente di Federbio, ricordando una lacuna del Piano: "*Il mondo del bio non era mai stato consultato per portare le proprie proposte e nel capitolo del Pnrr dedicato all'agricoltura sostenibile non solo non viene mai citato, ma nemmeno le strategie Farm to fork e Biodiversità*". Lacuna che "*andrà colmata*", in vista dell'approvazione del documento finale da presentare a Bruxelles. ❖

Il primo canale italiano
interamente dedicato al food & wine

GAMBERO ROSSO HD sky