



INFODOC

DICEMBRE 2021
BOLLETTINO MENSILE
PER IL SETTORE IG

INFORMAZIONE D'ORIGINE CONTROLLATA

NOTIZIE DALL'EUROPA E DAL MONDO

UNIONE EUROPEA

UNIONE EUROPEA UNA NUOVA POLITICA AGRICOLA PIÙ EQUA, PIÙ VERDE E MAGGIORMENTE ORIENTATA AI RISULTATI

A inizio dicembre il Consiglio UE ha adottato formalmente la politica agricola comune (PAC) per il periodo 2023-2027. La nuova legislazione apre la strada a una PAC più equa, più verde e maggiormente basata sull'efficacia, che mira a garantire un futuro sostenibile per gli agricoltori europei, fornire un sostegno più mirato alle aziende agricole di piccole dimensioni e consentire agli Stati membri una maggiore flessibilità nell'adattamento delle misure alle condizioni locali. Una caratteristica fondamentale della nuova politica è l'introduzione di piani strategici

a livello degli Stati membri che consentono ai governi nazionali di adattare le disposizioni della PAC alle esigenze delle rispettive comunità agricole, in cooperazione con le autorità locali e gli stakeholder. Questa politica è, sinora, anche la più ambiziosa dal punto di vista ambientale, dal momento che un quarto dei pagamenti diretti sono riservati alle pratiche agricole ecosostenibili. Inoltre, è la prima PAC a includere una dimensione sociale intesa a garantire condizioni di lavoro adeguate per i lavoratori agricoli. I tre regolamenti che compongono il pacchetto di riforma della PAC sono stati firmati dal Consiglio e dal Parlamento e pubblicati nella Gazzetta ufficiale del 6 dicembre. Nello specifico si tratta del regolamento 2021/2115 sul sostegno ai piani strategici nazionali, del reg. 2021/2116 sul finanziamento, gestione e monitoraggio della politica agricola comune, del

reg. 2021/2117 sulla nuova OCM (che modifica, dunque, il reg. 1308/2013). Gli Stati membri hanno avuto tempo fino al 1° gennaio 2022 per presentare i loro progetti di piani strategici, onde consentire alla Commissione di avviare il processo di valutazione. La nuova PAC entrerà in vigore nel 2023 e si applicherà fino al 2027.

https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/new-cap-2023-27_en

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=OJ:L:2021:435:TOC>
(Nuovi regolamenti PAC pubblicati in Gazzetta)

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=OJ:C:2021:488:TOC>
(Dichiarazioni comuni di Parlamento, Consiglio, Commissione)

VIA LIBERA AI "VITIGNI RESISTENTI" NEI VINI A DENOMINAZIONE. UNA SVOLTA EPOCALE PER IL SETTORE

I "vitigni resistenti", sempre più al centro dell'attenzione e del dibattito nel mondo del vino, potranno essere utilizzati nei vini a denominazione di origine in Europa. La notizia è di quelle che segnano le svolte epocali, anche se - contrariamente a quanto può suggerire - quel tempo non è proprio dietro l'angolo, almeno in Italia. Per prima cosa c'è il passaggio del recepimento delle modifiche del regolamento europeo da parte di ogni Paese e poi, ancora, di mezzo ci sono l'autorizzazione dei resistenti da parte delle Regioni - in Italia sono poche ad averla data - e, soddisfatto questo presupposto, il loro inserimento nei disciplinari di produzione delle denominazioni affrontando la trafila che le modifiche comportano. Finora per i vini a denominazione prodotti nell'Unione europea era possibile utilizzare soltanto vitigni della specie *Vitis vinifera* (vite europea) in purezza, ed erano quindi esclusi i vitigni che hanno nel loro genoma tracce di altre specie, come appunto i vitigni resistenti alle malattie fungine (peronospora e oidio), frutto di incroci con viti asiatiche o americane (*Vitis amurensis* e non solo). La modifica del Regolamento (UE) 2021/2117, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea il 6 dicembre scorso, sdogana ora questi incroci che stanno ultimamente riscuotendo molto interesse nell'ottica di una viticoltura meno impattante sull'ambiente grazie alla riduzione dell'uso di fitofarmaci.

https://winenews.it/it/ue-via-libera-ai-vitigni-resistenti-nei-vini-a-denominazione-una-svolta-epocale-per-il-settore_458126/

LA NUOVA PAC RICONOSCE UFFICIALMENTE I "VINI DEALCOLIZZATI" SULLA BASE DELLE RISOLUZIONI ADOTTATE DALL'OIV

Una delle novità per il settore vitivinicolo introdotte dalla nuova PAC consiste nell'autorizzazione ufficiale della dealcolizzazione totale e parziale dei vini. Nel definire questo nuovo quadro normativo, l'UE si è basata sui lavori dell'OIV, in particolare sulle risoluzioni OIV-ECO 523-2016, OIV-ECO 433-2012 e OIV-ECO 432-2012. D'ora in avanti, la designazione della categoria di prodotti (indicazione obbligatoria) può essere completata dai termini "dealcolizzato" o "parzialmente dealcolizzato" per i prodotti seguenti: "vino", "vino spumante" e "vino frizzante gassificato". La dealcolizzazione totale è limitata ai prodotti senza denominazione di origine o indicazione geografica. La dealcolizzazione parziale è consentita per tutti i vini, i vini spumanti e i vini frizzanti gassificati. Il limite del tenore alcolico che discrimina tra "dealcolizzato" e "parzialmente dealcolizzato" è quello accettato dall'OIV nel 2012, ossia 0,5%. In linea con le raccomandazioni dell'OIV (OIV-OENO 394A-2012), i processi di dealcolizzazione autorizzati per ridurre parzialmente o quasi totalmente il tenore di etanolo in questi prodotti sono la parziale evaporazione sotto vuoto e/o le tecniche a membrana e/o la distillazione. Il settore vitivinicolo si apre all'innovazione e si mostra sensibile all'evolvere delle preoccupazioni dei consumatori, nel rispetto dell'integrità e delle tradizioni del prodotto. Gli Stati membri dell'OIV lavorano attualmente alla definizione di pratiche enologiche specifiche applicabili a questi nuovi prodotti.

<https://www.oiv.int/it/t/la-nuova-politica-agricola-comune-pac-riconosce-ufficialmente-i-vini-dealcolizzati-sulla-base-delle-risoluzioni-adottate-dalloiv>

RIFORMA PAC, WOJCIECHOWSKI:

ACCOLGO CON FAVORE
 UNA POLITICA AGRICOLA
 PIÙ EQUA, VERDE, FLESSIBILE.
 OPPORTUNITÀ UNICA PER
 UN AGRICOLTURA PIÙ SOSTENIBILE

Il Commissario UE all'Agricoltura, Janusz Wojciechowski, esprime vivo apprezzamento per l'adozione dei tre nuovi regolamenti della PAC da parte del Consiglio, definendo la nuova politica agricola comune più equa (per la prima volta includerà la condizionalità sociale), più verde (svolgerà un ruolo chiave nella transizione verso sistemi alimentari sostenibili, con maggiori ambizioni per il clima, l'ambiente e il benessere degli animali), più flessibile (agli Stati membri è rimessa la redazione dei piani strategici nazionali). "Questa riforma - ha dichiarato il Commissario - è un'opportunità unica per dimostrare che possiamo lavorare insieme per un'agricoltura più sostenibile preservando la sicurezza alimentare e un buon sostentamento per le nostre comunità rurali e agricole. Incoraggio vivamente gli Stati membri a sfruttare il tempo rimanente prima della scadenza del termine per la presentazione dei piani strategici nazionali, la fine del 2021, e ad assicurarsi che questa riforma sia un vero punto di svolta".

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/STATEMENT_21_6547

LE MISURE DI INFORMAZIONE AUMENTANO LA CONSAPEVOLEZZA DEL PUBBLICO SULLA POLITICA AGRICOLA COMUNE

La politica d'informazione sulla PAC svolge un ruolo importante nell'aumentare la consapevolezza dell'opinione pubblica sulla stessa politica agricola comune e sul suo ruolo. Il report sulla valutazione della politica d'informazione sulla politica agricola comune, pubblicato nei giorni scorsi, analizza le attività di informazione degli ultimi anni e fornisce indicazioni per massimizzare le opportunità per

comunicare meglio la nuova PAC. La valutazione analizza le azioni di comunicazione, o le misure di informazione, sulla PAC realizzate tra il 2016 e il 2020 direttamente dalla Commissione attraverso i rapporti con la stampa, il sito web, i social media e gli eventi; e anche con i progetti cofinanziati realizzati da terzi attraverso il regime di sovvenzioni. La valutazione mostra che le azioni di informazione sulla PAC aumentano la comprensione della politica stessa e migliorano la percezione tra le parti interessate e i cittadini dell'UE. I sondaggi Eurobarometro hanno indicato che quasi tre europei su quattro sono a conoscenza della PAC e ritengono che essa vada a vantaggio di tutti i cittadini, non solo degli agricoltori. Le azioni svolte dalla Commissione e i progetti sovvenzionati si completano a vicenda per raggiungere un pubblico più ampio su argomenti relativi alla PAC, trasmettendo messaggi rilevanti per il pubblico. La valutazione riconosce inoltre la possibilità di migliorare ulteriormente le misure di informazione e adattare alla nuova PAC e alle esigenze della società. È possibile evidenziare ulteriormente il contributo della PAC al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità del Green Deal europeo. Potrebbe anche essere intensificata la cooperazione con le autorità nazionali per quanto riguarda la comunicazione ai cittadini dell'UE.

https://ec.europa.eu/info/news/information-measures-increase-public-awareness-common-agricultural-policy-2021-dec-08_it

LA PAC CONTRIBUISCE A UNO SVILUPPO EQUILIBRATO DELLE ZONE RURALI DELL'UE

La povertà e l'abbandono della terra sarebbero più pronunciati in assenza della politica agricola comune, tuttavia gli oneri amministrativi limitano l'efficienza del sostegno della PAC nelle zone rurali. Appena pubblicata, la valutazione dell'impatto della PAC sullo sviluppo territoriale delle zone rurali valuta la misura in cui la politica agricola comune contribuisce allo sviluppo nelle zone rurali, riducendo gli squilibri sociali ed economici, compresa l'esclusione sociale nelle

zone rurali e tra le zone rurali e quelle circostanti.

https://ec.europa.eu/info/news/cap-contributes-balanced-development-eu-rural-areas-2021-dec-13_it

SCELTE DEI PAESI DELL'UE FONDAMENTALI PER RAGGIUNGERE L'OBIETTIVO DELLA PAC SULLE RISORSE NATURALI

La PAC fornisce un valore aggiunto dell'UE stabilendo un livello di ambizione più elevato di quello che potrebbe essere disponibile con un approccio puramente nazionale, richiedendo livelli minimi di sostegno finanziario e sostenendo la condivisione delle conoscenze tra gli Stati membri. Tuttavia, il potenziale della PAC nell'affrontare la gestione sostenibile delle risorse naturali non è stato sfruttato appieno nel periodo 2014-2020. Gli Stati membri non hanno stanziato fondi sufficienti per le misure più mirate e/o hanno scelto un approccio minimalista per la condizionalità e le condizioni di inverdimento. Sono questi i principali risultati della "Valutazione dell'impatto della politica agricola comune sulla biodiversità, il suolo e l'acqua (risorse naturali)" pubblicata nei giorni scorsi dalla Commissione europea.

https://ec.europa.eu/info/news/eu-country-choices-fundamental-achieving-cap-objective-natural-resources-2021-dec-17_it

GLI EURODEPUTATI CHIEDONO UN'AZIONE DELL'UE PIÙ FORTE CONTRO IL CANCRO

La Commissione Speciale del Parlamento europeo per la lotta contro il cancro (BECA) ha adottato le sue proposte finali su come rafforzare il ruolo dell'UE nel contrastare la malattia. Nella relazione adottata giovedì 9 dicembre, i deputati hanno affermato che l'attuazione del piano europeo di lotta contro il cancro è un primo passo verso una vera Unione europea della salute. La strategia globale che affronta il cancro a livello dell'UE dovrebbe servire da modello per altre malattie non trasmissibili. Nella relazione si

ricorda, tra l'altro, che il consumo di alcol è un fattore di rischio per diversi tipi di cancro e si chiede: la promozione di azioni per ridurre e prevenire i danni alcol-correlati nel quadro di una strategia UE sull'alcol rivisitata, compresa una strategia europea di consumo di alcol zero per i minori; una migliore informazione ai consumatori, adeguando l'etichettatura delle bevande alcoliche per includere avvertenze sulla salute e introdurre l'indicazione obbligatoria degli ingredienti e delle informazioni nutrizionali; il divieto di pubblicità per gli alcolici negli eventi sportivi, quando tali eventi sono principalmente frequentati da minori, e il divieto di sponsorizzazione degli alcolici nello sport. La plenaria del Parlamento dovrebbe adottare la relazione all'inizio del 2022.

<https://www.europarl.europa.eu/news/it/press-room/20211205IPR18808/meps-call-for-stronger-eu-action-against-cancer>

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20211209IPR19105/ep-calls-for-action-strengthening-europe-in-the-fight-against-cancer>

STRATEGIA FARM TO FORK E PIANO EUROPEO DI LOTTA CONTRO IL CANCRO

LA COMMISSIONE AVVIA UNA CONSULTAZIONE PUBBLICA PER RIVEDERE LE INFORMAZIONI SUGLI ALIMENTI PER I CONSUMATORI

Il 14 dicembre scorso, nell'ambito della strategia Farm to Fork e del piano europeo di lotta contro il cancro (Europe's Beating Cancer Plan), la Commissione europea ha lanciato una consultazione pubblica sulla revisione della legislazione sull'informazione alimentare ai consumatori (FIC-Food Information to Consumers). L'obiettivo è rivedere la legislazione dell'UE e presentare, entro la fine del 2022, una proposta legislativa al Parlamento europeo e agli Stati membri. Le quattro aree interessate dalla revisione sono l'etichettatura nutrizionale della parte anteriore della confezione/il profilo dei nutrienti, l'etichettatura dell'origine, l'indicazione della data di consumo (date marking)

e l'etichettatura delle bevande alcoliche. La consultazione pubblica, che durerà 12 settimane, fino al 7 marzo 2022, dovrebbe raccogliere le opinioni sia del pubblico in generale che delle parti interessate, professionali e non. Contribuirà a raccogliere prove a supporto della valutazione d'impatto per la revisione del regolamento FIC. Sono già previste ulteriori attività di consultazione, comprese indagini mirate e interviste con le organizzazioni delle parti interessate e le autorità degli Stati membri, per raccogliere informazioni più dettagliate e tecniche.

https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12749-Food-labelling-revision-of-rules-on-information-provided-to-consumers/public-consultation_en

VISIONE A LUNGO TERMINE PER LE ZONE RURALI DELL'UE: LANCIO DEL PATTO RURALE

La Commissione europea ha lanciato nei giorni scorsi il Patto Rurale, un'iniziativa annunciata nella sua visione a lungo termine per le zone rurali dell'UE presentata nel giugno 2021. Il nuovo patto mira a mobilitare le autorità pubbliche e gli stakeholders per agire sulle esigenze e le aspirazioni delle comunità delle zone rurali. Fornirà un quadro comune per impegnarsi e cooperare a livello dell'UE, nazionale, regionale e locale. Tutte le parti interessate sono invitate a esprimere il proprio impegno per gli obiettivi della visione e a partecipare allo sviluppo e all'attuazione del Patto Rurale. La Commissione faciliterà questa impostazione con l'aiuto di partner e reti e incoraggerà lo scambio di idee e migliori pratiche a tutti i livelli.

https://ec.europa.eu/info/news/long-term-vision-eus-rural-areas-launch-rural-pact-2021-dec-20_en

VALUTAZIONE DELLA COMMISSIONE EUROPEA SUI REGIMI DI QUALITÀ DOP-IGP-STG: SODDISFATTI GLI OBIETTIVI FONDAMENTALI MA RESTANO ALCUNE AREE DI MIGLIORAMENTO

I regimi di qualità europei DOP-IGP-STG soddisfano, nel complesso, i loro obiettivi strategici fondamentali. Offrono un'ampia gamma di possibili vantaggi per gli stakeholder, come un ritorno equo e la concorrenza per agricoltori e produttori, sebbene non in modo sistematico in tutti gli Stati membri. I principali limiti sono individuati nella scarsa consapevolezza e comprensione dei sistemi da parte dei consumatori in alcuni Stati membri e alcune debolezze nei controlli nelle fasi a valle della catena del valore. Lo si apprende dalla lettura del report della Commissione sulla valutazione dei regimi di qualità europei.

https://ec.europa.eu/info/news/gi-and-tsg-schemes-benefit-producers-2021-dec-15_it

L'UE CONTINUA A SOSTENERE CON FORZA LA PROMOZIONE DI PRODOTTI AGROALIMENTARI SOSTENIBILI NEL 2022

Per il 2022 sono stati stanziati 185,9 milioni di euro per la promozione dei prodotti agroalimentari dell'UE all'interno e all'esterno dell'Unione. Analogamente al 2021, il programma di lavoro della politica di promozione del prossimo anno si concentra su prodotti e pratiche agricole che supportano gli obiettivi del Green Deal europeo, come i prodotti biologici dell'UE, gli ortofrutticoli, l'agricoltura sostenibile e il benessere degli animali. Le campagne dovrebbero informare i consumatori dell'UE e del mondo in merito all'agricoltura biologica, all'agricoltura sostenibile dell'Unione e al contributo del settore agroalimentare all'azione per il clima e all'ambiente. All'interno dell'UE, le campagne promuoveranno anche un'alimentazione sana e diete equilibrate aumentando il consumo di frutta e verdura fresca. Inoltre, per aumentare la coerenza con il piano eu-

ropeo di lotta contro il cancro, il materiale promozionale visivo delle campagne dovrà fare riferimento alle linee guida delle diete a base di alimenti dei paesi dell'UE individuati come target. Altro obiettivo delle campagne sarà quello di evidenziare gli elevati standard di sicurezza e qualità, nonché la diversità e gli aspetti tradizionali dei prodotti agroalimentari dell'UE. Ciò include la promozione dei regimi di qualità dell'UE come le Indicazioni Geografiche. Infine, per quanto riguarda le campagne al di fuori dell'Unione europea, le priorità sono fissate sui mercati ad alto potenziale di crescita, come Giappone, Corea del Sud, Canada e Messico. Gli inviti a presentare proposte per le prossime campagne 2022 saranno pubblicati all'inizio del 2022.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_21_6839

PER L'UNIONE EUROPEA IL NUOVO BIOTECH PUÒ AIUTARE L'AGRICOLTURA SOSTENIBILE

L'applicazione all'agricoltura delle biotecnologie di ultima generazione, come l'editing del genoma, "ha il potenziale per contribuire agli obiettivi di una produzione agroalimentare più resiliente e sostenibile, come l'uso ridotto di risorse naturali o fertilizzanti". Ma "è anche importante continuare in parallelo tutti gli altri sforzi per migliorare le pratiche agricole che riducono l'inquinamento chimico e le emissioni di gas serra". Lo ha detto il Vicepresidente della Commissione europea Frans Timmermans aprendo i lavori della conferenza europea sulle nuove tecniche genomiche. "L'evento di oggi segna una pietra miliare nel dialogo sulle Nuove Tecniche Genomiche (in Italia chiamate TEA, tecniche di evoluzione assistita). Il dialogo deve essere inclusivo, trasparente e basato su prove, con riflessioni che rappresentino una diversità di opinioni che ci aiuteranno a fare un altro passo avanti un'agricoltura sicura e sostenibile nell'UE" ha aggiunto Timmermans. "Non intendiamo proporre una deregolamentazione - ha detto Stella Kyriakides, Commissaria competente sul dossier NGT - , nella nostra valutazione di impatto abbiamo identificato

diverse opzioni, quel che è certo che sulla sicurezza non faremo compromessi". Il semestre di presidenza francese dell'UE contribuirà a darà certamente un impulso al dossier – come testimoniato dal ministro francese Julien Denormandie, anche se la DG AGRI ritiene che le proposte legislative arriveranno non prima del 2023.

<https://www.informatoreagrario.it/news/per-lue-il-nuovo-biotech-puo-aiutare-lagricoltura-sostenibile/>

GREEN DEAL EUROPEO: PROPOSTE DELLA COMMISSIONE PER RIMUOVERE, RICICLARE E IMMAGAZZINARE IN MODO SOSTENIBILE IL CARBONIO

La Commissione europea ha adottato una comunicazione sui cicli del carbonio sostenibili (Communication on Sustainable Carbon Cycles), che illustra come aumentare l'assorbimento di carbonio dall'atmosfera. Per bilanciare gli impatti delle nostre emissioni di CO₂, l'UE dovrà ridurre drasticamente la propria dipendenza dal carbonio fossile, sviluppare pratiche di coltivazione di carbonio nell'ottica di immagazzinarne maggiormente in natura e promuovere soluzioni industriali per rimuovere e riciclare il carbonio in modo sostenibile e verificabile. Rimuovere e immagazzinare più carbonio dall'atmosfera, dagli oceani e dalle zone umide costiere è essenziale per raggiungere l'impegno giuridicamente vincolante dell'UE di diventare climaticamente neutra entro il 2050.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_21_6687

NUOVA RACCOMANDAZIONE DELLA COMMISSIONE SULL'USO DEI METODI PER MISURARE L'IMPRONTA AMBIENTALE DI PRODOTTI E ORGANIZZAZIONI

Sulla GUUE del 30 dicembre 2021, è stata pubblicata la Raccomandazione (UE) 2021/2279 della Commissione del 15 dicembre 2021 sull'uso dei metodi dell'impronta ambientale per

misurare e comunicare le prestazioni ambientali del ciclo di vita dei prodotti e delle organizzazioni, che sostituisce quella emanata nel 2013.

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2021.471.01.0001.01.ITA&toc=OJ%3AL%3A2021%3A471%3ATOC

BIODIVERSITÀ: TRE MILIARDI DI ALBERI IN PIÙ ENTRO IL 2030 - LANCIO DELLO STRUMENTO MAPMYTREE

La Commissione europea, insieme all'Agenzia europea dell'ambiente (EEA), ha pubblicato uno strumento dati – MapMyTree – per consentire a tutte le organizzazioni di aderire all'impegno, fissato dalla strategia dell'UE sulla biodiversità 2030 nell'ambito del Green Deal europeo, di piantare altri tre miliardi di alberi entro il 2030, nonché registrare e mappare gli alberi piantati per tenere contezza del contributo all'obiettivo fissato dall'Unione. Ciò determinerebbe un aumento della superficie forestale dell'UE, migliorerebbe la biodiversità e contribuirebbe alla mitigazione e all'adattamento ai cambiamenti climatici. Le organizzazioni che utilizzano la piattaforma devono firmare una dichiarazione d'onore in cui si richiede che i dati forniti siano corretti e che rispettino i principi dell'iniziativa. Il ruolo della Commissione sarà quello di facilitare, motivare, contare e monitorare i progressi. Nella primavera del 2022, la piattaforma sarà aperta a tutti, così ogni nuovo albero che soddisfi i requisiti potrà essere contato.

https://ec.europa.eu/environment/news/mapmytree-new-data-tool-count-planted-trees-euro-pe-2021-12-09_en

686 MILIONI DI EURO DA RIMBORSARE AGLI AGRICOLTORI EUROPEI

La Commissione europea ha adottato il 26 novembre 2021 un regolamento che consente agli Stati membri di rimborsare 686 milioni di euro agli agricoltori europei. Durante l'esercizio finanziario 2021, sono stati detratti 879,8 milioni di euro dai pagamenti

diretti degli agricoltori nell'ambito della politica agricola comune (PAC) per finanziare la riserva per le crisi agricole e per garantire che il massimale globale del Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) non fosse superato. La riserva di crisi di 487,6 milioni di euro non è stata utilizzata nel 2021 e, insieme ad alcuni stanziamenti aggiuntivi disponibili per il rimborso, un'ampia quota degli importi detratti dai pagamenti diretti quest'anno sarà pertanto rimborsata agli agricoltori dagli Stati membri a partire dal 1° dicembre 2021.

https://ec.europa.eu/info/news/eu686-million-be-reimbursed-european-farmers-2021-nov-30_it

PICCOLI PRODUTTORI INDIPENDENTI DI BEVANDE ALCOLICHE: PUBBLICATI IN GUUE I REGOLAMENTI RIGUARDANTI IL CERTIFICATO STATALE AI FINI DELLE ACCISE RIDOTTE

La direttiva (UE) 2020/1151 del Consiglio, che ha modificato la direttiva 92/83/CEE, ha esteso la possibilità per gli Stati membri di applicare le aliquote di accisa ridotte, che erano disponibili solo per le birre e l'alcole etilico prodotti in volumi modesti da piccoli produttori indipendenti, anche alle altre bevande alcoliche (vino compreso) prodotte in quantità limitate da piccoli produttori indipendenti. Gli Stati membri forniscono, su richiesta, un certificato annuale ai piccoli produttori indipendenti stabiliti nel loro territorio che confermi la loro produzione annuale totale e il rispetto dei criteri stabiliti nella direttiva 92/83/CEE. Al fine di agevolare il riconoscimento del loro stato di piccoli produttori indipendenti in tutti gli Stati membri e per poter applicare le aliquote di accisa ridotte, deve essere utilizzata una forma comune per il certificato. Con i quattro regolamenti di esecuzione (2021/2263, 2021/2264, 2021/2265, 2021/2266), pubblicati sulla GUUE del 20 dicembre, viene stabilita, tra l'altro, la forma del certificato per i piccoli produttori indipendenti, il riferimento al certificato nella documentazione amministrativa per la circolazione dei prodotti, i requisiti per l'autocertificazione. I suddetti

regolamenti si applicano a decorrere dal 1° gennaio 2022.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=OJ:L:2021:455:TOC>

**SISTEMA TRACES
PER IL RILASCIO DI
CERTIFICAZIONI BIO:
NUOVO REGOLAMENTO
PUBBLICATO IN GUUE**

La Commissione europea ha emanato il regolamento di esecuzione 2021/2119, che stabilisce norme dettagliate concernenti talune registrazioni e dichiarazioni richieste agli operatori e ai gruppi di operatori e i mezzi tecnici per il rilascio dei certificati a norma del regolamento (UE) 2018/848 del Parlamento europeo e del Consiglio (relativo alla produzione biologica e l'etichettatura dei prodotti biologici) e modifica il regolamento di esecuzione (UE) 2021/1378 della Commissione per quanto riguarda il rilascio del certificato agli operatori, ai gruppi di operatori e agli esportatori di paesi terzi. Le autorità di controllo e gli organismi di controllo, riconosciuti a norma dell'articolo 46, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/848, rilasciano agli operatori, ai gruppi di operatori e agli esportatori di paesi terzi che sono stati sottoposti a controllo un certificato in formato elettronico utilizzando il sistema Traces. Tale sistema non potrà essere utilizzato prima del 1° gennaio 2023.

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2021.430.01.0024.01.ITAEtoc=OJ%3AL%3A2021%3A430%3ATOC

**L'UNIONE EUROPEA
PUBBLICA NUOVI
REGOLAMENTI
SU CONTROLLI
E DOCUMENTAZIONE
ACCOMPAGNATORIA
DEI PRODOTTI BIO
IMPORTATI IN UE**

Sulla GUUE del 27 dicembre scorso, sono stati pubblicati alcuni regolamenti delegati/di esecuzione riguardanti la produzione biologica, recanti norme sui controlli e la documentazione accompagnatoria di partite di prodotti bio e in conversione destinati all'importazione nell'UE (2021/2305-2306-

2307). Contestualmente sono state pubblicate le norme relative al rilascio di certificati complementari attestanti il non uso di antibiotici nella produzione biologica di prodotti di origine animale ai fini dell'esportazione (reg. del 2021/2304).

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=OJ:L:2021:461:TOC>

Il 29 dicembre è stato altresì pubblicato il regolamento di esecuzione (2021/2325), contenente l'elenco dei paesi terzi e l'elenco delle autorità e degli organismi di controllo riconosciuti a norma dell'articolo 33, paragrafi 2 e 3, del regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio ai fini dell'importazione di prodotti biologici nell'Unione.

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2021.465.01.0008.01.ITAEtoc=OJ%3AL%3A2021%3A465%3ATOC

**NUOVA IG DEL COSTA
RICA DA PROTEGGERE
IN UE**

Sulla GUUE del 6 dicembre, è stato pubblicato l'avviso di consultazione pubblica a seguito della richiesta avanzata all'UE dalle autorità della Costa Rica di proteggere un'Indicazione Geografica supplementare ("Café Tarrazú") del paese latinoamericano a norma dell'accordo di associazione tra Unione europea e America centrale.

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.C_.2021.489.01.0010.01.ITAEtoc=OJ%3AC%3A2021%3A489%3ATOC

**INDICAZIONE
GEOGRAFICA
SUPPLEMENTARE
DI EL SALVADOR
DA PROTEGGERE IN
UNIONE EUROPEA**

Nel quadro dell'accordo che istituisce un'associazione tra l'Unione europea e i suoi Stati membri, da una parte, e l'America centrale, dall'altra, le autorità di El Salvador hanno presentato un'Indicazione Geografica supplementare da proteggere a norma dell'accordo. A seguito di un

esame positivo da parte delle autorità competenti, la IG aggiuntiva sarà inclusa nell'allegato XVIII (Indicazioni geografiche protette) dell'accordo. Sulla GUUE del 28 dicembre è stato pubblicato l'avviso di consultazione pubblica con l'elenco delle IG per le quali viene richiesta protezione nel territorio dell'UE, onde consentire la presentazione di eventuali opposizioni alla registrazione da parte degli Stati membri o di altri soggetti aventi legittimo interesse da tutelare.

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.C_.2021.522.01.0020.01.ITAEtoc=OJ%3AC%3A2021%3A522%3ATOC

**SESTO CICLO
DI NEGOZIATI TRA
UE E CINQUE PAESI
DELL'AFRICA ORIENTALE
E MERIDIONALE
PER APPROFONDIRE
L'ACCORDO DI
PARTENARIATO
ECONOMICO ESISTENTE:
IMPEGNO A PORTARE AVANTI IL
NEGOZIATO SULLE INDICAZIONI
GEOGRAFICHE**

La Commissione europea ha pubblicato il report che riassume i progressi compiuti durante l'ultimo ciclo di negoziati per approfondire l'accordo di partenariato economico (EPA) esistente con cinque partner dell'Africa orientale e meridionale (ESA5): Comore, Madagascar, Mauritius, Seychelles e Zimbabwe. Il sesto round negoziale si è tenuto dal 22 al 26 novembre 2021. I partner hanno posto l'attenzione su otto temi, ovvero ostacoli tecnici al commercio, norme di origine, sicurezza alimentare, salute delle piante e degli animali, agricoltura, diritti di proprietà intellettuale (incluse le Indicazioni Geografiche), appalti pubblici, commercio e sviluppo sostenibile, nonché i mezzi per attuare le disposizioni contenute nel futuro accordo. Con particolare riguardo alle IG, le Parti hanno proseguito le discussioni, ponendo l'attenzione ai sistemi giuridici delle Indicazioni Geografiche. Hanno anche avuto uno scambio costruttivo di opinioni sui rispettivi approcci in materia di protezione delle IG nell'ambito dell'accordo. È emerso il pieno impegno da entram-

be le delegazioni a portare avanti i negoziati sulle IG.

https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2021/december/tradoc_159957.pdf

LANCIATO IL NUOVO HELPDESK PER IL COMMERCIO DEL PARTENARIATO ORIENTALE FINANZIATO DALL'UE

Il 15 dicembre è stato lanciato un nuovo strumento per sostenere il commercio e gli investimenti tra l'UE e i Paesi del partenariato orientale. L'Helpdesk aiuterà ad aprire nuove opportunità di mercato per importatori ed esportatori nell'UE e nei Paesi del partenariato orientale. Questa piattaforma aiuterà le aziende a identificare nuove opportunità, potenziali partner e verificare i requisiti e le procedure necessarie.

<https://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=2345>

L'UE PROMUOVE LE INIZIATIVE DELL'ORGANIZZAZIONE MONDIALE DEL COMMERCIO IN MATERIA DI COMMERCIO E AMBIENTE

L'Unione europea si è impegnata a rafforzare il ruolo del commercio nella lotta ai cambiamenti climatici e nella protezione dell'ambiente. Ha infatti firmato tre nuove iniziative per intensificare l'azione congiunta in seno all'Organizzazione Mondiale del Commercio, inviando un chiaro segnale politico per perseguire una forte agenda ambientale per il commercio. L'UE e un numero significativo di paesi dell'OMC lavoreranno ora congiuntamente per agevolare il commercio di beni e servizi "verdi", promuovere catene di approvvigionamento sostenibili e l'economia circolare. Collaboreranno inoltre per combattere l'inquinamento da plastica e per migliorare la trasparenza sui sussidi ai combustibili fossili.

<https://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=2344>

CONSIGLIO ED EUROPARLAMENTO RAGGIUNGONO UN ACCORDO SULLA RACCOLTA DEI DATI AGRICOLI REGIONALI

Il Consiglio UE e l'Europarlamento hanno deciso di aggiornare il modo in cui le statistiche agricole regionali sono elaborate nell'Unione. L'iniziativa rientra tra gli sforzi per modernizzare il sistema delle statistiche agricole in Europa al fine di allinearle agli sviluppi del settore, compresa la riforma della politica agricola comune. Il nuovo regolamento modifica la normativa esistente sui conti economici dell'agricoltura, formalizzando l'obbligo per gli Stati membri di comunicare alla Commissione i dati agricoli regionali. Le norme entreranno in vigore non prima del 2023 e contribuiranno a una migliore rendicontazione nell'ambito della nuova politica agricola comune (PAC).

<https://www.consilium.europa.eu/it/press/press-releases/2021/11/29/agreement-reached-on-collection-of-regional-farming-data/>

PROSPETTIVE AGRICOLE DELL'UNIONE EUROPEA 2021-31: CONSUMO DI VINO IN CALO E PIÙ ORIENTATO VERSO LA SOSTENIBILITÀ, CON L'ONLINE CHE NON CONOSCE TREGUA. L'EXPORT VINICOLO DELL'UE CONTINUERÀ A CRESCERE, SOPRATTUTTO PER IG E SPUMANTI. STABILE LA PRODUZIONE SEMPRE PIÙ IMPRONTATA ALLA QUALITÀ E CON UN CALO DI RESE PARZIALMENTE COMPENSATO DA NUOVE VARIETÀ

Entro il 2031 si prevede che il consumo di vino nell'UE raggiungerà i 22 litri pro-capite. Questo valore segna 0,4 litri in meno rispetto al 2020 e mostra un rallentamento del trend discendente (-0,2% annuo nel periodo 2020-2031 rispetto al -24% nel 2010-2020). Tuttavia, grandi differenze tra i paesi dell'UE potrebbero rimanere. Il consumo totale dell'Unione europea dovrebbe raggiungere i 123 milioni di ettolitri entro il 2031. Il settore vitivinicolo dell'UE

si sta adattando ai cambiamenti degli stili di vita, accelerati dalla pandemia di Covid-19. Stanno emergendo differenze nelle preferenze tra vecchie e nuove generazioni di consumatori. Il Covid ha accresciuto una maggiore sensibilità verso il tema della sostenibilità, riflettendosi in una crescente domanda di biologico e vini naturali, ma inducendo altresì nuovi comportamenti nel consumo di vino (consumo domestico). Questo si riflette anche nell'incremento dell'acquisto di vino online, che è fiorente e dovrebbe svilupparsi ulteriormente, stimolando la domanda. Nuove generazioni di consumatori, più consapevoli nel consumare alcol con moderazione, stanno alimentando la domanda di vini a minor gradazione alcolica e spumanti, che possono essere consumati in svariate occasioni. A seguito di volumi export stabili tra il 2016 e il 2019, e al forte calo nel 2019/20 a causa della pandemia, le esportazioni sono aumentate a livello record nel 2020/21. Si prevede che l'export di vino dell'UE continuerà a crescere fino a raggiungere i 32,2 milioni di hl (+0,5% annuo) entro il 2031, trainato dall'elevata domanda di vino prevalentemente a IG e di spumanti in genere. Inoltre, è presente ancora una domanda di vini entry-level (a basso prezzo) e nell'UE potrebbe svilupparsi ulteriormente questo mercato. Entro il 2031, la superficie totale dell'UE coltivata a vigneto dovrebbe rimanere stabile, con una quota crescente coperta da vini di alta qualità (es. DOP/IGP e vini biologici con rese medie potenzialmente inferiori). Il potenziale calo dei rendimenti potrebbe essere parzialmente compensato dall'uso di nuove varietà, più adatte ai cambiamenti climatici. Di conseguenza la produzione di vino dell'UE potrebbe scendere a 149 milioni di hl (-0,2% annuo) entro il 2031. Queste sono solo alcune delle proiezioni tratte dal Report sulle prospettive agricole dell'Unione europea per il 2021-31 pubblicato il 9 dicembre 2021 dalla Commissione europea.

https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/food-farming-fisheries/farming/documents/agricultural-outlook-2021-report_en.pdf

IL COMMERCIO AGROALIMENTARE DELL'UE CONTINUA A MOSTRARE UNA CRESCITA SIGNIFICATIVA RISPETTO AL 2020. VINO TRAINA L'EXPORT CON UNA PERFORMANCE DEL +30%

Il valore totale del commercio agroalimentare dell'UE (esportazioni più importazioni) per gennaio-settembre 2021 si è attestato a 239,5 miliardi di euro, con un aumento del 6,1% rispetto al corrispondente periodo dello scorso anno. Le esportazioni sono aumentate dell'8% a 145,2 miliardi di euro, con le importazioni in aumento del 3,5% fino a raggiungere i 94,2 miliardi di euro. Ciò si riflette in un avanzo commerciale agroalimentare complessivo di 51 miliardi di euro per i primi nove mesi dell'anno, con un aumento del 17% rispetto allo stesso periodo del 2020. Seguendo la tendenza rilevata in gran parte del 2021, l'aumento maggiore delle esportazioni è stato quello verso gli Stati Uniti, il cui valore è cresciuto di 2,3 miliardi di euro, pari al 15%. Tale crescita è stata principalmente guidata da vino, spirits, cioccolato e dolci. In forte crescita anche l'export verso la Corea del Sud (+593 milioni di euro), grazie alle ottime performance, tra le altre categorie, del vino, e verso la Svizzera (+570 milioni di euro). Per la prima volta nel 2021, le esportazioni agroalimentari verso il Regno Unito hanno superato il valore del corrispondente periodo del 2020, crescendo di 166 milioni di euro, pari allo 0,5%. Guardando alle specifiche categorie merceologiche, il periodo gennaio-settembre ha visto una forte crescita dei valori dell'export di vino (+2,9 miliardi di euro) e bevande spiritose e liquorose (+1,3 miliardi di euro), con un incremento rispettivamente del 30% e del 28%.

https://ec.europa.eu/info/news/eu-agri-food-trade-continues-show-notable-growth-compared-2020-2022-jan-04_it

I DATI EUROSTAT ATTESTANO CHE IL PROSECCO HA GUIDATO L'EXPORT DELL'UE NEL 2020 BATTENDO LO CHAMPAGNE

Con 205 milioni di litri (41%) il Prosecco nel 2020 è al primo posto tra le principali categorie di spumante esportate dagli Stati membri dell'UE verso Paesi al di fuori dell'Unione europea. Al secondo posto lo Champagne (13%, 66 milioni di litri) e Cava (12%, 58 milioni di litri). Lo rileva Eurostat. L'analisi dell'ufficio statistico dell'Unione europea registra che, nel 2020, le esportazioni di spumanti dell'UE verso i Paesi extra Unione sono state pari a 494 milioni di litri, in diminuzione rispetto ai 528 milioni di litri esportati nel 2019. Si tratta del primo calo delle esportazioni di spumanti extra-UE in un decennio (-6% rispetto al 2019), dove la pandemia ha notevolmente smorzato la crescita del commercio di vino, poiché molti bar e ristoranti sono stati chiusi. Negli anni precedenti le esportazioni erano aumentate a un tasso medio dell'8% annuo, con il maggior incremento registrato nel 2014 (+11% rispetto al 2013). Eurostat segnala che gli Stati membri hanno importato 9,3 milioni di litri di spumante da Paesi extra-UE, che corrispondono al 2% della quantità esportata.

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20211231-1>

EUROSTAT: AGRICOLTURA RESPONSABILE DEL 14% DELLE EMISSIONI DI GAS SERRA

Nel secondo trimestre del 2021, le emissioni di gas serra dell'UE sono state pari a 867 milioni di tonnellate di CO₂-equivalenti (CO₂-eq), al di sotto dei livelli pre-pandemia di qualsiasi trimestre (dal 2010). Il valore più basso di sempre è stato registrato nel secondo trimestre del 2020, durante l'epidemia di Covid-19. Le emissioni di gas serra nel secondo trimestre del 2021 sono aumentate del 18% rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente. Ciò è in gran parte dovuto all'effetto della ripresa economica dopo il forte calo dell'attività nello stesso trimestre del

2020 a causa della crisi Covid-19. Nel secondo trimestre di quest'anno, i settori economici responsabili della maggior parte delle emissioni di gas serra sono stati manifattura e costruzioni (34% del totale), fornitura di energia elettrica (19%), agricoltura (14%), servizi di trasporto (8%) e servizi diversi dai trasporti (8%). Le emissioni di gas serra nel secondo trimestre del 2021 sono aumentate rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente in tutti i settori. Le emissioni del settore agricolo sono rimaste pressoché invariate (+0,2%). Nonostante l'effetto della ripresa economica tra il secondo trimestre del 2020 e il 2021, la tendenza a lungo termine delle emissioni di gas serra nell'UE mostra una riduzione costante. È la prima volta che Eurostat pubblica stime delle emissioni trimestrali di gas serra dell'UE.

<https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-2021129-1>

PREZZI DEI TERRENI AGRICOLI: VARIAZIONI SIGNIFICATIVE NELL'UE

Tra gli Stati membri dell'UE, i Paesi Bassi hanno registrato il prezzo di acquisto più alto per un ettaro di seminativo nel territorio dell'Unione (in media 69.632 euro nel 2019). Il prezzo dei seminativi in ogni regione dei Paesi Bassi è risultato essere al di sopra di tutte le altre medie nazionali disponibili. Tuttavia, tra le regioni dell'UE per le quali sono disponibili dati, i prezzi più alti per i seminativi sono stati registrati nella regione spagnola delle Isole Canarie (una media di 120.477 euro per ettaro nel 2020). I seminativi più economici sono risultati quelli della Croazia, con un costo per ettaro in media di 3.440 euro nel 2020. A livello regionale, il prezzo più basso per ettaro di seminativo è stato rilevato nella regione sud-occidentale (Yugozapaden) della Bulgaria (in media 2.051 euro). I prezzi dell'Italia, sia a livello di media regionale che nazionale, sono risultati essere tra i più elevati dell'UE. Lo rileva Eurostat.

<https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-2021130-2>

PRODUTTIVITÀ DEL LAVORO AGRICOLO DELL'UE IN AUMENTO DELL'1% NEL 2021

Secondo gli ultimi dati dei conti economici dell'agricoltura, l'indice di produttività del lavoro agricolo nell'UE dovrebbe essere leggermente aumentato nel 2021 (+1%), dopo un calo nel 2020. L'aumento complessivo della produttività del lavoro agricolo nell'anno in corso ha rispecchiato in gran parte l'evoluzione dei valori di produzione, l'aumento dei prezzi dei fattori di produzione e un volume stabile di lavoro agricolo. I tassi di crescita più elevati della produttività del lavoro agricolo nel 2021 sono stati registrati in Bulgaria (+32,9%), Irlanda (+16,4%) e Francia (+16,3%). Il valore del reddito dei fattori in Francia è stato il più alto tra tutti gli Stati membri e ha rappresentato il 18,4% del totale dell'UE. Gli altri quattro paesi dei "cinque grandi", che rappresentano un'altra metà (49,5%) del reddito dei fattori dell'UE, hanno tutti riportato cali della produttività del lavoro agricolo: Spagna (-6,0%), Germania (-5,3%), Polonia (4,5%) e Italia (-1,7%). Rispetto al 2010, il livello dell'indice del reddito reale dei fattori dell'UE è stato superiore dell'8% nel 2021. Nello stesso periodo si è registrato un calo costante e complessivo dell'indice del lavoro agricolo del 18%. Insieme, questi cambiamenti hanno portato a una produttività del lavoro agricolo dell'UE superiore di circa un terzo (32%) nel 2021 rispetto al 2010. La produttività del lavoro del settore agricolo può essere misurata come reddito dei fattori espresso per equivalente unità di lavoro a tempo pieno.

<https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-20211216-1>

ATTUALITÀ

TERZA CONSULTAZIONE REGIONALE SULLE IG IN EUROPA E NELL'ASIA CENTRALE: FAO E ORIGIN PUBBLICANO ONLINE GLI INTERVENTI DEI RELATORI

L'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura

(FAO) e oriGIn hanno ospitato ieri la "Terza Consultazione Regionale sulle Indicazioni Geografiche in Europa e Asia Centrale", in modalità virtuale (Zoom). L'appuntamento è stato organizzato nell'ambito di un progetto FAO volto a sostenere lo sviluppo delle IG in Russia, Repubblica di Moldova, Georgia e in un gruppo di paesi dell'Asia centrale (Kazakistan, Repubblica del Kirghizistan, Tagikistan e Uzbekistan), confrontando la situazione di quei Paesi con quella degli Stati membri dell'UE selezionati, vale a dire Francia, Polonia, Ungheria e Croazia. L'esito dei lavori della consultazione, con gli interventi dei diversi relatori, è ora disponibile online.

<https://www.origin-gi.com/20-12-2021-third-regional-consultation-on-geographical-indications-in-europe-and-central-asia-virtual/>

DAL 1° DICEMBRE È OPERATIVA LA U-LABEL

Dal 1° dicembre 2021 è entrata in servizio U-label, la piattaforma sviluppata dalle associazioni europee di vino e spirits che consente agli operatori di creare una e-label per la comunicazione al consumatore della lista degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale completa per i vini, i prodotti vitivinicoli aromatizzati e le bevande spiritose. È noto che, con la riforma della PAC, per i vini e i prodotti vitivinicoli aromatizzati l'indicazione in etichetta del valore energetico e, tramite una e-label, della lista degli ingredienti e della dichiarazione nutrizionale completa costituiranno un obbligo di legge a partire dal 2023.

<https://www.u-label.com/>

L'OIV ANNUNCIA IL CORSO INTERNAZIONALE DI AMPELOGRAFIA 2022

Le scienze della vite saliranno sul palco della vitivinicoltura mondiale dal 27 giugno al 1° luglio 2022 a Montpellier, in Francia, per celebrare la seconda edizione del Corso Internazionale di Ampelografia dell'OIV. Esperti e professionisti di tutto il mondo interessati all'ambito ampelografico, sono invitati a riunirsi per ascoltare

docenti di fama mondiale. L'obiettivo di questo corso è trasmettere conoscenze aggiornate e tessere una rete tra i professionisti del settore.

<https://www.oiv.int/it/lorganizzazione-internazionale-della-vigna-e-del-vino/corso-internazionale-di-ampelografia-delloiv>

AUMENTO DEI COSTI: IL SETTORE VITIVINICOLO DELL'UE RIMANE VULNERABILE

Oltre ad evidenziare il rimbalzo positivo per il settore nel 2021, dopo l'esplosione della pandemia, le cooperative vinicole di Francia, Italia e Spagna, che rappresentano oltre il 50% della produzione vinicola dell'UE, mettono in risalto anche le sfide che il mercato del vino si trova ad affrontare. La situazione è abbastanza omogenea nei tre Paesi. Dopo vendemmie molto buone in termini di qualità in Italia e Spagna e moderate in Francia, ci troviamo in presenza di una certa carenza di vini francesi, soprattutto bianchi, che determina tensioni sui prezzi e dunque sul mercato. La sfida principale, tuttavia, è rappresentata dall'aumento del costo delle materie prime, che si ripercuote negativamente su tutta la catena del valore. La crescita non riguarda solo gli input, cioè fertilizzanti e prodotti fitosanitari, ma anche energia elettrica, vetro, scatole da imballaggio, contenitori e materiale da costruzione, tanto da rendere difficile l'ammodernamento dei magazzini. Ciò impedisce nuovi investimenti, soprattutto quelli che devono rispondere alla sfida della transizione agroecologica del settore vitivinicolo europeo. In Italia, ad esempio, nel terzo trimestre del 2021, l'aumento dei prezzi degli input può essere stimato tra il +8% e il +12% (a volte con difficoltà di approvvigionamento), ma i prezzi dell'energia hanno registrato aumenti fino al +24,4%. Abbastanza critica è anche la situazione dei trasporti (soprattutto all'estero), che oltre a registrare costi addirittura raddoppiati, mostrano difficoltà nelle forniture e gravi ritardi nella consegna dei prodotti, che spesso finiscono per diventare costi aggiuntivi. Tuttavia, per il momento, i prezzi del vino non sono aumentati abbastanza da assorbire l'aumento dei costi, che restano

principalmente a carico dei produttori. Altro elemento destabilizzante che preoccupa i produttori delle cooperative vinicole francesi, spagnole e italiane è il possibile ripristino di alcune restrizioni nel settore Horeca dovute alla pandemia di Covid-19 e il potenziale impatto sul consumo di vino, come avvenuto nella prima fase della pandemia. Il settore rimane pertanto economicamente fragile e l'aumento dei prezzi legato a una produzione inferiore fornisce un quadro molto parziale o molto distorto della situazione economica sul terreno. È necessario inoltre pensare a dare stabilità al mercato nel medio termine, perché, ad esempio, gli acquirenti danno priorità ad avere un'offerta stabile in quantità e se un vino non è più in grado di garantire una certa quantità in modo stabile, il suo fornitore rischia di uscire dall'elenco degli stessi buyers.

<https://www.agro-alimentarias.coop/noticias/ver/MTAzNzI=>

DAL 1° GENNAIO 2022 AUMENTANO LE ACCISE SULLE BEVANDE ALCOLICHE IN FRANCIA

Sono state pubblicate le nuove aliquote d'accisa applicabili dal 1° gennaio 2022 in Francia sulle bevande alcoliche. L'aumento è pari allo 0,2% per l'anno 2022 (vini fermi 3,92 euro/hl; spumanti 9,70 euro/hl).

<https://www.douane.gouv.fr/fiche/droits-des-alcools-et-boissons-alcooliques>

IN FRANCIA NUOVI AIUTI AGLI INVESTIMENTI NEL VINO CONTRO EVENTI ATMOSFERICI AVVERSI

Il Ministero dell'Agricoltura francese ha annunciato l'apertura di una nuova tornata di sussidi per sostenere l'acquisizione di attrezzature per prevenire i danni legati ai rischi climatici nel vigneto. Finanziato con 60 milioni di euro, è tornato operativo il sistema di "acquisizione individuale di dispositivi di protezione contro i rischi climatici" del piano France Relance. Perlomeno fino al consumo di questi fondi, destinati alla prevenzione dei danni da gelo, grandine, siccità e burrasche. Con un plafond di

150.000 euro IVA esclusa, sono ammissibili le attrezzature elencate indicate da FranceAgriMer, attraverso un sussidio del 40% contro il gelo e la grandine (per aerogeneratori mobili, torri antigelo, cavi scaldanti, radar per la rilevazione di celle temporalesche, reti antigrandine, ecc.), o del 30% quando si agisce contro la siccità e il vento (per sonde tensiometriche, sistemi di stoccaggio dell'acqua piovana, ecc.). È inoltre previsto un sussidio del 10% per gli aiuti ai Giovani Agricoltori e alle Cooperative di Utilizzo di Attrezzature Agricole (CUMA). Senza dimenticare gli investimenti finanziati da altri programmi di aiuto. Dotato originariamente di 70 milioni di euro, questo fondo ha già finanziato 4.000 progetti in due tranche.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95605-ouverture-de-nouvelles-aides-a-linvestissement-viticole-contre-le-gel-la-grele-etc-.html>

UNA CATTEDRA UNIVERSITARIA PER I VINI ROSATI DELLA PROVENZA

Una cattedra universitaria per la ricerca sui vini rosati di Provenza. L'annuncio è della Kedge Business School, assieme al Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence (CIVP) e la Cassa di risparmio Côte-d'Azur. Il lavoro di cattedra si concentrerà su tre aree: aspettative e percezioni dei consumatori con uno sguardo rivolto alle generazioni future; controllo del colore che prevede lo sviluppo di un nuovo sistema di riferimento per la caratterizzazione e la misurazione del colore stesso; e, infine, l'analisi delle aree cerebrali coinvolte nella degustazione dei vini rosati provenzali a seconda del profilo del degustatore, sia esso principiante o esperto.

<https://www.vitisphere.com/news-95392-provence-roses-get-academic-chair.html>

NONOSTANTE L'ANNATA 2021, LO CHAMPAGNE MANTIENE LA SUA ROTTA AMBIENTALE

Durante l'assemblea generale dell'Association Viticole Champenoise (AVC) - il grande incontro tecnico della Champagne - sono stati confermati gli obiettivi

ambientali della Denominazione, nonostante un attacco di peronospora senza precedenti nel 2021: zero diserbanti entro il 2025 e 100% di aziende certificate nel 2030. Per mantenere questa rotta, Champagne sta lavorando per migliorare rapidamente la sua riserva individuale, che è stata utilizzata da molti viticoltori quest'anno. Tra le idee sul tavolo c'è, ovviamente, l'innalzamento del tetto della riserva, che può essere accompagnato da un eventuale prelievo di una parte di quest'ultima. Tra le altre proposte, è emersa quella di determinare la destinazione dei volumi prodotti in eccesso rispetto alla resa autorizzata, un anno dopo la vendemmia, sia che si tratti di distillazione o di completamento di una vendemmia deficitaria. L'assemblea ha posto attenzione anche allo studio PestiRiv, volto ad indagare l'esposizione dei residenti degli appezzamenti di vigneto a diverse molecole. I viticoltori di Champagne apprezzano l'approccio di un'indagine che può portare allo sviluppo di irroratori di nuova generazione, sempre più precisi, e al diffondersi di vitigni resistenti.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95467-malgre-le-millesime-2021-la-champagne-maintient-son-cap-environnemental.html>

BORDEAUX HA RIDOTTO LA SUA IMPRONTA DI CARBONIO DEL 30% IN 12 ANNI. PRESENTATI I PRIMI 13 "BORDEAUX CULTIVONS DEMAÏN" CERTIFICATI

Obiettivo raggiunto e superato. Puntando ad un calo del 20% delle emissioni di gas serra tra il 2008 e il 2020, il Consiglio Interprofessionale del Vino di Bordeaux (CIVB) ha registrato, per le produzioni della denominazione, un calo del 30% delle emissioni di anidride carbonica equivalente in dodici anni. La terza rilevazione dell'impronta di carbonio dell'industria vinicola di Bordeaux ammonta a 587.000 tonnellate di CO₂ equivalente nel 2020, rispetto alle 840.000 tonnellate di CO₂ equivalente nel 2008 e alle 770.000 tonnellate di CO₂ equivalente nel 2012. Queste stime, effettuate entro un perimetro tanto costante quanto ampio (dalla

produzione alla commercializzazione, compresi imballaggio e nolo, ma escluso l'enoturismo), testimoniano un vero progresso per i viticoltori bordellesi, sebbene occorra mettere in conto il calo produttivo registrato nel corso degli anni (ad esempio, dai 5,6 milioni di ettolitri di vino commercializzati nel 2021, ai meno di 5 milioni del 2019). Complessivamente, la quantità di gas serra emessa da un ettolitro di vino è aumentata del 6% nel 2020 rispetto al 2012 (rispettivamente 146 contro 138 kg CO₂ equivalenti). Secondo gli esperti, per soddisfare gli obiettivi climatici di un aumento limitato di 2°C della temperatura globale, i vini di Bordeaux dovranno ridurre le proprie emissioni di gas serra del 54% entro il 2030 rispetto al 2008, e del 74% entro il 2050. Dovendo delineare, a gennaio 2022, le iniziative di un piano 2030, il CIVB sta valutando azioni per ridurre le emissioni lavorando su packaging (eco-design con i vetrai, nuove modalità di distribuzione e consegna, ecc.), merci (dialogo con i vettori, ecc.), pratiche vitivinicole (sviluppo di alternative all'olio combustibile e agli input agricoli) e l'efficienza energetica degli edifici (facilitare le ristrutturazioni rimuovendo gli ostacoli tecnici e finanziari). L'interprofessione sta anche guardando alle leve della cattura del carbonio, in vigna (terreno, siepi, ecc.), in cantina (sequestro della fermentazione CO₂) e in azienda (produzione di energie rinnovabili). Intanto, il CIVB guarda al futuro con la presentazione dei primi 13 "Bordeaux Cultivons Demain" certificati, pionieri di nuove dinamiche per la promozione e la trasformazione dell'industria della Gironda. Oltre agli impegni sul fronte ambientale, attraverso lo standard di responsabilità sociale Bordeaux Cultivons Demain, la filiera pone attenzione alle questioni sociali ed economiche attraverso 4 pilastri e 14 impegni. L'ambizione è che nel 2030, la certificazione collettiva riunisca 2.000 aziende che mobilitano il 30% dei volumi venduti nel vigneto della Gironda.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95478-bordeaux-reduit-de-30-son-empreinte-carbone-en-12-ans.html>

<https://www.vitisphere.com/actualite-95483-bordeaux-cultive-son-jardin-et-ses-marches-de-demain-.html>

I VINI DELL'ALENTEJO CRESCONO NELLA SOSTENIBILITÀ

Il progetto di sostenibilità dei vini dell'Alentejo (WASP) ha debuttato cinque anni fa sotto gli auspici della Comissão Vitivinícola Regional Alentejana (CVRA) portoghese, nota anche come Wines of Alentejo, iniziando con l'adesione di 96 membri alla fine del 2015; quel numero è ora di 483. Gli aderenti rappresentano quasi il 50% dell'area vinicola dell'Alentejo, ma, sotto WASP, 600 persone hanno ricevuto corsi di formazione individuali o frequentato corsi che dimostrano che c'è una crescente sete di eco-consapevolezza. Altri 1.500 hanno partecipato a workshop di viticoltura sostenibile e sono in atto piani per la loro crescita. La chiave del successo dell'iniziativa è l'obiettivo di aiutare i partner a risparmiare denaro: un semplice piano di monitoraggio dell'acqua e dell'elettricità, ad esempio, può ridurre i consumi dal 20% al 30%.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/12/wines-of-alentejo-grows-in-sustainability-credibility/>

REGNO UNITO: L'AZZERAMENTO DEI MODULI VI-1 È REALTÀ

L'approvazione parlamentare del progetto di legge volto ad eliminare completamente i moduli VI-1 - convertito in legge il 16 dicembre scorso - chiude quasi tre anni di attese con la minaccia di costi inutili che incombevano sull'industria vinicola britannica e su tutti coloro che importano vino in UK. La conferma è arrivata dal Defra. La notizia è stata accolta con sollievo dalla WSTA, principale organizzazione di settore. La normativa estende anche il periodo di transizione delle leggi sull'etichettatura che sarebbero entrate in vigore il prossimo settembre, fino a maggio 2023. Ciò significa che le bottiglie di vino etichettate prima dell'entrata in vigore dell'accordo di commercio e cooperazione con l'UE possono ancora entrare nel mercato del Regno Unito senza bisogno di modificare le etichette con l'indirizzo di un importatore britannico, che probabilmente

sarà richiesto dopo la fine del periodo di transizione.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/12/ding-dong-the-vi-1-is-gone/>

<https://www.gov.uk/government/news/red-tape-cut-to-reduce-cost-of-importing-wine-to-the-uk-from-1-january>

IL GOVERNO BRITANNICO RIVELA UN NUOVO PIANO PER PROMUOVERE CIBO E BEVANDE DEL REGNO UNITO ALL'ESTERO RICORRENDO A SPECIALISTI

Il piano del governo per rilanciare il settore alimentare e delle bevande del Regno Unito vedrà l'aggiunta di otto nuovi specialisti di food and drink nei mercati più importanti. Oltre alle sedi in Cina, Stati Uniti, India, Canada e Messico, gli specialisti copriranno i mercati in crescita del Golfo, dell'Africa, del Sud America e della regione Asia-Pacifico con piani per capacità e risorse aggiuntive in Europa. Gli addetti avranno sede nelle ambasciate e nei consolati del Regno Unito all'estero e ciascuno dovrà avere una lunga esperienza nel settore agroalimentare e delle bevande. Con il prezzo minimo attualmente in vigore tra i retailer della nazione, la bottiglia di vino meno costosa ha circa lo stesso prezzo del costo medio di una bottiglia di vino nel Regno Unito, che ha raggiunto £ 6,18 nell'off-trade lo scorso anno.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/12/government-reveals-new-plan-to-boost-uk-food-drink-with-specialists/>

IRLANDA: NUOVO PREZZO MINIMO PER LE BOTTIGLIE DI VINO (6,20 STERLINE)

Una nuova legge sulle bevande alcoliche introdotta il 4 gennaio 2022 in Irlanda ha portato il prezzo minimo di una bottiglia di vino in vendita presso i retailer del paese a 7,40 euro (6,20 sterline). Insieme, tra gli altri, a Scozia e Canada, la Repubblica d'Irlanda è diventata una delle poche aree geografiche a vedere applicati prezzi minimi

per gli alcolici. Secondo il Ministero della Sanità irlandese, l'iniziativa è giustificata dal tentativo di ridurre le malattie gravi e la morte per consumo di alcol. Non essendo tuttavia analogo provvedimento applicabile in Irlanda del Nord è probabile che molti varcheranno il confine per acquistare alcolici ad un prezzo inferiore. Secondo le statistiche dei Revenue Commissioners della Repubblica d'Irlanda, i livelli di consumo di alcolici nella nazione nel 2020 sono stati poco mediamente pari a più di 10 litri di alcol puro a persona, in calo del 6,6% rispetto all'anno precedente. Un calo, tuttavia, che ci si attendeva maggiore considerando la chiusura dei pub per gran parte dell'anno a causa del Covid.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2022/01/its-now-against-the-law-to-sell-a-bottle-of-wine-for-under-6-20-in-ireland/>

LA RUSSIA NEGA LA MORATORIA AGLI EMENDAMENTI SULLA NUOVA NORMATIVA VINICOLA OLTRE IL 1° GENNAIO 2022

Le autorità russe hanno deciso di non estendere oltre il 1° gennaio 2022 la moratoria sugli emendamenti confermati in legge dal presidente Vladimir Putin lo scorso 2 luglio 2021. Tali emendamenti introducevano una nuova classificazione dei prodotti vinicoli nei regolamenti e cambiavano le norme per le denominazioni geografiche, che richiederanno modifiche nei nomi sulla retroetichetta e l'adozione di nuove dichiarazioni di conformità. Le nuove norme impediscono, ad esempio, allo Champagne di utilizzare il proprio nome in cirillico. Dal 1° gennaio, infatti, la denominazione 'Champanskoïe', precedentemente trascritta sulle retroetichette delle bottiglie importate in Russia, non può più essere utilizzata se non per gli spumanti prodotti nel Paese. Lo status delle referenze che sono state importate e prodotte secondo la vecchia classificazione e le vecchie dichiarazioni non è ancora stato determinato, provocando dunque incertezza sulla liceità dei prodotti già in circolazione sul mercato russo.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95671-fin-du-moratoire-mais-pas-des-negociations-sur-letiquetage-du-champagne-en-russie.html>

SVEZIA, IL GOVERNO VUOLE AUTORIZZARE LA VENDITA DIRETTA DI ALCOLICI

In Svezia, i produttori di alcolici potrebbero vendere direttamente i loro prodotti ai consumatori all'interno di locali di produzione o affiliati. Una soluzione che il governo svedese potrebbe adottare in seguito ad una indagine sulle vendite dirette di alcolici in azienda. L'obiettivo di questa indagine era verificare se queste vendite in fattoria di bevande potessero essere introdotte, pur garantendo il monopolio di Systembolaget. L'inchiesta ha concluso che il regime deve garantire che le vendite in azienda avvengano in misura limitata e non compromettano la politica restrittiva della Svezia in materia di alcol. Ci saranno dunque alcuni paletti: ad esempio, la vendita dovrà avvenire nell'ambito di una visita in azienda, quindi in concomitanza con una visita di studio a pagamento o una conferenza associata al prodotto in questione. Limitazioni anche sulle quantità di prodotto venduto: le vendite al singolo cliente non dovrebbero superare 0,7 litri di alcolici, 3 litri di vino, 3 litri di altre bevande fermentate e 3 litri di birra forte. Negativa, al riguardo, la posizione del Ceev (Comité Européen des Entreprises Vins), secondo il quale una soluzione di questo tipo rappresenterebbe una barriera al commercio perché discriminatoria per i produttori non svedesi.

<https://www.dissapore.com/notizie/svezia-il-governo-vuole-autorizzare-la-vendita-diretta-di-alcolici/>

BOTTIGLIE LEGGERE E VINI SFUSI NELLE POLITICHE DI ACQUISTO DEL MONOPOLIO DEL QUÉBEC

Imbottigliamento locale, bottiglie più leggere, formati alternativi ed etichette ecologiche fanno parte dell'arsenale di misure di responsabilità implementate dalla Société des Alcools

du Québec (SAQ) nei suoi acquisti di vino. Con tutto ciò che questo implica per i suoi fornitori.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95663-bouteilles-allegees-et-vins-en-frac-pour-la-politique-dachat-du-monopole-quebecois.html>

IL GOVERNO FEDERALE BRASILIANO LANCIA I LOGHI UFFICIALI PER LE DENOMINAZIONI DI ORIGINE E LE INDICAZIONI GEOGRAFICHE

L'8 dicembre, su iniziativa dell'INPI, del Ministero dell'agricoltura (MAPA), del Ministero dell'Economia e del Servizio brasiliano di sostegno alle micro e piccole imprese (SEBRAE), sono stati ufficialmente lanciati i loghi ufficiali per le Denominazioni di Origine e le Indicazioni Geografiche brasiliane.

<https://www.origin-gi.com/16-12-2021-the-brazilian-federal-government-launches-official-logos-for-appellations-of-origin-and-geographical-indications/>

PROWINE MUMBAI SI CONCLUDE CON SUCCESSO

ProWine Mumbai, il primo evento professionale completo per il settore del vino e degli alcolici in India, si è concluso con successo con 2.017 professionisti del comparto presenti. La fiera - primo evento in presenza per il settore nel Paese indiano dall'inizio della pandemia di Covid-19 - è stata ben accolta e ha visto la partecipazione di oltre 200 marchi di 70 aziende dislocate in 13 Paesi. I visitatori di ProWine Mumbai sono stati perlopiù grandi albergatori, importanti ristoratori e proprietari di bar, importatori, distributori e rivenditori, sommelier, chef e team del comparto food&drink.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/11/prowine-mumbai-comes-to-successful-conclusion/>

L'ULTIMA ONDATA DI COVID IN CINA COSTRINGE ALLA CHIUSURA DUE IMPORTANTI FIERE DEL VINO

Due importanti fiere del vino sono state vittime delle ultime tornate di misure di distanziamento sociale in Cina, evidenziando le sfide per gli organizzatori delle manifestazioni enoiche anche due anni dopo l'inizio della pandemia. Dopo l'annuncio del posticipo (a data da destinarsi) di Wine to Asia, organizzata da Vinitaly e Shenzhen Paco Communications, originariamente in programma a Shenzhen dal 2 al 4 dicembre, anche TOE Wine ha reso noto che annullerà la sua fiera del vino prevista per agosto del prossimo anno, a causa delle incertezze generate dalle misure pandemiche. Finora solo ProWine Shanghai è stata in grado di ospitare la sua fiera del vino pianificata senza interruzioni a novembre. Fino ad oggi la Cina non ha fissato una tempistica per l'apertura ai visitatori internazionali e implementa una rigorosa politica zero Covid, ponendo una sfida difficile alle cantine internazionali desiderose di stabilire contatti fisici sul campo. In assenza di fiere del vino su larga scala, i roadshow multi-città in tutto il Paese sono emersi come un modo efficace per stabilire contatti con il trade e i consumatori locali.

<https://vino-joy.com/2021/12/03/chinas-latest-covid-surge-corks-two-wine-fairs/>

LA BORDEAUX WINE WEEK DEBUTTA DAL 16 AL 26 GIUGNO 2022

Nel 2022, la città di Bordeaux ospiterà per la prima volta la Bordeaux Wine Week, dal 16 al 26 giugno. Questa manifestazione innovativa combinerà diversi eventi dedicati a vini e spirits francesi e internazionali. Gli eventi programmati si rivolgeranno sia al pubblico in generale che agli operatori del settore. La Bordeaux Wine Week sarà ricca di appuntamenti incentrati su vino, economia e scienza, oltre a cultura, turismo e celebrazioni varie. Mostrerà l'ampia diversità delle regio-

ni vinicole e le iniziative ambientali intraprese dalle industrie del vino in Francia e in altre parti del mondo.

https://www.vinexposium.com/wp-content/uploads/2021/12/PR_Vinexposium_Bordeaux-Wine-Week-2022_UK.pdf

MERCATI E PRODUZIONI

PREVISIONI WINE INTELLIGENCE PER IL 2022: PACKAGING PIÙ LEGGERI, SOSTENIBILITÀ ANCHE PER I FINE WINES, "PREMIUMIZZAZIONE", VINO IN LATTINA A BASSA GRADAZIONE ALCOLICA, RISORSE UMANE

La stagione delle feste arriva con molte tradizioni, una delle quali è la previsione annuale di Wine Intelligence per l'industria del vino 2022. Le bevande alcoliche hanno dimostrato di essere una delle categorie di prodotti più resistenti nell'era Covid, in parte grazie alla capacità del settore di innovare e passare da un canale in gran parte ristretto o chiuso - l'on-premise - a canali più accessibili come l'e-commerce e il convenience retail. Le sfide che l'industria del vino dovrà affrontare il prossimo anno e oltre saranno simili a quelle con cui si confronteranno le bevande alcoliche nel loro insieme e i beni di consumo in generale: contenere i costi persuadendo i consumatori a fare acquisti; migliorare la sostanza e l'immagine della categoria alla luce delle crescenti richieste da parte dei governi di un cambiamento di impegno per la responsabilità ambientale e sociale; rendere il prodotto rilevante per la prossima generazione di consumatori in età legale per bere alcolici. Alla luce di questi temi più ampi, Wine Intelligence individua cinque trend per il 2022: riduzione del peso degli imballaggi in vetro, grazie anche all'opera di sensibilizzazione portata avanti da personaggi influenti nel mondo del vino; anche i fine wines dovranno dimostrare la propria sostenibilità; la tendenza alla "premiumizzazione" continuerà nel 2022, alimentata certamente dagli acquisti di vino premium e super premium e, inoltre, dalla riluttanza a impegnarsi nuovamente con l'on-premise e i viaggi (so-

prattutto ad opera dei Boomer, che in tal modo possono destinare le risorse economiche risparmiate ad altri capitoli di spesa), dalla crescente influenza dei Millennial, veri motori del movimento del "bere meno ma meglio", nella maggior parte dei mercati del vino, da una brutta crisi inflazionistica nella catena di approvvigionamento, che combina la disastrosa vendemmia dell'emisfero settentrionale del 2021, che l'OIV stima abbia ridotto i volumi di vino di circa il 18%, e l'aumento dei costi di energia, materie prima e trasporti; il trend del vino in lattina proseguirà con un'attenzione per i prodotti a bassa gradazione e per le quantità alternative (monodose/monoporzione), con una carica innovativa ad opera dei grandi marchi e l'aumento della qualità del vino offerto in lattina (Wine Intelligence prevede che le maisons di Champagne saranno le prime a muoversi in questa direzione); il settore dovrà fare i conti con la ricerca, altamente competitiva, di talenti dotati di conoscenze ad ampio raggio, offrendo loro non solo stipendi appetibili ma altresì garanzie sull'eticità nella gestione aziendale, trasparenza e correttezza sul posto di lavoro, obiettivi chiari, autonomia e opportunità di crescita.

<https://www.wineintelligence.com/wine-intelligences-industry-predictions-for-2022/>

SOPEXA: I WINE TRENDS PIÙ INTERESSANTI PER IL 2022

Le tendenze del vino per il 2022 variano in tutto il mondo, ma alcuni fattori prevalgono su altri: il vino biologico, ad esempio, è da tenere sotto osservazione, mentre i vini francesi rimangono i più popolari. Se i consumatori di vino britannici avranno una preferenza per il rosato, i cinesi sembrano destinati ad orientarsi sull'Asti Spumante. Negli Stati Uniti, nel frattempo, il prossimo anno sarà incentrato sui vini aromatizzati e sul vinho verde, mentre l'orange wine sarà di gran moda in Canada. Si tratta di alcuni trend globali del vino previsti per il 2022, secondo l'ampio studio internazionale Wine Trade Monitor, condotto da Sopexa tra 1.044 professionisti

dell'importazione e della distribuzione di vino provenienti da otto paesi in tutto il mondo.

<https://www.prestigeonline.com/th/wine-dine/drinks/most-interesting-wine-trends-for-2022/>

<https://www.lemoci.com/wp-content/uploads/2021/11/Wine-Trade-Monitor-by-Sopexa.pdf>

TRAINATO DAGLI STATI UNITI, IL VALORE DELL'E-COMMERCE DI BEVANDE ALCOLICHE DOVREBBE CRESCERE DEL +66% NEI MERCATI CHIAVE NEL PERIODO 2020-2025

Secondo gli ultimi dati IWSR, nei prossimi cinque anni, le vendite totali di alcolici, attraverso piattaforme e-commerce, dovrebbero crescere del +66%, raggiungendo oltre 42 miliardi di dollari. Da un'analisi di 16 mercati chiave esaminati (Australia, Brasile, Canada, Cina, Colombia, Francia, Germania, Italia, Giappone, Messico, Paesi Bassi, Nigeria, Sudafrica, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti), lo studio segnala un aumento del valore del commercio on-line di circa il +12% nel 2019, e poi di quasi il +43% nel 2020 durante l'apice della pandemia. Nel 2025, si prevede che l'e-commerce rappresenterà circa il 6% di tutti i volumi di alcolici off-trade. L'incremento in valore maggiore è previsto negli Stati Uniti, grazie a una crescita media annua di circa il +20%, che proietterà il Paese al primo posto nel mercato globale degli alcolici online.

<https://www.theiwsr.com/led-by-the-us-beverage-alcohol-ecommerce-value-expected-to-grow-66-across-key-markets-2020-2025/>

STATISTA CONSUMER MARKET OUTLOOK: IL MERCATO DEL VINO CRESCERÀ ANNUALMENTE DI OLTRE IL 7% NEL PERIODO 2021-2025

Il volume d'affari del segmento "Wine" ammontano a 306.195 milioni di dollari nel 2021. Stando a quanto riportato dalle previsioni Statista, il mercato del

vino dovrebbe crescere annualmente del 7,22% (CAGR 2021-2025). La crescita sarà trainata in maniera più consistente dalla categoria spumanti (+8,50% nel periodo 2021-2025) che da quella dei vini fermi (7,04%). Nel confronto globale, la maggior parte delle entrate è generata dalle vendite negli Stati Uniti (51.347 milioni di dollari nel 2021). Entro il 2025, il 55% della spesa e il 29% dei consumi in volume per il vino saranno riconducibili ai consumi fuori casa (es. nei bar e ristoranti). Si prevede che il mercato per il segmento Wine mostrerà una crescita in volume del 6,9% nel 2022 (7% per i vini fermi, 7,7% per gli spumanti).

<https://www.statista.com/outlook/cmo/alcoholic-drinks/wine/worldwide>

IL PASSAGGIO ACCELERATO AL VINO LOCALE DURANTE IL COVID È DESTINATO A CONTINUARE

In un sondaggio condotto da Accenture in 20 mercati nei mesi di giugno e luglio 2020, circa 6 consumatori su 10 hanno affermato di essere attivamente alla ricerca di prodotti di provenienza locale e l'80% di costoro ha dichiarato di pensare che avrebbe continuato a tenere analogo comportamento una volta terminate le restrizioni causate dalla pandemia. Questa tendenza è in linea con le informazioni di Wine Intelligence, raccolte tra i consumatori mensili di vino in 9 mercati chiave nel 2020, che hanno mostrato una forte preferenza per l'acquisto di vino locale, ove disponibile. Tale constatazione si è rivelata particolarmente vera nei mercati indagati in cui l'offerta di vino locale è risultata essere ampiamente disponibile e a prezzi ragionevoli. Gli ultimi dati di Wine Intelligence - su 12 mesi terminati a luglio 2021 - suggeriscono che la tendenza a favorire i vini locali rispetto a quelli importati è continuata, e in alcuni mercati si è addirittura rafforzata. In ciascuno dei quattro mercati osservati (Germania, Usa, Canada e Australia), i vini importati continuano a mostrare un punteggio di acquisto netto negativo (vale e dire, più persone che affermano di acquistare meno questi vini rispetto a coloro che affermano di acquistarne

di più), mentre il prodotto domestico mostra un punteggio costantemente positivo in Canada, e un punteggio crescente in Australia, Stati Uniti e Germania. Canada e Australia mostrano un punteggio netto molto più positivo per gli acquisti locali rispetto a Germania e Stati Uniti. In tutti e quattro i mercati, il prodotto locale è ampiamente disponibile e c'è anche un fiorente canale diretto al consumatore da parte dei produttori. Tuttavia, il posizionamento dei prodotti locali nei singoli mercati non è omogeneo: in Australia e negli Stati Uniti, i vini locali dominano a livello di valore, standard, premium e premium-plus; in Canada, i vini locali hanno generalmente un prezzo più alto rispetto alle importazioni; e in Germania, ci sono forti offerte locali in tutte le fasce di prezzo, ma le importazioni rappresentano circa la metà del mercato. Le evidenze di Wine Intelligence suggeriscono che la tendenza all'acquisto di vino locale è continuata durante il 2021, oltre lo shock iniziale dell'era Covid. Ciò porterà grande conforto ai produttori ben posizionati per servire il loro mercato interno. Per i produttori nazionali, l'esito dell'indagine suggerisce che essi dovrebbero aumentare la visibilità dei rispettivi legami locali e rendere ancora più facile per la comunità locale trasformare in azione la naturale propensione a sostenere le imprese del territorio, aumentando la distribuzione presso i negozi locali e investendo ulteriormente nei loro modelli di business direct-to-home. Altra considerazione riguarderebbe l'enoturismo rivolto alla popolazione locale. La persistente tendenza all'acquisto di prodotti locali porterà, al contrario, molto meno conforto alle aziende vinicole che dipendono fortemente dalle esportazioni, in particolare verso quei mercati in cui esiste una grande ed efficace industria vinicola nazionale. La pandemia sembra aver accelerato una tendenza che era già presente nel comportamento dei consumatori, quindi è improbabile che il desiderio di fondo di fare acquisti locali scompaia presto.

<https://www.wineintelligence.com/the-covid-accelerated-shift-to-local-wine-is-set-to-continue/>

VERIFICA DI FINE ANNO DELLE PREVISIONI WINE INTELLIGENCE PER IL 2021

È periodo di consuntivi di fine anno anche per Wine Intelligence che, prima di rilasciare le sue previsioni per il 2022, ha fatto il punto su quanto effettivamente accaduto nel 2021 rispetto alle dinamiche preventivate a fine 2020. Secondo i dati IWSR diffusi ad ottobre, le vendite globali di vino in volume sono aumentate di circa il +5% nella prima metà del 2021 rispetto allo stesso periodo del 2020, sebbene i volumi di categoria siano rimasti al di sotto dei livelli del 2019. Tuttavia, la stagione del Natale, cruciale per il vino, potrebbe essere interrotta da problemi nella catena di approvvigionamento, in particolare per le difficoltà nei trasporti, quindi è del tutto possibile che l'anno finisca con volumi annui piatti o addirittura negativi per la categoria vino. Tra le tendenze previste da Wine Intelligence per il 2021, che non hanno trovato sempre completo riscontro nella realtà, emergono: la riduzione dei volumi di vino e l'aumento di spesa per bottiglia (con una crescita di quest'ultima effettivamente registrata nei principali mercati di consumo come Stati Uniti, Canada, Regno Unito, Brasile e Germania, soprattutto grazie alle vendite di vini premium e super-premium); affermazione dei formati di packaging alternativi al vetro (che, in realtà, restano ancora una nicchia, nonostante le buone performance di bag-in-box e lattine in alcuni mercati e tra i consumatori più giovani); relazioni dirette più significative e durature sviluppate con la clientela dalle aziende vinicole, con una lenta ripresa dell'enoturismo (i segnali che giungono dalle principali aree enoturistiche di Stati Uniti, Australia, Francia e Italia suggeriscono che la perdita di turisti internazionali è stata ampiamente compensata dall'aumento del traffico della popolazione locale, mentre l'incremento delle vendite dirette online è dipeso anche dalla capacità delle aziende di connettersi con i consumatori); maggiore utilizzo del canale di vendita e-commerce, con incremento degli investimenti volti a rimodellare i servizi di vendita (la crescita dell'e-commerce

del vino durante la pandemia si è attenuata nel 2021, nonostante permanga l'abitudine, ma lo sviluppo del canale ora proviene dall'adozione di soluzioni innovative - vedi app - per rendere più rapidi i tempi di consegna); decollo del mercato dei wine seltzer (in realtà ancora in fase embrionale, sebbene nel 2020 abbia registrato una crescita in volume di oltre il 60%).

<https://www.wineintelligence.com/global-wine-industry-predictions-for-2021-how-did-we-do/>

IL 39% DEI WINE DRINKERS "MODERA ATTIVAMENTE IL PROPRIO CONSUMO"

In un recente intervento, il CEO di Wine Intelligence, Lulie Halstead, ha rivelato che la tendenza a ridurre l'assunzione di alcol è forte tra i consumatori di vino, e in particolare tra quelli di età compresa tra 18 e 34 anni. Utilizzando la ricerca sui consumatori condotta nel 2019 e nel 2020, Halstead ha segnalato che, a livello globale, il 39% dei consumatori abituali di vino in Australia, Belgio, Canada, Irlanda, Giappone, Paesi Bassi, Svizzera, Regno Unito e Stati Uniti è orientato sull'affermazione "sto moderando" - laddove per 'abituati' si intendono quei consumatori che bevono vino almeno una volta al mese. L'idea della moderazione è legata al bere bevande con contenuto alcolico ridotto, piuttosto che alla totale astinenza, ed è un comportamento normalmente adottato dai più giovani, anche a causa delle scarse occasioni di ritrovo sociale. Guardando a lungo termine, Halstead ha ricordato che il tasso di incidenza dei wine drinkers è diminuito significativamente negli ultimi 10 anni nei mercati chiave, segnalando che un decennio fa, nel Regno Unito, la percentuale di adulti di età compresa tra 18 e 34 anni di consumatori abituali di vino era intorno al 50%, ma se si guarda alla cifra per la stessa fascia di età alla fine del 2020 è del 24%. Sebbene questo calo sia preoccupante, la CEO di Wine Intelligence afferma che occorre considerare che i collocati in questa fascia di età che bevono vino regolarmente sono "in genere più spendaccioni" e "molto impegnati", commentando, "questa è la

buona notizia", prima di segnalare che il mercato del vino "ha perso i margini". Nel frattempo, ha ricordato che "la Generazione X, i boomer e gli anziani, fortunatamente per l'industria, stanno ancora apprezzando il vino, con gran parte del volume proveniente dagli over 55".

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/12/39-of-wine-drinkers-actively-moderating-their-consumption/>

L'INDUSTRIA DELLE BEVANDE SEMPRE PIÙ PROIETTATA VERSO UNA DIVERSIFICAZIONE DEL PORTAFOGLIO PRODOTTI

L'industria delle bevande sta entrando in una nuova era di "convergenza di categoria" poiché i produttori di birra, vino, spirits e bevande analcoliche, precedentemente "puri", adottano un approccio più olistico per rivolgersi a una gamma più ampia di preferenze e occasioni di consumo. La ricerca sui consumatori di IWSR mostra come le persone alternino con sempre maggiore frequenza diverse opzioni di bevande o sperimentino del tutto nuovi prodotti. Solo nella prima metà del 2021, birra artigianale e birra hanno dimostrato di essere categorie forti per la sperimentazione di nuovi prodotti tra i consumatori in 10 mercati chiave per le bevande alcoliche. Anche gli hard seltzers, il vino e il whisky giapponese hanno mostrato un forte interesse per la sperimentazione di prodotti di consumo, evidenziando un ampio repertorio di scelte in tutte le categorie. Le aziende di bevande stanno rispondendo al comportamento in evoluzione dei consumatori spostandosi in categorie precedentemente inesplorate, con l'intento di diversificare il proprio portafoglio e, in alcuni casi, pianificare in modo proattivo l'ammorbidente o il declino dei marchi e/o delle principali categorie esistenti. Esistono molteplici ragioni per i proprietari dei brand di diversificare il proprio portafoglio prodotti, ivi incluso il desiderio di affievolire il rischio di declino di una categoria. Alcune aziende potrebbero anche puntare ad opportunità di crescita con margini più elevati, ad esempio passando dalla birra o dal vino agli spirits,

anche se tale tendenza non dovrebbe essere sovrastimata. C'è anche un elemento proattivo in gioco, che vede i proprietari di marchi l'aver intuito che i consumatori di oggi – e certamente i consumatori più giovani – sono diventati più avventurosi rispetto a quanto gli stessi operatori siano stati abituati ad immaginare. L'impatto della pandemia di Covid-19 ha anche influenzato l'assetto complessivo del settore, con molte operazioni di acquisizioni/fusione e cambiamenti nei consigli di amministrazione delle grandi aziende intente ad inserire in organico profili professionali capaci di intuire e cogliere le dinamiche in atto. Gli approfondimenti della ricerca sui consumatori di Wine Intelligence, una divisione del Gruppo IWSR, evidenziano ulteriormente il cambiamento di atteggiamento dei consumatori nei confronti delle occasioni di consumo. In mercati come Stati Uniti, Regno Unito e Canada, ad esempio, sebbene lo spumante non sia ancora la bevanda preferita per le occasioni informali, c'è stato un aumento significativo della percentuale di consumatori che lo gustano sia durante un pasto informale che nelle occasioni "fuori pasto", non solo in occasioni celebrative.

<https://www.theiwsr.com/drinks-companies-diversify-as-category-lines-blur/>

RISULTATI DELL'OSSERVATORIO EUROPEO SUL CONSUMO DI VINO BIOLOGICO:
 IN EUROPA PIÙ DI UN TERZO DEI CONSUMATORI DICHIARA DI BERNE

Più di un francese su due (54%) consuma vino biologico. Si tratta del 50% in più rispetto al 2015. Con un tale tasso di crescita, il consumo di vino biologico è diventato un luogo comune in Francia ma anche in Europa, dove più di un consumatore su tre (39%) dichiarano di berne (+9 punti in sei anni). È quanto si evince dai risultati dell'indagine condotta dall'Osservatorio europeo sul consumo di vino biologico promosso da Millésime Bio e Ipsos. L'81% degli europei è preoccupato per il futuro del pianeta. Partendo da questa consapevolezza, l'atto di acquistare vino biologico è

guidato, per il 67% dei francesi, dal desiderio di consumare un prodotto più rispettoso dell'ambiente. Più di un francese su due (56%) predilige i vini biologici anche perché più rispettosi del produttore. Motivazioni d'acquisto condivise dai vicini europei che confidano nell'acquisto di vini biologici perché più rispettosi dell'ambiente nel 61% dei casi nel Regno Unito e nel 55% in Germania. In prevalenza cittadino (il 75% dei parigini consuma vino biologico), il consumatore tipo è un laureato e sta diventando sempre più giovane. Nel 2015, i consumatori prevalenti di vino biologico avevano più di 45 anni, mentre nel 2021 quasi un europeo su due sotto i 35 anni afferma di consumare vino biologico (46%). Il consumo di vino biologico sta diventando sempre più uguale tra i generi: infatti, il 42% degli uomini e il 35% delle donne afferma di consumare vino biologico nel 2021.

https://www.millesime-bio.com/app/millesime/files-module/local/documents/Mill%C3%A9sime%20Bio_CP%20Etude%202021%20FINAL.pdf

IL 2021 È L'ANNO DEI RECORD PER IL MERCATO DEL VINO PREGIATO

Il 2021 è stato l'anno più forte per il benchmark del settore dei fine wines. L'indice Liv-ex 100 (le 100 etichette più ricercate scambiate sul mercato secondario) è cresciuto del 2,6% a dicembre per chiudere l'anno a 392,52. Lo stesso indice ha guadagnato il 23,0% nel 2021 durante il periodo di scambio più intenso di sempre del mercato del vino pregiato. Il punto di riferimento del settore ha registrato una tendenza al rialzo da maggio 2020, con il mercato del vino pregiato che continua a battere record. Come esaminato nella relazione annuale sul più accreditato mercato dei fine wines, l'intensificarsi degli scambi e l'aumento della liquidità hanno contribuito alla stabilità dei prezzi. L'indice di riferimento del vino di pregio ha inoltre sovraperformato molti dei mercati azionari nel 2021, come il Dow Jones Industrial (18,7%) e il Nasdaq (21,4%). L'Italy 100 è cresciuto a sua volta del 2,1% a dicembre per finire l'anno con un +13,87%, un buon

risultato dopo le performance brillanti dei mesi precedenti.

<https://www.liv-ex.com/2022/01/industry-benchmark-closes-2021-23/>

<https://www.liv-ex.com/2022/01/champagne-led-broader-market-2021/>

FINE WINES: CRESCONO SIGNIFICATIVAMENTE LE QUOTAZIONI DEI VINI DI BORGOGNA E DEL PIEMONTE, CON BORDEAUX E TOSCANA CHE VINCONO LA CLASSIFICA DELLA POPOLARITÀ

Wine Lister Leagues analizza annualmente una serie di indicatori su vini e produttori che hanno raggiunto elevati livelli di qualità e popolarità, anche testimoniata dalla crescita delle quotazioni dei fine wines sul mercato. Analizzando le performance dei prezzi di noti brand legati a regioni chiave per il vino di pregio (Top 20 per ciascuna regione), nel periodo 10/2011-10/2021 emerge la decisa crescita dei vini di Borgogna (+207%), seguita da quella delle eccellenze enoiche del Piemonte (+138%). Negli ultimi 12 mesi tutte le regioni monitorate hanno registrato un incremento delle quotazioni comprese tra il 3 e il 14%. La classifica della popolarità vede, invece, Bordeaux e Toscana prevalere con i rispettivi vini.

<https://www.wine-lister.com/reportbyid/20/en/false>

LA CORSA ALL'ACQUISTO DEI FINE WINES ACCELERA MAN MANO CHE CRESCONO LE PREOCCUPAZIONI PER IL CLIMA

I cambiamenti climatici stanno diventando un fattore chiave nelle decisioni di investimento nel settore vino, poiché le preoccupazioni sulla scomparsa di alcune delle migliori annate del mondo spingono gli intenditori ad acquistare vino pregiato. Nel 2021 si è assistito a gelate devastanti, inondazioni e incendi che hanno decimato i raccolti di uva portando a raccolti significativamente ridotti. Tali eventi climatici hanno determinato la produzione di vino in Francia a scendere a

un minimo storico, mentre gli incendi in California, Oregon e British Columbia hanno distrutto cantine e lasciato i coltivatori con uve contaminate dal fumo. Tuttavia, in netto contrasto con la diminuzione dei raccolti, le vendite di vini pregiati sono aumentate del 15% nel 2021. I viticoltori stanno coltivando sempre più varietà di uva nuove e resistenti che possono resistere meglio a condizioni più calde e secche. Poiché le aziende vinicole riscuotono successo con queste nuove (o in alcuni casi, molto antiche) varietà, le uve tradizionali a cui i consumatori sono abituati - Merlot, Cabernet, Pinot Nero - potrebbero finire per essere gradualmente eliminate, rendendo sempre più difficile mettere le mani su tipologie di vino da esser ricavate che attualmente entusiasmano gli acquirenti. La scarsità di queste bottiglie fa dunque scattare i prezzi in alto, come confermano le quotazioni nelle aste o nel mercato secondario. È probabile che la tendenza continui nel 2022, poiché i collezionisti cercano di rifornire le loro cantine di liquidi che potrebbero estinguersi nel giro di decenni.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2022/01/race-to-buy-fine-wine-speeds-up-as-climate-concerns-grow/>

LA FRANCIA PERDE 1 AZIENDA VINICOLA SU 6 IN 10 ANNI

Nel 2020, la Francia metropolitana contava 59.000 aziende vinicole secondo i primi risultati dell'ultimo censimento del Ministero dell'Agricoltura. Con la scomparsa di 11.000 domaines rispetto al 2010, il numero di vitivinicoltori è diminuito del 16% in dieci anni. Solo in Nouvelle-Aquitaine in 10 anni sono scomparse 3.100 aziende vinicole (scendendo a 10.400). Il vigneto perde tuttavia meno degli allevamenti, ma di più rispetto alle grandi colture e alla frutticoltura. Con 19 ettari in media, un'azienda vinicola ha guadagnato 3 ettari in 10 anni (+19%). I dati completi e definitivi saranno rilasciati ad aprile 2022.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95519-la-france-perd-1-domaine-vitico-le-sur-6-en-10-ans.html>

IL RAPPORTO TRA VITICOLTORI E IL WEB INDAGATO DA VITINAUTE

Rispetto allo scorso anno, l'utilizzo di Internet da parte dei viticoltori è in aumento, rivela l'indagine Vitinaute realizzata da Datagri per Vitisphere. L'83% degli intervistati dichiara di trascorrere più di 30 minuti su Internet al giorno, ovvero 3 punti in più rispetto al 2020. Presentato il 30 novembre, il sondaggio mostra anche un livellamento dei tempi di connessione durante la giornata, con un leggero picco di attività tra le 18:00 e le 20:00. Nella loro attività professionale, i viticoltori utilizzano Internet per cercare diversi tipi di informazioni. La consultazione privilegiata è quella dei contenuti bancari, con il 97,6% dei viticoltori che dichiarano di consultare servizi bancari. Seguono il meteo, le notizie professionali, i bollettini e gli avvisi sul vino e infine le informazioni tecniche vitivinicole. Da notare che le previsioni del tempo vengono consultate maggiormente sullo smartphone, mentre sul computer si esplorano i servizi bancari. Per quanto riguarda i social network, non sorprende che Facebook sia ancora il social preferito dai viticoltori. Ma, come nel 2020, Instagram continua a crescere e a penetrare il mondo del vino. Quest'anno il 26% dichiara di utilizzare il social network a titolo personale (+8 punti rispetto al 2020) e il 30,5% a titolo professionale (+3 punti). Si segnala inoltre che la popolazione vitivinicola è molto coinvolta nell'utilizzo dei social network con 9 viticoltori su 10 che si dichiarano utenti. Il consumo di video sta cambiando. Il 60% dei viticoltori intervistati dichiara di fruire di video professionali online. La principale motivazione per farlo è quella di educare se stessi. Questo tasso di consultazione è in calo di 8,2 punti rispetto al 2020. Un'evoluzione che si spiega senza dubbio con la fine delle restrizioni. Va notato, tuttavia, che il pubblico dei consumatori di video aumenta la sua fedeltà a questo tipo di contenuti, quindi il consumo giornaliero di video professionali è aumentato di 0,5 punti, il consumo settimanale di 2,3 punti e il consumo mensile di 5,7 punti. Non sorprende che Youtube sia la piattaforma preferita per la visualizzazione di video.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95381-que-sait-on-de-la-consommation-dinternet-par-les-vignerons.html>

BRETAGNA: LA REGIONE VINICOLA PIÙ RECENTE DELLA FRANCIA

Per anni, Belle-Ile, l'isola più grande della Bretagna, è stata un Eden di natura selvaggia, sede di dozzine di spiagge di sabbia bianca, antiche insenature e mari turchesi. Con il suo microclima mite, questo verde, aspro, rifugio di calma, che si trova a ovest della città di Nantes, attira sempre più turisti. Ma alcuni abitanti dell'isola e proprietari di seconde case sentono che il loro paradiso è ora minacciato da grandi uomini d'affari tra cui il miliardario Christian Latouche, che sta piantando uno dei più grandi vigneti della Bretagna sull'isola. Le autorità francesi hanno concesso l'autorizzazione all'impianto a condizione che fossero soddisfatti i criteri per preservare l'ambiente. Secondo la classificazione Natura 2000 dell'UE, volta a preservare la biodiversità, è possibile sviluppare terreni protetti per l'agricoltura se le condizioni ambientali sono soddisfatte. Tuttavia, i gruppi ambientalisti e del patrimonio locale affermano che il nuovo vigneto biologico di Latouche a Belle-Ile minaccia di trasformare il selvaggio, aspro paesaggio costiero dell'isola e il suo ambiente. Il cambiamento climatico, che sta influenzando drammaticamente i livelli di zucchero e acidità nei vigneti francesi, sta rapidamente attirando vignaioli professionisti in Bretagna, dove si ritiene possa essere soddisfatta la crescente domanda di vini freschi e a basso contenuto alcolico.

<https://www.wine-searcher.com/m/2021/11/brittany-frances-new-est-wine-region>

CHAMPAGNE COL VENTO IN POPPA DOPO IL CALO DELLE VENDITE DEGLI SPUMANTE EUROPEI NEL 2020

Le esportazioni europee di spumanti sono diminuite nel 2020 per la prima volta in 10 anni, a causa della chiusura di bar e ristoranti legata alla pandemia. Dopo aver osservato un continuo calo delle esportazioni nel 2020, per il secondo anno consecutivo, la filiera dello Champagne francese ha registrato un sensibile rimbalzo nel 2021. In un report pubblicato dal Comité Champagne, le esportazioni della

DOC francese sono diminuite del 17,9% nel 2020 rispetto al 2019. Sono state vendute 245 milioni di bottiglie contro circa 300 milioni dell'anno precedente. Questo avveniva tenendo conto che il bilancio per il 2019 era stato leggermente inferiore rispetto al 2018. Accogliendo gli ottimi dati per il 2021, senza renderli al momento pubblici, il Presidente dell'Unions des Maisons de Champagne, Jean-Marie Barillère, si aspetta di vedere un record: sopra i 5 miliardi e mezzo di fatturato, per un volume spedito intorno ai 320 milioni di bottiglie. Tra i Paesi che hanno contribuito alla ripresa della domanda ci sono Inghilterra, Stati Uniti, Australia e Canada. Minore richiesta è stata manifestata dai Paesi asiatici.

<https://fr.sputniknews.com/20220102/le-champagne-a-le-vent-en-poupe-apres-une-baisse-des-ventes-de-vins-petillants-europeens-1054157528.html>

A OTTOBRE, IL CONSUMO DI VINO IN SPAGNA SUPERA QUOTA 10 MILIONI DI ETTOLITRI

Dopo un 2020 complicato dalle restrizioni derivate dalla crisi sanitaria, il consumo di vino in Spagna porta ottime notizie nel 2021. Nei 12 mesi annui fino a ottobre scorso è infatti stata superata la barriera dei 10 milioni di ettolitri, cosa che non accadeva dai valori rilevati ad agosto 2020. Se il consumo annuo di vino in Spagna è finalmente cresciuto a settembre (+0,7%), dopo quasi un anno e mezzo in negativo, i buoni dati di ottobre consolidano questo aumento (+6%). A livello di canali, gli acquisti di vino nel canale alimentare spagnolo stanno rallentando la crescita, dopo l'enorme slancio registrato nei mesi di confinamento; allo stesso tempo, il calo dell'hospitality, il canale che ha risentito maggiormente delle restrizioni derivate dalla pandemia, si sta riducendo sempre più. Il vino a Denominazione di Origine guida chiaramente le vendite in entrambi i canali, guadagnando anche quote di mercato.

<https://oemv.es/analisis-del-consumo-de-vino-en-espana-a-octubre-de-2021>

LE ESPORTAZIONI SPAGNOLE DI VINO FATTURANO MENO IN OTTOBRE MA SI TENGONO IN TERRENO POSITIVO NEI PRIMI 10 MESI DELL'ANNO

La Spagna ha esportato 301,4 milioni di litri in più fino ad ottobre, fatturando 244,4 milioni di euro in più. Il fatturato delle esportazioni è diminuito ad ottobre (-1,2%), dopo otto mesi consecutivi in positivo. In termini di volume prosegue la crescita (+4,1%), anche se inferiore a quella registrata nei mesi precedenti. Le vendite si sono attestate a 196,5 milioni di litri (+7,8 milioni), per un valore di 270 milioni di euro (-3,2 milioni). Con i dati di ottobre, la crescita delle esportazioni di vino spagnolo permane positiva nei primi dieci mesi dell'anno, anche se il tasso si riduce: +11,5% in valore, a 2.374,7 milioni di euro, e +18,3% in volume, a 1.945,3 milioni di litri. Per quanto riguarda i dati interannuali a ottobre 2021, si parla di 2.860,5 milioni di euro (+10,5%) e 2.313,4 milioni di litri (+18%), pari a 272,9 milioni di euro in più e 352,5 milioni di litri in più.

<https://oemv.es/exportaciones-espanolas-de-vino-octubre-2021>

I VINI DOC RIOJA AUMENTANO LE ESPORTAZIONI IN CINA DEL 113% NELLA PRIMA METÀ DEL 2021

Il 2021 è stato un anno di grande attività per i vini DOC Rioja in Cina, uno dei principali mercati emergenti, che, per le dimensioni del suo mercato, è un Paese con un grande potenziale di crescita. Quest'anno è stato caratterizzato da un forte incremento delle esportazioni di vini a Denominazione verso il colosso asiatico, con una crescita in valore del 113% nella prima metà dell'anno (un dato ancora più impressionante se confrontato con il calo del 6% del totale di importazioni di vino imbottigliato nel Paese asiatico). Rioja non ha smesso di svolgere in Cina importanti attività promozionali su più fronti, sviluppando anche attività ibride che hanno permesso alle cantine della Denominazione di continuare a generare business. Tut-

to questo in un contesto di crescenti restrizioni alla circolazione imposte dalle autorità del Paese all'interno della strategia anti-Covid, con la sola cancellazione di una fiera a Shenzhen. Questa flessibilità ha reso Rioja uno degli attori più visibili sul mercato. Nella sua strategia di espansione, la DOC Rioja ha realizzato un roadshow in diverse città cinesi, ed è in corso un progetto di collaborazione con 40 wine bar in 5 città per incoraggiare la promozione dei vini della regione spagnola. La Denominazione organizzerà altresì corsi guidati da educatori certificati della Rioja Wine Academy in formato online per consentire agli appassionati interessati di conoscere la DOC visto che, a causa delle quarantene, non possono recarsi ai diversi corsi in presenza e possono quindi seguirli in via telematica. Allo stesso modo, la presenza digitale di Rioja è stata rafforzata quest'anno con un proprio Padiglione Online in una fiera digitale permanente per il settore che rende disponibili ai professionisti le informazioni in cinese sulle cantine della Rioja e sui loro vini e che servirà come base per nuove promozioni con questo format.

<https://www.tecnovino.com/los-vinos-de-la-doca-rioja-aumentan-un-113-sus-exportaciones-a-china-en-el-primer-semestre-de-2021/>

IL BELGIO ACCELERA LE SUE IMPORTAZIONI DI VINO NEL 2021, GRAZIE AL SUO RUOLO SEMPRE PIÙ RILEVANTE DI DISTRIBUTORE NEL REGNO UNITO

Le importazioni di vino in Belgio, mercato già consolidato, sono molto stabili da anni. Tuttavia, il Belgio ha aumentato il volume di vino importato di oltre il 40% nella prima metà del 2021. Questo deciso aumento coincide con la crescita esponenziale delle vendite dal Belgio al Regno Unito, che rafforza il ruolo del paese belga come distributore di vini nel mercato britannico post-Brexit. Soprattutto di vini francesi e italiani, che sono quelli che sono cresciuti di più tra gli acquisti belgi. Le vendite di vino dal Belgio al Regno Unito sono

passate da meno di 3 a 47,7 milioni di litri.

<https://oemv.es/importaciones-de-vino-en-belgica-primer-semester-2021>

QUADERNO COLLANA

ICE: IL MERCATO E-COMMERCE NELL'UK POST-BREXIT

Nell'ambito della pubblicazione di una serie di quaderni dedicati al commercio elettronico, ICE ha prodotto un paper che si propone di indagare il mercato e-commerce nel Regno Unito post-Brexit. Partendo da una panoramica dei principali e-shop che operano nel Paese, il documento suggerisce alle aziende italiane alcuni modelli per vendere on-line, oltre ad offrire una panoramica sui principali operatori B2B e B2C, senza infine trascurare gli aspetti logistici, dei pagamenti e le novità normative e fiscali per le vendite e-commerce dopo la Brexit.

https://news.unioneitalianavini.it/wp-content/uploads/sites/6/2021/12/2021_12_15_Quaderno-E-commerce-Brexit.pdf

SECONDO ALCUNI PRODUTTORI L'INGHILTERRA MERIDIONALE HA IL POTENZIALE PER ESSERE LA NAPA DEL REGNO UNITO

La vicinanza di Kent, Sussex, Surrey ed Hampshire a Londra sta contribuendo ad attirare i londinesi nelle contee d'origine per le visite alle cantine del fine settimana, in modo simile a quanto avviene a San Francisco, città che funge da porta d'accesso alla Napa Valley. Questa similitudine è avanzata da alcuni produttori locali che hanno investito per offrire all'eno-turista della City esperienza analoga a quella che potrebbe vivere in California. Le vendite in cantina e, più in generale, quelle dirette al consumatore sono diventate estremamente importanti per l'industria vinicola inglese e gallese, in particolare durante la pandemia. La necessità di passare alle vendite online lo scorso marzo ha portato a un boom delle vendite dirette all'interno dell'industria vinicola britannica, con

WineGB che ha riferito che i siti web delle aziende vinicole e le vendite in cantina hanno rappresentato il 50% delle vendite in volume di vino inglese e gallese lo scorso anno. Anche i wine club si stanno anche dimostrando un canale di vendita redditizio, offrendo ai membri le prime offerte su nuove uscite e vantaggi come l'accesso a wine dinners e a versioni limitate.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/12/southern-england-has-potential-to-be-the-napa-of-the-uk/>

LA METÀ DEGLI INGLESII PENSA CHE CONDIVIDERE LA PROPRIA CONOSCENZA DEL VINO SIA PRETENZIOSO

Un sondaggio su 2.000 britannici ha rilevato che quasi la metà (48%) degli intervistati pensa che condividere la propria conoscenza del vino davanti a un bicchiere sia pretenzioso. Ma quasi un quarto (22%) ha anche ammesso di fingere occasionalmente di saperne di più sul vino di quanto non sappia in realtà. La metà degli inglesi (49%) dichiara inoltre che il paese di origine è la prima cosa a cui si guarda quando si prova un nuovo vino. E il 40% guarda anche al vitigno con cui si fa il vino. Un quarto del campione intervistato ha infine ammesso di giudicare una bottiglia in base al fatto che utilizzi un tappo di sughero o a vite. Mentre poco meno della metà (45%) ha affermato di aver gustato un bicchiere di vino rosso con ghiaccio.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/12/half-of-brits-think-sharing-your-wine-knowledge-over-a-glass-is-pretentious/>

LE BEVANDE NOLO GUARDANO AL FUTURO CON OTTIMISMO

Secondo i report di IWSR Drinks Market Analysis, le vendite di alcol senza e a basso contenuto alcolico dovrebbero raggiungere quasi 19 milioni di casse e un valore di 741 milioni di dollari (558 milioni di sterline) nel 2021, poiché i consumatori si rivolgono a una vita più sana e a un consumo consapevole. Nel Regno Unito, Tesco, che prevede che

circa un quarto degli adulti del Paese berrà solo bevande analcoliche e a basso contenuto alcolico a Natale, ha affermato che le vendite di NoLo sono aumentate del 106% dall'inizio del 2021, mentre Sainsbury's ha dichiarato di aver registrato un aumento del 91% rispetto all'anno precedente, e le vendite nella categoria sono cresciute complessivamente del 24% rispetto al 2020. Il consumo moderato e a basso contenuto alcolico sta crescendo a livello globale. La ricerca Nielsen CGA ha mostrato che il 58% delle persone beve più NoLo alla fine del 2021 rispetto a un anno prima e otto persone su dieci sono desiderose di provare più opzioni NoLo. Birra e sidro attualmente dominano la categoria, rappresentando il 92% di tutti i prodotti NoLo sul mercato. Ma alcune previsioni suggeriscono che questa situazione potrebbe essere destinato a cambiare, con la "premiumizzazione", l'adozione di nuovi formati e di un'ampia gamma di scelte all'interno della categoria analcolici, nuovi ingredienti e combinazioni, sviluppo di tecnologie che consentono di creare bevande analcoliche da prodotti a base alcolica.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/12/could-nolo-drinks-be-the-future/>

IL MERCATO DEL VINO USA NEL REPORT DELL'ICE NEW YORK: NEL 2021 L'ITALIA CRESCE MA RIDUCE LA SUA QUOTA SUL TOTALE IMPORTATO

333 milioni di abitanti, di cui 253 sopra i 21 anni, l'età minima, per legge, a cui è consentito bere alcolici, che compongono un Paese multietnico e multiculturale, dove i latini rappresentano il 24%, gli asiatici il 14%, gli afroamericani il 13% e gli italoamericani il 5%, concentrati in Stati chiave come California, Texas, Florida, New York, Pennsylvania, Illinois, Ohio, Georgia e North Carolina, dove abitano più di 10 milioni di persone, specie nelle grandi città, da New York a Los Angeles, da Chicago a Houston, da Philadelphia a Phoenix: parte dalla demografia il report realizzato da Ice New York per i produttori italiani "Il mercato del vino

negli Usa". Nel 2020, il mercato del vino statunitense valeva 67,3 miliardi di dollari, di cui 51,2 miliardi dalle produzioni nazionali, e 16,1 miliardi dal vino importato. In tutto il Paese il settore enoico conta 11.053 aziende, di cui 4.763 (pari al 43%) sono in California, Stato che produce l'87% del vino Usa. Il vino italiano, nel 2020, ha fatturato 1,92 miliardi di dollari, di cui 657,1 milioni di dollari di vini bianchi, 622,5 milioni di dollari di vini rossi, 451,5 milioni di dollari di spumanti e 28,8 milioni di dollari di vini rosati. Nel 2021 le cose stanno andando ancora meglio; nei primi nove mesi dell'anno le importazioni hanno toccato già quota 1,73 miliardi di dollari (+20%), con i vini bianchi a 560 milioni di dollari (+12%), i vini rossi a 515 milioni di dollari (+12,7%), i vini spumanti a 438 milioni di dollari (+39,5%) e i vini rosati a 35,5 milioni di dollari (+56%). Nonostante la crescita imperiosa di questi mesi, però, la quota che il vino italiano rappresenta sul totale delle importazioni Usa è destinata a scendere al 33,18%, dal 34,28% del 2020, con la Francia che, liberatasi dalla zavorra delle tariffe volute da Trump, si riprende lo scettro di primo esportatore, con una quota del 35,83%, mentre la Spagna è ancora lontanissima, al 5,87%.

https://winenews.it/it/tra-demografia-e-prezzi-il-mercato-del-vino-in-usa-nel-report-ice-new-york_457759/

ENTRO IL 2025 GLI USA SARANNO LEADER NELL'E-COMMERCE DELLE BEVANDE ALCOLICHE

Mentre la Cina rappresenta attualmente un terzo del valore dell'e-commerce mondiale, un'altra nazione è destinata a dominare il web nel settore delle bevande nei prossimi anni. Secondo IWSR Drinks Market Analysis, la più alta crescita dell'e-commerce nel mercato delle bevande proverrà dagli Stati Uniti, con il Paese che dovrebbe registrare una crescita media annua del +20% entro il 2025. La crescita fulminea vedrà gli Usa salire in cima alla classifica di vendita delle bevande online, diventando il primo mercato globale sul web per le bevande alcoliche. Lo studio IWSR appena pubbli-

cato ha altresì identificato due tipi distinti di comportamenti di acquisto dell'e-commerce e la divisione sembra dipendere dall'età. La prima tipologia di shopper di bevande online adotta un approccio e-commerce più "tradizionale", effettuando ordini tramite siti web. Si tratta di consumatori più anziani che cercano prezzi convenienti e marchi ben noti e che, dettaglio importante, sono pronti ad aspettare la consegna. Il secondo tipo di acquirente è legato all'e-commerce via app. Si tratta di consumatori più giovani che sono disposti a spendere per una consegna rapida e sono alla ricerca di marchi interessanti e unici piuttosto che di nomi familiari. Lo studio rivela infine che un quarto dei consumatori di alcolici in tutto il mondo riferisce di acquistare alcolici online. Nella maggior parte dei mercati, il vino è la più grande categoria di bevande alcoliche nell'e-commerce (circa il 40% del valore totale). Tuttavia, in Cina, Colombia, Messico e Nigeria, gli spirits regnano sovrani. Il commercio elettronico si è chiaramente radicato tra molti consumatori, consolidando la sua posizione come terzo canale di vendita per l'acquisto di bevande alcoliche.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/12/study-reveals-the-us-is-top-dog-in-drinks-e-commerce/>

I PIANI D'ACQUISTO DEI WINE LOVER PER LE FESTIVITÀ NATALIZIE: AUMENTA LA PROPENSIONE A DONARE VINO E A SPENDERE DI PIÙ

Dopo la survey dello scorso anno, la società di ricerca e analisi statunitense Wine Opinions ha sondato nuovamente quest'anno la propensione a regalare vino, in occasione delle festività natalizie, di un campione di consumatori. I risultati dell'indagine sono incoraggianti nonostante l'incertezza dei tempi che stiamo vivendo. Circa uno su tre consumatori di vino ad alta frequenza pianifica di regalare vino a più persone quest'anno, come nel 2020, ma non così tante hanno in programma di donare vino ad un numero inferiore di persone. Ciò si traduce in un aumento netto delle donazioni di vino del 14%, in cresci-

ta rispetto all'aumento netto del 9% lo scorso anno. E gli intervistati che manifestano l'intenzione di spendere di più per i regali di vino quest'anno sono significativamente più numerosi rispetto a coloro che intendono tagliare il budget. È aumentata anche la propensione ad acquistare accessori per il vino come regalo, soprattutto tra le donne (il 53% prevede di acquistare accessori per il vino in regalo, contro il 33% degli uomini). Lo stesso vale per gli intervistati di età inferiore ai 40 anni, con il 47% che afferma di voler acquistare accessori per il vino come dono, rispetto al 41% di chi ha 40 anni e più.

https://wineopinions.com/wp-content/uploads/2021/12/December_2021_Wine_Opinions_Newsletter.pdf

IL VINO ROSATO CONTINUA A FARSI LARGO NEL MERCATO STATUNITENSE

L'affermazione del vino rosa sul mercato statunitense sembra non vivere fasi di rallentamento, come racconta l'analisi "Il mercato dei rosati negli Stati Uniti" firmata da Enolytics per Italian Trade Agency, e apre ad ulteriori possibilità nel prossimo futuro. Un trend tutt'altro che esaurito ed in continua evoluzione, dunque, che l'Italia del vino deve imparare a conoscere per farsi largo nello scintillante mondo dei pink wines che, come racconta la ricerca, ha vissuto il suo "turning point" nel 2007, quando esplosero i consumi di vini rosati, diventati improvvisamente glamour, specie tra i Millennial. Da allora, la crescita è stata inarrestabile: +1433% dei volumi venduti tra il 2010 e il 2020, e +118% tra il 2015 e il 2020, quando il vino fermo, nel suo complesso, ha registrato un misero +1,5%. E le cose sono destinate ad andare bene anche in futuro, con le previsioni IWSR che parlano di un +70% tra il 2020 e il 2024. Guardando al futuro, il Paese d'origine avrà meno importanza per i brand più importanti, perché il Climate Change impatta negativamente sulle produzioni e le disponibilità, mentre il colore è decisamente più rilevante agli occhi del consumatore medio. Altro trend su cui puntare sono le opportunità offerte dagli sparkling rosé, come

dimostra il successo della versione in rosa del Prosecco. E poi, i formati alternativi, con i rosati in lattina cresciuti del 2% nel 2020, contro il -3% delle bottiglie, ma anche gli spazi ancora tutti da esplorare in Stati come Florida e Georgia, dove l'estate dura praticamente tutto l'anno. Tuttavia, qualche ostacolo esiste. In primis, l'eccesso di offerta cui si trova di fronte il consumatore, con un consolidamento dei grandi brand specie nell'entry level, mentre lo spazio per crescere ci sarà ancora sulla fascia intorno ai 20 dollari a bottiglia. Per avere successo, infine, bisogna conoscere il consumatore. Una delle grandi fortune del rosato, è che si tratta di un vino decisamente "gender-neutral", testimone di un modo di bere vino leggero e spensierato, sempre aperto all'innovazione. I rosé, nell'immaginario comune, sono vini semplici, su cui non c'è bisogno di sapere molto per sentirsi a proprio agio nel berli, non sono legati ad una varietà specifica, aspetto che va contro all'approccio enoico dell'Italia, dove varietà autoctone e territorialità hanno un valore ed un peso specifico enormi. Inoltre, i rosati oggi corrispondono ad un ideale ben preciso: sono rosa salmone, come quelli prodotti in Provenza, bellissimi da fotografare e da condividere sui social, il regno incontrastato dei più giovani. Il consumatore medio di rosé, in definitiva, è donna, tra i 30 e 40 anni, della classe media. Secondo i dati analizzati da Enolytics, infatti, c'è il 13% in più di possibilità rispetto alla media che una donna acquisti un vino rosato online, possibilità che, tra gli uomini, è del 15% inferiore alla media. A livello generazionale, tra i Millennials la possibilità di acquistare un rosato è del 25% superiore alla media, e del 14% in più tra chi fa parte della Gen X, mentre le possibilità sono del 14% inferiori alla media tra i Boomers e tra la Gen Z, e addirittura del 44% inferiori alla media tra la Silent Gen. L'appartenenza ad una determinata classe sociale, infine, rappresenta una varianza decisamente trascurabile, anche se tra i membri della classe media c'è una propensione del 2% sopra la media a scegliere un vino rosato.

https://winenews.it/it/il-vino-rosato-conquista-gli-stati-uniti-opportunita-e-ostacoli-per-le-produzioni-italiane_457274/

LE VENDITE DIRETTE DI VINO AL CONSUMATORE NEGLI STATI UNITI CONTINUANO A CRESCERE A OTTOBRE NONOSTANTE UN RALLENTAMENTO DELLA PANDEMIA

Le spedizioni di vino dirette al consumatore negli Stati Uniti hanno raggiunto un record di oltre 600 milioni di dollari a ottobre, con quasi 1 milione di casse vendute. Un canale di vendita in crescita che, secondo gli esperti, rappresenta circa il 10% delle vendite totali di vino negli Stati Uniti. Tale trend rivela che la preferenza degli americani per gli ordini online è continuata anche se i vaccini contro il coronavirus sono diventati più diffusi e le restrizioni alle attività commerciali che vendono e servono vino sono diminuite. Si intravedono tuttavia sfide, soprattutto per quel che concerne i consumi fuori casa: le vendite dei ristoranti sono ancora in ritardo a causa delle chiusure dovute alla pandemia e il numero degli esercizi della ristorazione autorizzati a vendere alcolici è diminuito del 40% da gennaio 2020 a gennaio 2021. Sebbene ci sia stato un rimbalzo parziale, tale numero è ancora di circa l'11% al di sotto dei livelli pre-pandemia. Il settore vino si trova a dover affrontare anche un forte vento contrario con i consumatori più giovani che preferiscono una vasta gamma di bevande, in particolare nuovi articoli come hard seltzer e ready-to-drink poco diffusi sugli scaffali dei supermercati statunitensi fino a soli cinque anni fa.

<https://www.northbaybusinessjournal.com/article/business/u-s-wine-direct-to-consumer-sales-continue-to-climb-even-as-pandemic-lesse/>

IL MERCATO DEI VINI MONODOSE È CRESCIUTO IN USA DURANTE LA PANDEMIA

Visto che le aziende vinicole cercano di ridurre la propria impronta di carbonio e i costi di spedizione, molte confezionano vino in versione "single-serve". Con solo 187 once per bottiglia, molti di questi prodotti confezionati

in modo sostenibile ora contengono vino premium o invecchiato. Secondo i dati Nielsen, nel 2020 i vini premium monoporzionati al prezzo di 16 dollari o più hanno rappresentato il 37% delle vendite nel mercato statunitense, con un aumento del 27% rispetto all'anno precedente. Rivelandosi oltretutto utili anche nell'organizzazione di sessioni di degustazione virtuali, con la fornitura di appositi wine-kit a coloro che partecipano ai tastings.

<https://www.winemag.com/2021/12/13/single-serve-wines-pandemic/>

BONTERRA DIVENTA LA PRIMA AZIENDA VINICOLA AL MONDO A IMPATTO CLIMATICO ZERO

L'azienda californiana Bonterra Organic Vineyards ha ufficialmente ottenuto la certificazione "climate neutral" per tutto il suo business, rivelando altresì l'impronta di carbonio generata dalla propria attività. La certificazione rende l'azienda vinicola biologica un esempio per altri marchi che potrebbero prendere in considerazione la divulgazione delle proprie emissioni, e aiutare il settore in generale a impegnarsi in obiettivi di riduzione e a comunicare in modo aperto e trasparente con i consumatori riguardo l'impatto sul clima. Pur certificandosi "climate neutral", Bonterra ha rivelato che, in media, una bottiglia del suo vino (750 ml) crea 1,54 kg di emissioni equivalenti di anidride carbonica (CO₂e). Offrendo questo livello di trasparenza e mostrando senso di responsabilità ai consumatori, Bonterra punta ad evidenziare e contestualizzare le sue pratiche ecologiche, tra cui l'agricoltura rigenerativa, l'uso di energia verde al 100% in cantina e la gestione avanzata dell'acqua, per mostrare una certificazione a livello di prodotto comprensibile. Bonterra ha collaborato con l'organizzazione no-profit Climate Neutral per tenere conto di tutti gli ambiti delle emissioni di gas serra generate dai vini aziendali, durante il loro intero ciclo di vita. Nel 2020, il 37,2% delle emissioni di Bonterra derivava da imballaggi e materiali, il 25,2% dalle spedizioni, il 16,5% dalla produzione, il 16,1% dall'attività agricola e dall'uva e il 5% dal pendo-

larismo e dai viaggi dei dipendenti. Da allora, Bonterra ha compensato il 110% della sua impronta attraverso crediti di carbonio responsabili, provenienti da terze parti e basati sulla natura.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/12/bonterra-becomes-worlds-first-organically-farmed-climate-neutral-wine/>

AMERICAN AIRLINES AMMORTIZZA IL SURPLUS DI VINO INVENDUTO SUI VOLI CON IL SERVIZIO DI CONSEGNA A DOMICILIO

Dall'inizio della pandemia, molte compagnie aeree hanno lottato con scorte in eccesso di cibo e vino a bordo. Con meno voli e un servizio drasticamente ridotto su quegli aerei che sono tornati in cielo, le compagnie aeree si trovano a dover gestire uno stock significativo di vino invenduto. Ora, American Airlines ha trovato una soluzione per valorizzare tale surplus. Flagship Cellars cura l'offerta di vini della compagnia aerea, portandola direttamente ai consumatori tramite un servizio di consegna a domicilio. Il servizio completo costa ai clienti circa 99 dollari al mese, a fronte dei quali riceveranno mensilmente tre vini premium direttamente a casa, fino ad esaurimento scorte. Una volta che lo stock in eccesso sarà venduto, il servizio di abbonamento ai vini della compagnia aerea cesserà di esistere.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/12/american-airlines-shifts-surplus-plane-booze-with-home-delivery-service/>

IL MESSICO ADOTTA PROGRESSIVAMENTE IL CONSUMO DI VINO

Con un litro di vino consumato per abitante e per anno, il Messico non può essere considerato un paese tradizionalmente consumatore. Ma il Paese sta progressivamente adottando il consumo di vino, passando da 50 milioni di litri consumati nel 2016 a 120 milioni nel 2019. Il trend si è tuttavia fermato con l'emergenza sanitaria, che ha ridotto drasticamente le vendite di vino, in attesa di una ripresa, ai livelli pre-pandemia, nel 2022 ed un ritorno

alla crescita nel 2023. Il mercato di consumo del vino messicano sta subendo altri cambiamenti strutturali. Se tradizionalmente il profilo del consumatore del Messico era un uomo dai 35 ai 65 anni, di una classe socio-professionale benestante, oggi non è più così: il vino sta diventando più "democratico" tra i giovani lavoratori, dai 18 ai 35 anni, di ceto medio, con una notevole presenza femminile. Questi nuovi consumatori si stanno allontanando dal consumo di birre e alcolici tipico dei loro genitori per testare nuove bevande. A livello di distribuzione geografica, si registrano cambiamenti ridotti in Messico: la concentrazione del consumo di vino avviene perlopiù tra gli abitanti delle città. Il 75% dei vini si beve a Città del Messico, il 14% a Guadalajara e l'11% a Monterrey. Fuori dalle aree urbane c'è una povertà estrema. Il 27-30% della popolazione del Messico ha un potere d'acquisto sufficiente per consumare vino. Il prezzo è un criterio determinante negli acquisti: i vini più richiesti a volume mostrano prezzi che vanno dai 65 ai 140 pesos (da 3 a 6 euro). Se i vini biologici e naturali non sono particolarmente alla moda, gli esperti di mercato notano che sono richiesti packaging innovativi. Rappresentando il 70% del consumo messicano, i vini importati sono attualmente in equilibrio tra vecchio e nuovo mondo (rispettivamente 56 e 44% dei volumi). È tuttavia prevedibile che l'erosione delle quote di mercato europee andrà a vantaggio dei vini sudamericani più accessibili. Non solo in termini di prezzo, ma anche in termini di marketing. In particolare sull'etichettatura, più semplice e leggibile.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95468-les-atouts-des-vins-francais-pour-combler-leur-retard-au-mexique-.html>

IN ARGENTINA CRESCE LA PRODUZIONE DI VINI BIOLOGICI E SOSTENIBILI

La produzione, il consumo e l'esportazione di vini biologici sono cresciuti lentamente ma costantemente negli ultimi anni in Argentina, spinti dall'aumento della domanda, sia a livello locale che globale, di prodotti più sani e in armonia con l'ambiente. Nel 2020 il consumo interno totale di vini biologici è stato di 167.125 litri, con una crescita

di oltre il 5.000% rispetto al 2018 (2.970 litri). Sono stati esportati oltre 10 milioni di litri di vini biologici certificati, il 24% (quasi tre milioni di litri) in più rispetto al 2019. In Argentina il 2,5% della produzione di vino è biologica; Mendoza è la provincia con la più vasta superficie coltivata a vite biologica con 7.300 ettari certificati; e sono 250 i produttori che confluiscono in 79 cantine, di cui 69 vocate all'export. L'Unione europea continua ad essere la principale destinazione con il 64%, seguita da Regno Unito (14%), Svizzera (3%) e Giappone (2%); all'interno dell'UE, Danimarca e Svezia importano più di 4,5 milioni di litri, quasi il 50% del consumo internazionale di vini biologici argentini.

<https://www.diariodecuyo.com.ar/economia/Crece-en-la-Argentina-la-produccion-de-vinos-organicos-y-sustentables-20211211-0064.html>

L'ALTO LIVELLO DI SCORTE DI VINO, COMBINATO AL CALO DELLE VENDITE, METTE IN DIFFICOLTÀ LE AZIENDE AUSTRALIANE

La produzione record di vino, combinata con una riduzione del volume complessivo delle vendite, ha determinato l'aumento dei livelli delle giacenze e del rapporto scorte/vendite nell'anno conclusosi il 30 giugno 2021, secondo quanto riporta il Wine Production, Sales and Inventory Report 2021 di Wine Australia. La relazione annuale del settore vitivinicolo australiano per l'anno finanziario 2020-21 conferma che, alla fine di giugno 2021, i livelli di disponibilità nazionale del vino sono stati i più alti dal 2005-06. La produzione di vino in Australia nel 2020-21 è stata di poco meno di 1,5 miliardi di litri (165 milioni di casse equivalenti da 9 litri), il 34% in più rispetto a quella dell'anno precedente e il 22% superiore alla media decennale. Il volume totale delle vendite è diminuito del 4% a 1,17 miliardi di litri o 130 milioni di casse, con un calo sia delle esportazioni (perlopiù ad opera della Cina) che delle vendite interne. Le vendite nazionali di vino hanno rappresentato il 41% del volume totale delle vendite, la quota maggiore dal 2013-14. Come risultato del forte aumento della produzione e della leggera riduzione delle vendite, le giacenze

cenze nazionali di vino sono aumentate del 24% a 2,1 miliardi di litri. Il rapporto stock/vendite è salito a 2,05 per i rossi e 1,53 per i bianchi, al di sopra delle medie decennali, rispettivamente, di 1,58 e 1,30. Non c'è dubbio che questo sia un momento particolarmente impegnativo per il settore viticolo australiano. Il report sottolinea l'importanza della diversificazione del mercato come chiave per la sostenibilità a lungo termine, mentre una buona comunicazione tra tutti gli attori della catena di approvvigionamento è fondamentale per gestire i problemi a breve termine.

<https://www.wineaustralia.com/market-insights/australian-wine-production-sales-and-inventory>

L'EXPORT DI VINO AUSTRALIANO FATTURA IL 25% IN MENO, A CAUSA DELLA SUA "SCOMPARSA" DAL MERCATO CINESE DOPO I DAZI

L'Australia ha esportato l'1,9% di vino in più nel 2020, nonostante le restrizioni commerciali derivanti dalla pandemia, a 761,6 milioni di litri. Ci confrontiamo tuttavia con un 2019 in cui la quantità esportata è scesa molto, dopo un 2018 record. I ricavi sono rimasti stabili, sempre a 2.948,5 milioni di dollari australiani (AUD), con un prezzo medio inferiore dell'1,8% (3,87 AUD/litro), dopo il forte aumento del 2019. Dopo essere riuscite a mantenersi stabili in un 2020 difficile, le esportazioni di vino australiano sono diminuite drasticamente nella prima metà del 2021, sia in valore (-15,1%) che, soprattutto, in valore (-25,3%). Questa forte perdita ha una spiegazione: la quasi totale scomparsa in un mercato di vitale importanza per il vino australiano, come quello cinese, a causa dell'introduzione dazi proibitivi. Il "cliente" Cina ha guidato il declino globale, sebbene anche mercati rilevanti come Stati Uniti, Canada, Nuova Zelanda, Germania e Belgio abbiano registrato pesanti perdite. Crescono i Paesi Bassi e alcuni mercati asiatici focalizzati sui vini di fascia alta, come Hong Kong e Singapore.

<https://oemv.es/exportaciones-de-vino-de-australia-primer-semester-2021>

LA NUOVA ZELANDA HA RIDOTTO LE SUE ESPORTAZIONI DI VINO DI OLTRE IL 15% NELLA PRIMA METÀ DEL 2021

Le esportazioni di vino della Nuova Zelanda sono cresciute di circa il 10% nel 2020, un anno record nonostante le restrizioni commerciali derivanti dalla pandemia. Finora il Paese è stato il fornitore mondiale che è cresciuto di più nelle esportazioni di vino in questo secolo. La Nuova Zelanda ha tuttavia ridotto le sue esportazioni di vino di oltre il 15% nella prima metà del 2021, il che, unito al calo ancora maggiore dell'Australia, conferma il momento negativo dei vini dell'Oceania nel commercio mondiale. I primi cinque mercati per la Nuova Zelanda, che insieme hanno rappresentato l'87% del volume e l'84% del valore totale del vino esportato durante la prima metà del 2021, hanno registrato pesanti perdite, in particolare Regno Unito e Canada. Grande aumento delle vendite in Francia e Corea del Sud, anche se ancora lontane dalle prime posizioni.

<https://oemv.es/exportaciones-de-vino-de-nueva-zelanda-primer-semester-2021>

I CONSUMATORI INDIANI STANNO DIVENTANDO PIÙ ATTENTI ALLA QUALITÀ

Secondo lo studio dell'Indian Council for Research on International Economic Relations (ICRIER) e della società di avvocati PLR Chambers, il cambiamento nel comportamento dei consumatori indiani si rifletterebbe nelle loro scelte di acquisto delle bevande in ragione dell'aumento dei viaggi internazionali e della maggiore confidenza con i marchi stranieri. Lo studio, che mostra come la crescente urbanizzazione e l'aumento dei livelli di reddito abbiano avuto un grande impatto sulle preferenze nel settore delle bevande alcoliche, ha evidenziato come l'India sia ora destinata a diventare un mercato sempre più attraente per i produttori e rivenditori di bevande da tutto il mondo. Secondo i risultati, l'India non è solo uno dei mercati a più rapida crescita per le bevande alcoliche, con una dimensione di mercato stimata in

52,5 miliardi di dollari, ma dovrebbe anche crescere a un CAGR (tasso di crescita annuale composto) del 6,8% tra 2020 e 2023. Pur non riuscendo a fotografare la dimensione e le dinamiche del mercato nero, i dati verranno utilizzati dagli uffici delle accise statali per pianificare le prossime proiezioni di entrate basate sulla domanda di consumo e per misurare il desiderio dei consumatori verso tali prodotti. Le cifre emerse dallo studio hanno anche rivelato che, entro il 2030, il 50% dei consumatori indiani è destinato ad acquistare più nell'ambito della stessa tipologia di bevande alcoliche che sta consumando, il 26% dovrebbe passare a brand con posizionamento più alto e il 24% spenderà in nuove categorie di bevande alcoliche. Dallo studio si evince infine che la politica ottusa di applicazione di accise elevate non basate su dati è destinata ad essere radicalmente modificata, segnalando come sia iniziato un allineamento al ribasso dei tributi precedentemente aumentati sull'India Made Foreign Liquor (IMFL), per consentire ai consumatori di accedere a prodotti di migliore qualità.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2022/01/indian-drinkers-are-becoming-more-quality-conscious/>

"RITORNO ALLA NORMALITÀ": GRADIMENTO PER I MARCHI LOCALI NEL SETTORE DEGLI ALCOLICI INDIANO, MA LE BEVANDE DI FASCIA MEDIA SENTONO LA PRESSIONE

I vini, le birre e gli spirits di produzione locale sono attualmente in crescita nel mercato degli alcolici in India, con i consumatori Millennial che preferiscono in particolare questi rispetto ai brand internazionali. Tuttavia le bevande non appartenenti alle categorie premium o a basso prezzo - dunque quelle che si collocano in fascia media - continuano ad affrontare un crollo causato perlopiù dalla minor capacità di acquisto dei consumatori di target medio-alto o medio-basso compressa dalla pandemia. I timori di una nuova ondata del virus, che possa aggravare ulteriormente una situazione già di per sé critica in termini di diffusione del contagio e di vittime, sono dunque

particolarmente avvertiti dall'industria locale degli alcolici.

https://www.foodnavigator-asia.com/Article/2021/11/30/Back-to-normal-Local-brands-trending-in-Indian-alcohol-sector-but-mid-range-drinks-feeling-the-squeeze?utm_source=copyright&utm_medium=OnSite&utm_campaign=copyright

SUL SUDAFRICA INCOMBE IL QUINTO DIVIETO DI VENDITA DI ALCOLICI

Solo cinque mesi dopo l'ultimo devastante divieto di vendita di alcolici nel paese, il Sudafrica potrebbe ritrovarsi nuovamente immerso in un ulteriore divieto nazionale. I quattro divieti precedenti hanno avuto un grave impatto sull'industria vinicola del Capo. Secondo Vinpro, organismo di rappresentanza del settore sudafricano, i divieti hanno messo a rischio complessivamente oltre 21.000 posti di lavoro nel settore del vino e sono costati al governo oltre 5 miliardi di rand (340 milioni di dollari) di entrate fiscali. Si pensa che almeno 75.000 posti di lavoro nel turismo e nell'ospitalità siano stati persi nel 2020 nel Western Cape, a causa di divieti di viaggio e blocchi. C'era un barlume di speranza per la ripresa del settore quando il quarto divieto è terminato nel luglio 2021. Tuttavia, ora le voci di un quinto divieto sono all'ordine del giorno mentre i tassi di contagio di Covid del paese crescono. E non solo le vendite domestiche potrebbero essere interessate da un altro veto. L'anno scorso, proprio quando è iniziata la vendemmia 2021, un divieto di esportazione di cinque settimane ha portato a 300 milioni di litri di vino non contrattato nei 640 milioni di litri di scorte.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/12/fifth-booze-ban-looms-for-south-africa/>

RICERCA E INNOVAZIONE

LE COLTURE DI COPERTURA RENDONO I VIGNETI PIÙ SOSTENIBILI. LA STRATEGIA PUÒ ESSERE UNO STRUMENTO DI MARKETING

La coltivazione di colture di copertura sotto le viti nei vigneti può ridurre l'erosione, migliorare la salute del suolo, ridurre l'uso di erbicidi e migliorare la qualità dell'acqua, secondo un team di ricercatori della Penn State University, che suggeriscono che i viticoltori possono promuovere una maggiore sostenibilità della produzione come parte di una strategia di marketing che può portare i consumatori a essere disposti a pagare di più per il vino. La Generazione Z e i Millennials, in particolare, mostrano un profondo interesse per la sostenibilità e sono molto attenti all'ambiente. Una significativa percentuale di entrambi i gruppi - e anche molti consumatori più anziani - risponderrebbe favorevolmente al marketing delle aziende vinicole che enfatizza la sostenibilità delle loro produzioni. In una ricerca pubblicata sull'International Journal of Wine Business Research, gli esperti hanno determinato che il 72% dei 956 consumatori di vino della regione del Medio Atlantico intervistati era disposto a pagare \$ 18,99 per una bottiglia di vino da 750 ml, che includeva un supplemento di \$ 1 per coprire i costi di produzione sostenibile associati, comprese le colture di copertura. Inoltre, di quel gruppo, il 26% - 195 consumatori di vino - ha indicato che sarebbe disposto a pagare \$ 20,99 per quella stessa bottiglia di vino.

<https://www.psu.edu/news/research/story/cover-crops-make-vineyards-more-sustainable-strategy-can-be-marketing-tool/>

CONTRARIAMENTE A QUANTO I VITICOLTORI PENSANO, NON È DIMOSTRATA L'ESISTENZA DI LIEVITI LOCALI

I lieviti locali non esistono. E neanche i batteri. I ricercatori francesi ne sono

convinti. "...Il concetto di lievito locale, nel senso di lievito esclusivamente presente in un particolare appezzamento o in una tale annata, non è stato scientificamente dimostrato", ha indicato Isabelle Masneuf-Pomarède, enologa e professoressa a Bordeaux Sciences Agro, durante una conferenza ospitata presso la Cité du Vin. Allora perché così tanti produttori sono convinti del contrario? "È per mancanza di conoscenza scientifica. Stiamo facendo il nostro mea culpa perché non abbiamo comunicato abbastanza sui risultati della nostra ricerca. Sono certo che i viticoltori che dicono di utilizzare lieviti locali o d'annata sono sinceri", afferma Patrick Lucas, professore di enologia all'Istituto di Scienze della Vite e del Vino (ISVV).

<https://www.vitisphere.com/actualite-95375-il-ny-a-pas-de-levures-de-terroir-contrairement-a-ce-que-pensent-les-vignerons.html>

LIEVITI E ULTRASUONI CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

L'aumento delle temperature si sta traducendo in una diminuzione dell'acidità dei vini, nell'aumento della concentrazione degli zuccheri nei mosti - quindi, maggiore gradazione - e nella maggiore comparsa di malattie in vigna. Un panorama a cui gli scienziati vogliono porre rimedio con lo sviluppo di nuove tecniche e tecnologie, come svelato in un recente incontro organizzato dalla Fondazione per la Cultura del Vino. Tra le opzioni contemplate c'è l'uso di un certo tipo di lievito proposto dall'équipe di Pilar Morales, ricercatrice presso l'Istituto de Ciencias de la Vid y del Vino (ICVV) di La Rioja. Il suo gruppo è riuscito a migliorare varianti di lieviti non geneticamente modificate attraverso un'evoluzione diretta (in coltura) che possono essere utilizzate come strumento naturale per abbassare il livello di alcol durante i processi di fermentazione. Si tratta di un ceppo che non produce acido acetico in condizioni aerobiche (in presenza di ossigeno) e che i ricercatori hanno brevettato per l'uso in determinate condizioni. Altro rimedio per attenuare l'impatto del cambiamento climatico sul vino consiste nell'applicare ultrasuoni ad alta potenza e bassa frequenza per l'estrazione di composti

fenolici nelle uve rosse. È una risposta alla perdita di potenziale organolettico in conseguenza del cambiamento climatico. Con l'applicazione degli ultrasuoni, si ottiene una maggiore struttura e qualità aromatica del vino, riducendo i tempi di macerazione, raccogliendo le uve che all'inizio potrebbero essere più immature e riducendo i consumi energetici. Ulteriori alternative si riconoscono nella ricerca di nuove varietà di viti resistenti alle malattie, nelle modalità di trattamento più rispettose del terreno, della pianta e del frutto, oltre che nella riduzione delle emissioni di gas serra delle aziende vinicole.

<https://www.latribunadetalavera.es/noticia/ZFCEE5C22-FD50-3338-FF-80F9665AB53E48/Levaduras-y-ultrasonidos-contral-cambio-climatico>

IN AUSTRALIA UN NUOVO STANDARD PER RIDURRE I RISCHI DI BIOSICUREZZA DEL MATERIALE DI PIANTAGIONE DELLA VITE

Il settore vitivinicolo australiano sta sviluppando un nuovo standard di propagazione della vite, che garantirà ai viticoltori, ai responsabili dei vigneti e ai produttori di vino che qualsiasi nuovo materiale di piantagione sia stato prodotto in modo da dimostrare le migliori pratiche nella gestione, tracciabilità e identificazione di virus e malattie del tronco della vite. Tutto ciò, nella convinzione che l'utilizzo di materiale vegetale certificato sia il modo migliore per i viticoltori di ridurre al minimo il rischio di biosicurezza.

<https://www.wineaustralia.com/news/articles/a-new-standard-to-reduce-biosecurity-risks>

IL CONTENUTO LIPIDICO DEI MOSTI, UN NUOVO PARAMETRO DA MONITORARE

Un laboratorio francese sta sviluppando una nuova analisi per quantificare la concentrazione lipidica nei mosti di vino bianco, rosato e rosso. Strettamente legato all'azoto assimilabile, questo parametro deve essere attentamente monitorato per una buona nutrizione e attività dei lieviti durante la fermentazione.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95503-la-teneur-en-lipides-des-mouts-un-nouveau-parametre-a-suivre.html>

AL VIA UN IMPORTANTE PROGRAMMA DI RICERCA PER PROTEGGERE E VALORIZZARE IL SAUVIGNON BLANC DELLA NUOVA ZELANDA

Il Bragato Research Institute (BRI) ha annunciato che, attraverso una partnership con il governo, sono iniziati i lavori del suo programma di miglioramento del vitigno Sauvignon Blanc. Il programma di ricerca svilupperà nuove varianti della principale varietà di vino della Nuova Zelanda, il Sauvignon Blanc, per rendere l'industria del vino più resiliente e più sostenibile. Più resiliente attraverso l'individuazione di caratteristiche come la resistenza alla siccità e al gelo, più sostenibile ricercando una difesa naturale a parassiti e malattie.

<https://winetitles.com.au/major-research-programme-commences-to-protect-and-enhance-new-zealand-sauvignon-blanc/>

IFV PRESENTA IL SUO STRUMENTO DI DIAGNOSTICA DEL CARBONIO ONLINE

Con l'obiettivo governativo del -46% di emissioni di gas serra in agricoltura entro il 2050, le autorità pubbliche stanno sollecitando sempre più l'industria del vino ad adottare un sistema di valutazione basato su scala aziendale. L'Institut Français de la Vigne et du Vin (IFV) ha compiuto un grande passo in questa direzione con la creazione di GES Et Vit, uno strumento per valutare l'impronta di carbonio, in prima istanza, sulla sola parte viticola della filiera produttiva, con l'obiettivo, in una seconda fase, di ampliare la misurazione anche alle operazioni di vinificazione, confezionamento e spedizione. Concretamente, questo strumento online è costituito da un file Excel da compilare con i dati noti al viticoltore: tra questi, densità di impianto, distanze tra le viti e il luogo di vinificazione, quantità di fitoprodotti, numero di passaggi, tipo di trattore. È possibile effettuare la diagnosi dell'allevamento nel suo complesso, ma anche di scom-

porre l'attività in modi di conduzioni tipiche della coltivazione, al fine di poter confrontare i rispettivi risultati. Questi ultimi sono espressi in kg di CO₂ emessa per ettaro ogni anno. Il grafico dettaglia, per ogni modalità di conduzione dell'allevamento, la quota assegnata ad ogni operazione: trattamenti, concimazione, o addirittura vendemmia. Lo strumento offre anche una lettura più precisa. Ad esempio, per la concimazione, verrà indicato se ci sono emissioni in campo, la produzione di fertilizzanti o il carburante utilizzato per lo spargimento che emettono la maggior parte dei gas serra. Il potenziale di stoccaggio del carbonio dei suoli non è stato ancora preso in considerazione, ma lo sarà presto.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95430-lifv-presente-son-outil-de-diagnostic-carbone-en-ligne.html>

RICICLARE LE VITI SRADICATE IN PELLETTI PER NON BRUCIARLE

Una start up bordolese sta sviluppando un'offerta gratuita per la raccolta del legno delle viti sradicate, per trasformarlo in pellet commercializzato da altri operatori energetici. Dopo aver fissato un appuntamento per il ritiro del materiale, gli addetti passano a caricare il legno accumulato rilasciando contestualmente ai viticoltori un certificato per calcolare la quantità di CO₂ non rilasciata grazie a questo riciclo (utile in particolare per le certificazioni Haute Valeur Environnementale-HVE e ISO 14.000). La sfida della start-up francese è decarbonizzare l'estirpazione. Il riciclo effettuato dall'azienda consentirebbe una riduzione del 60% della CO₂ rilasciata tra la combustione e la produzione di biocarburante (raccolta delle viti, lavorazione, consegna, combustione, ecc.). Al momento, il legno raccolto viene frantumato per produrre pellet per caldaie industriali. Altri progetti sono allo studio, come la produzione di biochar, un carbone che può essere utilizzato come ammendante agricolo prodotto da viti sradicate.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95280-faire-recycler-les-ceps-de-vigne-arraches-en-pellet-et-ne-plus-les-bruler-a-larrachee.html>

LA BIOLOGIA MOLECOLARE RINTRACCIA LA RESISTENZA NELLA PERONOSPORA

Una start-up francese offre ai viticoltori l'opportunità di quantificare il livello di resistenza della peronospora alle diverse famiglie chimiche analizzando il DNA di questo fungo parassita. Una volta completati tutti i trattamenti in vigna, l'analisi dà un'idea della situazione di resistenza della peronospora per calibrare meglio il suo programma di cure l'anno successivo. L'indagine può essere di interesse anche durante la stagione per comprendere la validità o meno di un trattamento terapeutico.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95450--la-biologie-moleculaire-traqueles-resistances-du-mildiou.html>

IL PROGETTO DI RICERCA E SVILUPPO FRESHWINES RAGGIUNGE NUOVI PROGRESSI PER MIGLIORARE LA FRESCHEZZA DEI VINI

Freshwines è un progetto di ricerca e sviluppo che mira a promuovere nuove conoscenze e tecnologie volte a migliorare la freschezza dei vini spagnoli. Attraverso l'attuazione di strategie ecologiche in vigna e l'applicazione delle biotecnologie in cantina, questa iniziativa intende accrescere la freschezza dei vini spagnoli provenienti da diverse aree, sia imbottigliati che sfusi, in conformità con le tendenze di consumo dei mercati internazionali, attraverso strategie di viticoltura ecologica utili a monitorare la maturazione dell'uva in vigna e di strumenti biotecnologici nel campo della vinificazione. La prima fase del progetto, Vine-Challenge, è stata focalizzata sulla valutazione dei fattori microclimatici che influenzano la maturazione dei grappoli e sull'efficacia dell'uso di biostimolanti per superare condizioni di stress abiotico e migliorare la maturazione fenolica e aromatica. La seconda, Wine-Challenge, si è concentrata sulla selezione e gestione dei lieviti con capacità acidificante, che ha permesso di svolgere un lavoro approfondito durante i tre anni consecutivi del progetto, ottenendo dati e

conclusioni dalle rispettive vendemmie. Le prime evidenze denotano risultati positivi riguardo, tra l'altro, all'uso di nuovi prodotti biostimolanti che hanno permesso di ottenere vini con maggiore acidità e una maggiore sensazione di freschezza, proteggendo il vigneto dalle conseguenze negative causate dagli stress abiotici. Dall'isolamento e selezione dei lieviti nelle diverse aree di studio, è stato inoltre confermato l'interesse enologico di diverse specie, in monocultura o colture miste, per l'acidificazione biologica dei vini.

<https://www.tecnovino.com/el-proyecto-de-id-freshwines-consigue-nuevos-avances-para-mejorar-la-frescura-de-los-vinos/>

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (AI) POTREBBE SOSTITUIRE PRESTO LE RACCOMANDAZIONI DEGLI ESPERTI DI VINO

Gli scienziati sensoriali ritengono che il vino sarà la prossima frontiera della personalizzazione digitale, con un'intelligenza artificiale (AI) più affidabile delle raccomandazioni degli esperti di vino. Con un mix di machine learning, scienza sensoriale e chimica analitica, i nuovi strumenti sono in grado di individuare le preferenze del palato dei singoli consumatori, in modo che rivenditori e distributori possano formulare raccomandazioni sul vino e registrare un aumento delle vendite. Le nuove tecnologie individuano le raccomandazioni decodificando le matrici di gusto e aroma dei vini, analizzando chimicamente migliaia di prodotti in laboratorio e confrontandoli con il palato del consumatore unico di ogni individuo. Il palato di un individuo è dunque unico come un'impronta digitale, ed è qualcosa che i marchi possono utilizzare a proprio vantaggio imparando di più su ciò che piace alle persone, scomponendo le loro preferenze tramite risposte alle domande che identificano ogni palato.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2021/11/could-ai-technology-soon-replace-wine-expert-recommendations/>

USO DELLA REALTÀ VIRTUALE PER ADDESTRARE I POTATORI

Un progetto di ricerca in Nuova Zelanda ha escogitato un modo per addestrare i potatori in una classroom utilizzando visori di realtà virtuale. E quando usciranno in vigna, gli occhiali per la realtà aumentata o gli smartphone faranno in modo che effettuino i tagli correttamente. Si tratta di un progetto transdisciplinare su larga scala che sviluppa tecnologie robotiche e di assistenza umana con capacità di intelligenza artificiale per vigneti, mele e frutteti di mirtillo ad Aotearoa, in Nuova Zelanda. La sperimentazione ha focalizzato l'attenzione sulla potatura della vite quando le restrizioni ai viaggi di Covid-19 hanno causato carenza di lavoratori qualificati nell'industria vinicola neozelandese.

<https://www.internationalwinechallenge.com/Canopy-Articles/using-virtual-reality-to-train-pruners.html>

UN NUOVO PROGETTO INCENTRATO SU AUTOMAZIONE ROBOTICA E CYBERSECURITY

L'Associazione dell'industria alimentare di Castilla y León, Vitartis, ha lanciato il progetto i-Arpa, con l'obiettivo di supportare i propri partner nel migliorare i rispettivi piani di trasformazione digitale nel campo dell'automazione robotica dei processi aziendali e della sicurezza informatica. Tra le finalità c'è quella di far fronte agli incidenti informatici, che si sono moltiplicati per dieci negli ultimi cinque anni e sono la causa diretta della chiusura del 60% delle PMI che li subiscono.

<https://www.tecnovino.com/un-nuevo-proyecto-centrado-en-la-automatizacion-robotica-y-la-ciberseguridad/>

IL ROBOT "AUTONOMO" TED NEI VIGNETI DALLA PRIMAVERA 2022

100% autonomo e senza supervisione in uso dalla prossima primavera. Questa è la promessa dell'azienda che è pronta a commercializzare un nuovo sistema che consente ai grandi robot

Ted di lavorare in autonomia negli appezzamenti di vigneto, senza alcuna supervisione umana. Sarebbe quindi la prima volta! Tuttavia, le normative europee sono molto severe riguardo alla sicurezza di uomini e macchine. L'azienda conta di superare tali vincoli affidandosi in particolare a nuovi calcoli e sensori. Oltre ai progressi in materia di sicurezza che consentono il varo ufficiale del robot senza supervisione, prosegue il lavoro di ricerca e sviluppo basato sull'intelligenza artificiale per migliorare qualitativamente il lavoro della macchina.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95495-le-robot-ted-sans-supervision-dans-les-vignes-au-printemps-2022.html>

**LA PIATTAFORMA
3DEXPERIENCE
MIGLIORA LA GESTIONE
DELLO SVILUPPO
DELL'INNOVAZIONE
DI UN'IMPORTANTE
AZIENDA VINICOLA**

La nuova generazione di enologi delle cantine Familia Torres ha puntato sul futuro per la produzione sostenibile dei propri marchi, motivo per cui ha optato per l'utilizzo della soluzione industriale "Perfect Package" basata sulla piattaforma 3DExperience. Questo innovativo strumento aiuta gli addetti ai lavori a trasformare la gestione manuale dei progetti in un processo di approvazione digitale efficiente e sicuro che accelera l'innovazione e il time-to-market. In questo modo l'azienda può gestire la documentazione di centinaia di progetti ogni anno in un ambiente digitale collaborativo che migliora il processo decisionale e riduce il rischio di errori.

<https://www.tecnovino.com/asi-gestionan-digitalmente-el-proceso-de-desarrollo-de-la-innovacion-en-familia-torres/>

**ETICHETTE LAVABILI
PER BOTTIGLIE DI VINO
A RENDERE**

Un'azienda francese sta testando etichette lavabili in collaborazione con il proprio stampatore e il fornitore di carta. Grazie a questo processo le bot-

tiglie dell'azienda potranno entrare nel circolo virtuoso del riuso.

<https://www.vitisphere.com/actualite-95533-des-etiquettes-lavables-pour-une-bouteille-de-vin-consignee.html>



ACCADE IN ITALIA



NORMATIVA E ISTITUZIONI

L'ITALIA PRESENTA ALL'UE IL PIANO STRATEGICO NAZIONALE DELLA NUOVA PAC

Il Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali ha presentato il Piano Strategico Nazionale per l'attuazione e il coordinamento dei programmi della PAC 2023-2027 alla Commissione Europea, dopo che il Ministro Stefano Patuanelli, nei giorni scorsi, l'ha illustrato a tutte le parti coinvolte, da ultimo al Tavolo del Partenariato. Il Piano mette in campo una strategia unitaria, avvalendosi dei diversi strumenti a disposizione, a partire dai pagamenti diretti e dalle organizzazioni comuni di mercato, allo sviluppo rurale e al PNRR. Obiettivi del PSN sono il potenziamento della competitività del sistema in ottica sostenibile, il rafforzamento della resilienza e della vitalità dei territori rurali, la promozione del lavoro agricolo e forestale di qualità e la sicurezza sui posti di lavoro, il sostegno alla capacità di attivare scambi di conoscenza, ricerca e innovazioni e l'ottimizzazione del sistema di governance.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17717>

LEGGE DI BILANCIO: OLTRE 2 MILIARDI DI EURO PER AGRICOLTURA, PESCA E AGROALIMENTARE

Nella legge di Bilancio 2 miliardi di euro per l'agricoltura. Al centro della manovra la gestione del rischio e la valorizzazione delle filiere agroalimentari e della gastronomia italiana. Potenziamento delle filiere agricole, della pesca e dell'acquacoltura, la nascita del Fondo di mutualizzazione nazionale a copertura dei rischi catastrofali e di due Fondi a sostegno degli investimenti in beni strumentali e nella valorizzazione di DOP, IGP e STG e delle eccellenze della ristorazione e della pasticceria italiana, implemento ulteriore delle risorse per le assicurazioni agevolate, oltre a una serie di interventi ad hoc per favorire la transizione ecologica e digitale

delle imprese, incentivare l'ingresso degli agricoltori under 40 in agricoltura e dei giovani diplomati nei servizi enogastronomici e alberghieri: queste alcune delle principali misure contenute nella Legge di Bilancio 2022 approvata definitivamente alla Camera. I fondi destinati a sostenere e rilanciare il settore agricolo arrivano a 2 miliardi, una cifra straordinaria che raddoppia lo stanziamento complessivo dello scorso anno e che conferma la centralità dell'agricoltura e della filiera agroalimentare nell'agenda politica del Governo. Tra le misure adottate, quella relativa all'inserimento di un importante capitolo destinato ai produttori di vino DOP e IGP e biologico per incentivare l'uso dell'innovazione in agricoltura (1 milioni di euro per i produttori di vino DOP, IGP e biologico che investono in sistemi digitali di etichettatura, permettendo il rimando tramite QRcode a pagine web istituzionali dedicate alla promozione culturale, turistica e rurale dei territori).

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17528>

SIGLATO ACCORDO TRA MIPAAF E RAKUTEN GROUP PER LA TUTELA DELLA PRODUZIONE AGROALIMENTARE ITALIANA IN GIAPPONE

È stato siglato, dal Sottosegretario Francesco Battistoni, dal Capo dipartimento dell'ICQRF Felice Assenza e dal vicepresidente esecutivo del gruppo Rakuten Kazunori Takeda, il Memorandum of Understanding tra l'ICQRF e Rakuten Group, la più grande piattaforma e-commerce giapponese, tra le 10 più importanti a livello mondiale. Da oggi, le Indicazioni Geografiche italiane, tutelate dall'Economic Partnership Agreement (EPA) tra UE e Giappone, entrato in vigore il 1° febbraio 2019, e che saranno commercializzate sul sito del gruppo giapponese, saranno controllate da una task force operativa dell'Ispettorato Centrale della tutela della Qualità e Repressione Frodi dei prodotti agro-alimentari (ICQRF) del Mipaaf, sul modello delle collaborazioni già esistenti tra il Ministero e le altre principali piattaforme e-commerce

on line. L'ICQRF quotidianamente cercherà i prodotti contraffatti e segnalerà a Ratuken le violazioni dei diritti di proprietà intellettuale delle DOP e IGP, nonché delle pratiche sleali relative alla corretta informazione sugli alimenti. L'accordo conferma il ruolo strategico del Ministero nella promozione delle eccellenze agroalimentari di qualità certificata del nostro Paese e nella tutela dei consumatori nell'e-commerce. Infatti, i produttori hanno possibilità di allargare il proprio bacino di domanda e conquistare nuove fette di mercato e, nel contempo, viene garantito ai consumatori che quei prodotti che trovano sugli scaffali online sono made in Italy, sicuri e di qualità. Alla firma dell'intesa era presente anche Riccardo Ricci Curbastro, Presidente di FEDERDOC.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17631>

DEROGA ALLA RESA MASSIMA DI UVA AD ETTARO DIVERSA DA QUELLA UTILIZZATA PER I VINI DOP-IGP

Sul finire dell'anno il Mipaaf ha emanato il Decreto n. 0676539 del 23/12/2021, attuativo della Legge 12 dicembre 2016, n. 238, articolo 8 comma 10-bis, recante deroga alla resa massima di uva ad ettaro nelle unità vitate iscritte a schedario, diverse da quelle rivendicate per produrre vini a D.O.P. e a I.G.P. Attraverso il provvedimento il Ministero definisce, sentita la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e di Bolzano, le aree vitate, individuate a livello di Comune e riportate in apposito allegato (Allegato I), ove è ammessa una resa massima di uva per ettaro fino a 40 tonnellate.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17718>

RILASCIO DI AUTORIZZAZIONI PER NUOVI IMPIANTI VITICOLI PER L'ANNUALITÀ 2022: PUBBLICATE LE DISPOSIZIONI NAZIONALI RELATIVE ALL'OCM

Il Mipaaf ha pubblicato le nuove disposizioni nazionali relative all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in ordine al rilascio di autorizzazioni per nuovi impianti viticoli. Per l'annualità 2022, è disponibile una superficie di 6.964 ettari, pari all'1% della superficie vitata nazionale riferita alla data del 31 luglio 2015, integrata dalle superfici corrispondenti ai diritti di impianto, di reimpianto e da riserva che potevano essere convertiti in autorizzazioni al 1° gennaio 2016, nonché delle superfici autorizzate di nuovi impianti oggetto di rinuncia nella annualità 2021.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17713>

DEROGA ALLE FERMENTAZIONI RIFERIMENTAZIONI AL DI FUORI DEL PERIODO VENDEMMIALE:

PUBBLICATO IL DECRETO MIPAFAF

Con apposito Decreto il Mipaaf ha disposto, per la campagna vitivinicola 2021/2022, deroga alle fermentazioni e riferimentazioni al di fuori del periodo vendemmiale per i vini a Denominazione di origine ed Indicazione geografica e per particolari vini compresi i passiti ed i vini senza indicazione geografica.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17656>

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2021-12-24&atto.codiceRedazionale=21A07515&elenco30giorni=true

AGEA PUBBLICA L'ELENCO DEFINITIVO DELLE DOMANDE AMMESSE ALLO STOCCAGGIO PRIVATO DEI VINI DI QUALITÀ

Con la pubblicazione delle Istruzioni Operative n. 107 del 29 novembre 2021, AGEA ha reso noto l'elenco definitivo delle domande ammesse allo stoccaggio privato dei vini DOP e IGP per l'anno 2021. Non avendo superato lo stanziamento complessivo previsto, i volumi di vino oggetto di stoccaggio presenti nelle domande di accesso alla misura non sono stati ridotti.

<https://www.agea.gov.it/portal/page/portal/AGEAPageGroup/HomeAGEA/VisualizzaItem?iditem=56553483&Idpage=6594156&Indietro=Home>

OCM VINO: PUBBLICATA GRADUATORIA PROGETTI NAZIONALI 2021/2022

Sul sito web del Mipaaf è stato pubblicato il decreto direttoriale n. 668802 del 20 dicembre 2021, recante approvazione provvisoria della graduatoria dei progetti nazionali della campagna 2021/2022 della misura Promozione nei Paesi terzi dell'OCM Vino. Tra i progetti ammessi, anche quello presentato da FEDERDOC.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17291>

IL MIPAFAF PUBBLICA IL DECRETO DI APPROVAZIONE GRADUATORIE DM 15487 DEL 1° MARZO 2016 PER L'ANNO 2021

Sul sito web del Mipaaf è stato pubblicato il decreto di approvazione delle graduatorie DM 15487 del 1° marzo 2016 per l'anno 2021 (campi di applicazione A) e B)). Le iniziative previste dal suddetto decreto riguardano azioni di informazione per migliorare la conoscenza e la divulgazione dei prodotti DOP e IGP (campo di applicazione lettera A) e azioni volte a garantire la salvaguardia e a sostenere lo svi-

luppo dei prodotti DOP e IGP (campo di applicazione della lettera B).

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17637>

REG. UE 1144/2014 - LINEE GUIDA PER LA SELEZIONE DELL'ORGANISMO ESECUZIONE

Sul sito del Mipaaf è stato pubblicato il decreto direttoriale n. 639624 del 6 dicembre 2021, recante "Linee guida per la procedura di selezione degli organismi di esecuzione per i programmi semplici".

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17584>

DAL 1° GENNAIO IN VIGORE UN NUOVO SISTEMA DI CONTROLLI ALL'IMPORTAZIONE DI PRODOTTI BIOLOGICI

Dal 1° gennaio 2022 è entrato in applicazione il Regolamento (UE) n. 2018/848 - norme relative alla produzione biologica e l'etichettatura dei prodotti biologici, che introdurrà importanti novità in materia di verifica della conformità delle partite biologiche e in conversione destinate ad essere importate nell'Unione Europea. Il 27 dicembre u.s. sono stati pubblicati i regolamenti (UE) 2021/2305, 2021/2306 e 2021/2307 che forniscono ulteriori integrazioni e indicazioni esecutive del regolamento di base 2018/848. Al fine di consentire alle amministrazioni coinvolte di organizzare il nuovo sistema di controlli all'importazione e garantire al contempo il proseguo regolare delle attività di importazione dei prodotti biologici e i relativi necessari controlli, l'Agenzia delle Dogane continuerà per tutto gennaio 2022 l'attività di controllo documentale e validazione del COI, supportata per i controlli di identità e fisici dal Dipartimento ICQRF del Mipaaf.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17711>

IL DECRETO "MILLEPROROGHE" INTERVIENE SUI NUOVI OBBLIGHI DI ETICHETTATURA AMBIENTALE. PROROGA AL 1° LUGLIO 2022

Lo scorso 24 dicembre, il Consiglio dei Ministri ha approvato il c.d. Decreto Legge "Milleproroghe". L'articolo 11 del decreto, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 30 dicembre 2021, stabilisce la proroga dei termini in materia di transizione ecologica e, in particolare, della norma relativa alla c.d. etichettatura ambientale. Come già anticipato dal Ministero della Transizione Ecologica alla Filiera Vino nel corso dei colloqui avvenuti nelle ultime settimane: l'obbligo di etichettatura degli imballaggi, che sarebbe dovuto entrare in vigore a partire dal 1° gennaio 2022, è prorogato al 1° luglio 2022; i prodotti privi dei requisiti ivi prescritti e già immessi in commercio o etichettati al 1° luglio 2022 potranno essere commercializzati fino ad esaurimento delle scorte; entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore del decreto legge "milleproroghe", il MITE adotterà, con decreto di natura non regolamentare, le linee guida tecniche per l'etichettatura ambientale.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2021-12-30&atto.codiceRedazionale=21G00255&elenco30giorni=true

PRATICHE COMMERCIALI SLEALI NELLA FILIERA AGROALIMENTARE: PUBBLICATO IN GURI IL DECRETO DI ATTUAZIONE DELLA DIRETTIVA EUROPEA

Sulla GURI del 30 novembre è stato pubblicato il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 198, attuativo della direttiva (UE) 2019/633 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, in materia di pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese nella filiera agricola e alimentare nonché dell'articolo 7 della legge 22 aprile 2021, n. 53, in materia di commercializzazione dei prodotti agricoli

e alimentari. Il provvedimento è entrato in vigore il 15 dicembre 2021. Da quella data non è più possibile imporre condizioni contrattuali eccessivamente gravose, come ad esempio la vendita di prodotti agricoli e alimentari a prezzi al di sotto dei costi di produzione. 27 le pratiche commerciali sleali vietate, tra cui, oltre al sotto costo di produzione, le vendite dei prodotti agricoli e alimentari attraverso il ricorso a gare e aste elettroniche a doppio ribasso, il non rispetto dei termini di pagamento (non oltre 30 giorni per i prodotti deperibili), l'imposizione all'acquirente da parte del fornitore di prodotti con date di scadenza troppo brevi.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2021-11-30&atto.codiceRedazionale=21G00202&elenco30giorni=true

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17567>

DAL 15 DICEMBRE SUL SITO DEL MIPAFAF LA PAGINA "PRATICHE SLEALI" CON INDICAZIONI E ISTRUZIONI PER PRESENTARE LE SEGNALAZIONI DI ABUSI

È online dal 15 dicembre, data di entrata in vigore del decreto legislativo di attuazione della direttiva europea che vieta le pratiche sleali nei rapporti commerciali della filiera agroalimentare, sul sito istituzionale del Mipaaf, la pagina "Pratiche sleali" con le indicazioni e le istruzioni per presentare segnalazioni di abusi e azioni scorrette, sia tra imprese che in materia di commercializzazione dei prodotti agricoli. Come previsto dal decreto, l'Autorità nazionale incaricata di vigilare sul rispetto delle disposizioni in materia di pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese nella filiera agricola e alimentare - nonché dell'articolo 7 della legge 22 aprile 2021, n. 53 in materia di commercializzazione dei prodotti agricoli e alimentari -, è l'ICQRF. Entrando nella pagina dedica-

ta sarà presente il modulo di denuncia e quello di segnalazione, da scaricare e compilare. Le informazioni indicate nei moduli costituiscono elementi essenziali dell'istanza di intervento. L'ICQRF potrà richiedere, ad integrazione di quanto segnalato, ulteriori notizie e documenti utili alla valutazione delle richieste. Nessuna altra forma di comunicazione, mail, PEC o raccomandate potranno essere prese in considerazione.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/15285>

IL MINISTRO PATUANELLI IN AUDIZIONE CONGIUNTA ALLE COMAGRI DELLA CAMERA E DEL SENATO: NON SI PUÒ CRIMINALIZZARE IL VINO

"Non esiste un cibo sano e uno insano, un cibo che ti fa venire il cancro e un cibo che invece ti guarisce. Esiste l'equilibrio nella composizione della dieta. Nessun cibo può avere il bollino rosso. Perché nell'equilibrio con cui mi nutro creo la salute del mio corpo. Questo è quello che sosterremo a livello europeo. Non si può pensare di criminalizzare il vino come elemento di per sé in assoluto negativo per la salute dell'uomo". Lo ha dichiarato il Ministro Patuanelli durante l'audizione congiunta dinanzi alle Commissioni Agricoltura di Camera e Senato incentrata sul percorso di attuazione del Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr) e di definizione del Piano strategico nazionale (Psn) nell'ambito della nuova Politica agricola comune (Pac).

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17632>

1,2 MILIARDI PER I CONTRATTI DI FILIERA. FIRMATO DAL MINISTRO PATUANELLI IL DECRETO CHE DISCIPLINA I FINANZIAMENTI PER IL V BANDO

1,2 miliardi di euro a disposizione per i Contratti di filiera e di distretto, di cui 350 saranno utilizzati per lo

scorrimento delle graduatorie del IV bando e 850 milioni per il V bando. È stato firmato dal Ministro Stefano Patuanelli, dopo il via libera il 16 dicembre in Conferenza Stato Regioni, il decreto che disciplina i finanziamenti a sostegno dei Contratti di filiera e le modalità e le procedure per l'attuazione del V Bando. Il decreto rappresenta la base per l'emanazione dei provvedimenti attuativi dei Contratti di filiera, indicando le relative modalità di finanziamento, l'iter istruttorio e la procedura di valutazione per la selezione dei progetti. I Contratti di filiera costituiscono uno strumento di sostegno alle politiche agroindustriali istituito nel 2002 e gestito dal Mipaaf. L'obiettivo generale è quello di finanziare programmi di investimento rivolti alle filiere, che siano sostenibili dal punto di vista ambientale e innovativi dal punto di vista tecnologico, perseguendo specifici obiettivi per i singoli settori dell'agroalimentare, pesca, forestale, floricoltura e florovivaiismo. Gli interventi ammissibili alle agevolazioni riguardano, in particolare, gli investimenti in attivi materiali e immateriali nelle aziende agricole, nel settore della trasformazione e della commercializzazione di prodotti agricoli, nella partecipazione dei produttori ai regimi di qualità, nella promozione dei prodotti agricoli e nella ricerca e sviluppo nel settore agricolo. Possono essere ammessi alle agevolazioni quei Contratti che prevedono programmi con un ammontare delle spese ammissibili compreso tra 4 milioni e 50 milioni di euro, tese a favorire l'integrazione fra i differenti soggetti in termini di miglioramento del grado di relazione organizzativa commerciale, di distribuzione del reddito e di impatto ambientale.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17687>

PRESENTATA PROPOSTA DI LEGGE SULLA RICERCA NEL CAMPO DELLE NUOVE TECNOLOGIE DI EVOLUZIONE ASSISTITA

"Fare dell'Italia un paese leader sulle TEA, le Tecniche di Evoluzione Assistita in agricoltura, per poter avere

piante più sostenibili dal punto di vista ambientale, ridurre l'uso di fitofarmaci e aumentare le resistenze ai cambiamenti climatici, con obiettivi benefici per la produttività sempre preservando le peculiarità della biodiversità italiana. Sono questi gli obiettivi della proposta di legge con cui permettiamo la ricerca in campo aperto sugli organismi prodotti con tecniche di genome editing (mutagenesi sitodiretta) e cisgenesi, per fini sperimentali e scientifici sotto l'egida della ricerca pubblica. Ciò in coerenza con lo Studio della Commissione europea dell'aprile 2021 sullo stato delle nuove tecniche genomiche ai sensi del diritto dell'Unione e nelle more dell'adozione da parte dell'Ue di una disciplina organica in materia". Lo dichiara il deputato Filippo Gallinella, Presidente della Commissione Agricoltura e primo firmatario della proposta di legge sulle TEA presentata il 15 dicembre scorso in conferenza stampa a Montecitorio. Un tema la cui importanza è stata sollevata più volte da FEDERDOC, nella consapevolezza di quanto la ricerca in questo ambito sia fondamentale per consentire la transizione verso un'agricoltura sempre più sostenibile.

<https://www.informatoreagrario.it/news/genetica-presentata-la-legge-sulle-tea/>

<https://www.agricultura.it/2021/12/15/tecniche-di-evoluzione-assistita-alla-camera-italia-vuole-essere-leader-tea-in-agricoltura-video/>

SPORTELLO UNICO DOGANALE E DEI CONTROLLI: PUBBLICATO IN GURI IL DPR CHE NE DISCIPLINA IL FUNZIONAMENTO

Il 15 gennaio 2022 entra in vigore il DPR 29 dicembre 2021 n. 235, relativo al regolamento che disciplina lo Sportello unico doganale e dei controlli (S.U.Do.Co.), al fine di attuare il coordinamento in via telematica di tutti i procedimenti e controlli connessi all'entrata e all'uscita delle merci nel o dal territorio nazionale e di assicurare il conseguimento dell'obiettivo di cui alla Missione 3, riforma 2.1., del PNRR «Semplificazione delle transazioni di importazione/esportazione

attraverso l'effettiva implementazione dello Sportello Unico dei Controlli».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2021-12-31&atto.codiceRedazionale=21G00259&elenco30giorni=true

ATTUALITÀ

ICQRF SEQUESTRA OLTRE 300MILA EURO DI VINI SENZA TRACCIABILITÀ

Vini sfusi e imbottigliati di indubbia provenienza, pronti per finire sulle tavole natalizie dei consumatori. È quanto è emerso da una serie di controlli, pianificati in occasione delle festività natalizie, dall'ICQRF del Mipaaf, impegnato ad assicurare la qualità dei prodotti agroalimentari, e tutelare la salute di cittadini nelle imminenti festività. In Puglia, nell'ambito di una serie di verifiche in diversi stabilimenti enologici per la campagna vitivinicola 2021-2022, gli ispettori dell'Ufficio territoriale ICQRF Italia Sud-Est con i militari del Comando Provinciale Foggia della Guardia di Finanza, hanno sequestrato circa 2200 ettolitri di vino sfuso ed imbottigliato, di provenienza sconosciuta, privo della idonea documentazione. Il valore della merce supera i 300mila euro. L'operazione si inquadra nelle costanti attività effettuate dal Dipartimento ICQRF nel settore agroalimentare e vitivinicolo tese a reprimere le frodi, a garantire i consumatori e a sostenere le aziende che correttamente rispettano le norme in materia di qualità dei prodotti.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17613>

1^A RASSEGNA DEI VINI

PIWI: 18 PREMI
E 13 MENZIONI D'ONORE

Grande partecipazione, alla Fondazione Mach, per il seminario scientifico e la cerimonia di premiazione della prima rassegna nazionale dei vini ottenuti da varietà resistenti alle malattie fungine. L'evento si è svolto in presenza con circa cento partecipanti, tra le

cantine iscritte alla gara e i rappresentanti del mondo vitivinicolo nazionale e locale, e in diretta streaming con circa 150 persone collegate, tra cui tre classi della FEM. Moderato dal professor Mario Pezzotti, dirigente del Centro Ricerca e Innovazione, il seminario ha previsto gli interventi di tre illustri esperti: Luigi Moio, presidente dell'Organizzazione internazionale della vite e del vino, Attilio Scienza professore dell'Università di Milano e Fulvio Mattivi professore dell'Università di Trento. In conclusione, sono stati illustrati i dati del concorso con la premiazione delle cantine vincitrici: 18 premi e 13 menzioni d'onore. A seguire, si è svolto il tavolo di assaggio dei vini partecipanti. L'evento, supportato dal Consorzio Innovazione Vite e dall'associazione Piwi international, si proponeva di promuovere la conoscenza delle nuove varietà attraverso un confronto tra vini prodotti con almeno il 95 per cento di uve provenienti da varietà Piwi (PilzWiderstandsfähig).

<https://www.fmach.it/Comunicazione/Ufficio-stampa/Comunicati-Stampa/1-Rassegna-dei-vini-Piwi-oggi-alla-FEM-focus-scientifico-e-riconoscimenti-alle-cantine-18-premi-e-13-menzioni-d-onore>

I VITICOLTORI EROICI AVRANNO I LORO AMBASCIATORI

Favorire la diffusione della conoscenza delle peculiarità della viticoltura eroica e dei suoi vini con istituzioni, ricercatori, tecnici, appassionati o soggetti che direttamente o indirettamente operano nel mondo del vino e più in generale al grande pubblico. Con l'obiettivo di promuovere la viticoltura ed i vini eroici, il Cervim (Centro di Ricerca, Studi, Salvaguardia, Coordinamento e Valorizzazione per la Vitecoltura Montana) ha istituito la figura di "Ambasciatore Cervim - Vitecoltura Eroica". I riconoscimenti vengono conferiti a personalità legate a questa particolare viticoltura per passione, conoscenza dei luoghi o perché operano direttamente in questi contesti. Cinque le onorificenze di Ambasciatore già assegnate.

<https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/37056-i-viticoltori-eroici-avranno-i-loro-rappresentanti.htm>

A HOSPITALITY DEBUTTO DI WINESCAPE, NUOVA AREA TEMATICA INTERAMENTE DEDICATA AL VINO E ALL'ENOTURISMO

Per l'edizione 2022, Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza, la fiera italiana leader nel settore dell'ospitalità e della ristorazione, amplia la sua offerta espositiva con Winescape, la nuova area tematica interamente dedicata al vino e all'enoturismo. Il naming, che richiama i termini Escape e Landscape, sintetizza perfettamente lo spirito di Winescape: raccontare il vino, la storia e la cultura di un territorio come stile di vita, un'occasione di evasione e di esplorazione di una nuova dimensione. Con oltre 500 metri quadrati, questa nuova iniziativa troverà spazio accanto alle due aree speciali RPM-Riva Pianeta Mixology e Solobirra, rispettivamente dedicate al bere miscelato e ai birrifici artigianali. Oltre all'esposizione riservata ai wine resort, Winescape ospiterà un'enoteca per assaggi e degustazioni e un'arena per le attività formative. Sempre attenta alle esigenze emergenti di aziende e professionisti del settore, la 46esima Hospitality, che si terrà in presenza dal 21 al 24 marzo 2022 (originariamente dal 31 gennaio al 3 febbraio 2022) a Riva del Garda, conferma anche con questa nuova iniziativa il proprio ruolo di hub di tendenze e formazione per guidare gli operatori dell'*Ho.Re.Ca.* verso il futuro.

<https://www.agricultura.it/2021/12/16/a-hospitality-debuta-winescape-spazio-allenoturismo-per-il-futuro-dellospitalita/>

MERCATI E PRODUZIONI

REPORT CANTINA ITALIA CON DATI SU VINI, MOSTI, DENOMINAZIONI AL 30 NOVEMBRE 2021. IL 79,2% DEL VINO DETENUTO È A IG

Alla data del 30 novembre 2021, negli stabilimenti enologici italiani erano presenti 51,9 milioni di ettolitri di vino, 12,5 milioni di ettolitri di mosti e 11,5 milioni di ettolitri di vino nuovo

ancora in fermentazione (VNAIF). Rispetto al 30 novembre 2020, si osserva un valore delle giacenze superiore per i vini (+4,5%; +6% per i vini DOP, +7,1% per i vini IGP) e per i mosti (+7,6%), inferiore è invece il dato dei VNAIF (-12,1%). Rispetto al 31 ottobre 2021, si osservano variazioni positive per i vini (+22,4%; +21,5% per i vini DOP, +28% per i vini IGP) e, come prevedibile per questo periodo, si evince chiaramente l'avvio della fase di riduzione delle giacenze di mosti (-31,5%) e di VNAIF (-21,2%). Il 59,0% del vino è detenuto nelle regioni del Nord, prevalentemente nel Veneto. Il 51,8% del vino detenuto è a DOP, il 27,4% a IGP, i vini varietali costituiscono appena l'1,3% del totale. Il 19,5% è rappresentato da altri vini. Le giacenze di vini a Indicazione Geografica sono molto concentrate; infatti, 20 denominazioni contribuiscono al 58,0% del totale delle giacenze.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/17621>

IL SETTORE VINO SUBISCE IL BOOM DEI RINCARI NELLE AZIENDE COSTRETTE A RICONTRATTARE I LISTINI

Il vino vola in doppia cifra nelle vendite sia in Italia che in Europa, ma ha comunque poco per cui brindare. Colpa del boom di rincari, anch'essi in doppia cifra, che influiscono nell'ordine del 30% sul prodotto finito. I costi alle stelle riguardano tutto, dalle materie prime secche al prodotto, quindi dal vetro alle etichette, dai cartoni alle chiusure delle bottiglie, dai trasporti (con le tariffe per i container che sono lievitate del 400%) all'energia elettrica fino al prezzo medio del vino stesso, che complice una vendemmia a bassi volumi sale in diversi casi a +40% rispetto allo scorso anno. Allo stato attuale la 'bolletta' supplementare per il settore supera ormai 1 miliardo di euro, e questo al netto delle difficoltà nelle consegne del vino, che cominciano a evidenziarsi anche se in misura molto minore che in Francia. È del tutto evidente che, così procedendo, le imprese saranno costrette entro breve a rivede-

re i listini precedentemente accordati con distributori e importatori.

<https://www.agricultura.it/2021/12/02/vino-boom-di-rincari-30-uiv-aziende-costrette-a-ricontrattare-listini/>

CRESCONO I PREZZI DEI VINI SFUSI D'ITALIA. AUMENTI SIGNIFICATIVI PER MOLTE DO

Non solo a causa dei costi di energia, trasporti, materie prime, bottiglie ed etichette, il vino italiano, per tanti motivi, sta affrontando anche una crescita importante dei prezzi dei vini all'origine. Ovvero degli sfusi. Tra vendemmie scarse, ma anche grazie ad un mercato ripresosi, fin qui, in pompa magna, soprattutto per i vini di alta qualità, tornati protagonisti sulle tavole della ristorazione mondiale. Aumenti di prezzo che, tuttavia, rischiano di creare tensioni di mercato. Secondo le rilevazioni dei prezzi medi dei vini comuni dell'Ismea, per esempio, i bianchi, ad ottobre, viaggiavano su valori di 4,27 euro ad ettogrado, il 5,4% in più sul mese precedente, ed il 19,4% sullo stesso periodo 2020. Mentre i vini rossi e rosati comuni spuntavano prezzi medi di 4,36 euro ad ettogrado, sostanzialmente stabili su settembre, ma in crescita del 10% sullo stesso periodo 2020. Ad aumentare in maniera notevole sono anche le quotazioni di molti dei più importanti vini a Denominazione del Belpaese, come testimonia il raffronto con i prezzi aggiornati di recente, post vendemmia, dalle Camere di Commercio d'Italia, sulle quotazioni pre-vendemmia.

https://winenews.it/it/dai-vini-comuni-alle-grandi-denominazioni-crescono-i-prezzi-dei-vini-sfusi-ditalia_457624/

316 MILIONI DI BOTTIGLIE ITALIANE NEI CALICI DEL MONDO TRA NATALE E CAPODANNO (+18% SUL 2020)

In Italia o all'estero, a casa o al ristorante, a Natale o a Capodanno, saranno feste da record per le bollicine tricolori, con quasi 2 miliardi di brindisi attesi e un valore alla produzione di 236 milioni di euro. Lo stima l'Osservatorio

del Vino Uiv-Ismea, nel consueto focus sui consumi, mai così numerosi come quest'anno, degli sparkling italiani. Secondo l'Osservatorio, sono oltre 316 milioni le bottiglie italiane pronte per essere consumate durante le feste, il 18,3% in più sullo scorso anno e il 50% in più rispetto a solo 5 anni fa. Di queste, quasi 3 su 4 sono destinate all'estero mentre sono circa 88 milioni le bottiglie dello Stivale (+14%) riservate alle tavole degli italiani per le feste nel Belpaese, a cui si aggiungono circa 5 milioni di bollicine importate, anch'esse mai così numerose (+50% sul 2020). A trainare gli imbottigliamenti in vista dei consumi sono tutte le principali denominazioni italiane, con crescita registrate quasi ovunque in doppia cifra, a partire dal Prosecco DOC (+25%) fino all'Asti, dal Franciacorta al Conegliano DOCG, dal Trento all'Oltrepò, dall'Alta Langa ai Lessini Durello ai Colli Asolani. Per l'Osservatorio, il 2021 è stato l'anno del rimbalzo per lo sparkling tricolore, che chiuderà l'anno a circa 900 milioni di bottiglie e un forte incremento delle vendite all'estero (+20% a volume). Buone notizie, rileva l'analisi, anche dai consumi interni: secondo Ismea/Nielsen, gli acquisti nella Grande distribuzione segnavano nei primi 11 mesi un +22% in volume accompagnato da un +26% a valore rispetto al pari periodo 2020. Complessivamente, nel 2021 il valore alla produzione degli spumanti italiani supererà per la prima volta i 2,4 miliardi di euro; un incremento a cui aggiunge un volume produttivo in costante ascesa (+170% nell'ultimo decennio). Oggi le bollicine sono arrivate a rappresentare circa 1/4 del totale delle esportazioni di vino italiano nel mondo.

<https://corrierevinicolo.unioneitalianavini.it/corriere-vinicolo/?id=Y1wallPa7wR%2BOFyF%2FUDgsA%3D%3D#page=3>

GLI ITALIANI ONLINE A CACCIA DI SPUMANTE PER LA FINE DELL'ANNO. IL VINO INCORONATO CATEGORIA DELL'ANNO TRA GLI ALCOLICI CON UN BOOM DI RICERCHE SUL WEB (+90% SUL 2020)

A pochi giorni dalla fine dell'anno è boom di ricerche online per alcolici e

giochi di società secondo l'ultima indagine di idealo, portale di comparazione prezzi, che ha analizzato le preferenze degli Italiani in vista delle prossime festività di Natale e capodanno. L'interesse online per vini e liquori nel 2021 è cresciuto ulteriormente del +6,5% dopo un anno, il 2020, in cui il boom generalizzato dell'e-commerce ha stimolato la nascita e crescita di molte nuove enoteche digitali oltre che la digitalizzazione delle vendite da parte di cantine e aziende vinicole che hanno dovuto far fronte ai cali nelle vendite offline a causa della pandemia. In linea con gli ultimi trend relativi all'acquisto online di Alcolici, anche per il prossimo brindisi di capodanno gli Italiani stanno cercando online le bottiglie con cui festeggiare tra amici e parenti. Aumenta, infatti, del +98% l'interesse online verso l'intera categoria nelle prime due settimane di dicembre. A farla da padrone sono, ovviamente, Spumante, Prosecco e Champagne, il cui interesse online è stato pari al 52% delle ricerche degli utenti, se consideriamo la prima metà di dicembre 2021. Seguono i liquori e gli amari per il dopo pasto, con il Rum che si attesta all'11%, seguito dal Whisky (10%), gli Amari (9%) e i Vini (8%). I vini che, nelle ultime due settimane, hanno fatto registrare un interesse inferiore rispetto alle "bollicine", sono tuttavia i veri vincitori dell'anno della categoria "alcolici", con un boom di ricerche online che nel 2021 ha superato il +90% rispetto all'anno precedente. L'e-shopper "incaricato" alla scelta di vini e liquori durante le prossime feste è tipicamente un uomo (59%). Se consideriamo l'età, si tratta di una persona tra i 25 e 34 anni (26%). Le ricerche sono condotte principalmente da mobile (84%).

<https://www.idealo.it/magazine/e-commerce/giochi-di-societa-alcolici-fine-2021>

CRESCERE LA SPESA PER I CONSUMI ALIMENTARI NEI PRIMI 9 MESI DEL 2021, CON VINI E SPUMANTI A FAR DA TRAINO

La spesa per i consumi domestici dei primi nove mesi del 2021, malgrado il confronto con l'annata eccezionale e il

graduale ritorno alla normalità nell'ultimo trimestre, continua a negare l'atteso rimbalzo negativo, mostrandosi ancora in lieve crescita rispetto al 2020. Dopo il +7,4% messo a segno nel 2020, anche nel 2021, a fronte del perdurare delle limitazioni per il contenimento della diffusione del virus nel primo semestre e il graduale allentamento nel terzo trimestre, la spesa si mantiene su livelli elevati, con un aumento nel periodo cumulato (gennaio-settembre) dello 0,7% rispetto al 2020, e uno scontrino medio più alto del 7,7% rispetto all'analogo periodo di un'annata regolare come quella del 2019. Sono almeno due le macro-tendenze più evidenti in atto: il ritorno della prevalenza della crescita della spesa per le bevande (+5,4%, cui contribuiscono con maggiore incidenza le "bevande alcoliche" con +9%) su quella per gli alimenti (+0,1%); la minore affezione nei confronti del prodotto confezionato (+0,6%) rispetto a quello sfuso (+1,3%). Ma uno scontrino finale più alto non significa necessariamente un carrello della spesa più pieno, anzi in questo caso emerge chiaramente, dall'analisi più dettagliata, come l'incremento di spesa del 2021 sia da ascrivere anche a un generalizzato aumento dei prezzi medi di acquisto, riscontrato in quasi tutti i comparti. Nei primi nove mesi del 2021, l'atteggiamento dei consumatori nei confronti dell'acquisto di generi alimentari evidenzia una maggiore positività nelle aspettative per il futuro; l'uscita dalle restrizioni probabilmente fornisce nuovo slancio ai consumi favorendo quei prodotti di cui nei mesi passati ci si era maggiormente privati e, al contempo, si rinforzano i driver di scelta legati a salute, benessere, sostenibilità e all'acquisto "consapevole". Per quanto riguarda l'evoluzione della spesa domestica per singole categorie, vino e spumante continuano a crescere nei primi nove mesi del 2021 (+6%). Il vino ha segnato un incremento nelle vendite presso la distribuzione: +1,3%, cui vanno aggiunte le vendite "on line", anch'esse in esponenziale crescita (+200% rispetto al 2019 pre-pandemia) per un valore che arriva a pesare circa il 4% dei fatturati nella distribuzione (vale a dire 5,6 milioni di bottiglie per un valore di oltre 31 milioni di euro nei soli primi nove mesi del 2021). Il boom dell'e-commerce di vino in Italia è stato uno dei fenomeni

accelerati dal Covid, spinto dalla voglia degli appassionati di non rinunciare a un buon calice neanche tra le mura domestiche. Un fenomeno ancora contenuto nei valori assoluti, ma importante perché, soprattutto per le cantine più grandi e storicamente presenti nella distribuzione moderna, è stato il vero argine alla crisi. Nei supermercati i fatturati per il vino sono aumentati rispetto al periodo pre-lockdown di circa il 9% con punte del 18%. Gli spumanti sono fra tutti i segmenti quelli che hanno registrato il risultato più eclatante: gli italiani hanno infatti speso nei primi nove mesi oltre 492 milioni di euro per l'acquisto di "bollicine da brindisi" (solo per consumo domestico), segnando un +27,4% rispetto all'analogo periodo del 2020. Fra i giovani il rito dell'aperitivo ha offerto un contributo ai consumi di questo prodotto favorendone la destagionalizzazione dei consumi.

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/11945>

ISMEA: FIAMMATA DELLE MATERIE PRIME NON DEPRIME LA FIDUCIA DEGLI OPERATORI DELL'AGROALIMENTARE

La congiuntura del settore agroalimentare nel terzo trimestre e quarto trimestre dell'anno appaiono fortemente condizionate dal perdurare della fiammata dei prezzi delle materie prime, che rischia globalmente di frenare la ripresa economica fino a questo momento molto più rapida e consistente del previsto. Come evidenzia l'Ismea nel rapporto AgriMercati appena pubblicato, sotto la spinta dell'aumento del prezzo petrolio (Brent), praticamente raddoppiato nell'arco di un anno e dei rincari record dei prodotti energetici e delle altre materie prime (rispettivamente del +70% e +57%), i mercati agricoli internazionali stanno reagendo con forti tensioni al rialzo (+31% a ottobre il Food price index della FAO su base annua, trainato da oli vegetali, cereali e zucchero). Analogamente, anche in Italia i prezzi dei prodotti agricoli e dei mezzi correnti di produzione proseguono la loro corsa al rialzo intrapresa a inizio 2021. Tuttavia, nonostante l'impennata dei costi di produzione sia fonte di preoccupazione per

gli operatori del settore, è aumentata, nel terzo trimestre dell'anno, la fiducia degli agricoltori e degli imprenditori dell'industria alimentare italiana. Per le aziende agricole, l'indicatore elaborato da Ismea si è portato per la prima volta dopo oltre due anni su terreno positivo, soprattutto in conseguenza del miglioramento delle aspettative per il futuro. Una netta evoluzione positiva dell'indice di fiducia interessa anche l'industria alimentare italiana, grazie in particolare ai giudizi sul decumulo delle scorte, dietro la spinta di un export che avanza a ritmo sostenuto. Le esportazioni del settore hanno raggiunto, a settembre 2021, il valore di 37,7 miliardi di euro (+12,6% su base annua), lasciando prevedere il raggiungimento di valori record e il superamento della soglia dei 50 miliardi di euro a fine anno. La crescita delle spedizioni ha riguardato tutte le principali produzioni del made in Italy, a partire dai vini (+15,5% in valore, +8% in volume rispetto al periodo gennaio-agosto 2020).

<https://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/11607>

L'EXPORT VITIVINICOLO NAZIONALE CONTINUA A CORRERE: +15% NEI PRIMI 9 MESI

Non si ferma la locomotiva del vino italiano sui mercati internazionali, con l'export nei primi 9 mesi che segna un +15,1% a valore sul pari periodo del 2020, per un corrispettivo di oltre 5,1 miliardi di euro. Una performance superiore anche al periodo pre-pandemico del 2019, con un incremento, sempre a valore, dell'11,6%. Secondo le elaborazioni Uiv su base Istat, il vino italiano guadagna posizioni in tutti i suoi fondamentali: oltre al valore, aumentano i volumi (+7,9%, 16,2 milioni gli ettolitri esportati) e soprattutto il prezzo medio, a +7%. Un dato importante, quest'ultimo, che però va solo a parziale compensazione delle perdite che le aziende stanno subendo a causa del balzo dei costi di materie prime, di energia elettrica e trasporti. A trainare il mercato, l'ennesimo exploit degli sparkling che incrementano del 28,6% sia in volume che a valore, con l'Asti a +13% e il Prosecco che vola a quasi

+40% grazie anche all'enorme balzo della domanda statunitense. I consumi post lockdown di vino italiano nel mondo privilegiano i vini DOP imbottigliati (+18,8%), con i fermi a +15,1%, mentre è minore la crescita di IGP e vini comuni. Tra i formati, a conferma di una domanda che vira maggiormente verso i segmenti medio-alti, si segnalano in calo i bag in box (-11%), dopo l'exploit durante il lockdown, e lo sfuso (-5%). Sul fronte delle destinazioni, in grande recupero l'extra-Ue, che fa segnare, sempre a valore, un +19%, mentre l'export comunitario si attesta a +9,2%. Tra i Paesi variazioni positive in tutti i principali mercati, con il boom degli ordini dagli Stati Uniti (+23,1%), che rappresentano oltre 1/4 dell'export di vino tricolore. Performance significative sul podio della domanda anche delle altre 2 piazze: Germania a +7% e Regno Unito a +6,1%; in doppia cifra gli aumenti in Canada, Paesi Bassi, Francia, Svezia, Belgio, Russia e Cina (a +53,2%). Risultati analoghi vengono evidenziati nell'elaborazione, sempre su dati Istat, effettuata dalla testata WineNews.

<https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/mondo-enoico/37135-l-export-vitivinicolo-nazionale-continua-a-correre.htm>

https://winenews.it/it/le-spedizioni-di-vino-italiano-nei-primi-9-mesi-2021-superano-i-5-miliardi-di-euro-15_458108/

MERCATO VINICOLO MONDIALE: RECUPERO ANCORA LONTANO. INCOGNITE PER NATALE

I dati di settembre 2021 relativi al commercio vinicolo mondiale indicano che l'atteso recupero è ancora tutto da definire. Il saldo volumico generale è a zero rispetto al 2020 (anno della pandemia) ed addirittura inferiore del 4% sul 2019, anno pre-pandemico considerato il benchmark di normalità. A tutto settembre il totale importato dai principali Paesi monitorati dall'Osservatorio ammonta a 47,4 milioni di ettolitri. Leggermente meglio le importazioni a valore che crescono del 7% sul 2019 e del 18% sul 2020, fino a 18,8 miliardi di dollari. Le dinamiche per tipologie non sono tutte uguali: a un segmento spumante che dimostra di recuperare in maniera

decisa sia rispetto al 2020 (+31% volume) che rispetto al 2019 (+20%), fa da contraltare la totale piattezza dei vini fermi confezionati, che a un timido +2% volume 2021/20 affiancano un -2% sul pre-pandemia. Ma soprattutto la dinamica pesantemente negativa dei vini sfusi, a -6% volume sul 2020 e -11% sul 2019, su cui incidono le performance riduttive di importanti piazze, come Germania, UK, Giappone, Canada e l'azzeramento totale in Russia.

<https://corrierevinicolo.unioneitalianavini.it/corriere-vinicolo/?id=GYZ5jWNO08HnEUoZIRiA%3D%3D#page=19>

Intanto si profila un Natale a "velocità variabile". La grande ripartenza del vino si è raffreddata nella morsa della ripresa dei contagi, aumento dei costi di energia, trasporti e materie prime, consumi in affanno e lo spettro dell'inflazione. Dagli Usa al Giappone, alla Germania, dal Regno Unito alla Francia, all'Italia la voce degli operatori commerciali, disegna appunto un andamento incerto. L'incognita listini pesa su un futuro dove si confermeranno crescita dell'e-commerce, maggiore diffusione dei consumi, aumento della spesa media sotto la spinta dei vini no-alcol, sostenibili e da nuovi territori da scoprire.

<https://corrierevinicolo.unioneitalianavini.it/corriere-vinicolo/?id=Y1wallPa7wR%2BOFyF%2FUDgsA%3D%3D#page=3>

L'EDIZIONE 2020 DI BIOREPORT METTE ANCORA UNA VOLTA IN LUCE LA RILEVANZA E LA DINAMICITÀ DEL SETTORE BIOLOGICO

In ragione della crescente rilevanza dell'agricoltura biologica, Bioreport offre periodicamente a istituzioni, stakeholder, ricercatori un quadro articolato del sistema biologico, evidenziandone caratteristiche e dinamiche, punti di forza e di debolezza. In particolare, l'edizione 2020 mette ancora una volta in luce la rilevanza e la dinamicità del settore biologico, la buona performance delle sue aziende e la forte crescita del mercato, soprattutto estero. Tra le novità normative illustrate nel rapporto, il Piano d'azione europeo per

lo sviluppo della produzione biologica che intende dare rinnovato slancio al settore per perseguire nel 2030 l'ambizioso obiettivo del 25% di superficie biologica europea su quella agricola. Tale obiettivo, fissato dalle recenti strategie europee, ha tra l'altro richiamato la necessità di approfondire le cause dell'abbandono del sistema di certificazione e controllo da parte delle aziende biologiche italiane, cercando di individuare i correttivi atti a frenarne l'esodo. Oltre ai temi citati, svariati sono gli argomenti approfonditi nel volume allo scopo di diffondere la conoscenza su specifici aspetti tecnici, di mercato e di filiera, sul settore nelle sue segmentazioni territoriali, sulle politiche.

<https://www.reterurale.it/Bioreport2020>

CANADA, 1 CONSUMATORE SU 2 RICONOSCE QUALITÀ SUPERIORE AL BIOLOGICO MADE IN ITALY

Sesto mercato al mondo per il consumo di prodotti BIO con un incremento del +83% negli ultimi 10 anni, il Canada è uno dei mercati più promettenti per il nostro bio Made in Italy - come confermato anche dal 20% delle imprese italiane intervistate da Nomisma. Si evince dai risultati dell'indagine sulle aziende, assieme a quelli di una survey sul consumatore canadese, in occasione del terzo forum ITA.BIO, la piattaforma online di dati e informazioni per l'internazionalizzazione del biologico Made in Italy curata da Nomisma e promossa da ICE Agenzia e FederBio. Più che positiva, nonché superiore a quella registrata dall'export agroalimentare nel suo complesso, la performance dell'export bio: nel 2021 le vendite di prodotti agroalimentari italiani bio sui mercati internazionali hanno sfiorato i 3 miliardi di euro, mettendo a segno una crescita del +11% (anno terminante luglio 2021) rispetto all'anno precedente, in linea rispetto all'export agroalimentare nel complesso (+10% gen-lug 2021/20). Riconoscimento del bio Made in Italy sui mercati internazionali testimoniato anche della crescita di lungo periodo (+156% rispetto al 2009) e dalla quota di export sul

paniere Made in Italy (6% sull'export agroalimentare italiano totale). Tutti i numeri del bio in Canada sono positivi: oltre 1,3 milioni di ettari coltivati secondo il metodo biologico nel 2019 (+88% rispetto al 2010) e 5.677 produttori (+50%). Le vendite di prodotti bio sul mercato interno hanno dimensioni simili a quelle del mercato italiano: 3,5 miliardi di euro (+12% rispetto al 2018 e +83% sul 2010) che rappresentano il 3% delle vendite mondiali e che fanno del Canada il sesto mercato al mondo per consumi di prodotti biologici. Anche l'incidenza complessiva del bio sul totale del carrello è simile a quella italiana (3,2% nel 2019) ma la spesa pro-capite per prodotti biologici in Canada è più elevata: 93 euro a persona (a fronte di 58 euro in Italia) con una quota di frequent users più elevata (66% su totale della popolazione canadese consuma bio almeno una volta la settimana contro il 48% in Italia). E l'interesse per il bio che non si ferma al consumo domestico: il 48% dei consumatori riferisce di aver consumato un prodotto bio anche nel canale away from home. Alla base del successo crescente del bio sicuramente una maggiore richiesta delle famiglie canadesi di garanzia di sicurezza e salubrità del cibo, principale motivazione espressa dal 48% degli users bio. I dati della consumer survey di Nomisma rilevano una profonda diffusione del bio in Canada: quasi 8 famiglie su 10 (76%) hanno consumato un prodotto alimentare o una bevanda a marchio biologico nel corso degli ultimi 12 mesi. Nel confronto internazionale, nel percepito dei consumatori, l'Italia si posiziona al secondo posto, dopo gli Stati Uniti, tra i Paesi che producono i prodotti di maggiore qualità, sia relativamente ai prodotti alimentari in generale (22% indica "Italia" quando pensa ad un paese produttore di eccellenze del Food & Beverage) che per quelli a marchio bio (18%). Complessivamente però la qualità del nostro bio tricolore è ritenuta superiore rispetto a quella di altri Paesi dal 50% dei canadesi, tanto che 7 su 10 sono disposti a pagare un prezzo più alto per avere la garanzia del Made in Italy nel bio.

<https://feder.bio/ita-bio-canada-1-consumatore-2-riconosce-qualita-superiore-al-biologico-made-italy/>

ISMEA PRESENTA L'INDICE SINTETICO DI COMPETITIVITÀ DELLE FILIERE DELL'AGROALIMENTARE 2021. IL SETTORE VINO SI CONFERMA AL VERTICE

È online l'edizione 2021 dell'ISIC filiere, l'indicatore sintetico che fornisce una misura delle performance competitive delle filiere agroalimentari italiane. L'indicatore composito consente di misurare il posizionamento delle singole filiere nazionali e la loro evoluzione nel tempo, rispetto al settore agroalimentare nazionale nel suo complesso. L'ISIC sintetizza le quattro dimensioni della competitività: competitività di costo, redditività lorda, mercati esteri ed innovazione. La nuova edizione propone un aggiornamento dei dati in serie storica (anni 2014-2018). La filiera vitivinicola si conferma in prima posizione, ma il livello di competitività è rimasto stabile rispetto al 2014. Il settore vino registra, tra le altre, performance positive relativamente alla crescita della redditività, alla propensione ad investire, alla diversificazione del reddito, alla conversione al biologico, al ricambio generazionale, mentre assume minore rilevanza la propensione ad esportare.

<https://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/11610>

ENOTURISMO. LA SVOLTA DIGITALE FEMMINILE

Chi lo ha detto che il winelover è ancora analogico? Il 76% preferisce prenotare online e per il 66% si tratta di donne. Nelle anticipazioni del nuovo report Divinea anche il rapporto tra visite e vendita direct to consumer. Con un enorme gap da colmare: oggi solo il 26% delle cantine riesce ad associare i dati di vendita al cliente.

<https://static.gamberorosso.it/2021/12/settimanale-n49-2021.pdf#page=21>

SOSTENIBILITÀ:

IL CAMBIAMENTO CLIMATICO FA PAURA, MA GLI ITALIANI TEMONO UN RIALZO DEI PREZZI A CAUSA DELLE POLITICHE GREEN

Il 79,9% degli italiani ha paura del cambiamento climatico, in particolare dell'aumento sopra 1,5 gradi della temperatura della Terra. È quanto emerge dall'Osservatorio sulla sostenibilità realizzato dal Censis in collaborazione con Assogestioni. Il 73,9% degli italiani afferma che, se per bloccare il riscaldamento globale e non inquinare si ricorrerà a soluzioni che faranno aumentare i prezzi di energia, beni e servizi, allora bisognerà cercare altre strade. Il taglio del potere d'acquisto a causa dell'inflazione o la decrescita economica in cambio del green sono spettri che inquietano. La paura del cambiamento climatico non basta a far passare scelte che riducano il benessere individuale. Il 44,0% degli italiani è contrario a pratiche all'insegna della sostenibilità che determinino ulteriori iniquità sociali. Il 74,6% degli italiani ritiene che ci sia troppa confusione sui temi del riscaldamento globale e della sostenibilità. Se ne parla tanto, ma la moltiplicazione delle informazioni genera un rumore di fondo che non aiuta a capire. Solo il 26,2% afferma di sapere precisamente cosa si intende per sostenibilità, il 60,8% ne ha una conoscenza per grandi linee e comunque non sarebbe in grado di spiegarlo ad altre persone. Come uscire dalla contraddizione della paura per il riscaldamento globale, da una parte, e per il rischio di inflazione indotta dalle politiche green, dall'altra? Per gli italiani la soluzione passa anche per la finanza. A questo proposito, sono importanti gli investimenti sostenibili Esg (Environmental, Social and Governance), di cui gli italiani conoscono comunque ben poco o nulla.

<https://www.censis.it/economia/sostenibilit%C3%A0-il-cambiamento-climatico-fa-paura-ma-gli-italiani-temono-un-rialzo-dei-prezzi>

PRONTI PER IL SALTO VERSO IL FUTURO MA CON L'INCERTEZZA DETTATA DAL MOMENTO STORICO: GLI ITALIANI ALLE PRESE CON I CONSUMI 2022 NELL'INDAGINE COOP

Un italiano su tre ancora una volta sceglie di associare al 2022 la "speranza" e, subito dopo, per il nuovo anno si auspica "ripresa" (16%) e "cambiamento" (15%), ma è il "timore" la parola chiave che raddoppia le citazioni rispetto alla rilevazione dello scorso anno. Preoccupati per l'ambiente e fiduciosi nelle opportunità della tecnologia, gli italiani guardano al nuovo anno ripromettendosi di prendersi cura di sé (57%), di cercare un nuovo equilibrio tra lavoro e vita privata (56%) e di uscire dalla pandemia con l'ambizione di rivedere le proprie priorità (55%), magari costruendosi una nuova vita (21%). Consapevoli dell'emergenza (78%) e pronti all'azione (97%) per contrastare il climate change sono, però, ancora alla ricerca di soluzioni pratiche per rendere più sostenibile la loro vita quotidiana. Proiettandoci in avanti nel tempo gli italiani manifestano una fiducia quasi cieca nella tecnologia. Entro il 2030 la realtà virtuale farà parte della quotidianità per il 57% degli intervistati, nello stesso periodo per 4 italiani su 10 la carne sintetica sarà consuetudine sulle nostre tavole e sulle nostre strade circoleranno auto a guida autonoma per un intervistato su tre (37%). Sul fronte macroeconomico, per il 2022 a preoccupare un manager su due sono soprattutto l'instabilità politica (con gli effetti sul PNRR) e la crescita dei prezzi, stimata al 2,9% dal nostro panel di esperti. È l'istantanea degli italiani che si affacciano al 2022 scattata dalle due survey dell'Ufficio Studi Coop condotte a dicembre 2021; la prima su un campione rappresentativo della popolazione italiana in collaborazione con Nomisma e la seconda sulla community di esperti del sito www.italiani.coop.

<https://www.e-coop.it/news/previsioni-consumi-2022>

ANNUARIO CREA:

ANCHE NELL'ANNO DEL COVID L'AGROALIMENTARE ITALIANO SI CONFERMA SETTORE CHIAVE DELL'ECONOMIA

Il sistema agroalimentare si conferma, anche nell'anno della pandemia, settore chiave della nostra economia, pesantemente colpita dalle restrizioni legate al contenimento della malattia. La contrazione del valore della produzione della branca agricoltura, silvicoltura e pesca, pari al -2,5%, si è collocata ben al di sotto di quella dell'intero PIL, che ha vissuto la caduta più rilevante a partire dalla Seconda guerra mondiale (-8,9%). Il crollo della ristorazione fuori casa, solo in parte compensata dalla crescita del commercio (dettaglio e ingrosso) e dall'impennata delle vendite alimentari on line, si sono tradotti in una contrazione del fatturato (-4,8%), il cui valore ammonta ad oltre 512 miliardi di euro, con un peso sull'intero sistema economico pari al 17% del totale. A trainare il settore ha contribuito anche il fatturato degli scambi con l'estero: nel 2020, infatti, si registra l'inversione di segno della bilancia commerciale agroalimentare, il cui saldo, dopo il pareggio dell'anno precedente, per la prima volta presenta un valore positivo, pari a 2,6 miliardi di euro, legato alla buona performance del Made in Italy (+2% di export). Indiscusso il contributo alla bioeconomia da parte dell'agricoltura e dell'industria alimentare. Da segnalare, inoltre, l'incremento del suo peso sul totale dell'economia, salito al 10,2%, proprio grazie alla migliore tenuta mostrata dal primario e dall'industria alimentare, rispetto agli altri settori. Sul fronte della produzione agricola, pari ad oltre 55,7 miliardi di euro, si è registrata una diminuzione del suo valore (-2,4%) sebbene si presentino dinamiche diversificate. Le coltivazioni si rafforzano ulteriormente come la componente principale rappresentando il 53% del totale, (nonostante i prodotti vitivinicoli e floricoli siano stati colpiti pesantemente dalle restrizioni necessarie ad arginare i contagi), mentre il comparto zootecnico si attesta al 29% del totale della produzione agricola nazionale, per la flessione dei prezzi delle carni, a seguito della diminuzione dei consumi. Negativa, invece, la performance delle

attività di diversificazione dell'agricoltura (attività di supporto e secondarie), componente assolutamente caratterizzante l'agricoltura italiana, con il loro peso complessivo sul valore della produzione che resta comunque elevato: pari al 20% del totale. In particolare, le attività secondarie registrano un calo del -21% circa, a causa della caduta verticale dei servizi legati alle attività agrituristiche, dovuta al lockdown. Si conferma rilevante la spesa pubblica per il settore agricolo: circa 11 miliardi di euro nel 2020. Dall'UE proviene ben il 64% di questo sostegno, mentre, i fondi nazionali coprono appena il 16% e quelli regionali il restante 20%.

<https://www.crea.gov.it/-/annuario-crea-anche-nell-anno-del-covid-1-agro-alimentare-italiano-si-conferma-setto-re-chiave-dell-economia>

RICERCA E INNOVAZIONE

VITICOLTURA SOSTENIBILE: CON LIFE GREEN GRAPES FINO AL 50% DI FITOFARMACI IN MENO

Una difesa fitosanitaria dei vigneti sostenibile, che coniuga l'abbattimento delle emissioni dei gas serra e la riduzione dell'utilizzo dei fitofarmaci con il mantenimento della qualità e quantità delle produzioni, tutelando la biodiversità. Questo l'obiettivo del Progetto LIFE Green Grapes, ideato e guidato dal CREA Viticoltura ed Enologia con la partnership di altri soggetti, i cui risultati sono stati presentati a Firenze. In Italia vengono utilizzati annualmente oltre 120 milioni di chilogrammi di fitofarmaci, di cui circa un quarto nel comparto viticolo. L'esigenza prioritaria di mettere a punto una difesa fitosanitaria sostenibile ha spinto il CREA a ideare e pianificare il progetto, attraverso il quale sono stati proposti alle aziende viticole metodi di protezione attenti all'impatto ambientale, ponendo il "sistema vigneto" in condizioni di resistere agli attacchi dei patogeni. È stata valutata l'efficacia di specifici protocolli di gestione della difesa delle piante, riducendo le quantità di fitofarmaci attraverso l'impiego combinato di modelli previsionali, induttori di resistenza e tecniche agronomiche di gestione del suolo. Gli obiettivi produt-

tivi, qualitativi e ambientali sono stati perseguiti attraverso la messa a punto di apposite tecniche di gestione, ad iniziare dalla produzione vivaistica dove sono stati utilizzati vari microrganismi antagonisti dei patogeni. L'uso ragionato di tecnologie e prodotti ha giocato un ruolo di primo piano nel progetto per raggiungere e mantenere il giusto equilibrio tra aspetti ambientali ed economici, consentendo l'apporto di ridotti input chimici e l'incremento della biodiversità del vigneto, con l'obiettivo del miglioramento della qualità complessiva delle produzioni finali. Le azioni sono state condotte in diverse condizioni ambientali, in vivaio ed in vigneti a uva da vino e da tavola, sia in gestioni biologiche che integrate. I protocolli di gestione Green Grapes nei vigneti pilota hanno dimostrato che una riduzione fino al 50% dell'uso di fitofarmaci lungo tutta la filiera produttiva - dai vivai ai vigneti - è possibile, sostenibile e in grado di fornire output qualitativi e quantitativi equivalenti rispetto a quelli ottenuti mediante la normale gestione integrata o biologica aziendale, con le quali i nuovi protocolli sono stati comparati. Le soluzioni proposte hanno dimostrato, inoltre, di avere un impatto positivo su aspetti ambientali sempre più rilevanti quali l'aumento della biodiversità, la riduzione del consumo di acqua e di emissioni di gas serra, con ricadute positive non solo sull'ambiente ma altresì su consumatori e produttori.

<https://www.crea.gov.it/-/viticoltura-sostenibile-con-life-green-grapes-fino-al-50%25-di-fitofarmaci-in-meno>

SICCITÀ IN VIGNETO: SI PARTE DALLA CARATTERIZZAZIONE DEI SUOLI

Il progetto Drive Life, Drought resilient improvement in vineyard ecosystem, finanziato dal programma Life dell'Unione europea per il periodo 2021 - 2023, mira a individuare strumenti e tecniche di coltivazione della vite più in linea con i futuri scenari climatici, in particolare quelli legati alla siccità. L'individuazione di queste tecniche può essere efficace se esse vengono scelte in linea con le caratteristiche principali del suolo in cui le piante di un vigneto vengono coltivate. Di con-

seguenza, è fondamentale descrivere le caratteristiche principali dei suoli, con particolare riferimento alle proprietà fisiche, chimiche e idrologiche. I risultati della caratterizzazione dei suoli analizzati all'interno dei vigneti dimostrativi scelti nell'ambito del progetto ha fornito indicazioni importanti sulle proprietà dei terreni presenti nell'areale studiato e dati utili per gli obiettivi delle altre attività progettuali. Le caratteristiche idrologiche e la particolare chimica dei suoli del progetto Drive Life confermano l'importanza di tali fattori nell'influenzare le proprietà organolettiche dei vini prodotti con le uve che vengono allevate su di essi.

<https://agronotizie.imagelinetwork.com/agricoltura-economia-politica/2021/12/14/controllo-la-siccita-in-vigneto-si-parte-dalla-caratterizzazione-dei-suoli/73445>

IN ARRIVO I TAPPI DA SCARTI DI JEANS E VINACCIA

Vino sempre più sostenibile, anche nelle tappature. In arrivo due novità. La prima riguarda tappi a vite dove, oltre al sughero, si prevede di impiegare nel processo di creazione scarti di vinaccia, bambù, lolla di riso e jeans. La seconda novità riguarderà una collezione per il settore dei distillati. I tappi saranno realizzati in Sughera, materiale brevettato composto da granina di sughero naturale e polimeri plastici. I tappi non prevedono l'uso di colla mentre reintrodurranno nel processo scarti organici, sempre in un'ottica di economia circolare.

<https://vigneviniequalita.edagricole.it/notizie-dalle-aziende/labrenta-nel-2022-anche-i-tappi-da-scarti-di-jeans/>

MENO PLASTICA IN CAMPO E IN CANTINA GRAZIE AGLI SCARTI DELLA PRODUZIONE VITIVINICOLA

"Vivi Plastic Free" è un progetto ambizioso che punta a ridurre la presenza di plastica nel vigneto e in cantina fino al 60%, sostituendola con nuovi materiali ricavati dagli scarti della produzione vitivinicola. È stato presentato

da Ri.Nova, polo di ricerca agroalimentare di Cesena (FC), in collaborazione con l'Università di Modena, vari produttori vinicoli, oltre a diverse aziende agricole nel territorio.

<https://www.agenfood.it/bevande/meno-plastica-in-campo-e-in-cantina-grazie-agli-scarti-della-produzione-vitivinicola-con-il-progetto-vivi-plastic-free-di-ri-nova/>

VITA ASSOCIATIVA

Aggiornamenti sulle attività Federdoc



IL PRESIDENTE DI FEDERDOC PARTECIPA AI WINE FORUM DI CAMPANIA.WINE. SISTEMA DO VITIVINICOLE ITALIANE:

UNA SEMPLIFICAZIONE È NECESSARIA, COSÌ COME LA COLLABORAZIONE TRA CONSORZI

Il sistema delle denominazioni italiane presenta non pochi problemi soprattutto dal punto di vista della clientela straniera, senza la quale il vino italiano quasi non esisterebbe essendo ormai i consumi pro capite interni scesi sino a 24 litri. In pratica oggi un'azienda, per tenere i conti a posto deve esportare dal 50 al 60% del suo vino. Ora, se anche un italiano non riesce a cogliere tutte le 523 sfumature fra denominazioni che spesso si sovrappongono, come immagina che uno straniero possa capirci di più a meno che non sia un esperto del vino italiano? Come spiegare che a volte vini da tavola costano di più di una DOCG e che una DOCG ha bottiglie meno care di una DOC e di una IGT? Se n'è discusso nei giorni scorsi, in due convegni organizzati a Caserta e a Salerno nell'ambito di Campania.Wine - vetrina delle eccellenze enologiche promosse dai 5 Consorzi di Tutela della regione - che ha visto la partecipazione del Presidente di FEDERDOC Riccardo Ricci Curbastro. Procedere ad una unificazione di più DO vuol dire calpestare l'identità? Un esempio chiarificatore, in tal senso, potrebbe essere quello che ha visto le DOC Solopaca, Guardiolo, Sant'Agata di Goti e Taburno unificate come sottozona in una sola, la Sannio DOC, con due spin-off, l'Aglianico del Taburno diventato DOCG e la Falanghina del Sannio. I risultati, in termini di risorse, si sono visti subito sia in termini di vendite che di possibilità di reperire fondi per la promozione. E del resto un recente progetto che ha avuto direttamente l'approvazione europea è stato possibile proprio perché più Consorzi si sono messi insieme determinando la massa di volume necessaria per diventare interessante. Sta alla lungimiranza dei produttori, dunque, decidere il proprio destino.

<https://www.lucianopignataro.it/a/sistema-doc-italiano-e-il-momento-di-guardare-al-futuro-523-vini-con-doc-docg-e-igt-sono-tutte-necessarie/208233/>

<https://www.casertaprimapagina.it/2021/12/09/terra-di-lavoro-wines-unirsi-per-un-mercato-globale-ma-senza-perdere-la-nostra-identita-oltre-300-accessi-per-la-due-giorni-dedicata-al-vino-casertano/>

<https://www.cronachedigusto.it/index.php/vini-e-territori/denominazioni-della-costiera-ancora-un-potenziale-inespresso-e-salta-una-doc>

SEMPLIFICARE PER MEGLIO COMUNICARE: UNITÀ GEOGRAFICHE AGGIUNTIVE NON PER TUTTI

La FEDERDOC non ha ancora assunto una posizione ufficiale sul tema della riforma delle Uga (Unità geografiche aggiuntive) - anche se ha partecipato alla stesura delle normative che le regolano e alcuni dei Consorzi associati l'hanno poi messa in pratica nei rispettivi territori -, ma il suo Presidente Riccardo Ricci Curbastro non si sottrae al confronto. Se, com'è noto, la Federazione da un decennio sta facendo una battaglia sostenendo che 526 Denominazioni sono troppe per far capire al consumatore internazionale la realtà della vitivinicoltura italiana, le Uga possono diventare ulteriore elemento di complessità e confusione? "Qui rispondo a titolo puramente personale - dichiara Ricci Curbastro a Il Corriere Vinicolo - penso che le Uga possano funzionare come strumento di marketing e di valorizzazione per alcune Denominazioni già molto conosciute e ben presenti sul mercato. Mi riferisco a quelle per le quali gli stessi giornalisti o commentatori vanno o sono già andati a individuare particolari microaree che danno risultati ben riconoscibili. Ma non è forse lo strumento da utilizzare per tutte le Denominazioni". "Quindi, - aggiunge il Presidente - non tutti i territori sono pronti a differenziarsi in Uga che se, da un lato, possono rappresentare un'opportunità, dall'altra possono offrire il fianco al rischio di ulteriore confusione nella comunicazione del vino". Nonostante questo, stiamo assistendo nel nostro Paese a forti spinte da parte di alcune realtà produttive per andare a identificarsi in maniera sempre più stretta con il proprio territorio di appartenenza, una sorta di "smania da

campanile". E c'è da chiedersi se questa rincorsa al campanile risponda più a una logica di prodotto e di autoreferenzialità da parte dei produttori che a vere e proprie strategie di mercato. "Secondo me - risponde Ricci Curbastro - tutto questo ha a che fare con l'indole stessa di noi italiani, che siamo in fondo rimasti un popolo di anarchici e di piccoli principati. Abbiamo la tendenza a dividerci più che a restare uniti, anche se mi rendo conto che restare uniti non è mai facile. In ogni caso non mi pare di vedere una corsa alle Uga in questo momento, e non mi meraviglia che le Denominazioni che le hanno previste nel disciplinare si siano poi fermate. Capisco che uno strumento nuovo attiri l'attenzione, ma poi gli ostacoli emergono chiaramente e allora si preferisce restare in stand-by". Ma come individuarle? Attraverso rigorosi criteri scientifici e quindi un'opera di zonazione che identifichi la vocazionalità dei territori e, anche, la riconoscibilità dei vini? A questo che resta il tema centrale, Ricci Curbastro aggiunge un'ulteriore possibilità: "In qualche caso l'emergere di una particolare microarea potrebbe nascere da una questione di vero e proprio merito sul mercato, senza che poi procedendo a un'opera di zonazione emergano a livello scientifico elementi tali che ne confermino l'eccezionalità". In merito alle neonate Uga, ad esempio, del Chianti Classico, Ricci Curbastro dichiara di aver apprezzato la prudenza con la quale il Consorzio si è mosso e la decisione presa di utilizzare le Unità geografiche in una prima fase soltanto per la tipologia al vertice della piramide qualitativa, ossia la Gran Selezione. Ma allora quale è la strada da percorrere secondo FEDERDOC? "Da una parte - conclude Ricci Curbastro - bisogna procedere a un accorpamento delle Denominazioni di origine, per semplificare il sistema, creando le Sottozone. In pratica la Denominazione più importante andrebbe ad assorbire quelle più piccole e più vicine che manterrebbero il proprio nome in etichetta in qualità di Sottozone. In questo modo le Sottozone godrebbero del traino rappresentato dal nome della Denominazione, rientrando a pieno titolo nell'opera di promozione da questa messa in campo. Dall'altra parte le Denominazioni forti e ampiamente

apprezzate sui mercati internazionali possono segmentare qualitativamente andando a creare delle Unità geografiche aggiuntive che possono creare valore aggiunto senza cannibalizzare la Denominazione stessa."

<https://corrierevinicolo.unioneitaliana-vini.it/corriere-vinicolo/?id=GYZ5jWNO08HNnEUoZIRliA%3D%3D#page=3>

SOSTENIBILITÀ E FUTURO DELLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE NEL CONFRONTO DI PORTO PROMOSSO DA EFOW

Su invito del Presidente dell'Istituto dos Vinhos do Douro e do Porto, IP (IVDP) e Vice Presidente di EFOW, Gilberto Igrejas, la direzione della Federazione Europea dei Vini di Origine (EFOW), composta da Bernard Farges (CNAOC), Riccardo Ricci Curbastro (FEDERDOC) e David Palacios (CECRV) si è riunita a Porto con i rappresentanti dell'Associazione tedesca dei produttori di vino, DWV, per valutare i progressi e le sfide future delle denominazioni di origine europee, a partire dalla sostenibilità e dalla riforma del quadro giuridico di tali diritti di proprietà industriale. I Presidenti hanno riconosciuto che le DO svolgono un ruolo essenziale nello sviluppo sostenibile di molte regioni vinicole europee. Esse contribuiscono in modo significativo alla sostenibilità economica, sociale, ambientale e culturale delle regioni. Poiché i vini a DO soddisfano le esigenze sociali e di mercato, EFOW e DWV hanno invitato i responsabili politici europei a tenere conto di ciò che i produttori hanno fatto per garantire un'economia più verde e più equa. EFOW e DWV hanno sottolineato che il regolamento europeo sulle denominazioni di origine, modificato nell'ambito della PAC, offre un quadro normativo in grado di consentire uno sviluppo positivo di tali diritti. Le associazioni ritengono infatti che la futura riforma del sistema delle Indicazioni Geografiche, la politica di promozione dell'agricoltura europea, l'informazione dei consumatori e la politica di etichettatura non rimetteranno in discussione lo status attuale delle IG come simboli della qualità dei prodotti europei e come essenziali strumenti di ordine

pubblico. Bernard Farges, Presidente di EFOW, ha aggiunto: "Siamo pronti ad agire in modo proattivo e costruttivo nel 2022 sulle importanti riforme che saranno adottate a livello europeo. Le sfide vanno dal mantenimento delle IG riconosciute come beni pubblici e trattate come strumento essenziale per l'agricoltura e lo sviluppo rurale, alle politiche agricole e di promozione che contribuiscono all'ambizioso Green Deal europeo. Le Indicazioni Geografiche si basano sull'azione e sulla partecipazione collettiva; possono essere una forza trasformatrice. Diciamo ai responsabili politici europei, fate uso delle IG e delle loro organizzazioni poiché siamo pronti a rispondere alle sfide della qualità, della sicurezza e della tracciabilità".

<https://www.revistadevinhos.pt/noticias/sustentabilidade-e-o-futuro-das-indicacoes-geograficas>

**IL PRESIDENTE
DI FEDERDOC INTERVIENE
AL WEBINAR
ORIGIN-CAASA
"INDICAZIONI
GEOGRAFICHE
E PIATTAFORME ONLINE:
SFIDE E OPPORTUNITÀ"**

OriGIn e China Anti-infringement and Anti-counterfeiting Innovation Strategic Alliance (CAASA), hanno organizzato lo scorso 17 dicembre il webinar "Geographical Indications and Online Platforms: Challenges and Opportunities". Al centro dell'evento, le sfide e le opportunità del commercio elettronico dal punto di vista dei gruppi IG, dei mercati online e delle autorità di contrasto. Riccardo Ricci Curbastro, Presidente di FEDERDOC, ha partecipato all'interessante occasione di confronto in qualità di relatore, con un intervento dal titolo "GIs in Online Platforms: Expectations of Italian Wine GIs". Ricci Curbastro ha avuto modo di illustrare, in primo luogo, l'attività svolta da FEDERDOC e di raccontare brevemente le caratteristiche del composito sistema nazionale delle IG vitivinicole, la cui numerosità riflette la ricca biodiversità del patrimonio agroalimentare italiano. Il Presidente ha ricordato come le Indicazioni Geografiche rappresentino una realtà vincente, attestata dal

crescente interesse manifestato dai consumatori. Parallelamente, tuttavia, con l'accresciuta notorietà dei prodotti di qualità certificata, aumentano i casi di usurpazione, imitazione, evocazione, o altra pratica ingannevole per il consumatore, a danno dei nomi registrati. I vini a IG, in particolare, subiscono frequentemente fenomeni di italian sounding, agropirateria e diffusione di wine-kit, che ne danneggiano la reputazione. Negli ultimi anni il web è diventato veicolo primario di informazione, che consente anche l'accesso a notizie e dati sulle IG (la cui attendibilità andrebbe sempre monitorata), e luogo virtuale attraverso il quale si concludono un'imponente quantità di transazioni commerciali (+30% all'anno è la crescita media delle vendite online). Nell'ottica di monitorare, per quanto possibile, la correttezza degli scambi sul web, FEDERDOC ha attivato una collaborazione stabile con il Mipaaf-ICQRF, volta a verificare la conformità dei prodotti anche sui principali e-marketplace (attività diversa da quella svolta dagli Organismi di Controllo). Ogni giorno vengono così "stoppati" numerosi tentativi di contraffazione o di pratiche commerciali scorrette, e grazie all'attività dei Consorzi e alla collaborazione delle Istituzioni è possibile rimuovere articoli non conformi evocanti IG sulle principali piattaforme commerciali, perseguendo la strada dei protocolli d'intesa stipulati con alcuni grandi player del web mondiale. Le sfide future che le IG si trovano a dover affrontare non sono limitate esclusivamente alle problematiche riscontrate sui marketplace, ma riguardano altresì l'uso improprio dei nomi protetti a seguito del rilascio di nuovi domini ad opera di ICANN, organismo di diritto privato che non ha implementato contestualmente meccanismi efficaci di salvaguardia o di risoluzione delle controversie aventi ad oggetto prodotti a marchio IG. FEDERDOC, per il tramite di EFOW, si è prontamente attivata, anche presso la Commissione europea, per evitare che, in presenza di un nuovo programma di rilascio di nuovi domini - come nel caso di .wine e .vin - si consentisse una vera e propria deregolamentazione sul web ad opera di gruppi privati assegnatari delle nuove estensioni e, conseguentemente, registrazioni di nomi

di dominio coincidenti o evocanti le IG registrate. Tuttavia, questa procedura di conciliazione risulta essere macchinosa e costosa, e potrebbe trovare una qualche soluzione solo modificando la governance di ICANN, in modo tale che gli Stati e gli organismi pubblici sovranazionali possano incidere maggiormente nelle scelte di gestione e di coordinamento del sistema dei nomi a dominio. Parallelamente, occorre puntare all'estensione dello strumento MoU (Memorandum of Understanding), stipulando altre intese con i grandi e-marketplace mondiali. Nella sessione Q&A finale, Ricci Curbastro ha ricordato l'impegno di FEDERDOC sul tema della sostenibilità, testimoniato dalla creazione e sviluppo dello standard Equalitas, che sta ricevendo importanti adesioni dagli operatori del comparto vitivinicolo, nonché riconoscimenti dai mercati internazionali. La sostenibilità registra un crescente interesse da parte dei consumatori - con l'aspetto sociale sempre più in vista - e pertanto è fisiologico che nel prossimo futuro sia destinata a diventare sempre più parte integrante delle Indicazioni Geografiche.

<https://www.origin-gi.com/wp-content/uploads/2021/12/Program-Online-event-17-December-1.pdf>

**EQUALITAS PUBBLICA
IL REPORT "LAVORO
E SOSTENIBILITÀ SOCIALE
NEL MONDO DEL VINO:
PRIME EVIDENZE EMPIRICHE
IN ITALIA"**

Fin dalla sua nascita Equalitas ha adottato un approccio olistico nei confronti della sostenibilità, includendo contemporaneamente i suoi tre pilastri: ambientale, sociale ed economico. Ma se le buone pratiche ambientali sono da anni alla base dello sviluppo delle imprese, quelle sociali hanno bisogno di nuovi schemi e incentivi per essere maggiormente integrate nelle realtà aziendali. Il lavoro è un elemento fondamentale della nostra società e la sua corretta gestione è un fattore chiave per la crescita economica e sociale delle imprese. A questo proposito Equalitas condivide i risultati dell'indagine portata avanti in collaborazione con Fondazione Gambero Rosso e

il Festival Luci sul Lavoro e coordinata scientificamente dal Prof. Enzo Peruffo dell'Università Luiss G. Carli di Roma, in collaborazione con il Comitato Tecnico Scientifico di Equalitas. L'auspicio è che i risultati di questa indagine possano stimolare e incentivare l'adozione di buone pratiche sociali, con l'obiettivo di migliorare la convivenza tra imprese e società.

<https://www.equalitas.it/2021/12/14/report-lavoro-e-sostenibilita-nel-mondo-del-vino-prime-evidenze-empiriche-in-italia/>

LE BUONE PRATICHE

Notizie dai Consorzi di Tutela delle IG vitivinicole e agroalimentari



CONSORZIO DI TUTELA VINI D'ABRUZZO: VINI D'ABRUZZO, EXPORT IN CRESCITA (+10%)

Secondo i dati dell'Osservatorio Permanente attivato dal Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo, in un decennio la regione ha aumentato del 90% l'export dei suoi vini. In particolare, l'analisi realizzata dall'Osservatorio Permanente Wine Monitor Nomisma - attivato nel 2019 dal Consorzio per rilevare in modo puntuale i trend dei vini regionali sui principali mercati e attuare una strategia di promozione e comunicazione sempre più efficace - mette in evidenza la ripresa dell'export nel 2021 (+10% rispetto al 2020) nei principali Paesi target per un fatturato complessivo superiore ai 205 milioni di euro: Germania (+25%), Usa (+12%), Svizzera (+45%), Cina (+33%), Giappone (+26%). "In realtà i vini abruzzesi avevano subito solo una leggera riduzione dell'export in termini di valore tra il 2019 e il 2020, di poco superiore all'1%, soffrendo molto meno di altre regioni italiane la contrazione degli scambi internazionali. Certamente è l'effetto del trend che ha portato dal 2010 a oggi a una crescita del 90% delle esportazioni dei nostri vini", afferma Valentino Di Campi, Presidente del Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo. Bene anche il mercato nazionale dove, dopo il boom generale delle vendite di vino nella distribuzione moderna fino ai primi sei mesi del 2021 e il tendenziale riallineamento verso i valori pre-pandemia nel terzo trimestre, il Montepulciano d'Abruzzo si mantiene invece su livelli superiori a quelli del 2019. Negli ultimi quattro anni (2018-2021, periodo cumulato gennaio-settembre), le vendite della principale Denominazione regionale (ora pari a 43 milioni di euro) sono cresciute del 12% a valore per quanto riguarda il totale dei formati e del 6% in relazione alle bottiglie (da 0,75 litri). Al di là del trend complessivo, nel 2021 si registra un calo delle vendite nelle fasce di prezzo più basso (le bottiglie sotto i 3 euro, destinate principalmente al canale Discount, in linea con la tendenza nazionale) e un parallelo incremento in tutte le altre. In particolare le bottiglie di Monte-

pulciano d'Abruzzo di prezzo superiore ai 7 euro hanno raddoppiato le vendite nel periodo analizzato. Notizie positive anche per quanto riguarda l'imbottigliamento, con il trend a 12 mesi della richiesta di fascette per le diverse Denominazioni che fa registrare una continuità con gli ultimi due anni, nonostante il Covid, per cui è possibile affermare che l'interesse nazionale e internazionale per la produzione enologica regionale, con il Montepulciano d'Abruzzo in testa, sta percorrendo una strada ormai ben delineata.

(Fonte: Consorzio di Tutela Vini d'Abruzzo)

CONSORZIO TUTELA VINI D'ACQUI: BRACHETTO D'ACQUI E ACQUI DOCG ROSÉ, UN NATALE TRA DEGUSTAZIONI, WEB E BARTENDER

È stato un Natale particolare quello vissuto da Brachetto d'Acqui DOCG e l'Acqui DOCG Rosé, i due vini che nascono dalle uve brachetto. I segnali che arrivano dai mercati fanno ben sperare, ma si attende gennaio per tirare un po' di somme. Intanto il Consorzio Tutela Vini d'Acqui, ha avviato alcune iniziative che hanno percorso tutto il periodo natalizio e di fine anno e, in parte, si protrarranno fino alla primavera 2022. Nei giorni scorsi sono state organizzate degustazioni di Brachetto d'Acqui DOCG, sia nella versione spumante sia in quella "tappo raso", in 34 punti vendita della GDO, in Piemonte, Lombardia e Lazio. Coinvolte quattro grandi catene di supermercati e per ogni punto vendita sono stati previsti due giorni di degustazione. Inoltre, per ogni confezione da due bottiglie acquistata il cliente ha ricevuto in dono gadget griffati tra cui il famoso foulard che è al centro dello spot televisivo del Brachetto d'Acqui. "L'idea è quella di diffondere il gusto del Brachetto d'Acqui in un periodo strategico per gli acquisti delle bollicine a destinare ai pranzi e alle cene di Natale e Fine Anno", spiegano dal Consorzio. C'è poi l'accordo con Tannico, uno dei più importanti portali italiani del web che da anni vende online vini italiani e non solo. Sugli scaffali virtuali di

Tannico, visitati ogni giorno da milioni di enonauti, sono stati posizionati, insieme a una scheda che racconta il territorio di produzione, Brachetto d'Acqui e, per la prima volta, anche l'Acqui DOCG Rosé, versione brut dello spumante a base di uve Brachetto. Osservano dal Consorzio: "Il volano del web con la pandemia ha avuto un impulso importante. Brachetto d'Acqui e Acqui DOCG Rosé dovevano essere della partita". E a proposito di web non poteva mancare la collaborazione con una pattuglia di blogger e influencer (una decina) specializzati in wine, food e lifestyle. A loro il Consorzio ha affidato la missione di scoprire e far scoprire tutti gli aspetti più cool e alla moda del Brachetto d'Acqui e dell'Acqui DOCG Rosé. Infine c'è la sinergia con la scuola milanese Bartenders Road a cui è stato assegnato il compito di esplorare le combinazioni di Acqui DOCG Rosé e di Brachetto d'Acqui DOCG come elementi per cocktail e longdrink. Infine il commento di Paolo Ricagno, Presidente del Consorzio Vini d'Acqui: "I primi indicatori dell'anno ci danno segnali positivi. Qualcosa si sta muovendo a favore del Brachetto d'Acqui. Le azioni che abbiamo messo in campo vogliono proprio supportare queste tendenze. Siamo convinti e consapevoli tuttavia - aggiunge Ricagno - che bisogna fare di più e impegnarsi affinché la denominazione ritrovi immagine, volumi e valore, anche in campo agricolo, che merita. Noi faremo, come abbiamo sempre fatto, la nostra parte e certamente le aziende faranno altrettanto".

(Fonte: Consorzio Tutela Vini d'Acqui)

CONSORZIO ALTA LANGA: ALTA LANGA, +42% RISPETTO A PRE-COVID

Alta Langa DOCG chiude il 2021 con un +42% di vendite rispetto all'ultimo anno pre-pandemico e lancia la nuova edizione de 'La Prima dell'Alta Langa', prevista per il prossimo marzo a Torino, dopo le prime edizioni a Grinzane Cavour e Milano. Le aziende associate al Consorzio sono 50, producono 80 diverse etichette di Alta Langa DOCG; 90 viticoltori su circa 300 ettari di vigneto (1/3 char-

donnay, 2/3 pinot nero). Nel 2022 gli ettari di vigneto destinati all'Alta Langa si assesteranno a 350, con la previsione di produrre oltre 3 milioni di bottiglie. Nel frattempo, il Consorzio, tra le altre iniziative ha avviato il progetto pilota di sensibilizzazione dei soci viticoltori per dedicare una porzione di terreno alla piantumazione di alberi simbiotici del tartufo, un progetto ideato insieme al Centro Nazionale Studi Tartufo. "Questi alberi - spiega il Presidente del Consorzio Alta Langa Giulio Bava - potranno essere curati direttamente dagli agricoltori, o si potranno stabilire accordi con associazioni di trifolao che se ne occupino in modo da favorire buone pratiche di sviluppo e mantenimento delle tartufaie sul territorio delle colline alte di Langa. Il progetto - prosegue Giulio Bava - acquisisce tanta più importanza in relazione all'iscrizione ufficiale della 'Cerca e cavatura del tartufo in Italia' nella lista Unesco del Patrimonio culturale immateriale".

https://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/vino/2021/12/24/vino-alta-langa-42-rispetto-a-pre-covid_25a9a5e2-a59e-4559-a99b-7d8ebf0177cf.html

CONSORZIO VINI ASOLO MONTELLO: L'ASOLO PROSECCO SUPERA LA SOGLIA DEI 21 MILIONI DI BOTTIGLIE

Un anno costellato di successi, quello dell'Asolo Prosecco, che chiuderà il 2021 con un nuovo, importante traguardo superando i 21 milioni di bottiglie. Nel 2020 si era già affermato al quarto posto in Italia fra le denominazioni del settore spumantistico, confermando un trend positivo in costante crescita. Ora l'Asolo Prosecco si prepara al tour con Slow Wine negli USA, che rappresentano il primo mercato assoluto della denominazione. Sarà un viaggio in cinque tappe quello al di là dell'Oceano, che tra gennaio e febbraio 2022 porterà le raffinate bollicine asolane a toccare le città di San Francisco, Seattle, Austin, Miami e New York. "Il successo dell'Asolo Prosecco - commenta il Presidente del Consorzio, Ugo Zamperoni - è intimamente legato alla sua origine. Ci troviamo in un terri-

torio davvero straordinario, dove la vegetazione, con i vigneti al limitare del bosco, è ancora vivida ed è in perfetto equilibrio con l'uomo e la sua storia. In un calice di Asolo Prosecco si trova tutto il fascino, la bellezza, la storia di Asolo e dei suoi paesaggi. Il vino per noi è cultura: anche per questo abbiamo deciso di sostenere con una campagna la candidatura di Asolo a Capitale Italiana della Cultura 2024, per sottolineare ancora una volta quanto sia importante la terra dove nasce il nostro vino". La campagna del Consorzio Asolo Prosecco a sostegno della candidatura di Asolo a Capitale Italiana della Cultura 2024 avrà un raggio di comunicazione nazionale. Il borgo di Asolo, circondato dalle colline talora impervie dove nasce l'Asolo Prosecco, è un luogo ricco di arte e storia, riconosciuto come uno dei borghi più belli d'Italia e oltre che a Capitale della Cultura 2024, è stato ufficialmente candidato nel 2020 a Patrimonio Mondiale dell'Umanità Unesco.

(Fonte: Consorzio Vini Asolo Montello)

CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'ASTI:

IL CONSORZIO ACCANTO AI MIGLIORI TENNISTI DEL MONDO BRINDA AL SUCCESSO DELLE NITTO ATP FINALS E AI PROGETTI FUTURI

L'Asti Spumante e il Moscato d'Asti DOCG brindano al successo delle Nitto ATP Finals 2021, il prestigioso finale di stagione dell'ATP Tour che ha visto protagonisti i migliori esponenti del tennis maschile internazionale, a Torino dal 14 al 21 novembre scorso. Il Consorzio dell'Asti Spumante e del Moscato d'Asti DOCG ha registrato numeri inebrianti nei giorni delle Nitto ATP Finals: oltre 6.000 bottiglie consumate nelle lounge sponsor del Pala Alpitour, oltre che allo Sporting Club, "residenza" dei tennisti e delle loro famiglie nei giorni della manifestazione; presso il ristorante gourmand La Credenza, sempre nel contesto del palazzetto, e quello presso il Teatro dei Ragazzi, gestito dal Forte Village, ed al Caffè 1898; più di 200 cocktail creati dal flair bartender

Giorgio Facchinetti, serviti alla serata di gala in occasione dell'opening delle Nitto ATP Finals alle OGR di Torino, per un ristretto numero di invitati selezionati. Questi dati entusiasmati dimostrano quanto le bollicine aromatiche piemontesi siano state apprezzate, in tutte le tipologie, da Brut a Dry, da Extra Dry a Dolce, sia in purezza che in miscelazione, dall'esigente pubblico composto da appassionati di sport, operatori, manager e figure di rilievo italiane e internazionali. In veste di Official Sparkling Wine e Silver Partner fino al 2023 delle Nitto ATP Finals, che saranno ospitate nel capoluogo piemontese, a pochi passi dalle colline Patrimonio dell'Umanità Unesco dove nasce l'uva moscato bianco, l'Asti e il Moscato d'Asti continueranno a rappresentare in tutto il mondo l'identità e l'anima del territorio ospitante. Questa operazione di grande visibilità mondiale non sarà l'unica: la strategia, infatti, è quella di continuare a rafforzare il legame con il mondo tennis, in progetti locali, legati al territorio, così come in quello di respiro internazionale. Il matrimonio tra il Consorzio vitivinicolo piemontese e lo sport non potrebbe essere più solido, basato su valori e principi condivisi, quali correttezza, impegno e genuinità, che legano le centinaia di produttori agli sportivi professionisti, grazie all'incessante ricerca di eccellenza, miglioramento e qualità. Alle Nitto ATP Finals 2021 l'Asti e il Moscato d'Asti sono stati protagonisti dei momenti più emozionanti: dal divertente spot televisivo con chef Alessandro Borghese e il tennista Lorenzo Sonego, trasmesso prima di ogni match e in rotazione fino a gennaio 2022, alla presenza sui canali digitali di ATP Tour e nei cinque ristoranti interni al Pala Alpitour, fino al momento della celebrazione di Sascha Zverev, il vincitore. Riflettori puntati anche sugli scaffali di Eataly Lingotto, dove l'Asti e il Moscato d'Asti si sono resi ancora una volta protagonisti: 11.000 mq con eccellenze di stagione provenienti dai piccoli produttori, l'Enoteca più grande di Torino e aree per consumare in loco o svolgere laboratori e degustazioni pensati per le Nitto ATP Finals. I sommelier del Consorzio, infatti, durante i giorni dell'evento hanno

raccontato in Enoteca le diverse bollicine della denominazione agli entusiasti clienti di Eataly Lingotto, così come tutta la ristorazione di Eataly ha proposto numerosi abbinamenti al calice, a partire dal nuovo concept culinario Giù da Guido. Lorenzo Barbero, Presidente del Consorzio dell'Asti Spumante e del Moscato d'Asti DOCG, aggiunge: "Siamo davvero orgogliosi della presenza della nostra Denominazione alle Nitto ATP Finals di Torino e della risposta positiva del pubblico. È stato un grande onore vedere l'Asti in un contesto internazionale così prestigioso, legato allo sport: siamo intenzionati a non abbandonare questa strada. I momenti di celebrazione sono da sempre l'habitat naturale delle nostre bollicine, che rappresentano in modo profondo le tradizioni e l'identità del territorio e il lavoro dei produttori."

(Fonte: Consorzio per la Tutela dell'Asti)

NATALE 2021: SI BRINDA CON ASTI SPUMANTE E MOSCATO D'ASTI

Dopo il recente successo alle Nitto ATP Finals di Torino, il prestigioso evento finale dell'ATP Tour tra i migliori esponenti del tennis maschile internazionale, svoltosi a Torino dal 14 al 21 novembre scorso, il Consorzio dell'Asti ha fatto brindare gli italiani lungo tutta la Penisola. La vivacità delle festività natalizie rispecchia la briosità delle bollicine aromatiche piemontesi, che in purezza si dimostrano l'accompagnamento ideale a tutto pasto, grazie all'ampia gamma di tipologie disponibili e alle diverse versioni con un ridotto contenuto zuccherino. Si accordano infatti armonicamente con ogni portata: dai primi ai secondi, dalla carne al pesce, dagli antipasti ai dessert. L'Asti Spumante e il Moscato d'Asti sono anche l'idea per un regalo di Natale intergenerazionale per portare in tavola l'essenza di un territorio generoso come quello piemontese, delle colline Patrimonio Unesco. L'avvicinamento al Natale è stato scandito anche quest'anno dalla partecipazione ad "Artisti del Panettone". Si è rinnovata infatti la presenza del Consorzio

dell'Asti DOCG accanto ai migliori Maestri Pasticceri italiani, nel corso dell'evento dell'11 e del 12 dicembre a Milano (Palazzo Bovara, Corso Venezia 21), in cui le bollicine aromatiche piemontesi sono state protagoniste di degustazioni e masterclass dedicate accanto a nomi illustri della pasticceria italiana come Stefano Laghi e Carmen Vecchione - vincitrice del premio speciale Asti DOCG nella scorsa edizione - e al bartender Giorgio Facchinetti. Le bollicine aromatiche piemontesi hanno avuto un ruolo di primo piano, sia in purezza che in mixologia, anche negli omonimi speciali televisivi trasmessi sabato 11 e sabato 18 dicembre, alle ore 18:00, su Sky e NOW, con la conduzione di Giulia Salemi. Gli inediti cocktail con Asti e Moscato d'Asti creati da Giorgio Facchinetti hanno accompagnato le dolci creazioni di Natale a base di panettone dei Maestri Pasticceri. Durante queste festività gli amanti della mixologia, infatti, sono stati sorpresi dai nuovi drink ideati da Facchinetti. Impossibile resistere, per esempio, a The Real Santa, dove l'Asti secco sposa il sapore del panettone per il matrimonio perfetto delle festività natalizie; a Orange Xmas, in cui la spremuta d'arancia incontra la purea di zucca; o a BeeSweet che unisce miele, caffè e Moscato d'Asti: oppure ancora a Tu Non Mi Basti, che racchiude tutte le sfumature dei sapori dell'inverno grazie alla soda infusa al karkadè, cannella, arancia e ginepro.

(Fonte: Consorzio per la Tutela dell'Asti)

IN GURI LE MODIFICHE AL DISCIPLINARE DELLA DOCG DEI VINI «ASTI»

Sulla Gazzetta Ufficiale del 7 gennaio, è stato pubblicato il decreto Mipaaf di approvazione delle modifiche ordinarie al disciplinare di produzione della denominazione di origine controllata e garantita dei vini «Asti».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2022-01-07&atto.codiceRedazionale=21A07686&elenco30giorni=true

CONSORZIO PER LA TUTELA DEI VINI DOC BOLGHERI E DOC BOLGHERI SASSICAIA:

IN GURI LE MODIFICHE AL DISCIPLINARE DELLA DOC DEI VINI «BOLGHERI»

Sulla Gazzetta Ufficiale italiana del 1° dicembre, è stato pubblicato il decreto Mipaaf recante le modifiche ordinarie al disciplinare di produzione della denominazione di origine controllata dei vini «Bolgheri».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2021-12-01&atto.codiceRedazionale=21A06615&elenco30giorni=true

CONSORZIO DI TUTELA DEI VINI CERASUOLO DI VITTORIA DOCG E VITTORIA DOC: «CERASOUL», MUSICA E VINO IN TEATRO. BUONA LA PRIMA!

Le armonie sonore del Cerasuolo di Vittoria DOCG e dei vini DOC Vittoria hanno incontrato le note del prestigioso ensemble HJO Orchestra in occasione di "CeraSoul", il concerto promosso e organizzato dal Consorzio di Tutela del Cerasuolo di Vittoria DOCG e Vittoria DOC svoltosi lo scorso 16 dicembre al Teatro Bellini di Catania. Le musiche più famose delle ere swing, suonate dalle più rinomate orchestre internazionali, hanno riportato i presenti alle atmosfere degli anni '30-'50. Non solo la musica degli HJO diretta magistralmente da Sebastiano Benvenuto Ramaci, ma anche la voce di Antonio Campanella, che ha eseguito alcuni dei brani resi celebri da Frank Sinatra, hanno arricchito la partecipatissima serata anticipata, nel pomeriggio, da una degustazione di vini al Teatro Sanguigni di Catania. "Il Consorzio di Tutela dei vini Cerasuolo di Vittoria DOCG e DOC Vittoria desiderava da tempo poter incontrare quanti amano questi vini: l'unica DOCG della Sicilia e i vini racchiusi nella piccola DOC Vittoria. Un momento di condivisione - afferma Achille Alessi, Presidente del Consorzio -, a poche set-

timane dal Natale, per stringerci in un abbraccio affettuoso, seppur tutti distanti. Ma questo abbraccio è stato reso possibile grazie alle note swing dell'HJO Orchestra. Attraverso le loro note hanno viaggiato i nostri abbracci, le armonie sonore dei nostri vini perché il vino, lo ricordo, è anche musica e va ascoltato! Note piacevoli quelle del vino - aggiunge Alessi - che sempre riescono a farci compagnia, anche nei momenti più difficili come quelli che abbiamo vissuto a causa della pandemia da Covid19. Il mondo vitivinicolo, così come tanti altri settori, ha risentito pesantemente dell'emergenza sanitaria che ci ha travolto e ci ha portato a modificare le nostre abitudini e la stessa visione del mondo. Ma la passione che accomuna tutti noi produttori è stata la molla che ci ha permesso di andare avanti e di ritrovarci tutti insieme in occasione di CeraSoul per lasciarci avvolgere piacevolmente da questo connubio di musica e vino, perché così come il vino va ascoltato anche la musica va degustata".

<http://shared.spaziozero.cloud/cera-soul.zip>

CONSORZIO VINO CHIANTI: REGIONE TOSCANA APPROVA L'ANTICIPO SUL MERCATO DELL'ANNATA 2021

La Regione Toscana ha accolto la richiesta del Consorzio Vino Chianti approvando l'anticipo dell'immissione sul mercato dell'annata 2021. Con una delibera, proposta dall'assessor regionale all'Agricoltura Stefania Saccardi, la Giunta toscana ha anticipato di due mesi lo sbarco sul mercato del Chianti, fissandolo al primo gennaio 2022. L'anticipo di due mesi potrà essere adottato in modo volontario da parte delle aziende, ed è valido per quelle produzioni che hanno già acquisito le caratteristiche qualitative previste dal disciplinare di produzione con riferimento al vino Chianti, anche con la menzione Superiore e ai vini Chianti con riferimento alle sottozone. "Ringraziamo la Regione Toscana per aver accolto la nostra richiesta - commenta il Direttore Marco Alessandro Bani -. L'anticipo dell'immissione sul merca-

to è necessario per evitare scarsità di prodotto in vendita alla luce del calo della produzione causata dalla gelata dello scorso aprile e dalla successiva siccità. La domanda di prodotto sta continuando ad aumentare e non potevamo lasciare il mercato e gli scaffali della grande distribuzione senza vino Chianti”.

<http://www.agroalimentarenews.com/news-file/Vino--Consorzio-Chianti--Regione-approva-l-anticipo-sul-mercato-dell-annata-2021.htm>

CONSORZIO DI TUTELA CHIARETTO E BARDOLINO: IL CHIARETTO DI BARDOLINO ENTRA NELL'ASSOCIAZIONE ROSÉS DE TERROIRS

“La sensazione è quella che credo abbiano provato i Måneskin quando sono stati invitati ad aprire il concerto dei Rolling Stones”: è così che il Presidente del Consorzio di tutela del Chiaretto e del Bardolino, Franco Cristoforetti, commenta la notizia dell'ingresso di due produttori di Chiaretto di Bardolino nell'associazione internazionale dei Rosés de Terroirs, fondata in Francia da alcuni dei più prestigiosi nomi del mondo del vino rosé transalpino. Le aziende produttrici del Chiaretto bardolinense invitate a far parte del gruppo francese, per ora come uniche realtà italiane, sono Guerrieri Rizzardi (Agostino Rizzardi, che guida l'azienda insieme al fratello Giuseppe, è vicepresidente del Consorzio del Chiaretto) e Le Fraghe della vignaiola Matilde Poggi, che ha partecipato lo scorso 30 novembre alla prima assemblea generale dell'Association Internationale des Rosés de Terroirs, svoltasi a Tavel, cittadina nota per aver dato nome alla prima denominazione di origine al mondo dedicata esclusivamente al rosé, nel 1936. “Siamo orgogliosi – continua Cristoforetti – che il vino rosa del lago di Garda veronese rappresenti il nostro Paese tra i più prestigiosi dei rosé francesi: segno ulteriore del successo della nostra denominazione, leader di mercato in Italia”.

(Fonte: Consorzio di Tutela Chiaretto e Bardolino)

CONSORZIO VOLONTARIO PER LA TUTELA DEI VINI DEI COLLI DI PARMA:

IN GURI LA CONFERMA DELL'INCARICO AL CONSORZIO

Sulla GURI del 4 gennaio è stato pubblicato il decreto Mipaaf recante la conferma dell'incarico al Consorzio volontario per la tutela dei Vini dei Colli di Parma a svolgere le funzioni di promozione, valorizzazione, vigilanza, tutela, informazione del consumatore e cura generale degli interessi, di cui all'articolo 41, commi 1 e 4, della legge 12 dicembre 2016, n. 238, sulla DOC «Colli di Parma».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2022-01-04&atto.codiceRedazionale=21A07670&elenco30giorni=true

CONSORZIO TUTELA VINI COLLIO: IL 2021 SI CHIUDE CON +15% DELL'IMBOTTIGLIATO

Il Consorzio di Tutela Vini Collio ha reagito energicamente alle difficoltà date dalla situazione pandemica che si sono protratte nel 2021 e ha chiuso l'anno in ottima crescita, segnando il 15% in più di imbottigliato rispetto all'anno 2020 nel periodo di riferimento tra gennaio e novembre. “È ottimo per noi riscontrare una crescita così significativa per l'imbottigliato. – afferma David Buzzinelli, Presidente del Consorzio Tutela Vini Collio – Il 2021 si è rivelato essere un anno di miglioramento e di ripresa. Una ripresa che, oltre a passare attraverso queste cifre rassicuranti, si manifesta anche con una ritrovata positività e fiducia nei nostri produttori”. Per tutta la durata del 2021, il Consorzio di Tutela Vini Collio ha saputo animare il territorio con una serie di attività dedicate agli stakeholder. Grazie a queste iniziative la “mezzaluna” italiana del vino si conferma un territorio dinamico, pronto ad affrontare le sfide del presente con una ricetta che passa attraverso la promozione del Collio come meta enoturistica. Eventi come “Enjoy Collio Experience” ed “Enjoy Autumn Collio Experience” hanno avuto grande richiamo sia per la stampa italiana sia per la stampa estera. Una riprova del

crescente interesse per i vini del Collio riscontrabile dentro e fuori i confini nazionali. Nello specifico, “Enjoy Autumn Collio Experience”, chiusosi nel mese di novembre, ha portato nella regione giornalisti provenienti dal Regno Unito e dagli Stati Uniti d'America che hanno potuto degustare gli eccellenti vini bianchi della regione, caratterizzati da una spiccata mineralità e da una riconosciuta longevità. Un panorama ricco quello riguardante le attività proposte dal Consorzio di Tutela Vini Collio e che, in questo anno ormai in chiusura, ha incluso una serie di incontri e approfondimenti in formato digitale, anch'essi con l'importante obiettivo di mostrare al mondo l'alta qualità dei vini prodotti.

<https://www.agricultura.it/2021/12/21/vini-collio-in-salute-consorzio-il-2021-si-chiude-con-15-dellimbottigliato/>

CONSORZIO DI TUTELA DEL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO:

UN NATALE “ON AIR” PER IL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG

Le festività natalizie si sono fatte sentire anche tra le colline di Conegliano Valdobbiadene e per celebrarle e brindare al nuovo anno, il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG è tornato a mostrarsi online, in radio e in tv con la campagna pubblicitaria “Tratto da una storia vera, unica al mondo”. Da domenica 5 dicembre, in tutta Italia, l'autenticità dell'immagine, un prodotto e un territorio unici al mondo. “Il nostro prodotto sta vivendo un momento di grande euforia” afferma la Presidente Elvira Bortolomiol. “Le numerose sfide che i nostri produttori hanno affrontato negli ultimi due anni, hanno dato prova della tenacia e caparbietà della nostra comunità. Lo dimostrano i risultati straordinari raggiunti anche quest'anno. Tornare a mostrare le nostre colline, Patrimonio dell'Umanità UNESCO e il nostro vino, ha soprattutto lo scopo di celebrare il lavoro e l'impegno di un'intera comunità di produttori del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG”. Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG

parla grazie ai suoi valori, che si arrampano su ogni pendio e si esprimono attraverso le mani sapienti dei viticoltori che da generazioni lavorano questi vigneti, trasformando il peso della fatica quotidiana in un ricamo delicato dal valore universale. La comunità di 3300 famiglie oggi più che mai si unisce per ribadire la sua unicità, e per sottolineare il valore di quell'armonia circolare che leggiamo in questo paesaggio, nell'impegno inarrestabile di ciascun viticoltore e, come naturale conclusione, in ogni calice. Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. fresco e fragrante, è un prodotto unico e tuttavia versatile, capace di conquistare il mondo. La pianificazione della campagna, curata direttamente dal Consorzio, è stata declinata su stampa locale, Raiplay, Mediaset Infinity, presenza in 5 puntate della trasmissione "Cotto e Mangiato" (Italia 1), La Cucina Italiana (cartaceo e online), giallozafferano.it, Radio DeeJay, Radio Capital e Radio Italia, sui canali social YT e IG e sulla piattaforma musicale Spotify.

(Fonte: Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco)

RAPPORTO ECONOMICO 2021 DEL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO D.O.C.G. NEL 2021 TAGLIATO L TRAGUARDO DEI 100 MILIONI DI BOTTIGLIE

Si è tenuto il 21 dicembre scorso in videoconferenza il consueto evento di presentazione del Rapporto economico della denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco D.O.C.G., che il Consorzio di Tutela organizza per analizzare in profondità l'andamento dell'anno precedente e per fornire una proiezione della chiusura dell'anno in corso. "Il 2021 ha rappresentato un momento di transizione sia per l'economia italiana sia per il Conegliano Valdobbiadene" ha dichiarato Elvira Bortolomiol, Presidente del Consorzio di Tutela. "Per la denominazione in particolare è stato un anno in cui siamo riusciti a raggiungere grandi risultati quantitativi, superando i 100 milioni di bottiglie, ma il traguardo che tagliamo con più orgoglio è quello della qualità. Il consumatore, nonostante lo scenario economico,

continua a riconoscerci un valore di cui siamo fieri. Credo che questo sia anche il frutto della sintonia raggiunta con i consumatori, in particolare rispetto ai valori come la sostenibilità della filiera produttiva e la tutela dei territori. Per noi il territorio è parte integrante del valore del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G., insieme sono il patrimonio futuro della nostra comunità". "L'ampliamento delle vendite ha riguardato sia il mercato italiano sia quello estero" ha affermato il professor Eugenio Pomarici, responsabile della stesura del Rapporto economico. "Relativamente all'Italia, risultano in crescita rispetto all'anno precedente le vendite nella grande distribuzione (+24% in volume e in valore nei dodici mesi tra ottobre 2020 e ottobre 2021). Per quanto riguarda i mercati esteri, è possibile stimare incrementi rispetto al 2020 (che avevano fatto registrare una modesta contrazione) piuttosto significativi, orientativamente vicini in valore al 30%". Per avere maggiori elementi di analisi il Consorzio ha commissionato una ricerca al Consorzio Aaster, fondato e guidato dal sociologo Aldo Bonomi, con l'intento di indagare le ragioni del successo della Denominazione ma anche avere strumenti conoscitivi efficaci per affrontare un futuro di sviluppo del territorio. Il 2021 è stato segnato da una parziale ripresa del turismo rispetto a quanto avvenuto nell'anno precedente, soprattutto a partire da maggio/giugno. I flussi sono aumentati decisamente rispetto al 2020. Nonostante la pandemia abbia impattato negativamente sul turismo, nell'area della denominazione la capacità ricettiva è aumentata di 45 esercizi e 284 posti letto.

<https://www.prosecco.it/it/rapporto-economico-2021/>

CONSORZIO DI TUTELA VINO CUSTOZA D.O.C. NELL'ANNO DEL 50ESIMO ANNIVERSARIO DELLA DENOMINAZIONE, IL CONSORZIO HA REALIZZATO UNA ARTICOLATA ATTIVITÀ STRATEGICA RACCOGLIENDO GRANDI SODDISFAZIONI

Un anniversario importante in un anno complesso, un vino dalle radici ben piantate nel territorio e la tenacia

di un Consorzio che vuole guardare lontano: questi gli ingredienti che costituiscono il bilancio di gran successo di quest'anno del Consorzio di Tutela del Vino Custoza D.O.C. Un'azione mirata a coinvolgere a 360° tutto il mondo "vino" quella messa in campo dal Consorzio della D.O.C. veronese che, grazie alla guida della Presidente Roberta Bricolo, ha lavorato per ampliare la conoscenza da parte della stampa, di wine lovers, sommelier e buyers di questo vino bianco, frutto dell'Art of Blending dei suoi produttori. La forza del Custoza, infatti, è nel saper interpretare le peculiarità di tre uve autoctone - Bianca Fernanda, Trebbianello e Garganega - che, assieme, danno vita a vini d'annata di grande piacevolezza, eleganza e freschezza che evolvono in complessi e minerali quando la bottiglia va indietro nel tempo. Nel corso dell'anno il Consorzio di Tutela si è presentato alla stampa incontrando giornalisti di spicco italiani ed esteri, sia accogliendoli nelle Terre del Custoza, con esperienze enoturistiche emozionanti, sia raggiungendoli "a distanza", trovando stimolo nelle nuove modalità di comunicazione e viaggiando virtualmente dal Giappone al Canada, dagli Stati Uniti all'Inghilterra, diffondendo in tutto il mondo la cultura vitivinicola di un angolo d'Italia dal grande valore: le colline del Custoza, tra Verona ed il Lago di Garda. Non sono mancate le occasioni di incontro anche con il mondo della Sommellerie italiana, con una masterclass in presenza a Milano in collaborazione con AIS Lombardia e un webinar nazionale organizzato da ONAV, che hanno coinvolto ed appassionato i partecipanti. Per tutte le persone raggiunte in questo anno di attività, il Custoza è stato una grande scoperta, un vero vino del futuro, un vino "arioso", come lo ha definito qualcuno, un vino frutto dell'arte di assemblare uve diverse ottenendo un prodotto che esprime molto più della somma delle sue componenti. "A Custoza si respira un clima di fiducia, di costruttiva collaborazione e tangibile fermento ed il nostro Consiglio è motivato e compatto. Siamo pronti e determinati a rimboccarci le maniche per affrontare nuove sfide: stiamo lavorando anche sulla formazione interna facendo nostri i temi della sostenibilità e del digitale, proseguendo con grande tenacia

a produrre vini di qualità e a diffonderne il valore nel mondo" afferma la Presidente Roberta Bricolo, "abbiamo lavorato con molto impegno, nonostante l'anno difficile, per valorizzare e comunicare, a livello internazionale, il nostro territorio, il nostro vino e la forza delle nostre radici. Il Custoza è pronto a prendersi il mondo". Nel corso dell'anno il Consorzio di Tutela ha incontrato anche centinaia di operatori del settore, in occasione di Vinitaly, Merano Wine Festival, eventi in presenza a Milano, per arrivare poi a Londra in occasione della tappa inglese di Simply Italian Great Wines Northern Europe 2021. L'ultimo appuntamento dell'anno è stato lo scorso giovedì 16 dicembre, nell'ambito del progetto "European Quality Wines: Taste the Difference", con una masterclass online in diretta da New York.

(Fonte: Consorzio Tutela Vino Custoza DOC)

CONSORZIO TUTELA VINI ETNA DOC: FRANCESCO CAMBRIA È IL NUOVO PRESIDENTE DEL CONSORZIO

È Francesco Cambria il nuovo Presidente del Consorzio Tutela Vini Etna DOC. Cambria guida insieme al fratello e alla sorella l'azienda di famiglia, Cottanera, specializzata nella produzione di vino in provincia di Catania. La mission del neo presidente è quella di realizzare sull'Etna un presidio di viticoltura innovativa di qualità, che dia voce a ciascuna varietà di uva presente nel territorio, valorizzandone le differenze peculiari. Tra gli altri obiettivi più importanti c'è anche quello di porre le basi per il raggiungimento della DOCG per i vini che nascono alle pendici del vulcano più attivo d'Europa. Cambria sarà affiancato dal CdA composto da Irene Badalá, Marc De Grazia, Federico Lombardo di Monteiatto, Seby Costanzo, Graziano Nicosia e Marco Nicolosi che, insieme al riconfermato Direttore Maurizio Lunetta, guideranno la denominazione etnea verso le sfide del prossimo futuro.

<https://www.facebook.com/etnadoc/posts/306084338193013>

CONSORZIO FRIULI COLLI ORIENTALI E RAMANDOLO: IL FRIULI COLLI ORIENTALI SCOMMETTE SULLA TIPOLOGIA PINOT GRIGIO RAMATO. AL VIA I PERCORSI PER ENOTURISTI

Il 50esimo anniversario dalla nascita del Consorzio Friuli Colli Orientali e Ramandolo è stato, purtroppo, festeggiato nell'anno della pandemia, il 2020, ma la pausa obbligata di riflessione ha prodotto risultati importanti in quest'area del Friuli-Venezia Giulia, sul fronte delle strategie di promozione. Ad aprile 2021 ha, infatti, aperto le porte la Tasting Academy, luogo dedicato alla formazione di alto livello dei professionisti e alla promozione non solo dei vini ma di tutto l'agroalimentare regionale per gli enoturisti. "La nostra Academy" spiega il Presidente Paolo Valle "offre un percorso gustativo-sensoriale, tecnico e culturale su tutta la denominazione". Dall'apertura sono state oltre 700 le visite registrate, di cui 80% da fuori regione e circa 50% di stranieri. Oltre 30 dispenser, una postazione multimediale hi-tech per dialogare online e su un grande schermo col trade mondiale, uniti a tutto il patrimonio di dati raccolti dai tecnici del Consorzio in oltre 15 anni di lavoro. Insomma, oggi, spiegare e comprendere la varietà dei Colli Orientali è una sfida molto più alla portata rispetto al passato. E un valore aggiunto per la comunicazione di tutta la regione friulana che sta promuovendo un turismo di qualità. Nei 1.850 ettari rivendicati a DOC, a cui si aggiungono altri 100 ettari a DOCG (Ramandolo, Rosazzo e Colli Orientali Friuli Picolit), si prevede un lieve calo rispetto ai 114mila quintali di uve del 2020 mentre la qualità dei vini è attesa a livelli molto alti. Gli oltre 170 soci, dopo gli 8,62 milioni di bottiglie del 2019, hanno registrato un -19% nel 2020 mentre nel primo semestre 2021 la stima è di +15%, con l'auspicio di tornare ai livelli 2019. Le aziende socie coltivano prevalentemente il vitigno friulano, ma i Colli Orientali sono anche culla di sauvignon, chardonnay e pinot grigio. Su quest'ultimo si sono concentrate le recenti modifiche al disciplinare, che ha istituzionalizzato la tipologia Pinot grigio ramato. Una quindicina di imprese è bio: percentuale non alta. Ma il Consorzio farà più comunicazione

e, intanto, ha adottato un protocollo di lotta integrata "Natura vitis", per regolare l'uso dei fitofarmaci.

<https://static.gamberorosso.it/2021/12/settimanale-n47-2021stampa.pdf#page=10>

CONSORZIO TUTELA LAMBRUSCO: IN GURI LA CONFERMA DELL'INCARICO AL CONSORZIO

Sulla GURI del 4 gennaio è stato pubblicato il decreto Mipaaf recante la conferma dell'incarico al Consorzio tutela Lambrusco a svolgere le funzioni di promozione, valorizzazione, vigilanza, tutela, informazione del consumatore e cura generale degli interessi, di cui all'articolo 41, commi 1 e 4, della legge 12 dicembre 2016, n. 238, sulla DOC «Colli di Scandiano e di Canossa», «Lambrusco di Sorbara», «Lambrusco Grasparossa di Castelvetro», «Lambrusco Salamino di Santa Croce», «Modena» o «di Modena», «Reggiano», «Reno» e sulla IGT «Bianco di Castelfranco Emilia».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2022-01-04&atto.codiceRedazionale=21A07668&elenco30giorni=true

CONSORZIO DI TUTELA MONTECUCCO: IN GURI LA CONFERMA DELL'INCARICO AL CONSORZIO

Sulla GURI del 4 gennaio è stato pubblicato il decreto Mipaaf recante la conferma dell'incarico al Consorzio tutela Montecucco DOC a svolgere le funzioni di promozione, valorizzazione, vigilanza, tutela, informazione del consumatore e cura generale degli interessi, di cui all'articolo 41, commi 1 e 4, della legge 12 dicembre 2016, n. 238, sulla DOCG «Montecucco Sangiovese» e sulla DOC «Montecucco».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2022-01-04&atto.codiceRedazionale=21A07669&elenco30giorni=true

IL MONTECUCCO TRA "I MIGLIORI VINI DA BERE NEL 2022" SECONDO FORBES

Il nuovo anno inizia col botto per i vini del Montecucco, annoverati tra le bottiglie internazionali da non perdere nel 2022 dalla celebre rivista statunitense Forbes. La piccola DOP toscana si fa largo quindi nel grande panorama vitivinicolo mondiale, diventando protagonista e prima rappresentante italiana - non solo regionale - dei migliori assaggi da fare nei prossimi dodici mesi (e oltre). Il giornalista esperto Adam Morganstern conduce il lettore in un bellissimo viaggio tra i vigneti di tutto il mondo, in compagnia di rinomati sommelier e wine writer degli Stati Uniti, a cui viene chiesto di "dimenticarsi delle tendenze e delle previsioni e di raccontare invece cosa loro stessi vorranno bere nel 2022". Dopo due anni che hanno letteralmente messo sottosopra la società e interi settori, i progetti e le certezze dei singoli, sembra che le persone abbiano maturato un forte desiderio di novità e che, restando in ambito enoico, ricerchino aree meno conosciute e blasonate di regioni comunque popolari, "come appunto il Montecucco in Toscana o ancora l'Aube in Champagne". "Nel 2022 dirò 'che sia mio un Montecucco!'. Parlo del Sangiovese del Montecucco. Questa piccola regione immersa nella Maremma, tra il Brunello di Montalcino e il Morellino di Scansano, produce una gamma di vini a base di Sangiovese che racchiudono tutta quella frutta rossa fresca e la struttura che amiamo, ma che, allo stesso tempo, non pesano particolarmente sul nostro portafogli. La Toscana è già affermata, ma è bene trovare un'opzione 'fuori dai radar' che offra un terroir diverso per l'amato Sangiovese, prodotto da piccole cantine a conduzione familiare", così il giornalista e wine expert Clive Pursehouse, autore presso Peloton Magazine, racconta la sua esperienza a Forbes. Il Montecucco è un areale con un potenziale ancora tutto da scoprire. Il Sangiovese qui prodotto - "l'altro Sangiovese", come viene spesso definito - è un vascello che, navigando ad est sull'Orcia e ad ovest sull'Ombrone, porta con sé tratti unici del suo territorio di origine: vulcanico e indomito, proprio come la natura ancora selvaggia che lo circonda e che carat-

terizza il paesaggio dell'Amiata (antico vulcano spento), ma allo stesso tempo seducente e ammaliante, dalla freschezza tipica della viticoltura d'altura che si intreccia con la lontana ventilazione marina e mediterranea. "Questa è la vera carta vincente del Montecucco" dice il Presidente del Consorzio di Tutela Giovan Battista Basile "il fatto che esista un'espressione del territorio che si riflette completamente nel vino e che diventa autenticità stessa del Sangiovese. Siamo di fronte a un territorio integro: non si parla solo di vigneti, ma anche di originalità del territorio, di rispetto della biodiversità e di pratiche agronomiche in armonia con l'ambiente".

<https://www.forbes.com/sites/adammorganstern/2021/12/31/the-best-wines-to-drink-in-2022/>

CONSORZIO TUTELA MORELLINO DI SCANSANO: UNICREDIT SIGLA UN ACCORDO CON IL CONSORZIO PER SOSTENERE LA CRESCITA DELLE AZIENDE ASSOCIATE

UniCredit ha finalizzato un accordo con il Consorzio Morellino di Scansano per affiancare le aziende del territorio, supportandole nella realizzazione degli investimenti e nel loro percorso di crescita, sostenendone la liquidità e rispondendo alle necessità determinate dall'emergenza Covid-19. Grazie a questa intesa, infatti, la Banca renderà tra l'altro disponibili soluzioni specifiche, funzionali al sostegno delle imprese del Consorzio. Come ad esempio, il Mutuo Agrario, della durata massima di 36 mesi a zero commissioni di rimborso anticipato e garanzia Ismea; e il Prodotto Riserva, linea di credito aggiuntiva della durata massima di 84 mesi, con un importo minimo di 10.000 euro e con la stessa garanzia. A ciò si aggiungono le opportunità messe a disposizione da UniCredit per le aziende interessate allo sviluppo dell'e-commerce, ad esempio, attraverso la piattaforma Easy Export.

https://mcusercontent.com/7868c7cc2f8cb98d499f2f350/files/ae8ce6f4-40db-2311-444b-9bb40foaae6d/Cs_Morellino_Accordo_UniCredit.pdf

CONSORZIO DI TUTELA DEL VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO: ACCORDO CON IL COMUNE DI MONTEPULCIANO PER LA PROMOZIONE DEL TERRITORIO

Sotto l'albero di Natale, Montepulciano trova un "pacchetto" da 171.000 Euro, pronti ad essere spesi in attività, eventi ed iniziative da realizzare nel periodo invernale, normalmente caratterizzato da un calo fisiologico delle presenze turistiche. Il cospicuo investimento è il frutto di un accordo raggiunto tra il Comune e il Consorzio del Vino Nobile che hanno contestualmente approvato il "piano d'azione" a cui viene affidato il compito di promuovere in modo innovativo e sinergico tra le due realtà la destinazione turistica ed il brand Montepulciano. Come è noto il territorio proviene da una stagione estiva che ha fatto registrare una forte ripresa in termini di arrivi e di presenze di visitatori ed è ancora immerso in un periodo, quello delle feste di fine anno, che, grazie ai mercatini ed al castello di Babbo Natale, sta confermando un trend altamente favorevole, con una considerevole ricaduta positiva per gli operatori e le attività, per l'occupazione, per le famiglie. Ebbene, facendo perno sull'Anteprima del Vino Nobile, evento di autentico respiro internazionale, Montepulciano rilancia ancora, mettendo in cantiere ben cinque distinte attività. Si tratta di uno spot pubblicitario che girerà sui canali Rai con passaggi nel prime time, in programmi legati al wine e al food; dell'evento "Battello terra", già in calendario per il 22 febbraio, in cui opinion leader, istituzioni e scuole si confronteranno sul tema strategico "Turismo dei millennials e della generazione Z"; di un evento eno-gastronomico per wine lover, che sarà incastonato nel programma dell'Anteprima del Nobile; di attività di marketing turistico che avranno base presso l'Enoliteca del Consorzio, in Fortezza, e come destinatari buyer selezionati del mondo del vino che incontreranno aziende del territorio, e infine di sessioni formative rivolte agli operatori turistici, in collaborazione con l'Associazione Italiana Sommelier, per valorizzare la cultura del vino, dei prodotti alimen-

tari tradizionali e tipici della gastronomia locale affinché possano trasferire la storia e le origini (oltre alle caratteristiche) agli ospiti che sceglieranno la destinazione Montepulciano.

<http://www.agroalimentarenews.com/news-file/Consorzio-del-Vino-Nobile--accordo-con-il-Comune-di-Montepulciano.htm>

CONSORZIO TUTELA VINI OLTREPÒ PAVESE: "L'OLTREPÒ CHE SIAMO", IL PRIMO SITO WEB DI STORYTELLING DEDICATO AL TERRITORIO PAVESE

Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia e Camera di Commercio di Pavia in collaborazione con il Consorzio di Tutela Vino dell'Oltrepò Pavese, il Consorzio Club del Buttafuoco Storico e il Distretto del Vino di Qualità dell'Oltrepò Pavese danno vita al progetto "L'Oltrepò che Siamo" che si inserisce all'interno dell'ampio progetto di Valorizzazione del Distretto EnoAgroalimentare dell'Oltrepò Pavese. Un articolato progetto multi-canale che ha per obiettivo comunicare il territorio a livello nazionale e internazionale, risultato di un importante lavoro preparatorio di ricerca, di mappatura e di analisi approfondita del panorama enoagroalimentare odierno in provincia di Pavia. Sono state svolte interviste e riflessioni insieme ai produttori e i vignaioli del territorio, dialoghi e confronti con i Consorzi e gli enti per unificare la comunicazione dell'Oltrepò Pavese in un'unica voce. Fondamentali anche i momenti di confronto e riprese video in vista dei cinque video-racconti all'interno del sito web. "L'Oltrepò che siamo" è dedicato ad appassionati, turisti, wine lovers e amanti dell'Oltrepò. Un sito web in italiano e in inglese dove gli utenti troveranno non solo informazioni e indicazioni utili su dove bere, mangiare, dormire sul territorio ma anche racconti, accenni storici, ricette, descrizioni e approfondimenti sulle eccellenze enogastronomiche del celebre "grappolo d'uva" a sud del fiume Po. Clou del sito web lo spazio dato alle voci di chi vive e lavora le terre oltrepadane ogni giorno: un'intera pagina è dedicata ai vignaioli attraverso 5 video che raccontano le fasi

di raccolta, di vendemmia e di vinificazione delle denominazioni.

<https://www.oltrepochesiamo.it/>

CONSORZIO DI TUTELA DEL PRIMITIVO DI MANDURIA: FRANCESCO FILOGRANO È IL NUOVO PRESIDENTE DEL CONSORZIO

Francesco Filograno classe' 67, coltivatore diretto e vice presidente della cantina sociale Cantolio Manduria è il nuovo Presidente del Consorzio di Tutela del Primitivo di Manduria. Filograno sostituisce così Francesco Delle Grottaglie che lascia la presidenza per motivi personali. La nomina è avvenuta martedì 30 novembre. Ad affiancare Francesco Filograno, i vice presidenti Novella Pastorelli e Roberto Erario mentre i consiglieri sono: Dalila Gianfreda, Francesco Delle Grottaglie, Benedetto Lorusso, Cosimo Pompigna, Giovanni Dinoi e Raffaele Sammarco.

<https://www.consorziotutelaprimativo.com/news/francesco-filograno-eletto-nuovo-presidente-del-consorzio-di-tutela-del-primitivo-di-manduria>

CONSORZIO DI TUTELA DELLA DOC PROSECCO: FIM AWARDS ANCORA PIÙ SPLENDENTI GRAZIE ALLE BOLLICINE DI PROSECCO DOC

È stato il Consorzio del Prosecco DOC, in veste di Official Provider, a firmare le bollicine con le quali brindare nel corso della premiazione motociclistica più attesa dell'anno. Parliamo dei FIM Awards 2020-2021, l'importante evento organizzato dalla Federazione Internazionale di Motociclismo, in scena a Montecarlo lo scorso weekend. Non è la prima volta del Prosecco DOC in questo ruolo: era già stato protagonista all'edizione di Berlino del 2016 e anche questa volta si è trovato sotto i riflettori dei FIM Awards con un'etichetta speciale ed esclusiva, ideata appositamente per celebrare questa occasione. Gli ospiti hanno avuto la possibilità di degustare le celebri bollicine in vari momenti: durante il cocktail dell'Assemblea Generale della FIM nella Salle des Palmiers dello Sporting; nel corso dell'evento dedicato ai giornalisti che

si è svolto negli spazi della celebre Collezione d'auto d'epoca del Principe di Monaco; durante la cena di gala dove ha avuto luogo la cerimonia dei FIM Awards e infine all'after-party organizzato nel famoso Jimmy'z nightclub. Come Official Supplier di WorldSBK dal 2013 e di MotoGPTM dal 2019 - e per i prossimi 3 anni - il Prosecco DOC ha assunto un ruolo importantissimo essendo presente con le sue bollicine nei paddock e sui podi in ogni festeggiamento post-gara. "Il Prosecco DOC è lo spumante perfetto per celebrare le vittorie sportive. Dopo anni di partnership di successo con WorldSBK and MotoGPTM siamo davvero felici di tornare ai FIM Awards per festeggiare insieme il mondo del motociclismo - dichiara Stefano Zanette, Presidente del Consorzio Prosecco DOC - siamo inoltre onorati di brindare a tutti i campioni di questo sport con l'etichetta speciale che abbiamo voluto creare per questa importante occasione".

<https://www.agricultura.it/2021/12/04/fim-awards-ancora-piu-splendenti-grazie-alle-bollicine-di-prosecco-doc/>

PROSECCO DOC CONFERMA IL SUO IMPEGNO PER UN FUTURO SOSTENIBILE

Il Consorzio Prosecco DOC ha annunciato una serie di progetti in corso e nuovi che affrontano questioni ambientali e di sostenibilità, rafforzando l'impegno del Consorzio a costruire un futuro migliore e più verde per la Terra e le generazioni successive. I progetti sono rivolti ai vigneti e alle cantine della denominazione per favorire l'implementazione, lungo il processo produttivo, delle misure necessarie a superare, passo dopo passo, i problemi ambientali e di produttività a lungo termine, nonché quelli di responsabilità etica, sociale ed economica. Queste iniziative coinvolgono diverse aree di intervento su determinati ambiti della filiera. Il progetto di sostenibilità è quindi multidisciplinare, multilivello, in quanto agisce sui tre pilastri della sostenibilità (ambientale, sociale ed economica) nei tre livelli del sistema produttivo (ovvero vigneti, cantine e Consorzio) e dinamico, in quanto in continua evoluzione.

ne. Ogni iniziativa inizia generalmente con l'analisi e la raccolta dei dati per sviluppare in seguito casi di studio che diventano esempi virtuosi di una gestione sostenibile di successo. "Vogliamo essere una denominazione sostenibile e abbiamo intenzione di farlo attraverso progetti concreti", ha affermato Stefano Zanette, Presidente del Consorzio Prosecco DOC. "Stiamo lavorando a un sistema di gestione sostenibile dell'intera filiera produttiva basato sullo Standard Equalitas, ma anche su un protocollo che possa supportare le aziende vinicole a realizzare un miglioramento continuo dei propri processi di vinificazione, elevando prodotti e territorio".

<https://finance.yahoo.com/news/prosecco-doc-further-commitment-sustainable-170000114.html?guccounter=1>

https://winenews.it/it/con-equalitas-il-prosecco-doc-punta-alla-certificazione-di-sostenibile-di-territorio_458750/

IL PROSECCO DOC È UN MARCHIO TUTELATO ANCHE IN CINA

L'ufficio marchi cinese (Cnipa) ha rigettato l'opposizione dei produttori di vino australiano contro la registrazione del marchio "Prosecco" nel paese asiatico, chiesta dal Consorzio di tutela della DOC nel 2014, e che di fatto riconosce il vino veneto-friulano come prodotto protetto da Indicazione Geografica (IG). Lo ha comunicato il Presidente del Consorzio Prosecco DOC, Stefano Zanette, parlando di "un risultato particolarmente importante, anche considerato il ruolo strategico del mercato cinese". "Il successo dell'operazione - ha sottolineato Zanette - va ascritto al costante lavoro di tutela svolto dal Consorzio, supportato dalla grande collaborazione dell'ambasciata italiana a Pechino e della Commissione europea".

https://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/vino/2021/12/23/vino-il-prosecco-e-un-marchio-tutelato-anche-in-cina_9d63e469-8b45-49df-9bce-5856a2b45c73.html

CONSORZIO VINI DI ROMAGNA: IL BILANCIO VINICOLO IN ROMAGNA SEGNA MENO QUANTITÀ MA PIÙ QUALITÀ

Il 2021 è stato un anno impegnativo per l'agricoltura emiliano-romagnola, ma sul fronte vitivinicolo il risultato è soddisfacente: produzioni non delle più elevate, ma una qualità delle uve che farà parlare di sé. "In estrema sintesi, la qualità dell'annata 2021 è sicuramente buona, ma dal punto di vista quantitativo dobbiamo mettere un segno meno rispetto allo scorso anno." - commenta Ruenza Santandrea, Presidente del Consorzio Vini di Romagna - "Questo andamento ha interessato diversamente collina e pianura; infatti in collina possiamo registrare cali produttivi che oscillano tra il 20% e il 30%, mentre la pianura è stata più generosa, scontando comunque un calo produttivo mediamente del 5%".

<https://www.teatronaturale.it/tracce/italia/37059-bilancio-vinicolo-in-romagna-meno-quantita-ma-piu-qualita.htm>

CONSORZIO VOLONTARIO VINO DOC SAN COLOMBANO: IN GURI LA CONFERMA DELL'INCARICO AL CONSORZIO

Sulla GURI del 4 gennaio è stato pubblicato il decreto Mipaaf recante la conferma dell'incarico al Consorzio volontario vino DOC San Colombano o San Colombano al Lambro a svolgere le funzioni di promozione, valorizzazione, vigilanza, tutela, informazione del consumatore e cura generale degli interessi, di cui all'articolo 41, commi 1 e 4, della legge 12 dicembre 2016, n. 238, sulla DOC «San Colombano» o «San Colombano al Lambro» e sulla IGT «Collina del Milanese».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2022-01-04&atto.codiceRedazionale=21A07671&elenco30giorni=true

CONSORZIO TUTELA VINI SOAVE: IN GURI IL COMUNICATO DI AVVENUTA PUBBLICAZIONE SULLA GAZZETTA EUROPEA DEL REGOLAMENTO DELLA CE DI APPROVAZIONE DELLE MODIFICHE AL DISCIPLINARE DELLA DOC SOAVE

Sulla GURI del 4 dicembre, è apparso il comunicato del Mipaaf che informa dell'avvenuta pubblicazione sulla Gazzetta europea del regolamento di esecuzione (UE) 2021/2023 della Commissione del 12 novembre 2021 di approvazione delle modifiche dell'Unione al disciplinare di produzione della denominazione di origine controllata dei vini «Soave» DOP (DOC) e del relativo disciplinare consolidato.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2021-12-04&atto.codiceRedazionale=21A07099&elenco30giorni=true

CONSORZIO DI TUTELA VINI DI TORGIANO: IN GURI LA CONFERMA INCARICO AL CONSORZIO

Sulla GURI del 5 gennaio 2022, è stato pubblicato il decreto Mipaaf recante la conferma dell'incarico al Consorzio di tutela dei vini di Torgiano a svolgere le funzioni di promozione, valorizzazione, vigilanza, tutela, informazione del consumatore e cura generale degli interessi, di cui all'articolo 41, commi 1 e 4, della legge 12 dicembre 2016, n. 238, sulla DOCG «Torgiano Rosso Riserva» e sulla DOC «Torgiano».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2022-01-05&atto.codiceRedazionale=21A07675&elenco30giorni=true

**CONSORZIO DOC
DELLE VENEZIE: ANCHE
NEL 2021 PERFORMANCE
IMPORTANTI GRAZIE AL
RAFFORZAMENTO DELLA
PROMOZIONE INTERNAZIONALE
DEL CONSORZIO DI TUTELA**

La DOC delle Venezie si appresta a chiudere il suo quarto anno nel segno della positività, mantenendo un trend in costante crescita che riguarda sia gli imbottigliamenti sia le certificazioni. Nel periodo gennaio-novembre 2021, la più grande denominazione a livello nazionale del Pinot grigio che, con i suoi circa 27 mila ettari di vigneto, riunisce gli operatori della filiera produttiva del Pinot grigio DOC di Veneto, Friuli Venezia Giulia e Provincia Autonoma di Trento, registra un +6% di imbottigliato, ovvero + 97.322 hl sullo stesso periodo del 2020, per un totale di ben 1.728.517 hl messi in bottiglia ad una media di 157.138 hl/mese (oggi al 98,7% di tutto il Pinot grigio DOC imbottigliato nel 2020). Una vera e propria corsa all'imbottigliamento quella della nuova stagione produttiva iniziata già a settembre - anticipando le operazioni di un mese rispetto allo scorso anno (e di due rispetto al 2019) -, che si traduce in oltre 94 mila hl messi in bottiglia nell'ultimo trimestre. Fa ben sperare anche il trend delle certificazioni che, a poche settimane dalla fine dell'anno, vede già certificato tra settembre e novembre - esclusivamente dall'ultima campagna produttiva - un totale di 362.855 hl, 206.647 dei quali sono stati certificati nel solo mese di novembre, che registra il valore più alto di sempre pari a un +22% di certificazioni sullo stesso periodo del 2020. A novembre il Pinot grigio delle Venezie ha chiuso anche l'intenso tour istituzionale e informativo promosso dal Consorzio di Tutela in Nord Europa, USA e UK, primi partner commerciali della Denominazione, che assorbono insieme oltre il 70% dell'intera produzione. Un trimestre ricco anche di attività promozionali che ha segnato un passaggio senza precedenti in termini di traguardi raggiunti e di consapevolezza da parte del consumatore internazionale, facendo guadagnare al Pinot grigio delle Venezie (che, ricordiamo, solo nel 2020 ha concluso i percorsi di

riconoscimento ufficiale di Denominazione e Consorzio) il podio rispetto all'enorme offerta internazionale della varietà. "Forti dei grandi risultati raccolti negli ultimi mesi, con l'inizio imminente della campagna di commercializzazione 2022, siamo pronti a realizzare nuovi progetti di comunicazione on- e off-line con brand ambassadors selezionati dal nostro CdA in paesi come USA, Canada, Russia, Giappone, UK ed Est Europa" dichiara Nazareno Vicenzi, Area Tecnica del Consorzio di Tutela.

<https://4jogt.r.a.d.sendibm1.com/mk/mr/jXncLK4UBjZaho-Ge3tKR43pG4aRISQq412k8KcUmAmHYThPBxkKJwxLWdE-R3V9W6D8r.tZR4FXdW2NtdF9kKLhQkuV4BW1PY8boQK0m1gMbO-OF3vJ9ZGkl3T6c8fCgjV14i5uyqw>

**CONSORZIO DEL
VINO VERNACCIA
DI SAN GIMIGNANO:
LA DENOMINAZIONE CHIUDE
POSITIVAMENTE IL 2021. FIRENZE
ACCOGLIE LA SAN GIMIGNANO
DEL VASARI NELL'ANNO DI DANTE**

Chiude positivamente il 2021 per la Vernaccia di San Gimignano. La Denominazione registra un aumento di quote di mercato del 12% sul 2019. Ed inoltre, nei primi undici mesi del 2021 sono stati imbottigliati 36.589 ettolitri di Vernaccia, mentre nel 2020, l'anno dei lockdown, erano stati 31.028, ma significativo è proprio il confronto con il 2019, quando gli ettolitri imbottigliati furono 32.497. Ed anche per quanto riguarda la vendemmia, che è avvenuta in seguito a fenomeni poco entusiasmanti per gli agricoltori, dalle gelate alla siccità, la "Regina Bianca in una Terra di Re Rossi" ha segnato un trend positivo registrando un "solo" 10% di calo di produzione. E, dunque, sul finire dell'anno, è tempo di bilanci e propositi. Nell'agenda 2022 della Vernaccia vi sono degli appuntamenti fissati e degli obiettivi per tutto il comparto, come ha dichiarato, alla testata WineNews, la Presidente del Consorzio della Vernaccia di San Gimignano, Irina Strozzi Guicciardini: "aspettiamo gli appuntamenti canonici, dall'Anteprima che organizzeremo con la formula "diffusa", al Vini-

taly a Verona. Abbiamo raccolto dati positivi per il 2021 e ci aspettiamo di mantenere questo trend. La richiesta di Vernaccia sta crescendo a livello internazionale." E, nei settecento anni dalla morte di Dante, che cantò la Vernaccia, il Consorzio ha voluto, in un incontro informale e di saluti a Palazzo Vecchio a Firenze, nel Salone dei Cinquecento, invitare due grandi esperti di storia e d'arte per parlare proprio delle tracce evidenti che legano le bellezze letterarie, come nel caso della Divina Commedia, quelle artistiche, come nel caso di una tavola del Vasari sul soffitto del Salone, alla Vernaccia di San Gimignano. Franco Cardini, storico e saggista italiano, specializzato nello studio del Medioevo, e Carlo Francini, responsabile dell'Ufficio Rapporti con Unesco del Comune di Firenze.

https://winenews.it/it/il-passato-e-presente-e-si-chiama-vernaccia-di-san-gimignano-tra-dante-e-giorgio-vasari_458253/

AGENDA APPUNTAMENTI

17 GENNAIO 2022

BRUXELLES – CONSIGLIO
UE AGRICOLTURA

È in programma a metà gennaio, con la presidenza della Francia alla guida del semestre europeo, il Consiglio UE Agricoltura e pesca, che vedrà uno scambio di vedute sulla situazione di mercato illustrata dalla Commissione europea.

<https://www.consilium.europa.eu/it/meetings/agrifish/2022/01/17/>

