



INFODOC

FEBBRAIO 2023
BOLLETTINO MENSILE
PER IL SETTORE IG

INFORMAZIONE D'ORIGINE CONTROLLATA

NOTIZIE DALL'EUROPA E DAL MONDO



UNIONE EUROPEA

APERTI I BANDI 2023 PER LA PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI DELL'UNIONE. PROPOSTE ENTRO IL 20 APRILE 2023

EREA, European Research Executive Agency, ha ufficialmente aperto le "calls for proposals" per la presentazione dei progetti di promozione dei prodotti agroalimentari dell'Unione europea per il 2023. La scadenza di presentazione dei progetti è fissata al 20 aprile 2023. Sono 15 i "topics" tematici individuati dal programma di lavoro di quest'anno e 166,4 milioni i fondi

europei a disposizione per la realizzazione di campagne semplici o multiple.

https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-o/calls-proposals-promotion-agricultural-products_en

LA COMMISSIONE EUROPEA APPROVA LA 3500ESIMA ISCRIZIONE NEL REGISTRO DELLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE

Il 23 febbraio scorso, la Commissione europea ha approvato l'inserimento dei vini «Corrèze» della Francia nel registro delle DOP, consentendo così di

tagliare il traguardo della 3500a iscrizione nel registro europeo delle Indicazioni Geografiche.

https://agriculture.ec.europa.eu/news/protecting-local-food-and-drinks-3-500-geographical-indications-registered-2023-02-23_en

IL NUOVO MECCANISMO UE PER LA TUTELA DEI PRODOTTI ARTIGIANALI E INDUSTRIALI LOCALI PASSA IL VARO DELLA COMMISSIONE AFFARI LEGALI DEL PE

La Commissione Affari Legali del Parlamento europeo ha adottato la propria posizione in merito all'istituzione

di un nuovo regime per garantire che le Indicazioni Geografiche delle produzioni tradizionali sia protetta nell'UE e nel mondo. Basandosi sul regolamento esistente che protegge gli alimenti prodotti localmente nell'Unione, il disegno di legge proposto istituirebbe una procedura per registrare le IG e la loro etichettatura. Le domande dei produttori verrebbero prima esaminate dalle autorità nazionali e locali, quindi l'Ufficio UE per la proprietà intellettuale (EUIPO) deciderebbe in merito alla registrazione. I deputati propongono che gli Stati membri che non desiderano istituire un'autorità nazionale di registrazione possano rinunciarvi e che la registrazione sia coperta per loro direttamente dall'EUIPO. Per rendere il processo più agevole, i deputati hanno suggerito di utilizzare applicazioni elettroniche. Hanno anche proposto che le autorità nazionali assistano le micro, piccole e medie imprese nei rapporti con l'amministrazione per l'inoltro della domanda e garantiscano loro tasse di registrazione più basse. I paesi dell'UE sarebbero tenuti a designare un'autorità competente incaricata di verificare che una IG sia stata immessa sul mercato in conformità al disciplinare di produzione. I deputati vogliono assicurarsi che le regole si applichino effettivamente anche ai beni immessi sul mercato elettronico e che venga resa obbligatoria la proposta di istituzione di un portale digitale, accessibile al pubblico, con i dettagli degli organismi di certificazione. Una volta che il Parlamento nel suo insieme avrà confermato il mandato ad avviare negoziati con i governi dell'UE, potranno iniziare i colloqui sul testo definitivo della normativa.

<https://www.europarl.europa.eu/news/it/press-room/20230227IPR76586/new-eu-mechanism-to-protect-local-craft-and-industrial-products>

METODI D'ANALISI COMUNITARI DELL'ALCOL ETILICO DI ORIGINE AGRICOLA PER L'ELABORAZIONE DI VINI AROMATIZZATI E ALTRE BEVANDE A BASE DI PRODOTTI VITIVINICOLI:

ABROGAZIONE DEL
 REGOLAMENTO (CEE) N. 2009/92

Sulla GUUE del 21 febbraio è stato pubblicato il regolamento di esecuzione (UE) 2023/383 della Commissione del 16 febbraio 2023 recante modifica del regolamento (CE) n. 2870/2000, che definisce i metodi d'analisi comunitari di riferimento applicabili nel settore delle bevande spiritose, e abrogazione del regolamento (CEE) n. 2009/92, che stabilisce metodi comunitari di analisi dell'alcole etilico di origine agricola per l'elaborazione di bevande spiritose, vini aromatizzati, bevande aromatizzate a base di vino e cocktail aromatizzati a base di prodotti vitivinicoli.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L.2023.053.01.0003.01.ITAHtoc=OJ%3AL%3A2023%3A053%3ATOC>

PROCEDURE, TERMINI DI PRESENTAZIONE, DEROGA AL NUMERO MASSIMO DI MODIFICHE DEI PIANI STRATEGICI DELLA PAC: IN GUUE INTEGRAZIONE AL REGOLAMENTO (UE) 2021/2115

Sulla Gazzetta europea del 20 febbraio scorso è stato pubblicato il regolamento delegato 2023/370 che integra il regolamento 2021/2115 per quanto riguarda le procedure, i termini di presentazione da parte degli Stati membri delle domande di modifica dei piani strategici della PAC e gli ulteriori casi per i quali non si applica il numero massimo di modifiche degli stessi che possono essere presentate ogni anno civile.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L.2023.051.01.0025.01.ITAHtoc=OJ%3AL%3A2023%3A051%3ATOC>

REQUISITI AGGIUNTIVI PROGETTAZIONE INTERVENTI PIANI STRATEGICI PAC:

PUBBLICATO REGOLAMENTO CHE MODIFICA E RETTIFICA IL REGOLAMENTO DELEGATO (UE) 2022/126

Il regolamento delegato (UE) 2022/126 della Commissione stabilisce requisiti aggiuntivi relativi alla progettazione degli interventi da specificare nei piani strategici della PAC degli Stati membri. Con la pubblicazione del regolamento delegato (UE) 2023/330 della Commissione, alcuni di questi requisiti vengono chiariti e rettificati al fine di offrire agli Stati membri e ai beneficiari certezza giuridica per quanto riguarda la progettazione e l'attuazione dei rispettivi piani strategici della PAC e i tipi di intervento.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L.2023.044.01.0001.01.ITAHtoc=OJ%3AL%3A2023%3A044%3ATOC>

RISOLUZIONE PARLAMENTO EUROPEO SUI FERTILIZZANTI:

GARANTIRE DISPONIBILITÀ, CONVENIENZA E AUTONOMIA A LUNGO TERMINE

In una risoluzione approvata stamane, gli eurodeputati chiedono una strategia UE a lungo termine sui fertilizzanti e una sui nutrienti del suolo entro giugno 2023. I rappresentanti eletti del PE rilevano che il gas russo, utilizzato nella produzione di fertilizzanti, contribuisce a finanziare la guerra in Ucraina e chiedono, pertanto, che vengano stanziati al più presto risorse sufficienti per porre fine alla dipendenza da questo gas. I deputati riconoscono inoltre che essere autosufficienti sui fertilizzanti minerali non è realistico a medio termine e che le materie prime utilizzate per produrre fertilizzanti spesso provengono da regimi autocratici. L'UE non deve sostituire una dipendenza con un'altra - sostengono gli eurodeputati - e deve aumentare la propria autonomia strategica nei fertilizzanti. Come misura a breve termine per aumentare la disponibilità di fertilizzanti per gli agricoltori e stabilizzare i prezzi,

i deputati propongono di utilizzare parte del bilancio agricolo 2023 per fornire assistenza immediata agli agricoltori e per estendere la sospensione temporanea dei dazi all'importazione a tutti i fertilizzanti minerali, ad eccezione di quelli provenienti dalla Russia e dalla Bielorussia. Invitano inoltre la Commissione a esaminare un meccanismo di acquisto congiunto a livello UE e a come ridurre le strozzature nel mercato dei fertilizzanti. A lungo termine, i deputati raccomandano di accelerare il processo di decarbonizzazione e di utilizzare nutrienti privi di fossili e riciclati per produrre fertilizzanti.

<https://www.europarl.europa.eu/news/it/press-room/20230210IPR74810/fertilisers-ensuring-availability-affordability-and-long-term-autonomy>

LA COMMISSIONE EUROPEA PROPONE L'ETICHETTATURA DIGITALE PER I PRODOTTI FERTILIZZANTI DELL'UE PER INFORMARE MEGLIO GLI UTENTI E RIDURRE I COSTI

La Commissione europea ha adottato una proposta sull'etichettatura digitale volontaria dei prodotti fertilizzanti dell'UE. Nell'Unione, l'etichettatura digitale è già utilizzata per alcuni prodotti contenenti sostanze chimiche, ad esempio le batterie, e sono allo studio norme per l'etichettatura digitale per altri, come detersivi, cosmetici e prodotti chimici. I fornitori di prodotti fertilizzanti che soddisfano gli standard UE in materia di salute, sicurezza e ambiente (con marchio CE) saranno autorizzati a fornire informazioni su un'etichetta digitale. Ciò informerà meglio gli utenti, portando ad un uso più efficiente dei prodotti fertilizzanti. Parallelamente semplificherà gli obblighi di etichettatura per i fornitori e ridurrà i costi: 57.000 euro all'anno per una grande azienda e 4.500 euro per una PMI. L'etichettatura digitale sarà volontaria, il che significa che fornitori e rivenditori possono scegliere come comunicare le informazioni sull'etichettatura: un formato fisico, un formato digitale o una combinazione dei due. I prodotti venduti in confezioni agli agricoltori e ad altri consumatori

di fertilizzanti continueranno ad avere le informazioni più importanti su un'etichetta fisica, ad esempio rispetto alla sicurezza per la salute umana e l'ambiente, oltre all'etichetta digitale. La proposta della CE è stata inviata al Parlamento europeo e al Consiglio.

(Fonte: Commissione europea)

USARE MENO PESTICIDI CHIMICI: LA COMMISSIONE EUROPEA PUBBLICA UN TOOLBOX DI BUONE PRATICHE

Il controllo dei parassiti che danneggiano le colture e le piante è necessario sia per salvaguardare la sicurezza alimentare sia per garantire un reddito sostenibile agli agricoltori per la loro produzione. Ciò deve essere fatto riducendo al minimo i rischi per le persone e per l'ambiente. Tale approccio, che utilizza metodi naturali quando possibile e pesticidi chimici come ultima risorsa, è chiamato "lotta integrata contro i parassiti" (IPM). La Commissione europea ha pubblicato una banca dati che presenta una panoramica dei metodi IPM attualmente disponibili, accompagnata da uno studio che ne valuta l'efficacia e le prospettive di ulteriore adozione.

https://agriculture.ec.europa.eu/news/using-less-chemical-pesticides-european-commission-publishes-toolbox-good-practices-2023-02-28_en

NUOVA PRONUNCIA DELLA CORTE DI GIUSTIZIA UE SUGLI OGM

Le piante ottenute con mutagenesi casuale in vitro non devono sottostare alle norme sugli ogm secondo quanto previsto dalla Direttiva UE del 2001. Lo precisa la Corte europea di Giustizia su richiesta del Consiglio di Stato francese, in seguito a un ricorso della ong Confederation Paysanne contro le autorità di Parigi. Nel 2018 la Corte aveva chiarito che solo la mutagenesi «tradizionale», ad esempio ottenuta tramite irraggiamento o sostanze mutagenesi, potesse essere esclusa dall'ambito della regolamentazione sugli ogm in quanto «utilizzata convenzionalmente in varie applicazioni con una lunga tradizione di sicurez-

za», mentre tutte le tecniche biotech applicate alle piante sviluppate dopo il 2001 dovessero rientrarvi. Oggi la Corte specifica che, pur facendo salvo quel principio, esso non si applica nel caso specifico degli organismi prodotti con mutagenesi casuale in vitro se le modifiche ottenute non differiscono da quelle ottenibili con le tecniche già ritenute ammissibili. Il chiarimento della Corte UE arriva mentre la Commissione europea sta preparando una nuova legislazione sulle nuove biotecnologie agrarie, come cisgenesi e genome editing, per chiarire quali di esse possano essere considerate ricadenti nell'ambito delle norme di commercializzazione ed etichettatura che regolano gli ogm, datate 2001.

<https://www.informatoreagrario.it/news/ogm-o-non-ogm-nuova-pronuncia-della-corte-di-justizia-ue/>

<https://curia.europa.eu/jcms/uplod/docs/application/pdf/2023-02/cp230022it.pdf>

DAL 25 MARZO APERTE LE ISCRIZIONI AI NUOVI EU ORGANIC AWARDS

Il Piano d'Azione per lo Sviluppo della Produzione Biologica adottato nel marzo 2021 segue l'approccio secondo cui, al fine di stimolare la produzione biologica, occorre aumentare la domanda dei consumatori di prodotti bio. Ciò richiede, tra l'altro, una maggiore consapevolezza pubblica delle caratteristiche e dei vantaggi della produzione biologica. A tal fine, il Piano d'Azione prevede il lancio di premi annuali che riconoscano l'eccellenza nella filiera del biologico. Anche quest'anno, dunque, l'Unione europea premia i migliori agricoltori, aziende e autorità locali che difendono e promuovono il cibo bio in Europa. Le iscrizioni ai nuovi EU Organic Awards saranno aperte dal 25 marzo al 14 maggio 2023. I premi saranno assegnati il prossimo settembre 2023.

https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-action-plan/eu-organic-awards_en

IL COMMISSARIO WOJCIECHOWSKI A WASHINGTON PER PARTECIPARE ALL'AGRICULTURAL OUTLOOK FORUM

Il Commissario UE all'Agricoltura Janusz Wojciechowski si è recato a Washington DC nei giorni scorsi, per partecipare all'annuale Agricultural Outlook Forum dell'USDA, che ha riunito leader ed esperti dell'agricoltura per discutere questioni chiave che incidono sul settore, tra cui: previsioni per l'economia agricola, mercati delle commodities e scambi commerciali nel 2023, agricoltura intelligente per il clima, sfide e soluzioni della catena di approvvigionamento, fattori che incidono sul commercio e sul mercato globale e prospettive sui prezzi alimentari.

(Fonte: Commissione europea)

DAL 13 FEBBRAIO TUTTE LE TRANSAZIONI RELATIVE ALLE ACCISE NELL'UE SONO DIVENTATE COMPLETAMENTE ELETTRONICHE

A seguito di un aggiornamento della direttiva relativa al regime generale delle accise, gli Stati membri hanno iniziato ad applicare le nuove norme sulle accise a partire dal 13 febbraio. Queste norme rendono la tassazione di alcol, tabacco e prodotti energetici completamente priva di supporti cartacei in tutta l'UE. Il passaggio allo scambio immediato e digitalizzato di informazioni sulla circolazione di tali prodotti nell'Unione aiuterà le autorità a combattere le frodi sulle accise, un problema che ogni anno costa agli Stati membri milioni di oneri di bilancio. Allo stesso tempo, il nuovo sistema elettronico standardizzato semplificherà la vita ai commercianti, in particolare ai fornitori di energia e ai piccoli produttori di alcolici, e contribuirà ad accelerare il commercio nei relativi settori. In precedenza, le procedure di accise digitali erano accessibili solo agli operatori che operavano in regime di cosiddetta "sospensione dei diritti". Fino al 13 febbraio, le merci dovevano essere accompagnate da dichiarazioni cartacee fisiche quando i diritti d'ac-

cisa venivano immediatamente contabilizzati a destinazione. In base alle nuove misure, tutti gli operatori che spostano prodotti soggetti ad accisa da uno Stato membro all'altro dell'UE devono solo presentare informazioni sulle transazioni digitali nel sistema informatizzato dei movimenti e controlli dei prodotti soggetti ad accisa (EMCS). Il sistema raccoglie ed elabora le informazioni sui movimenti online, convalida i dati inseriti e consente la notifica in tempo reale della spedizione e del ricevimento dei prodotti sottoposti ad accisa. Permette inoltre lo scambio immediato di messaggi online sicuri contenenti informazioni specifiche su spedizioni e movimenti tra Stati membri, liberando le imprese da costi amministrativi, tempo e risorse, e fornendo alle autorità le informazioni di cui hanno bisogno per combattere le frodi in modo più efficace.

https://taxation-customs.ec.europa.eu/news/all-excise-duty-transactions-eu-become-fully-electronic-13-february-2023-02-10_en

UNA NUOVA STRADA DA SEGUIRE PER IL PROTOCOLLO SU IRLANDA/IRLANDA DEL NORD: RAGGIUNTO ACCORDO POLITICO DI PRINCIPIO UE-UK

La Commissione europea e il governo del Regno Unito hanno raggiunto un accordo politico di principio sul Windsor Framework. Si tratta di un insieme completo di soluzioni congiunte volte ad affrontare, in modo definitivo, le sfide pratiche affrontate dai cittadini e dalle imprese dell'Irlanda del Nord, fornendo loro certezza e prevedibilità durature. Le soluzioni congiunte riguardano, tra l'altro, nuove disposizioni in materia di dogane, agroalimentare, medicinali, IVA e accise, nonché strumenti specifici volti a garantire che la voce della popolazione dell'Irlanda del Nord sia meglio ascoltata su questioni specifiche particolarmente rilevanti per le comunità locali. Queste nuove disposizioni sono sostenute da solide salvaguardie per garantire l'integrità del mercato unico dell'UE, a cui l'Irlanda del Nord ha un accesso unico. L'accordo politico raggiunto in linea

di principio consente alle due Parti di aprire un nuovo capitolo del partenariato tra UE e UK, basato sulla fiducia reciproca e sulla piena cooperazione, consentendo anche di sbloccare il pieno potenziale della relazione.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_23_1268

LA COMMISSIONE EUROPEA PRESENTA L'ACCORDO COMMERCIALE UE-NUOVA ZELANDA PER LA RATIFICA. VERSO L'ABOLIZIONE DEI DAZI SU VINI E SPUMANANTI E LA PROTEZIONE DI TUTTI I VINI E SPIRITS DELL'UE

Importante passo avanti per la ratifica dell'accordo commerciale UE-Nuova Zelanda con l'invio del testo al Consiglio, il 17 febbraio scorso, per la firma. La trasmissione al Consiglio dei progetti di decisioni relative alla firma e alla conclusione dell'accordo è un traguardo notevole: dopo il via libera del Consiglio, l'UE e la Nuova Zelanda potranno firmare l'accordo e sottoporlo al Parlamento europeo per l'approvazione. A seguito di questo passaggio l'accordo potrà entrare in vigore. Sono previsti importanti vantaggi per l'UE. Secondo le previsioni l'accordo si tradurrà in una crescita degli scambi bilaterali del 30%, con un incremento potenziale delle esportazioni annuali dell'UE che potrebbe toccare i 4,5 miliardi di euro. Il potenziale di crescita degli investimenti dell'UE in Nuova Zelanda è invece dell'80%. L'accordo renderebbe possibile una riduzione dei dazi per le imprese dell'UE di circa 140 milioni di euro all'anno a partire dal primo anno di applicazione. Gli agricoltori dell'UE avranno molte più possibilità di vendere i loro prodotti in Nuova Zelanda immediatamente dopo l'applicazione dell'accordo: a partire dal primo giorno saranno aboliti i dazi sulle principali esportazioni dell'UE, come carni suine, vini e vini spumanti, cioccolato, dolci e biscotti. I vantaggi di cui godranno gli agricoltori dell'UE non si limitano ai tagli tariffari: l'accordo proteggerà l'elenco completo dei vini e delle bevande spiritose

dell'UE (quasi 2000 denominazioni). Infine, per la prima volta in un accordo commerciale dell'UE compare un capitolo dedicato ai sistemi alimentari sostenibili.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/IP_23_921

ACCORDO COMMERCIALE UE-AUSTRALIA: PROGRESSI SUL CAPITOLO IG IN OCCASIONE DEL 14° ROUND DEL NEGOZIATO

Funzionari della Commissione europea e dell'Australia hanno tenuto a Canberra, dal 6 al 10 febbraio scorso, il 14° round di negoziati per un accordo commerciale tra le parti. È stata la prima volta che il team negoziale dell'UE ha potuto recarsi fisicamente in Australia dal 6° ciclo di colloqui del febbraio 2020. Le discussioni si sono svolte in un'atmosfera positiva e costruttiva. Entrambe le parti hanno mostrato un impegno condiviso a negoziare un accordo ambizioso e completo e a lavorare il più intensamente possibile verso la sua conclusione. 22 gruppi e sottogruppi di lavoro si sono incontrati nel corso della settimana, coprendo tutte le aree del futuro accordo che non erano state ancora provvisoriamente chiuse. Tra i diversi ambiti di negoziazione, quello che ha riguardato le Indicazioni Geografiche. Il dialogo tra le delegazioni negoziali ha consentito di registrare avanzamenti sul testo e sulle soluzioni che riguardano i conflitti con i marchi per uso precedente, con l'ulteriore riduzione del divario tra le rispettive posizioni.

https://www.eeas.europa.eu/delegations/australia/report-14th-round-negotiations-trade-agreement-between-european-union-and_en?s=163

UE-INDIA: NUOVO TRADE AND TECHNOLOGY COUNCIL PER GUIDARE LA TRASFORMAZIONE DIGITALE, LE TECNOLOGIE VERDI E IL COMMERCIO

L'UE e l'India hanno rafforzato il loro rapporto di partner strategici istituendo un nuovo Consiglio per il commercio e la tecnologia (Trade and Technology Council-TTC). Il nuovo

TTC approfondirà l'impegno strategico su commercio e tecnologia tra i due partner. In un contesto geopolitico in rapida evoluzione, l'UE e l'India hanno un interesse comune a garantire sicurezza, prosperità e sviluppo sostenibile sulla base di valori condivisi. Il TTC fornirà l'orientamento politico e la struttura necessaria per coordinare gli approcci e far progredire il lavoro tecnico. Per gettare le basi, entrambe le parti hanno concordato di lavorare su aree critiche come la connettività, le tecnologie verdi e le catene di approvvigionamento resilienti. In particolare, il gruppo di lavoro "Trade, investment and resilient value chains" focalizzerà il proprio impegno sulla resilienza delle catene di approvvigionamento e sull'accesso a componenti critici, energia e materie prime. Si adopererà inoltre per superare le barriere commerciali individuate e affrontare le sfide commerciali globali promuovendo la cooperazione nei consessi multilaterali. Si impegnerà infine a promuovere gli standard internazionali e la cooperazione nell'affrontare le sfide geopolitiche globali.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_23_596

L'UE CHIEDE AL WTO DI AFFRONTARE LE ATTUALI SFIDE POLITICHE ATTRAVERSO DELIBERAZIONI MIRATE

L'Unione europea ritiene che una deliberazione più sostanziale delle odierne questioni commerciali in seno all'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO) possa contribuire a evitare le tensioni commerciali, promuovendo approcci convergenti alle sfide politiche attuali. Tali deliberazioni possono anche gettare le basi per futuri negoziati formali tra membri WTO. In un documento presentato nell'ambito del lavoro in corso per riformare l'organizzazione, l'UE propone tre aree tematiche per una discussione più approfondita da parte dei membri WTO: l'intervento statale, l'ambiente e l'inclusione. Un sistema di risoluzione delle controversie pienamente funzionante entro il 2024, rimane la massima priorità dell'UE per la riforma del

WTO. L'altra priorità per l'Unione europea riguarda la funzione negoziale e che il WTO si basi sui recenti progressi multilaterali e plurilaterali e raggiunga risultati ambiziosi nel lavoro in corso.

https://policy.trade.ec.europa.eu/news/eu-calls-wto-address-current-policy-challenges-through-focused-deliberation-2023-02-22_en

QUANTO SPENDONO LE FAMIGLIE IN UE PER LE BEVANDE ALCOLICHE? IN ITALIA L'INCIDENZA PIÙ BASSA SUL TOTALE SPESO PER I CONSUMI

Nel 2021, le famiglie in UE hanno speso complessivamente 128 miliardi di euro (equivalenti allo 0,9% del PIL dell'Unione) in "bevande alcoliche". Ciò rappresenta l'1,8% della loro spesa totale per i consumi, la stessa quota percentuale del 2020. Tra i membri dell'UE, le quote più elevate della spesa totale per consumi di bevande alcoliche nel 2021 sono state registrate in Lettonia (5,0%), Estonia (4,7%), Polonia (3,7%), Lituania e Cechia (entrambi 3,6%). Al contrario, le quote più basse si registrano in Grecia e Italia (entrambe 1,0%), Paesi Bassi (1,3%) e Spagna (1,4%). Lo rileva Eurostat.

<https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/w/ddn-20230201-1>

ATTUALITÀ

L'IRLANDA NOTIFICA AL WTO L'ETICHETTA 'SALUTISTA'

In data 6 febbraio, l'Irlanda ha notificato all'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO) il suo progetto di regolamento ai sensi della sezione 12 dell'Ireland's Public Health (Alcohol) Act 2018 che stabilisce norme per l'etichettatura delle bevande alcoliche, compreso l'uso di avvertenze sanitarie. Ha notificato una bozza di regolamento immutata nonostante la forte opposizione, in quanto incompatibile con il diritto dell'Unione europea, di un numero elevato di Stati membri dell'UE e grazie all'inerzia della Commissione europea. Il passaggio presso

il WTO sarebbe l'ultimo step procedurale prima che l'Irlanda possa adottare le nuove regole.

<https://www.ceev.eu/newsletter/ireland-notifies-to-wto-its-draft-regulations-on-alcoholic-beverages-labelling-unchanged-despite-the-strong-opposition-of-eu-member-states/>

ANCHE LE REGIONI EUROPEE DEL VINO SI SCHIERANO CONTRO L'ETICHETTA IRLANDESE

L'Irlanda, Stato membro UE, si allontana dall'approccio comune nella riforma del regolamento sull'etichettatura degli alcolici e, anche secondo l'Assemblea delle Regioni viticole europee (AREV), mette in discussione l'unità dell'Europa nell'attuazione delle decisioni adottate democraticamente, ponendo in questo caso a rischio il settore vitivinicolo, così importante per la strutturazione del territorio e il tessuto socio-economico delle zone rurali. Il governo irlandese sta dunque disattendendo l'accordo politico raggiunto in Parlamento europeo, attraverso l'approvazione della relazione BECA, registrando presso le Istituzioni europee l'intenzione di legiferare a livello nazionale sull'etichettatura del vino, equiparando il suo consumo a quello nocivo dell'alcol e senza fare alcuna distinzione tra le bevande alcoliche di qualità superiore, con un'etichetta simile a quella del tabacco.

<https://www.arev.org/stampa/larev-deplora-le-scelte-unilaterali-dellirlanda-nella-sua-politica-di-etichettatura-dei-vini/?lang=it>

44° CONGRESSO MONDIALE DELLA VIGNA E DEL VINO: INVIO ABSTRACT ENTRO FINE FEBBRAIO

Il 44° Congresso Mondiale della Vigna e del Vino e la 21° Assemblea Generale dell'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV) si svolgeranno dal 5 al 9 giugno a Jerez de la Frontera, Cadice, Spagna. L'evento ospiterà i maggiori specialisti mondiali nei settori della viticoltura e dell'enologia, nonché esperti in salute, sicurezza, diritto ed economia coinvolti nel

comparto della produzione vitivinicola. Questo 44° Congresso affronterà le questioni legate alle attuali sfide della produzione vitivinicola globale sotto il seguente tema: "Vitivinicoltura e tecnologie dell'informazione". Le quattro sessioni per le quali potevano essere inviati, entro il 28 febbraio, contributi scientifici sono strutturate come segue: Sessione I. Viteicoltura. Big data e intelligenza artificiale nel processo decisionale in viticoltura di fronte al cambiamento climatico; Sessione II. Enologia. Nuove tecnologie applicate in enologia; Sessione III. Diritto e informazione ai consumatori. Digitalizzazione delle informazioni al servizio dei consumatori e tracciabilità; Sessione IV. Sicurezza alimentare, consumo, nutrizione e salute. Information technology per la sostenibilità e la sicurezza alimentare (blockchain, dalla produzione al consumatore).

<https://www.oiv.int/press/44th-world-congress-vine-and-wine-will-take-place-june-spain>

DISTILLAZIONE DI VINI, ESTIRPAZIONE, PRESTITI GARANTITI DALLO STATO: IL MINISTRO FRANCESE MARC FESNEAU APRE IL RUBINETTO DEI FINANZIAMENTI

Il 6 febbraio scorso si è svolto l'appuntamento tanto atteso dalla filiera del vino francese. Il Ministro dell'Agricoltura Marc Fesneau ha confermato ai rappresentanti del settore il suo assenso al finanziamento di una distillazione congiunturale dei vini, l'eventuale mobilitazione di fondi per un'estirpazione strutturale dei vigneti per i distretti che lo richiedono, nonché l'apertura del Ministero delle Finanze alla possibilità di estendere da 6 a 10 anni il rimborso dei prestiti garantiti dallo Stato contratti durante l'emergenza sanitaria da Covid. Una prima campagna di distillazione, in partenza questa estate, dovrebbe prevedere l'utilizzo di 80 milioni di euro tra fondi nazionali ed europei (40+40), e dovrebbe essere seguita da una seconda campagna organizzata a partire da ottobre seguendo analogia ripartizione tra crediti nazionali ed europei per raggiungere un massimo di 160 milioni di euro nel 2023. Il Presidente del con-

siglio specializzato del vino di FranceAgriMer ha tuttavia annunciato che non ci sarà accordo se non si raggiungerà la cifra complessiva di 200 milioni, che addirittura diventano 240 se si tiene conto della valutazione espressa dal Presidente della confederazione dei vini Igp di Francia. Per le altre misure (estirpazione ed estensione rimborso prestiti), a fronte dell'apertura di Fesneau, si resta in attesa di una quantificazione più puntuale delle risorse effettivamente disponibili dopo le necessarie verifiche.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98639-distillation-des-vins-arrachage-pge-marc-fesneau-ouvre-le-rubinet-du-financement.html>

LA CARENZA DI BOTTIGLIE DI VETRO È LA PRINCIPALE PREOCCUPAZIONE PER I PRODUTTORI DI VINO FRANCESI

In un panel di discussione ospitato a Wine Paris, è emerso con chiarezza che la carenza di vetro sta diventando acuta per i produttori di vino d'Oltralpe, mentre la diminuzione dell'offerta di tipologie di bottiglia si sta rivelando sempre più costosa. La carenza di vetro ha iniziato a manifestarsi in Francia durante le restrizioni legate al Covid, quando le fornaci hanno smesso di funzionare a piena capacità. Anche oggi la produzione del vetro è ridotta, ma per un motivo diverso: il costo del combustibile per alimentare le fornaci. Oltre ai problemi riguardanti la fornitura di bottiglie di vetro, sono state segnalate ulteriori criticità relative ad altri aspetti del confezionamento del vino. Tra queste, la scarsa disponibilità di capsule e cartoni.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2023/02/glass-bottle-shortage-major-concern-for-french-wine-producers/>

NUOVE POSSIBILITÀ DI SPERIMENTAZIONE IN VIGNA O IN CANTINA PER LE DOP FRANCESI

Lo scorso 7 febbraio, il Comitato Nazionale delle Denominazioni di Origine dei Vini, delle Bevande Alcoliche e dei

Liquori (CNAOV) dell'INAO ha fornito alle Denominazioni dei vini (DOP) gli strumenti per affrontare la sfida della resilienza al cambiamento climatico e rispondere alle nuove aspettative della società. In pratica, viene consentito agli OdG che lo desiderino, e a tutti i loro membri, di introdurre nei rispettivi disciplinari la possibilità di condurre prove di potatura, di sperimentazione di nuovi metodi di gestione della vite, di dispositivi di protezione contro il gelo o la grandine, o di nuove pratiche enologiche. I viticoltori che intendano sperimentare pratiche innovative dovranno impegnarsi ad effettuare osservazioni, misurazioni e campionamenti previsti in un protocollo definito da un organismo abilitato alla sperimentazione, designato dall'OdG.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98648-nouvelles-possibilites-d-experimenter-a-la-vigne-ou-au-chai-en-aop.html>

"VIN MÉTHODE NATURE":
 A TRE ANNI DALLA SUA
 CREAZIONE BILANCIO POSITIVO
 PER I VINI "NATURALI" FRANCESI

Guardando indietro di tre anni, Jacques Carroget, il presidente dell'Unione per la difesa dei vini naturali è soddisfatto dei progressi compiuti. Oggi, l'organizzazione nata nella Valle della Loira nel settembre 2019, conta circa 260 membri (di cui 200 tenute), per più di 430 cuvée etichettate "Vin method nature", provenienti da tutti i vigneti francesi. "La definizione che abbiamo scritto e fatto riconoscere dalle autorità pubbliche, sta progressivamente entrando a far parte del paesaggio e non è più contestata. D'ora in poi, gli organizzatori delle fiere dei vini naturali chiedono che i prodotti che si dichiarano tali siano realizzati secondo la nostra carta", dichiara Carroget. Per l'associazione e i suoi fondatori, uno dei temi specifici per questa categoria di vino è il rispetto delle regole: uva 100% biologica, raccolta manuale, lieviti indigeni, nessun intervento (filtrazione, osmosi, termovinificazione, ecc.), nessuna aggiunta di solfiti prima e durante la fermentazione, né pieds de cuve (starter di fermentazione), ma possibilità di aggiustamento entro il limite massimo di 30 mg/l.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98695-le-vin-methode-nature-repond-a-des-regles-.html>

**FORUM DEI VINI
 DI BORDEAUX: "NON CI SONO
 PIÙ SCETTICI SUL CLIMA"**

Il Palais des Congrès di Bordeaux ha ospitato nei giorni scorsi l'edizione 2023 del Forum per lo Sviluppo Sostenibile dei Vini di Bordeaux. Organizzato dal Comité Interprofessionnel des Vins de Bordeaux (CIVB), l'evento è stato concepito come un'opportunità per i produttori e gli stakeholder della filiera vinicola di familiarizzare con gli effetti del cambiamento climatico sui vigneti e sui vini di Bordeaux e per promuovere pratiche comuni volte ad affrontare sfide correlate. L'evento ha presentato una panoramica delle sfide legate al clima attualmente affrontate dall'industria vinicola della regione, partendo dal dato che le temperature medie sono aumentate di 1,5°C dal 1985, causando il passaggio del clima di Bordeaux da "temperato" a "temperato caldo". Se è vero che, come hanno raccontato gli esperti intervenuti al Forum, la produzione agricola è responsabile del 15% di tutte le emissioni di gas serra, è altrettanto vero che, per quanto l'obiettivo di mantenere l'aumento della temperatura terrestre entro i 2°C alla fine di questo secolo possa sembrare allo stato difficile da centrare, strumenti e conoscenze a disposizione degli operatori possono contribuire a realizzare progressi significativi in questa direzione. "Non ci sono più scettici sul clima a Bordeaux", ha detto il Presidente del CIVB Allan Sichel. "Potremmo sentirci impotenti, ma stiamo anche vivendo un risveglio delle coscienze, che ci permette di sperare in un futuro clemente per le nostre generazioni a venire". Durante l'evento, il CIVB ha offerto al pubblico un aggiornamento sul suo programma di responsabilità sociale e aziendale (CSR), lanciato di recente nel tentativo di aiutare la regione ad adottare un approccio collettivo più efficiente e olistico nell'affrontare il cambiamento climatico e altri problemi di sostenibilità. Il programma definisce le linee guida per la sostenibilità economica, ambientale e sociale, basate sugli standard internazionali ISO 26000.

Il programma CSR del CIVB ha esordito nel 2019 con un primo gruppo pilota di 28 commercianti, viticoltori e cantine cooperative in 10 AOC di Bordeaux. È stato quindi lanciato ufficialmente nel 2021 assegnando alle aziende conformi l'etichetta Bordeaux Cultivons Demain. Oggi 56 aziende si fregiano dell'etichetta e il CIVB mira ad avere il 30% dei volumi venduti come vino certificato Bordeaux Cultivons Demain entro la fine di questo decennio.

https://harpers.co.uk/news/fullstory.php/aid/31101/Bordeaux_Wines_Forum:_There_are_no_more_climate-sceptics_.html

**IL CAMBIAMENTO
 CLIMATICO PORTA ALCUNI
 PRODUTTORI DI VINO
 DI BORDEAUX
 A PIANTARE ULIVI**

Se la regione francese della Gironda, in particolare Bordeaux, è rinomata in tutto il mondo per i suoi vigneti e la produzione di vino, alcuni agricoltori stanno iniziando a piantare alberi di ulivo. Le nuove piantagioni sono per lo più l'iniziativa dei produttori vinicoli e degli agricoltori della Francia meridionale che si sono trasferiti nella regione. Secondo France Olive, un'associazione di produttori, il cambiamento climatico ha trasformato la Gironda in un luogo interessante per sperimentare l'olivicoltura e la produzione di olio. "C'è una crisi del vino nella regione di Bordeaux tra i piccoli produttori che devono far fronte a un flusso di cassa incerto e a scorte di vino invendute", ha dichiarato Hélène Lasserre, direttrice della conservazione e della ricerca presso France Olive, alla testata Olive Oil Times. "Ciò riguarda principalmente la parte meridionale della regione di Bordeaux, non il Médoc né i suoi grand crus", ha aggiunto. "Considerato questo scenario, molti stanno iniziando ad abbattere il vigneto e cercano alternative e nuovi prodotti agricoli".

<https://www.oliveoiltimes.com/production/climate-change-leads-some-bordeaux-wine-producers-to-plant-olives/116924>

LA FILIERA DELLO CHAMPAGNE PRESENTA UN IMPORTANTE PIANO DI INVESTIMENTI PER IL PROSSIMO DECENNIO E PONE LE BASI PER LE BOLLICINE DEL FUTURO

I risultati del 2022 confermano il dinamismo complessivo del mercato dello Champagne, con 326 milioni di bottiglie spedite nel 2022 (+1,6% rispetto al 2021). Tuttavia, i vigneti sono fragili; soffrono i capricci del tempo e vedono lo sviluppo di malattie che fanno appassire le viti, come la flavescenza dorata che promette di essere la fillossera del 21° secolo. Di fronte a queste nuove sfide, i Vignerons e le Maisons de Champagne prendono ancora una volta in mano il proprio destino. In occasione di Wine Paris Et Vinexpo Paris, il Comité Champagne ha infatti squarciato il velo sul piano di filiera per il prossimo decennio, che definisce una traiettoria globale per affrontare le sfide dei prossimi dieci anni. Obiettivo: che lo Champagne sia sempre disponibile, sempre desiderabile e sempre esemplare. In 5 anni, il Comité Champagne aumenterà il suo budget annuale di ulteriori 10 milioni di euro che saranno investiti in particolare in ricerca e sviluppo (con un nuovo centro di ricerca che vedrà la luce entro il 2025), sviluppo sostenibile (programma di innovazione varietale, accelerazione nell'attuazione del piano per traghettare il settore verso l'obiettivo Net Zero Carbon riducendo le sue emissioni del 75% entro 2050, rafforzamento delle ambizioni economiche e sociali della filiera), potenziamento delle sue missioni fondanti (innovazione partecipata, costituzione di un ecosistema educativo solido, ampliamento della rete di uffici nei mercati d'esportazione, protezione della denominazione).

<https://www.champagne.fr/fr/informations-complementaires/media/comunique-presse-champagne/la-filiere-champagne-presente-un>

DECRETATO UFFICIALMENTE L'AUMENTO DELLE RESE TARGET PER I VINI DI BORGOGNA E CHAMPAGNE

È in vigore dal 1° febbraio il decreto che sancisce un aumento temporaneo delle rese per le sole denominazioni Borgogna e Champagne (nel limite di 5 ettolitri per ettaro o al massimo del 7% in più). Per beneficiare di questo sistema, le due DO hanno dovuto dimostrare che le rispettive rese 2021 erano diminuite di almeno il 20% rispetto alla media quinquennale a causa delle avversità climatiche (in particolare gelate, ma anche peronospora), con la conseguenza di un calo di almeno il 35% degli stock DOP. Il decreto precisa che "il piano di controllo delle denominazioni prevede modalità di controllo rafforzate per garantire la qualità del raccolto". Limitatamente alla vendemmia 2022, l'attivazione del sistema è su iniziativa dell'Organismo di difesa e di gestione (ODG) della denominazione, che sollecita il comitato regionale poi il comitato nazionale per le denominazioni di origine dei vini dell'Istituto Nazionale dell'Origine e della Qualità (INAO), per una proposta da inviare ai Ministri dell'Agricoltura, dei Consumi e del Bilancio.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98590-validation-du-depassement-de-7-des-rendements-butoir-pour-les-vins-de-bourgogne-et-de-champagne.html>

CERTIFICAZIONE AMBIENTALE OBBLIGATORIA PER I VITICOLTORI DI SAINT-EMILION E PUISSEGUIN

Nel dicembre del 2021, il consiglio permanente dell'INAO ha approvato un provvedimento-tipo che consente di richiedere la certificazione ambientale e/o l'agricoltura biologica nel disciplinare di una Denominazione e che, una volta attivato, si applica a tutti i viticoltori della denominazione. Ad oggi nessuna DO ha reso tale facoltà un obbligo sancito dai rispettivi disciplinari, tranne nel caso delle AOC Saint-Emilion, Saint-Emilion Grand Cru e Puisseguin.

seguin-Saint-Emilion. Il Comitato nazionale delle denominazioni di origine dei vini e delle bevande alcoliche e dei distillati (CNAOV) dell'INAO ha dunque deliberato di porre sotto procedura nazionale di opposizione (PNO) la modifica dei disciplinari di queste tre denominazioni, compreso l'obbligo di una certificazione minima di livello 2 (HVE, Terra Vitis, Agriconfiance, SME de Bordeaux...) o l'etichettatura bio. Intanto dal Conseil des vins de Saint-Emilion ricordano che questa decisione è il risultato di un intenso lavoro iniziato nel 2016 con più di 110 incontri sulle certificazioni ambientali, indicando altresì che quasi la metà dei viticoltori sono già certificati HVE e il 20% è biologico.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98650-certification-environnementale-obligatoire-pour-les-vignerons-de-saint-emilion-et-puisseguin.html>

VERSO LA RIVALUTAZIONE DEI VINI CON IL PIANO STRATEGICO DEL SETTORE VITIVINICOLO SPAGNOLO 2022-2027

L'Organizzazione Interprofessionale del Vino Spagnolo (OIVE) ha approfittato dell'evento Barcelona Wine Week per presentare il Piano strategico per il settore vitivinicolo spagnolo 2022-2027, preparato dalla società di consulenza KPMG in collaborazione con diversi operatori del settore ed esperti nazionali e internazionali. L'obiettivo principale del Piano è quello di aumentare il valore dei vini spagnoli e che questa crescita sia distribuita lungo tutta la catena del valore. Il Piano definisce dieci assi strategici, comprendenti 22 iniziative strategiche con 101 azioni associate che si basano sulle qualità uniche e caratterizzanti il vino spagnolo: qualità, diversità, storia, tradizione, sostenibilità e modernità. Nel corso della presentazione, i relatori presenti hanno tra l'altro posto l'accento sul ruolo delle Denominazioni di Origine quali garanti di una triplice sostenibilità (sociale, economica e ambientale), in quanto un prodotto tutelato da un marchio di qualità non può mai essere delocalizzato.

<https://www.tecnovino.com/hacia-la-revalorizacion-de-los-vinos-con-el>

plan-estrategico-del-sector-vitivinicola-espanol-2022-2027

I VINI SPAGNOLI RIOJA E RUEDA RICHIEDONO LA DISTILLAZIONE DI CRISI E LA VENDEMMIA VERDE

Anche se la vendemmia 2022 in Spagna non è stata generosa, il peso delle scorte e le incertezze sul mercato del vino stanno spingendo diversi sindacati agricoli, a partire da quelli che rappresentano operatori delle DO Rioja e Rueda, a chiedere misure di gestione della crisi, distillazione di crisi e vendemmia verde in primis. Per il momento, il Ministro dell'Agricoltura Luis Planas non sembrerebbe favorevole a queste misure, preferendo un approccio più dinamico orientato a sostenere perlopiù la ricerca e l'innovazione.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98532-les-vins-despagne-demandent-distillation-de-crise-et-vendange-en-vert.html>

I PRODUTTORI DI VINO PORTOGHESI CHIEDONO UN'AZIONE URGENTE SUI PREZZI DELLE BOTTIGLIE

In Portogallo i produttori di vino chiedono un'azione urgente da parte del governo per il rapido aumento del costo delle bottiglie di vetro. Nello specifico, l'Associazione nazionale dei commercianti ed esportatori di vini e spirits (ANCEVE) ha chiesto ai funzionari governativi un "intervento urgente" sull'aumento dei prezzi delle bottiglie di vetro che sta danneggiando "drammaticamente" l'industria vinicola portoghese. A questo proposito, ANCEVE auspica la rapida istituzione di una piattaforma di dialogo affinché i rappresentanti dei settori del vino e del vetro possano analizzare la situazione e cercare il modo più efficace per affrontare e risolvere questo gravissimo problema. Secondo l'Associazione, nonostante una recente diminuzione delle bollette energetiche che ha avuto un impatto positivo sugli oneri di spedizione, le imprese sono ancora frenate dai prezzi delle bottiglie di vetro alle stelle. Da nord a sud del Paese, i produttori di vino si confrontano con costi del vetro in media superiori di ol-

tre il 55% rispetto ai valori prebellici e con difficoltà di approvvigionamento (tassa sull'energia, valore del trasporto e obbligo di pagamento anticipato). Viene altresì evidenziato come continui ad esserci una carenza di molti formati di bottiglia (a differenza di altri paesi produttori di vino concorrenti), che ha costretto i produttori a modificare continuamente procedure ed etichettature, per adeguare la produzione ai modelli disponibili, il che pregiudica gravemente la coerenza delle strategie commerciali e di marketing. Secondo i dati diffusi dal Vine and Wine Institute, il Portogallo ha prodotto circa 688 milioni di litri di vino nell'ultima vendemmia. Poiché la maggior parte del vino portoghese viene imbottigliato, è evidente non solo l'importanza che il vetro ha per questo settore, ma anche come il vino sia il principale esportatore di vetro portoghese nei quattro angoli del mondo.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2023/02/portuguese-winemakers-call-for-urgent-action-over-bottle-prices/>

A MARZO NUOVI COLLOQUI TRA REGNO UNITO E INDIA PER LA DEFINIZIONE DELL'ACCORDO DI LIBERO SCAMBIO

Dovrebbe tenersi tra il 20 e il 24 marzo un nuovo round di negoziati per la definizione di accordo di libero scambio (TFA) tra India e Regno Unito. Sono 26 i capitoli che compongono l'accordo, che riguardano beni, servizi, investimenti e diritti di proprietà intellettuale. La riduzione o l'eliminazione dei dazi doganali ai sensi dell'accordo aiuterebbe le esportazioni dei settori indiani ad alta intensità di manodopera, come il tessile, mentre il Regno Unito sta cercando concessioni sulle tariffe doganali in aree come il whisky scozzese e le automobili.

<https://economictimes.indiatimes.com/news/economy/foreign-trade/next-round-of-india-uk-talks-for-free-trade-agreement-to-be-held-in-march/articleshow/97952896.cms>

I VITICOLTORI DELLA CALIFORNIA CHIEDONO AIUTI PER I DANNI CREATI DALLE TEMPESTE

Una serie di violenti temporali si è abbattuta sulla regione vinicola della California, devastando i campi e trasformando i vigneti in piscine, con migliaia di lavoratori agricoli costretti a restare a casa. Sebbene le condizioni dei terreni siano state ripristinate e le strade riaperte, molti di loro stanno ancora affrontando una catastrofe economica. Una nuova iniziativa nella contea di Sonoma offre fondi per i soccorsi in caso di calamità ai residenti a basso reddito, per i salari persi e per i danni alla proprietà dovuti ad eventi climatici così estremi. Circa 1.100 persone hanno richiesto tali fondi. La maggior parte di costoro sono lavoratori agricoli, che riceveranno un pagamento una tantum compreso tra 250 e 800 dollari questo mese. Il programma pilota non ha precedenti ed è stato conquistato duramente dai lavoratori del vigneto, che da anni sostengono con insistenza uno strumento simile. Ma dato che la crisi climatica porta con sé tempeste, incendi e ondate di caldo più intense, i lavoratori affermano che è tutt'altro che sufficiente. La misura non ha modificato altre regole esistenti sulla vendita di alcolici, come il divieto di vendita tra mezzanotte e le 8 del mattino e il divieto di vendita di alcolici ai minori di 21 anni.

<https://www.theguardian.com/us-news/2023/feb/23/california-farm-workers-disaster-relief>

DAL 1° MARZO I NEGOZI ALIMENTARI DEL COLORADO (USA) POSSONO VENDERE VINO

I consumatori del Colorado dovranno abituarsi presto ad una nuova realtà: è stata infatti approvata un'iniziativa legislativa che consente la vendita del vino nei grocery e nei convenience store dello Stato. La proposta è stata approvata di misura con il 50,6% dei votanti a favore. La Colorado Licensed Beverage Association, che rappresenta i piccoli retailer di bevande alcoliche, si è opposta al provvedimento e avver-

te che i suoi membri potrebbero essere schiacciati dal cambiamento.

<https://coloradosun.com/2023/02/24/when-can-colorado-grocery-stores-sell-wine/>

LA TASSAZIONE SUGLI ALCOLICI È DESTINATA AD AUMENTARE IN CANADA DAL 1° APRILE 2023

I produttori di bevande alcoliche della British Columbia, già alle prese con una serie di aumenti di prezzo tutto l'anno, dovranno assorbire un altro aggravio dei costi dal prossimo 1° aprile. Il governo federale è in effetti pronto ad aumentare le aliquote delle accise sugli alcolici del 6,3%, grazie alla legislazione approvata nel 2017, che prevede ogni anno scatti automatici di tali aliquote in base al tasso di inflazione. Le accise sono una piccola parte del costo totale di birra, vino e alcolici in B.C. quando le bevande alcoliche vengono vendute dal produttore al governo provinciale. L'entità dell'imposta viene quindi moltiplicata quando il governo provinciale aggiunge un ricarico (mark-up) al prezzo praticato dal produttore e vende il prodotto a prezzi all'ingrosso ai retailer che a loro volta aggiungono un margine di profitto ai prezzi all'ingrosso. L'accisa del governo federale sul vino è attualmente di \$ 0,688 per litro di vino.

<https://biv.com/article/2023/02/alcohol-tax-hike-set-raise-bc-retail-prices-april-1>

IN BRASILE LA PRIMA DO DEL NUOVO MONDO RISERVATA AGLI SPUMANTI

Altos de Pinto Bandeira, situata nella regione vinicola meridionale della Serra Gaúcha del Brasile, è stata riconosciuta come DO per i vini spumanti metodo tradizionale. La nuova Denominazione, che è la prima nel Nuovo Mondo esclusivamente per i vini spumanti è stata annunciata il 29 novembre 2022. I primi vini etichettati DO Altos de Pinto Bandeira arriveranno sul mercato quest'anno. L'iniziativa

segue 10 anni di campagne e ricerche condotte dall'associazione dei produttori vinicoli di Pinto Bandeira (Asprovinho). Nella DO sono ammessi tre vitigni: Chardonnay, Pinot Nero e Riesling Italico. Le rese sono limitate a 12 tonnellate per ettaro, con rigide regole di controllo per la produzione metodo tradizionale in cantina. Attualmente sono solo quattro le aziende che possono etichettare i loro vini DO Altos de Pinto Bandeira.

<https://www.decanter.com/wine-news/brazils-altos-de-pinto-bandeira-becomes-first-do-exclusively-for-sparkling-wines-in-the-new-world-496863/>

GLI INCENDI IN CILE DEVASTANO I VIGNETI STORICI E LE CANTINE

Nei giorni scorsi, gli incendi hanno distrutto cantine e vigneti nel Cile centro-meridionale dopo che le temperature hanno raggiunto un record di 40°C. Più di 20 persone sono morte e altre 1.500 stanno cercando rifugio dopo che le fiamme hanno bruciato centinaia di case nella regione. Tre regioni - Araucanía, Biobío e Ñuble - hanno dichiarato lo stato di emergenza. Temperature record e forti venti hanno reso difficile le operazioni di spegnimento delle fiamme. La vendemmia è imminente nelle regioni produttrici di vino della Bío Bío Valley e della Itata Valley, che ospitano alcuni dei vitigni più antichi del Cile. Queste regioni sono la patria della viticoltura tradizionale del paese dove vengono ospitati i vigneti più antichi che producono vini molto caratteristici, elaborati principalmente da cantine e viticoltori di prestigio. Le segnalazioni di coloro che sono stati colpiti nell'area sono in aumento. Le stime ufficiali rese note le settimane successive parlano di 300 ettari di vigneti andati in fumo a causa degli incendi.

<https://www.decanter.com/wine-news/wildfires-in-chile-rip-through-historic-vineyards-and-destroy-wineries-497150>

<https://www.thedrinksbusiness.com/2023/02/300-hectares-of-old-vines-lost-in-chile-fires/>

IL GIAPPONE LEGALIZZA LA VENDITA DI ALCOLICI "SELF-SERVICE" SENZA OBBLIGO DI CONTROLLO DELL'IDENTITÀ DEL CLIENTE

La scorsa settimana, il Ministro giapponese degli affari digitali Taro Kono ha annunciato che i negozi del paese saranno autorizzati a vendere alcolici e tabacco tramite casse automatiche, senza che un impiegato controlli l'identità del cliente. Prima di questa novità, se un cliente desiderava acquistare alcolici in modalità "self-service" in Giappone, il commesso del negozio gli chiedeva di premere un pulsante per confermare che aveva 20 anni o più (l'età legale per l'acquisto di tabacco o alcol), avendo anche facoltà di chiedere di verificare l'identità del soggetto acquirente. Con questa innovazione, verranno emessi registratori di cassa automatici con lettori di carte per scansionare la patente di guida o la My Number Card (un documento d'identità rilasciato dal governo introdotto per la prima volta in 2016). Non sembra che verrà implementata alcuna misura tecnologica per confermare che il cliente sta utilizzando una carta che gli appartiene. La principale motivazione di tale legalizzazione è stata quella di aumentare l'adozione di queste carte d'identità, offrendo un incentivo. Sebbene la tecnologia venga utilizzata per frenare il consumo di alcol da parte dei minorenni, il Giappone sta incoraggiando i giovani (di età superiore ai 20 anni) a consumare più alcol nel tentativo di rilanciare l'economia.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2023/02/japan-legalises-self-checkout-alcohol-sales/>

LA CINA DISPONIBILE A RIAVVIARE REGOLARI SCAMBI COMMERCIALI CON L'AUSTRALIA DOPO I COLLOQUI TRA LE PARTI

Il Ministro del Commercio cinese Wang Wentao ha dichiarato che i colloqui tenutisi ieri, con l'omologo australiano Don Farrell, sono stati un passo fondamentale per riportare in carreggiata i legami economici e commerciali bilaterali tra Cina e Australia, con rela-

zioni che sono migliorate dopo essere state tese negli ultimi anni. L'incontro virtuale è avvenuto dopo che i funzionari cinesi hanno allentato i divieti di importazione sul carbone australiano, mentre entrambi i paesi lavorano per migliorare le relazioni diplomatiche dopo più di due anni di divieti commerciali cinesi su una serie di esportazioni australiane tra cui quelle vinicole.

<https://www.channelnewsasia.com/asia/china-willing-restart-trade-exchange-mechanism-australia-after-talks-3257056>

HONG KONG REPRIME LA RECRUDESCENZA DEL CONTRABBANDO TRANSFRONTALIERO CON LA CINA CONTINENTALE

Le autorità di Hong Kong si stanno incontrando con le controparti del Guangdong per combattere la ripresa del commercio parallelo transfrontaliero, dopo la completa riapertura tra Hong Kong e i confini della terraferma. La collaborazione arriva dopo che Hong Kong e la Cina continentale hanno riaperto ai viaggi il 6 febbraio scorso, favorendo un pieno ritorno delle attività di contrabbando transfrontaliero che coinvolgono beni di consumo, inclusi i vini pregiati. Per evitare le tariffe di importazione verso la terraferma e l'imposta sul valore aggiunto, i commercianti acquistano vino a Hong Kong e lo rivendono sulla terraferma con un profitto maggiore. I corrieri transfrontalieri, per lo più residenti a Hong Kong, ritirano i vini a Hong Kong e li consegnano alle persone fuori dal checkpoint sulla terraferma a Shenzhen. Un viaggio dura meno di un'ora, ma possono guadagnare lautamente. I vini importati che entrano nella Cina continentale sono generalmente soggetti a una tassa totale compresa tra il 43% e il 51%, ricavata dalla somma di tariffa di importazione (14% per il vino in bottiglia e 20% per il vino sfuso), tassa di esercizio (10%) e imposta sul valore aggiunto (13%). Il contrabbando transfrontaliero di vini non è stato un fenomeno raro neanche in mezzo alla pandemia degli ultimi tre anni, attraverso il trasporto terrestre e marittimo. Solo l'anno scorso a Hong Kong, le autorità hanno sman-

tellato due grossi casi di contrabbando di vino.

<https://vino-joy.com/2023/02/24/hong-kong-to-crack-down-on-resurgence-of-cross-border-smuggling/>

SINGAPORE METTE UN FRENO ALLE VENDITE DI ALCOLICI

A partire dal 1° marzo, gli avventori di ristoranti e bar a Singapore potrebbero incorrere in una multa fino a S\$ 2000 e tre mesi di reclusione se sorpresi a bere dopo l'orario consentito, poiché la Città del Leone inasprisce ulteriormente le regole sulla vendita e il consumo di alcolici. I punti vendita di alimenti e bevande nel paese, a partire dal mese prossimo, dovranno esporre avvisi in luoghi ben visibili come ingresso, servizi igienici e tavoli per comunicare ai commensali gli orari di vendita di alcol consentiti. Il nuovo requisito richiederebbe alla maggior parte dei ristoranti e dei bar con licenza per la sola vendita di alcolici "on-premise" dalle 6:00 a mezzanotte, ma i punti vendita che operano con licenza di Classe 1B dovranno terminare le vendite di alcolici alle 22:00. I locali che violano la nuova regola saranno multati fino a S\$ 10.000 se vengono trovati a servire alcolici oltre l'orario consentito o al di fuori dei locali consentiti agli avventori.

<https://vino-joy.com/2023/02/01/singapore-puts-a-damp-on-alcohol-sales/>

LA SOSTENIBILITÀ SI CONFERMA UNA MOTIVAZIONE CRESCENTE PER LA COMUNITÀ DEL VINO AUSTRALIANA

Sustainable Winegrowing Australia ha pubblicato il suo Impact Report per l'anno finanziario 2021-22, rivelando una crescita record di aderenti, viticoltori, produttori e wine business di vino australiani. L'Impact Report 2021-22 per il programma di certificazione nazionale volontaria ha infatti mostrato: una crescita del 48% dei membri nell'anno fiscale 2022, per un collettivo che attualmente conta oltre 1.150 aziende vitivinicole, con il 45% certificato; il 75% delle regioni vinicole australiane è

ora impegnata nell'attuazione di pratiche di sostenibilità; il programma copre il 40% della produzione totale di vino in Australia, in aumento del 90% rispetto all'anno finanziario precedente. La viticoltura sostenibile nel Paese è governata da Australian Wine Research Institute, Australian Grape & Wine e Wine Australia. Il programma supporta i viticoltori e i produttori di vino nella misurazione, segnalazione e incoraggiamento delle migliori pratiche nei vigneti e nelle cantine, tra le crescenti richieste dei consumatori e dei rivenditori di prodotti sostenibili. Il nuovo report evidenzia i progressi che vigneti e aziende vinicole, dai piccoli produttori indipendenti ai grandi marchi familiari, stanno compiendo rispetto ai parametri di riferimento ambientali (tra cui emissioni, rifiuti e utilizzo dell'acqua) ma anche i passi compiuti per sostenere la terra che li circonda attraverso la protezione della biodiversità e il benessere delle loro comunità, sia all'interno dei rispettivi territori che nelle regioni circostanti. Il report mostra altresì la credibilità acquisita dal marchio Sustainable Winegrowing Australia, ora esposto su centinaia di bottiglie nei negozi di tutto il paese. Ciò sta spingendo i consumatori di vino con una mentalità sostenibile ad acquistare le referenze degli associati presso i punti vendita, ma sta anche assistendo nelle negoziazioni a livello globale mentre il trade internazionale è alla ricerca di credenziali di sostenibilità.

<https://winetitles.com.au/sustainability-proves-increasing-motivator-for-wine-community/>

IL CICLONE GABRIELLE DEVASTA IL NORD DELLA NUOVA ZELANDA. DANNI AI VIGNETI DELLE ZONE ALLAGATE OGGETTO DI VALUTAZIONE

La Nuova Zelanda ha dichiarato un'emergenza per il Ciclone Gabrielle, che il primo ministro ha definito la "peggiore tempesta che abbia colpito il paese in questo secolo". Gran parte dell'Isola del Nord della Nuova Zelanda è stata devastata e almeno 46.000 case sono rimaste senza elettricità. Stando alle cronache locali, circa 2.500 persone sono rimaste sfollate e gravi inon-

dazioni hanno lasciato le persone aggrappate ai tetti, mentre le acque si alzano e le piogge torrenziali continuano a colpire case e quartieri. È solo la terza volta nella storia della Nuova Zelanda che viene dichiarato lo stato di emergenza nazionale. "L'impatto del Ciclone Gabrielle e l'entità dei danni sui vigneti nelle aree gravemente allagate sono ancora oggetto di valutazione", ha affermato un portavoce di New Zealand Winegrowers, l'ente nazionale per l'industria vinicola del paese. "Questo è un evento meteorologico significativo nell'Isola del Nord della Nuova Zelanda e si è verificato all'apice del periodo dell'anno più intenso per il settore. Rappresenta una seria preoccupazione per i viticoltori e le cantine nelle aree gravemente colpite. Dopo il Ciclone Gabrielle, sarà necessario un clima secco e soleggiato per mitigare eventuali danni a breve termine sull'annata di quest'anno e ridurre la pressione della malattia sulle uve". Ciononostante, i produttori neozelandesi sono determinati ad affrontare qualsiasi sfida a testa alta.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2023/02/cyclone-gabrielle-rips-through-new-zealands-north-island/>

CON OLTRE 35.000 VISITATORI, WINE PARIS CONSOLIDA LA SUA STATURA INTERNAZIONALE

Wine Paris Et Vinexpo Paris 2023 registra un aumento del numero di visitatori dal 30 al 35% rispetto al 2022: ovvero da 34 a 35.000 visitatori (rispetto ai 25.739 visitatori del 2021). Aumentata del 20% la superficie espositiva e del 18% il numero degli espositori (con 3.387 stand), la manifestazione continua a segnare punti contro la concorrenza della fiera tedesca ProWein, di Düsseldorf, che riunisce 6.000 espositori, 89% dei quali stranieri. Se l'offerta di Vinexpo Et Wine Paris rimane dominata da vini e spirits francesi (4 dei 6 padiglioni espositivi), l'organizzazione sottolinea la sua crescente apertura ad altri paesi presenti con presidi sempre più consistenti.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98717-depassant-35-000-visiteurs-la->

[salon-wine-paris-consolide-sa-stature-internationale-.html](https://www.thedrinksbusiness.com/2023/02/millesime-bio-boasts-more-than-10000-visits-to-2023-fair/)

MILLÉSIME BIO REGISTRA PIÙ DI 10.000 VISITE ALLA FIERA 2023

Millésime BIO ha confermato quest'anno il suo status di "più grande fiera del vino biologico al mondo", con oltre 10.000 visite nei tre giorni dell'evento e 1.500 espositori. Un totale di 10.300 visite segna un aumento del 32% rispetto ai numeri del 2022, con il 15% dei 1.500 espositori presenti in fiera per la prima volta. Sono stati registrati anche circa 3.000 appuntamenti d'affari prima dell'apertura della fiera. In totale, erano presenti espositori rappresentativi di 19 paesi.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2023/02/millesime-bio-boasts-more-than-10000-visits-to-2023-fair/>

VINEXPOSIUM APRE LE FIERE INTERNAZIONALI AL GRANDE PUBBLICO

L'organizzatore di fiere internazionali di vini e spirits Vinexposium ha stretto una partnership con Bettane+Desseave per incorporare una giornata incentrata sul consumatore nei suoi prossimi eventi internazionali. La nuova "alleanza" dell'azienda con Bettane+Desseave è stata illustrata durante una conferenza stampa in occasione di Wine Paris Vinexpo Paris. La partnership vedrà le edizioni internazionali di Vinexpo unire le forze con gli eventi Le Grand Tasting di Bettane+Desseave, aprendo le manifestazioni internazionali al grande pubblico. L'imminente fiera di Vinexposium a Singapore nel maggio 2023 sarà il primo evento aperto alla nuova partnership, seguito da un evento a Seoul, in Corea del Sud, a ottobre, Tokyo a novembre e New York a marzo 2024. "È essenziale per il settore wine&spirits mantenere solide relazioni con i consumatori al fine di adattarsi alle sfide del calo dei consumi e rimanere competitivo in un mercato in continua evoluzione", ha dichiarato Rodolphe Lameyse, CEO di Vinexposium.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2023/02/vinexposium-opens-international-exhibitions-up-to-general-public/>

VINEXPOSIUM LANCIAM I NUOVI PREMI V D'OR PER IL 2024. UN RICONOSCIMENTO ALLE INIZIATIVE PIÙ AMBIZIOSE E RESPONSABILI

Vinexposium ha annunciato che la prima edizione dei suoi premi V d'Or - progettati per riconoscere iniziative imprenditoriali ambiziose e responsabili nel settore del vino e degli spirits - si svolgerà durante il prossimo Wine Paris Et Vinexpo Paris nel 2024. Sei premi permanenti lanciati dall'organizzatore dell'evento, sulla base di criteri relativi alla responsabilità sociale delle imprese nel settore wine&spirits. Tre premi speciali metteranno in luce gli uomini e le donne che hanno dato un contributo significativo al settore, e Vinexposium prenderà in considerazione l'impatto attuale e futuro delle iniziative premiate nella scelta dei vincitori.

https://www.vinexposium.com/wp-content/uploads/2023/02/CP_annonce_Awards_Vinexposium_FR.pdf

LE FIERE WINE&SPIRITS DA NON PERDERE IN CINA NEL 2023

Interwine Shenzhen (14-16 marzo 2023), China Food and Drinks Fair (Chengdu, 12-14 aprile), ProWine Hong Kong (10-12 maggio), Wine to Asia (Shenzhen, 11-13 maggio), ProWine Shanghai (8-10 novembre), sono gli appuntamenti fieristici chiave per il 2023 in Cina, segnalati dalla testata Vino Joy News come tappe da non perdere per gli operatori, in un mercato del vino che si prevede raddoppierà entro il 2026, con conseguente aumento anche della spesa media.

<https://vino-joy.com/2023/02/09/top-wine-spirits-fairs-in-china-in-2023/>

CHIUDE IN ASIA IL ROADSHOW DI VINITALY: GIAPPONE E COREA DEL SUD LE ULTIME TAPPE IN COLLABORAZIONE CON AMBASCIATE E ICE

Ha fatto rotta verso Oriente il Roadshow di Vinitaly realizzato da Veronafiere in collaborazione con le Amba-

sciate e ICE-Agenzia, che ha chiuso così in Giappone e Corea del Sud la propria maratona promozionale concentrata, nell'arco di un mese, su 13 eventi in 9 Paesi (che rappresentano i due terzi del valore e del volume di vino tricolore esportato nel 2022) e 3 Continenti. Occhi puntati dunque, per la conclusione del Roadshow, sul trade di due Paesi che a diverso titolo rappresentano obiettivi strategici per la crescita internazionale del vino italiano. Da una parte il Giappone, mercato enologico sempre più performante che lo scorso anno ha superato la Cina al 6° posto tra i principali Paesi importatori di vino; dall'altra la Corea del Sud, che nell'ultimo biennio (2019-2021) ha fatto segnare un incremento della domanda senza eguali al mondo, con un balzo nei volumi dell'export tricolore a +123%. Decine gli importatori, distributori e stakeholder che hanno confermato la propria presenza.

<https://www.agricolae.eu/vino-chiude-in-asia-il-roadshow-di-vinitaly-giappone-e-corea-del-sud-21-e-23-febbraio-le-ultime-tappe-in-collaborazione-con-ambasciate-e-ice/>

LUCA RIGOTTI CONFERMATO AL VERTICE DEL GRUPPO VINO COPA-COGECA

Luca Rigotti, coordinatore del settore vitivinicolo di Alleanza Cooperative Agroalimentari, è stato riconfermato al vertice del Gruppo Vino Copa-Cogeca. Ad affiancarlo alla vicepresidenza Ludovic Roux (La Coopération Agricole) e Christian Schwörer (Deutscher Weinbauverband e.V.). Nell'immediato, le priorità del Gruppo Vino di Copa-Cogeca riguardano la sostenibilità raggiungibile solo attraverso obiettivi credibili e realistici implementati in un lasso di tempo ragionevole per proteggere l'economia del settore, e la necessità di informazioni chiare per informare ed educare al consumo responsabile.

<https://twitter.com/COPACOGECA/status/1628715888508534788/photo/1>

MERCATI E PRODUZIONI

PROWEIN BUSINESS REPORT 2022: IL SETTORE VINICOLO REAGISCE N MODO PROATTIVO ALLA CRISI ECONOMICA

Alla fine del 2022, l'Università di Geisenheim ha intervistato per la sesta volta e per conto della ProWein, esperti dell'intera catena del valore del settore vitivinicolo di tutto il mondo. 2.500 esperti internazionali, provenienti da 47 paesi hanno contribuito alla realizzazione di questo studio di mercato, che misura l'importanza delle sfide che il settore deve affrontare nell'attuale crisi economica. Dal report emerge che il comparto è andato incontro all'anno 2022 con delle aspettative positive. I produttori ed i commercianti hanno sperato in una ripresa dagli effetti negativi del Covid-19. Queste speranze non sono state soddisfatte o sono state soddisfatte solo in parte. Quindi in linea di principio, l'industria guarda ora al futuro. Già come l'anno scorso, l'elenco dei pericoli e delle sfide per il settore vitivinicolo è guidato dall'aumento dei costi e dalla perturbazione delle catene di approvvigionamento. Tuttavia, l'entità dell'impatto che si è riversato sul settore è notevolmente aumentata. Inoltre, il raffreddamento dell'economia rischia di ridurre il volume d'affari del vino. Già nel 2021, la ripresa economica globale dopo il Covid-19, ha portato a un aumento della domanda di energia ed a un aumento dei prezzi dell'energia. A causa della guerra in Ucraina e del crollo improvviso dell'approvvigionamento energetico nel 2022, in molte parti d'Europa i prezzi sono più che raddoppiati rispetto al 2020. A causa del loro maggiore consumo di energia, i produttori ne risentono molto più dei commercianti. Quasi tutti i produttori sono stati colpiti da problemi di trasporto e da perturbazioni delle catene di approvvigionamento. I produttori di vino sono riusciti a tamponare gran parte dei problemi di approvvigionamento. Di conseguenza, l'impatto sul commercio è stato notevolmente ridotto. Dal punto di vista del campione sondato, i problemi relativi al trasporto e alla consegna continueranno a rappresentare, anche per

l'imminente futuro, una sfida importante per il settore.

https://www.prowein.de/cgi-bin/md_prowein/lib/pub/object/downloadfile.cgi/2022_ProWein_Business_Report_publish.pdf?oid=43225&lang=4&ticket=g_u_e_s_t

A SETTEMBRE 2022 IL RECORD ASSOLUTO IN VALORE PER IL COMMERCIO MONDIALE DI VINO

Il fatturato del commercio mondiale di vino ha raggiunto il suo massimo storico su base annua (12 mesi) fino a settembre 2022, con 37.237 milioni di euro (+10,5%), nonostante sia sceso a 10.683 milioni di litri (-1,6%). Il prezzo medio è aumentato del 12,3% a 3,49 €/litro, il più alto della serie storica. In un contesto attuale di grande incertezza commerciale e di alta inflazione, il commercio mondiale di vino sta crescendo di prezzo da 20 mesi consecutivi e, quindi, crescendo di valore. Il volume è aumentato in agosto e settembre, dopo aver registrato 6 mesi consecutivi di perdite.

<https://oemv.es/principales-exportadores-mundiales-de-vino-septiembre-2022>

IMPORTAZIONI MONDIALI DI VINO: A SETTEMBRE 2022, GLI USA SUPERANO LA GERMANIA COME PRIMO ACQUIRENTE A LIVELLO GLOBALE

Nel periodo anno su anno (12 mesi) fino a settembre 2022, gli Stati Uniti sono stati il mercato che ha aumentato maggiormente le proprie importazioni di vino, spendendo 1.165 milioni di euro in più e importando 54 milioni di litri in più, raggiungendo 6.771,9 milioni di euro e 1.414 milioni di litri. Si consolida come primo importatore mondiale di vino in valore e supera la Germania in litri, raggiungendo la prima posizione anche in volume. Il Regno Unito, secondo mercato in valore con 4.547,4 milioni di euro, cresce del 20,7% (+780 milioni di euro), perdendo un leggero 0,5% a volume (-7,3 milioni di litri). Occupa la terza posizione in litri, dopo USA e Germania. La Germa-

nia è il terzo mercato a valore e il secondo a volume, con una flessione del 2% a valore, a 2.766,7 milioni di euro, e -8% a volume, a 1.365,1 milioni di litri (-118 milioni). Spicca il calo registrato dalla Cina (-6% in valore e -17% in volume), unico mercato, insieme alla Germania, che ha ridotto le proprie importazioni in valore. Buon andamento delle importazioni di vino in Giappone.

<https://oemv.es/principales-importadores-mundiales-de-vino-septiembre-2022>

IL SONDAGGIO ANNUALE LIV-EX RIVELA IL SENTIMENT E LE PREVISIONI DEL COMMERCIO MONDIALE DI VINI PREGIATI PER IL 2023

Liv-ex, il mercato globale per il commercio del vino pregiato, ha pubblicato gli approfondimenti del suo sondaggio annuale tra i membri, mostrando le previsioni per il 2023, ivi incluse il sentiment del mercato, le sfide del settore, i modelli di comportamento d'acquisto dei clienti, i prezzi del vino, il ruolo in evoluzione della tecnologia e le regioni e i marchi vinicoli più richiesti. Oltre il 54% degli intervistati ritiene che l'andamento dell'economia globale rappresenterà la più grande sfida del mercato nel 2023. Il 30% ha osservato che una recessione economica globale e recessioni regionali avrebbero un impatto sul mercato e il 20% ha affermato che la volatilità valutaria è una preoccupazione. La seconda sfida più grande che il commercio mondiale del vino si aspetta è costituita dai problemi logistici e della catena di approvvigionamento, con il 16% che menziona l'uno o l'altro nella sua risposta. Alcuni membri hanno notato come ulteriori grattacapi pratiche burocratiche dovute alle previste modifiche dei dazi nel Regno Unito e all'etichettatura, mentre altri hanno fatto riferimento all'interruzione in corso delle importazioni cinesi. Tra i marchi e le regioni più richieste, il 41,8% degli intervistati ha dichiarato che la Borgogna è la regione con il maggior numero di richieste, mentre il 40% indica la Champagne. Anche Bordeaux si conferma territorio vinicolo gradito agli

intervistati (9%), seguito da Toscana e California (regioni vinicole entrambe al 3,6%). Se i modelli di comportamento d'acquisto non mostrano particolari variazioni (se non in una maggiore selettività dell'offerta), la consumer base evidenzia nuovi clienti da Asia ed Europa. Il 60% degli intervistati ritiene che l'indice Liv-ex Fine Wine 100 crescerà nel 2023. Riguardo al ruolo della tecnologia, mentre alcuni credono che l'industria non sia pronta per la blockchain (e quindi ne ha previsto la fine), la maggior parte suggerisce che la tecnologia continuerà a cambiare il modo in cui il vino viene scambiato.

<https://www.winebusiness.com/news/article/266640>

<https://www.liv-ex.com/2023/02/wine-trade-predictions-2023/>

LA RICERCA DEL WINE MARKET COUNCIL RIVELA COSA PENSANO I CONSUMATORI DEGLI INGREDIENTI E DEI VALORI NUTRIZIONALI SULLE ETICHETTE DEL VINO

Il Wine Market Council ha annunciato la sua ultima ricerca sulla percezione e la comprensione dei consumatori dell'etichettatura degli ingredienti e dei valori nutrizionali del vino. Il sondaggio è stato condotto a settembre e ottobre del 2022 su 500 consumatori "core" (che bevono vino almeno una volta alla settimana) e 500 consumatori "marginali", distribuiti strettamente per genere ed età secondo gli standard statunitensi stabiliti dal WMC Benchmark Segmentation Study nel 2021-2022. Con quest'ultima ricerca, il Wine Market Council, ha scoperto quanto segue:

- l'influenza/l'importanza attribuita agli elenchi degli ingredienti e delle etichette nutrizionali è molto inferiore per le bevande alcoliche rispetto ad altri cibi/bevande, ma questa differenza è significativamente minore tra i consumatori più giovani;
- tra i consumatori di vino che non hanno visto una lista degli ingredienti sulla bottiglia, due su cinque pensano che il vino dovrebbe avere

una lista degli ingredienti, un quarto non lo avverte come necessario e il resto è indifferente;

- con un ampio margine, i consumatori ritengono che il vino abbia il minor numero di ingredienti, rispetto alla birra e in particolare agli hard seltzers o ai cocktail;
- quando viene mostrato un elenco di ingredienti in due vini, la maggior parte degli intervistati ha percepito negativamente l'anidride solforosa, e solo l'SO₂ e l'acido tartarico hanno più risposte negative che positive;
- sia per le informazioni nutrizionali che per quelle sugli ingredienti, tra 1/4 e 1/3 dei consumatori di vino che non hanno visto queste informazioni sulle confezioni presume che vi siano requisiti di etichettatura diversi per le bevande alcoliche. Oltre 1/4 non si è accorto della loro assenza fino al sondaggio. Solo il 16% ha ritenuto che il vino fosse a livello nutrizionale peggiore di altre bevande o che i produttori non volessero rivelare qualcosa;
- quasi la metà dei consumatori percepisce il vino come ricco di zuccheri, secondo solo agli RTD. Al contrario, il vino è considerato significativamente più basso in carboidrati e calorie (inferiore a RTD o birra) e ingredienti artificiali (inferiore a RTD e Hard Seltzer). In media, i consumatori pensano che 5 once di vino versato corrispondano a circa 145 calorie; le risposte variano da 50 a 250, con un quarto che stima una porzione tipica contenente 200 o più (molto più alta della maggior parte dei vini da tavola);
- il prezzo del vino non ha influenzato i pensieri della maggior parte dei consumatori sul numero di ingredienti; vale a dire che sono stati associati più o meno ingredienti a vini più o meno costosi.

<https://www.winebusiness.com/news/article/266772>

I CONSUMATORI SI PREOCCUPANO DELLA SOSTENIBILITÀ E LO DIMOSTRANO AUMENTANDO LA SPESA IN PRODOTTI SOSTENIBILI

Quando ai consumatori statunitensi viene chiesto se sono interessati all'acquisto di prodotti sostenibili dal punto di vista ambientale ed etico, rispondono in modo schiacciante di sì: in un sondaggio sul sentiment dei consumatori negli Stati Uniti di McKinsey del 2020, oltre il 60% degli intervistati ha affermato che pagherebbe di più per un prodotto con un imballaggio sostenibile. Un recente studio di NielsenIQ ha inoltre rilevato che il 78% dei consumatori Usa afferma che uno stile di vita sostenibile è importante per loro. Negli ultimi mesi, McKinsey e NielsenIQ hanno intrapreso un ampio studio cercando di sondare le intenzioni autodichiarate dei consumatori statunitensi ed esaminando il loro comportamento di spesa effettivo, monitorando la spesa in dollari in luogo del sentiment. Il risultato, per le aziende che producono beni di consumo giornalieri confezionati (CPG), è un'analisi basata sui fatti su cui fondare la propria intenzione di portare sul mercato prodotti ecologicamente e socialmente responsabili come parte delle strategie e degli impegni ESG (Environmental, Social and Governance). La creazione di tali prodotti si rivela non solo un imperativo morale, ma anche una solida decisione aziendale. L'indagine rivela che i prodotti che presentano dichiarazioni ESG hanno registrato una crescita cumulativa media del 28% negli ultimi cinque anni, contro il 20% dei prodotti che non hanno presentato tali dichiarazioni. Dopo aver individuato una serie di claim "ESG-related" sui prodotti in vendita (ben 93), dallo studio è emerso che nel quinquennio 2017-2022 è stato registrato uno spostamento della spesa dei consumatori verso tali tipologie di prodotti, evidenziando un differenziale nella crescita della spesa rispetto a quella relativa a prodotti "non ESG". Dall'analisi emerge anche che nessun attributo di sostenibilità (claim ESG-related) supera tutti gli altri, ma anche che più attributi insieme conferiscono maggiore autenticità al prodotto nella percezione del

consumatore. Oltre a garantire l'autenticità delle dichiarazioni espresse attraverso i claim (evitando, dunque, attività di greenwashing), gli autori dello studio forniscono una serie di indicazioni alle aziende impegnate sul fronte della sostenibilità: garantire che le affermazioni sui prodotti ESG supportino una strategia di sostenibilità complessiva, con un impatto ambientale e sociale significativo in tutto il portafoglio; sviluppare un processo di progettazione del prodotto che tenga conto dei claim ESG accanto al cost engineering; investire in ESG sia attraverso marchi esistenti che con nuovi prodotti innovativi; comprendere le dinamiche relative ai fattori ESG specifiche per ogni categoria e marchio; abbracciare la natura olistica e interconnessa degli ESG creando prodotti che rispondano a molteplici preoccupazioni. Le aziende avranno probabilmente un maggiore impatto ESG e maggiori possibilità di ottenere una crescita superiore se incorporeranno dichiarazioni ESG ad alto impatto in più categorie e prodotti.

<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/consumers-care-about-sustainability-and-back-it-up-with-their-wallets>

WINE ENTHUSIAST RACCOGLIE L'OPINIONE DI GIOVANI PROFESSIONISTI DEL SETTORE VINO SULLE STRATEGIE PER COINVOLGERE NEL CONSUMO GEN Z E MILLENNIAL

Se la recente pubblicazione di alcuni report - come il 2023 State of the Wine Industry Report della Silicon Valley Bank - ha suscitato tra gli opinionisti una certa apprensione riguardo al calo dei consumi di vino nella fascia generazionale più giovani (Gen Z e Millennial, tra 21 e 40 anni), Wine Enthusiast ha pensato di sentire il parere di professionisti del vino coetanei, riguardo alle strategie da adottare per attirare le nuove leve ad apprezzare ciò che bevono, offrendo loro esperienze di degustazioni creative, assaggi esplorativi "By the Glass" guidati da sommelier, prodotti in linea con la loro

sensibilità e con il cambiamento sociale in atto (es. biologico, produttrici donne e aziende vinicole di impronta afroamericana), e parlando con un linguaggio informale e trasparente, senza apparire snob.

<https://www.winemag.com/2023/02/07/millennial-and-gen-z-how-to-reach-young-wine-drinkers>

BIOLOGICO: NEL 2021 CONTINUANO A CRESCERE IL MERCATO E LE SUPERFICI A LIVELLO GLOBALE

Le vendite biologiche al dettaglio sono aumentate di 4 miliardi di euro (+3%) e hanno raggiunto quasi 125 miliardi di euro nel 2021; i terreni agricoli coltivati a biologico sono cresciuti fino a 76,4 milioni di ettari (+1,7%). Sono alcune delle cifre sull'agricoltura biologica nel mondo presentate dall'Istituto di ricerca sull'agricoltura biologica FiBL e IFOAM - Organics International al BIOFACH, la fiera leader mondiale per gli alimenti biologici. Con 48,6 miliardi di euro, gli Stati Uniti si confermano il primo mercato mondiale, seguiti da Germania (15,9 miliardi di euro) e Francia (12,7 miliardi di euro). I consumatori svizzeri hanno speso di più in alimenti biologici (425 euro pro capite in media) e la Danimarca ha continuato a detenere la quota di mercato biologico più elevata, con il 13% del suo mercato alimentare totale. Nel 2021 vengono segnalati 3,7 milioni di produttori bio, in aumento del 4,9% rispetto al 2020. L'India è ancora il Paese con il maggior numero di produttori biologici (1,6 milioni). Nello stesso anno, il mercato europeo del biologico ha raggiunto il suo massimo: 54,5 miliardi di euro (+4% suo 2020). I terreni agricoli coltivati con il metodo biologico sono cresciuti di quasi 0,8 milioni di ettari, fino a raggiungere i 17,8 milioni di ettari. Con quasi 2,8 milioni di ettari, la Francia continua ad essere il primo Paese in termini di superficie agricola a gestione biologica, seguita da Spagna (2,6 milioni di ettari), Italia (2,2 milioni di ettari) e Germania (1,8 milioni di ettari). Nel 2021, si registrano più di 440.000 produttori biologici in Europa e quasi 380.000 nell'Unione Europea. L'Italia detiene il numero più alto (75.874). Le vendite al dettaglio in

Europa sono state stimate in 54,5 miliardi di euro (46,7 miliardi nell'Unione Europea). Il mercato più grande è risultato essere la Germania (15,9 miliardi di euro). L'Unione Europea è il secondo più grande mercato unico per i prodotti biologici a livello globale dopo gli Stati Uniti (48,6 miliardi di euro). I consumatori europei hanno speso in media 65,7 euro a persona in alimenti biologici (Unione Europea: 104,3 euro). La spesa dei consumatori per alimenti biologici pro capite è raddoppiata nel decennio 2012-2021. Nel 2021, i consumatori svizzeri e danesi hanno speso di più in alimenti biologici (rispettivamente 425 e 384 euro pro capite). Il mercato europeo ha raggiunto un tasso di crescita del 3,8% (Unione Europea: 3,6%). La crescita più elevata è stata osservata in Estonia (+21%) e Lussemburgo (+15,3%), gli unici paesi con una progressione a due cifre nel 2021. La pandemia ha continuato a sostenere i mercati bio in molti paesi europei nel 2021, ma non nella stessa misura del 2020, quando è cresciuto del 15%. Nel 2022, l'aumento dei prezzi dei beni di consumo ha ridotto la spesa alimentare in alcuni gruppi. I dati del 2022 mostreranno l'impatto sul mercato del biologico.

<https://www.fibl.org/en/info-centre/news/global-organic-farmland-and-market-continued-to-grow-in-2021>

<https://www.fibl.org/en/info-centre/news/european-organic-farmland-and-market-continued-to-grow-in-2021>

TENDENZE GLOBALI NEL CAMBIAMENTO DELLE PREFERENZE DEI CONSUMATORI

Non c'è dubbio che stiamo vivendo tempi straordinari. Grandi megatrend come il cambiamento climatico, l'avvento della tecnologia, i cambiamenti demografici, un mondo in frattura e l'instabilità sociale stanno rimodellando il contesto economico globale. Secondo il 26° Global CEO Survey di PwC, quasi il 75% dei CEO ritiene che l'economia globale vedrà una crescita in calo nel prossimo anno, con l'inflazione e la volatilità macroeconomica principali minacce per le loro attività a breve termine. Tuttavia, alla domanda

sulle forze che più probabilmente influiranno sulla redditività del loro settore nei prossimi dieci anni, il fattore numero uno citato dal 56% dei CEO intervistati è stato il cambiamento delle preferenze dei clienti. Lo stato dei consumatori è, in effetti, incerto. A livello globale, molti consumatori stanno peggiorando dal punto di vista finanziario a causa del rallentamento economico, dell'aumento del costo della vita e dell'adattamento alle continue interruzioni dovute alla pandemia. Questi fattori inducono a maggiori spese sui beni essenziali a fronte di una conseguente riduzione del budget per l'acquisto di beni voluttuari. Poiché la stabilità finanziaria è minacciata, le persone devono dunque decidere tra pagare di più per gli elementi essenziali di tutti i giorni, passare ad alternative a basso costo o rinunciare del tutto ad articoli non strettamente basilari. I dati elaborati da NilesenIQ mostrano che i consumatori prevedono di spendere maggiormente in utenze, istruzione, generi alimentari e articoli per la casa, ma significativamente meno in pasti fuori casa e intrattenimento (in calo di oltre il 20%). All'interno della categoria generi alimentari e articoli per la casa, si prevede che la spesa per l'alcol diminuirà maggiormente (-14%), compensata dall'aumento della spesa per prodotti freschi, beni di prima necessità per la casa, salute e benessere, latticini e carne fresca.

<https://www.wineaustralia.com/news/market-bulletin/issue-282>

LE ESPORTAZIONI FRANCESI DI VINO E SPIRITS HANNO RAGGIUNTO UN NUOVO RECORD NEL 2022

Il valore delle esportazioni di vino e spirits dalla Francia ha raggiunto un nuovo massimo lo scorso anno, nonostante i volumi complessivi siano scesi del 3,8%, un calo attribuito alla difficoltà incontrata dalla filiera a causa di pesanti gelate durante la vendemmia 2021. Il valore export francese di vino e bevande spiritose è aumentato dell'11% nel 2022, una crescita ampiamente influenzata dall'aumento dei prezzi. Il settore wine e spirits è la seconda maggiore voce export della Fran-

cia dopo l'aerospaziale e ha generato un valore di circa 17,2 miliardi di euro nel 2022, in aumento del 10,8% rispetto all'anno precedente, secondo la Federazione degli esportatori francesi di vino e spirits (FEVS). FEVS prevede che il valore delle esportazioni potrebbe continuare ad aumentare quest'anno mentre l'economia cinese si apre dopo il Covid. L'aumento registrato nel 2022 è stato favorito da una crescita del 14% delle esportazioni verso gli Stati Uniti per un totale di 4,7 miliardi di euro. La Gran Bretagna, secondo mercato di esportazione della Francia, è cresciuta del 7% in valore nel 2022 per un totale di 1,7 miliardi di euro. In calo di bottiglie e in aumento di fatturato, le esportazioni francesi di vini e spirits testimoniano un vigneto a due velocità: il più ricercato non è il più prodotto. Il 70% dei valori di vini e spirits esportati nel 2022 sono raggiunti dal 30% dei volumi. In sintesi, più il vino è pregiato, meglio si vende, al contrario più è economico e maggiore è la difficoltà incontrata per commercializzarlo.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2023/02/french-wine-and-spirits-exports-hit-new-record-high/>

<https://www.vitisphere.com/actualite-98703-plus-le-vin-est-premium-mieux-il-se-vend-plus-il-est-vendu-peu-cher-plus-cest-complique.html>

IL CALO DEL CONSUMO DEL VINO IN FRANCIA ASSORBITO DA QUELLO IN CRESCITA DELLA BIRRA

La Francia è rimasta un paese di amanti del vino più che della birra: ogni anno i francesi consumano 40 litri di vino, contro i 32 litri della birra. Ma in futuro gli equilibri potrebbero invertirsi, visto il trend in atto da anni: i francesi consumano sempre meno bevande alcoliche, riducendo sensibilmente gli acquisti di vino e dando sempre più peso alle birre. Secondo l'ultimo rapporto dell'Osservatorio francese per le droghe e le tossicodipendenze (OFDT), nel 2021 sono stati venduti in Francia 10,56 litri di alcol puro per abitanti di età superiore ai 15 anni, in netto calo rispetto ai 26 litri registrati nel 1961. Questo calo dei consumi è dovuto

to principalmente alla continua erosione degli acquisti di vino, scesi da 20 a 5,74 litri in 60 anni. Mentre i consumi di birra e superalcolici rimangono complessivamente stabili, rispettivamente a 2,4 e 2,3 litri. Rilevando che il consumo di vino è diminuito del 70% in 60 anni, Vin Et Société precisa che "sicuramente anche le birre e gli spirits sono diminuiti, ma in misura minore rispetto al vino, rispettivamente del 15 e dell'8%". Dei 6 milioni di ettolitri di alcol puro commercializzati nel 2021, il vino rappresenta il 54% dei volumi, le birre il 23%, i superalcolici il 21% e le altre bevande alcoliche il 2% (sidro, porto, ecc.). Sebbene solo dal 2019 le birre abbiano superato i distillati nelle statistiche OFDT, la loro dinamica rimane forte di fronte al calo del vino. Una tendenza che è il riflesso del cambio generazionale nel consumo di bevande alcoliche. Secondo i panel di Kantar, il paniere della spesa di tutti i francesi ha visto calare il peso dei vini a favore delle birre tra il 2014 e il 2021, con uno spostamento tanto maggiore quanto più giovani sono i consumatori. Tra gli under 35, i vini fermi sono scesi dal 31% al 23% degli acquisti di bevande alcoliche, mentre le birre sono passate dal 24% al 39%. Per i 35-49enni, i vini fermi sono diminuiti dal 40 al 32%, le birre sono aumentate dal 17 al 28%. Tra i 50-65enni l'acquisto di vini fermi è calato dal 50 al 42%, le birre sono passate dal 13 al 18%. Per gli over 65, i vini fermi sono scesi dal 55 al 50%, mentre la birra si è consolidata dal 9 al 12%.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98592-la-deconsommation-francaise-de-vin-mise-en-biere.html>

NEL 2022 FATTURATO RECORD PER LE ESPORTAZIONI DI VINO SPAGNOLO

Nel 2022 la Spagna ha raggiunto un fatturato record nelle esportazioni vinicole, attestandosi a 2.980 milioni di euro, 89,6 milioni in più rispetto a quelli registrati nel 2021, in un contesto di inflazione generalizzata, in un anno caratterizzato da grande incertezza commerciale. In termini di volume, invece, si è registrato un calo del 9%, a 2.089,5 milioni di litri, ovvero quasi 23

milioni di litri in meno rispetto al 2021. A livello di tipologie, in termini di valore vini sfusi (+12% ovvero 55,8 milioni di euro in più), insieme a vini in bottiglia non DOP (+25,8 milioni), spumanti (+24,4 milioni di euro) e vini in BiB (+8,4 milioni di euro) guidano l'aumento globale del 2022. In termini di volume, sono stati i vini sfusi (-11,5% o 149,8 milioni di litri in meno), insieme ai vini fermi in bottiglia (-77,6 milioni), quelli che hanno perso di più lo scorso anno. A livello di mercati, nel caso del vino sfuso, Italia, Germania, Portogallo e Francia sono stati i paesi che hanno ridotto maggiormente gli acquisti in volume, con 111,4 milioni di litri in meno tra i quattro nel 2022. Spicca il buon andamento delle esportazioni sfuse in Marocco (+9,2 milioni di litri) e Regno Unito (+7,5 milioni). Nel caso del vino imbottigliato, gli Stati Uniti sono diventati, con 258,1 milioni di euro (+11%), la prima destinazione in valore per i vini spagnoli in bottiglia, mentre la Germania lo è stata in volume, con 83,4 milioni di euro in litri (-12%). In calo, le vendite in Germania, Regno Unito, Canada e Cina. In positivo, spicca l'incremento registrato dal Messico (+41% in valore e +33% in volume).

<https://oemv.es/exportaciones-espanolas-de-vino-ano-2022>

DATI A DICEMBRE DEL SETTORE VINO SPAGNOLO: CONFERMATO IL CALO DEI CONSUMI

I dati INFOVI corrispondenti al mese di dicembre 2022, mostrano una produzione cumulata di vino in Spagna, nei primi cinque mesi della campagna spagnola 2022/23, di 35,75M hl (-0,6% ovvero 227.645 hl in meno). Le rimanenze finali di vino e mosto risultano pressoché stabili rispetto a dicembre 2021 (+0,1%). La stima del consumo nazionale di vino, chiude il 2022 con un calo dell'8,2%, rispetto al 2021, attestandosi a 9,54 milioni di hl. Si calcola che lo scorso anno sia cessato il consumo di 856.071 hl. I mesi di settembre (-28,5%) e novembre del 2022 (-31%), sono stati i più negativi per quanto riguarda i consumi. I dati export disponibili fino a novembre vedono le esportazioni di vino spagnolo in calo di volume del 5% nei primi quat-

tro mesi di campagna, fino a 7,4M hl (-0,4 milioni), anche se le vendite in valore sono aumentate del 3,6%, fino a 1.061,3 milioni di euro (+36,5 milioni). Infine, le importazioni spagnole di vino hanno registrato, nei primi quattro mesi della campagna 2022/23, un calo di 166.646 hl (-41%), per un controvalore di 86,8 milioni di euro (-9%). Il calo di volume è spiegato dal vino sfuso, di cui non sono stati più importati 100.735 hl.

<https://www.interprofesionaldelvino.es/publicaciones/informes-econ%C3%B3micos-mercado/>

DIMINUISCE IL CONSUMO DI VINO IN GERMANIA. STABILE LO SPUMANTE

Nella scorsa campagna vinicola, che copre il periodo dal 1° agosto 2021 al 31 luglio 2022, ogni cittadino tedesco ha bevuto in media circa una bottiglia di vino in meno rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Come riportato dal Deutsches Weininstitut (DWI), l'attuale analisi del consumo di vino mostra un volume di 19,9 litri pro-capite, che è stato teoricamente consumato da ogni cittadino durante il periodo di 12 mesi. Rispetto all'anno precedente, ciò corrisponde a una diminuzione di 0,8 litri di vino, pari al 4% per persona all'anno. Il consumo pro-capite di spumante è invece rimasto costante nello stesso periodo a un volume di 3,2 litri. Il calcolo si basa sulla quantità di 16,7 milioni di ettolitri di vino e 2,7 milioni di ettolitri di spumante consumati in Germania. Rapportata alla popolazione tedesca totale, che è cresciuta di quasi un milione di persone a 84,1 milioni di abitanti rispetto all'anno precedente, ciò si traduce in un consumo pro-capite di 23,1 litri di vino e spumante all'anno. Secondo il DWI, lo sviluppo del consumo di vino in Germania può essere attribuito al cambiamento demografico e ai cambiamenti nel comportamento dei consumatori nella società.

<https://www.germanwines.de/aktuelles/news/details/news/detail/News/wine-consumption-in-germany-declining/>

LE VENDITE DI VINO ON-TRADE CONTINUANO AD ESSERE IMPORTANTI NEL REGNO UNITO

Le vendite on-trade sono state e continuano ad essere una risorsa affidabile per le aziende vinicole per accrescere il reddito. Come nel caso del Regno Unito. L'obiettivo finale dei produttori è trovare la strada per diversificare l'offerta, il che significa più vendite. È il succo di uno studio condotto da Wine Business Solutions per conto del settore vitivinicolo australiano. Secondo il report Wine On-Premise UK 2023, il prezzo medio di una bottiglia di vino venduta on-trade nel Regno Unito è ora di 44 sterline, con un aumento del 9% e in linea con l'inflazione. Lo studio identifica tra i trend principali la preferenza per vino rosato e spumante, che mostrano segni di crescita in tutto il comparto della ristorazione rispecchiando tendenze riscontrabili altrove (vedi Australia e Stati Uniti). I vini bianchi e rossi hanno visto entrambi aumenti di prezzo per adeguarsi all'inflazione. Dal report Wine Business Solutions emerge anche che i prodotti di origine britannica, soprattutto spumanti, hanno visto un aumento significativo nelle wine-list dei locali, tanto da superare la penetrazione commerciale del Cava spagnolo. Tendenza inconcepibile solo un decennio fa e che evidenzia la differenza tra l'adottare una strategia guidata dal valore rispetto a una orientata a vendere "lusso".

<https://winetitles.com.au/state-of-uk-on-premise-sales/>

L'INFLAZIONE SPINGE IL VALORE DELLE IMPORTAZIONI DI VINO IN NORVEGIA A LIVELLI RECORD NEL 2022

La Norvegia ha ridotto il volume di vino importato del 14,3% nel 2022, a 93,5 milioni di litri, il terzo miglior dato, tuttavia, fino ad oggi. Nonostante abbia acquistato meno vino, ha speso più che mai, 4.879 milioni di corone (+0,2%), mentre il prezzo medio è salito del 16,8%, a 52,17 NOK/litro, senza dubbio il più alto della serie storica. In un periodo di forte inflazione, il prezzo medio è aumentato in ciascuno dei 12

mesi del 2022; tutti i mesi hanno registrato cali di volume, anche se il valore è cresciuto tra gennaio e giugno con discesa nel secondo semestre.

<https://oemv.es/importaciones-de-vino-en-noruega-ano-2022>

CRESCONO LE ESPORTAZIONI EUROPEE DI VINO IN RUSSIA

Le esportazioni di vino dell'UE verso la Russia sono aumentate vertiginosamente alla fine della primavera del 2022 e hanno continuato la loro tendenza al rialzo in autunno, a seguito di un aumento delle spedizioni di vino fermo dalla Spagna e dalla Georgia. In aumento anche le esportazioni italiane di spumante, a seguito del sorprendente recupero della valuta russa. Gran parte del vino entra nella Federazione Russa attraverso la Lettonia, il paese dell'UE il cui porto di Riga funge da hub logistico per il commercio con la Russia e gli Stati baltici. Occorre tuttavia ricordare che, nonostante l'aumento del valore delle esportazioni, i consumatori russi medi di vino e alcolici hanno cercato opzioni più economiche nell'ultimo anno. In base alle sanzioni dell'UE adottate il 16 marzo 2022, sulla scia dell'invasione russa dell'Ucraina, le aziende vinicole dell'UE sono legalmente autorizzate a esportare vini in Russia a condizione che il valore di ciascuna bottiglia non sia superiore a € 300 (\$ 320). Le regole non si applicano alle ambasciate ufficiali dell'UE o ad altri organismi diplomatici e internazionali in Russia. L'alta soglia di valore fissata dall'UE - la maggior parte dei vini viene venduta per molto meno di 300 euro - è mirata agli oligarchi ricchi russi, ma ha ugualmente consentito al vino dell'Unione di espandersi nel crescente commercio di vino da miliardi di dollari della Russia mentre è in corso l'occupazione dell'Ucraina.

<https://www.wine-searcher.com/m/2023/02/european-wine-exports-to-russia-grow>

LA CALIFORNIA HA LAVORATO 3,35 MILIONI DI TONNELLATE DI UVA DA VINO NEL 2022

In un report preliminare pubblicato nei giorni scorsi, il California Agricultural Statistics Service rivela che nel 2022 sono state pigiate 3,35 milioni di tonnellate di uva da vino, in calo di quasi il 7% rispetto al 2021 e circa l'1,5% in meno rispetto al 2020. Si tratta della terza vendemmia consecutiva di uva da vino californiana al di sotto della media. Le varietà di vino rosso hanno rappresentato la quota maggiore di tutte le uve pigiate. I prezzi dell'uva da vino sono mediamente in aumento rispetto al 2021, soprattutto per i vini rossi (+7,2% sul 2021).

<https://www.winebusiness.com/news/article/267004>

NEW MEXICO: UN CASO STUDIO DI CRESCITA DI UNA REALTÀ VITIVINICOLA EMERGENTE

Nel 2029, il New Mexico celebrerà i 400 anni da quando l'uva Mission fu piantata per la prima volta lungo le rive del Rio Grande dai monaci francescani per produrre vino sacramentale. È la regione vinicola più antica degli Stati Uniti e, prima del proibizionismo, il quinto stato produttore di vino. Ma le inondazioni diffuse all'inizio del 1900 hanno devastato il comparto tanto che la sua importanza è diventata del tutto marginale. Ma lo Stato ha accompagnato silenziosamente la sua industria vinicola negli ultimi dieci anni. Nel 2022, secondo uno studio nazionale sull'impatto economico della National Association of American Wineries, essa ha generato circa 1,12 miliardi di dollari di attività economica totale, rispetto agli 876 milioni di dollari del 2020. E la tendenza sta procedendo in maniera esponenziale a oltre il 10% l'anno. Ma al di là dei numeri, si registra un crescente entusiasmo tra una nuova generazione di produttori pronti a reinventare l'approccio dello Stato alla viticoltura. Una nuova generazione, che affonda le origini anche in nazioni storicamente produttrici di vino come l'Italia, sta raccontando la storia con un tocco moderno. Venendo supportati in questi sforzi da

iniziative di marketing promosse da associazioni di viticoltori locali (New Mexico Wine) e da strumenti di sostegno messi a disposizione dal legislatore statale. Ricerca e trasferimento di competenze sono gli altri pezzi vitali del puzzle quando si tratta di costruire una crescita duratura e diversi, da questo punto di vista, sono i centri e le strutture che dedicano i loro sforzi allo sviluppo e all'innovazione tecnologica del settore.

<https://daily.seventyfive.com/a-case-study-in-growing-an-emerging-wine-state/>

PROSEGUE LA CRESCITA DEL NUMERO DI AZIENDE VINICOLE STATUNITENSIS

Il numero di cantine statunitensi è cresciuto del 3% nel 2022, segnando un altro anno di crescita che continua una tendenza a lungo termine in fieri almeno nell'ultimo decennio. Secondo il Wines Vines Analytics Winery Database, gli Stati Uniti ospitano ora 11.691 aziende vinicole, quasi 400 in più rispetto al 2021 e 1.215 in più rispetto al 2020. Dal 2019, il numero di aziende vinicole statunitensi è cresciuto a un tasso del 4%, che corrisponde al tasso di crescita dal 2010. La crescita sostenuta delle aziende vinicole, attraverso la pandemia e le relative turbolenze economiche, è incoraggiante, soprattutto se confrontata con il calo registrato nel settore della ristorazione e di altri punti vendita on-premise e al dettaglio nello stesso periodo. Il business del vino negli Stati Uniti non è certo uniforme sul tutto il territorio nazionale, e ciò si riflette nella crescita delle aziende vinicole più piccole in tutti i 50 Stati. Con le vendite totali di vino negli Stati Uniti che dovrebbero rimanere stabili o addirittura diminuire nel prossimo anno, la crescita delle aziende vinicole potrebbe rallentare in futuro.

<https://www.winebusiness.com/news/article/266918>

IMPORTAZIONI BEVANDE ALCOLICHE IN USA FINO A DICEMBRE 2022: +9% IN VALORE, MA VINI CONFEZIONATI IN CONTROTENDENZA (-1%)

Le importazioni totali statunitensi di bevande alcoliche (sfuse e confezionate) sono cresciute del +9% in valore negli ultimi dodici mesi, fino a dicembre 2022, e del +1% in valore negli ultimi tre mesi. Tra queste, le importazioni di vino confezionato sono risultate in calo del -14% in volume e del -1% in valore. Negli ultimi tre mesi, i volumi sono diminuiti del -12% e del -4% in valore. Al contrario, il vino sfuso importato negli ultimi dodici mesi è cresciuto del +10% in volume e del +6% in valore. Negli ultimi tre mesi i volumi sono cresciuti del +14% e del +17% in valore. Il 36% di tutto il vino confezionato importato in valore è arrivato dalla Francia, mentre il 22% di tutto lo sfuso importato in valore proviene dalla Nuova Zelanda. Sul fronte export, il vino confezionato esportato dagli Usa negli ultimi dodici mesi è rimasto pressoché stabile in volume ed è cresciuto del +4% in valore. Negli ultimi tre mesi, i volumi sono diminuiti del -13% e del -9% in valore. Il vino sfuso esportato negli ultimi dodici mesi è risultato in calo del -27% in volume e del -22% in valore. Negli ultimi tre mesi, i volumi sono diminuiti del -20% e del -5% in valore. Il 37% di tutto il vino confezionato esportato in valore è destinato al Canada, mentre il 57% di tutto lo sfuso esportato in valore è destinato al Regno Unito.

<https://www.bw166.com/2023/02/08/beer-spirits-wine-packaged-imports-grow-9-by-value-12m-through-december-2022-packaged-exports-grow-19/>

USA: IL BICCHIERE (DI VINO) È MEZZO PIENO

Nelle ultime settimane, due report chiave del settore vitivinicolo hanno indicato che il bicchiere è mezzo vuoto. In primo luogo, dall'analisi dello State of the Wine Industry Report 2023 della Silicon Valley Bank, diversi reporter hanno evidenziato che i consumatori più giovani non sono così interessati al vino alla stregua di quelli più anziani. In secondo luogo, il report

2023 sulle spedizioni dirette al consumatore (DTC) di Sovos/ShipCompliant e WinesVines Analytics, ha portato a titoli come "Il volume e i valori del vino DTC sono diminuiti nel 2022". Sebbene le affermazioni siano entrambe tecnicamente corrette, un'analisi più approfondita dei dati fornisce aspetti positivi per l'industria del vino. Guardando il report DTC, ad esempio, non è stata prestata sufficiente attenzione alla bolla che il settore ha registrato nelle spedizioni durante la pandemia. Il settore ha registrato infatti aumenti "anormali" elevati di queste ultime, ben al di sopra della linea di tendenza, trainati dalla pandemia. Sebbene la spesa dei consumatori sia diminuita nel 2022, è semplicemente tornata alla tendenza pre-pandemia. Analogamente, un grafico chiave del report della Silicon Valley Bank trattava delle vendite dirette al consumatore per età. Dalla sua interpretazione si deduceva chiaramente il minor interesse per il vino tra i consumatori più giovani. Tuttavia, le dinamiche demografiche ne sono un fattore determinante, poiché la popolazione statunitense è invecchiata nello stesso periodo di tempo; pertanto, una circostanza significativa che deve essere considerata per un'analisi completa è il cambiamento demografico durante questo periodo. Inoltre, la generazione dei Baby Boomer è stata la forza trainante della crescita dell'industria del vino negli ultimi decenni. La concentrazione delle spedizioni DTC nella fascia di età superiore ai 60 anni è semplicemente una continuazione di questa tendenza. È importante sottolineare che, guardando alla spesa complessiva per fascia di età (piuttosto che alla quota di spesa), ogni fascia di età ha aumentato la propria spesa DTC nel tempo, compresi i segmenti più giovani di età. Affinando ulteriormente i dati, Jon Moramarco, managing partner di bw166, sottolinea come la spesa pro-capite della fascia di età compresa tra 21 e 30 anni sia aumentata a un ritmo più rapido rispetto alla fascia di età compresa tra 61 e 70 anni. Le fasce di età oltre i 70 anni hanno registrato gli aumenti più elevati, principalmente a causa dell'aumento delle dimensioni della popolazione in queste fasce di età. In conclusione, pur riconoscendo tutte le sfide (ma anche le opportunità) che la filiera del vino dovrà affron-

tare per coinvolgere i più giovani nel consumo, l'analista ritiene che l'industria del vino Usa sia probabilmente in una forma migliore di quanto potrebbe indicare i titoli dei media.

<https://www.bw166.com/2023/02/05/wine-the-glass-is-half-full/>

WINE OPINIONS INDAGA IL CONSUMO DI ALCOLICI NELLA FASCIA D'ETÀ

21-39: AUMENTA

LA FREQUENZA DEL CONSUMO DI VINO TRA I TRENTENNI. BIOLOGICO O SOSTENIBILITÀ FATTORI IMPORTANTI DI SCELTA SOPRATTUTTO PER GLI UNDER 40

A marzo e luglio 2022, Wine Opinions ha condotto sondaggi sui consumatori statunitensi di bevande alcoliche di età compresa tra 21 e 39 anni. I partecipanti delle survey sono stati selezionati tra quelli che dichiarano di bere almeno un tipo di bevanda alcolica 2-3 volte al mese o più spesso. Nel sondaggio di luglio gli intervistati sono stati 631, equamente divisi tra i segmenti di età 21-29 e 30-39 anni, ed analogamente ripartiti per sesso. Le donne intervistate prevalevano nella fascia di età 30-39 (58%, contro il 42% nella fascia di età 21-29). I maschi in quella di età 21-29 anni (57%, contro il 43% nella fascia di età 30-39). Tra i consumatori di birra, la maggioranza ne beve settimanalmente o più spesso. Il consumo di vino e spirits appare un po' meno frequente, con circa un terzo di coloro che bevono vino o spirits che dichiara di consumarne 2-3 volte al mese o più volte a settimana. Una maggiore frequenza di consumo di birra riguarda i maschi (66% settimanale contro 37% delle femmine). Il consumo frequente di vino coinvolge maggiormente le donne (37% alla settimana contro il 22% dei maschi). Il consumo settimanale o più frequente di superalcolici è quasi equamente ripartito anche per genere (30% dei maschi e 29% delle femmine). Nel sondaggio di luglio 2022, è stato chiesto agli intervistati di indicare un tipo di bevanda alcolica "preferita". La birra è stata indicata dal 40% degli intervistati, mentre il 28% preferisce il vino e il 22% gli spirits. Un 10% non dichiara alcun favorito. Tra tutti coloro che pre-

feriscono la birra, circa 1 su 4 è anche consumatore settimanale di vino o più frequente e 1 su 5 beve spirits settimanalmente o più spesso. Tra coloro che preferiscono il vino, quasi 1 su 3 beve birra settimanalmente o più spesso e 1 su 5 beve superalcolici con analoga frequenza. Nel gruppo che preferisce i superalcolici, 1 su 3 beve anche birra settimanalmente o più spesso, mentre meno di 1 su 6 beve vino settimanalmente o più spesso. Nel sondaggio di luglio 2022, agli intervistati è stato chiesto se (negli ultimi 12 mesi) hanno bevuto birra, vino e spirits più spesso, meno spesso o se il consumo di ciascuno è rimasto invariato. I ventenni hanno dichiarato maggiore frequenza di consumo in tutte le tipologie di bevanda alcolica. Questi guadagni netti riflettono principalmente la sperimentazione nella prima età adulta. La maggiore frequenza di consumo di vino nella coorte 21-29 è risultata uguale alla maggiore frequenza di consumo di superalcolici. Gli intervistati sulla trentina, tuttavia, hanno mostrato pochi cambiamenti nella loro frequenza di bere birra o spirits, ma un aumento netto dell'8% nella frequenza del consumo di vino. L'aumento della frequenza del consumo di vino tra quelli sulla trentina (mentre per birra e spirits le frequenze di consumo sono sostanzialmente invariate), indica la crescente adozione del vino tra consumatori "trentenni" di bevande alcoliche. Nella survey di marzo 2022, agli intervistati è stato chiesto di indicare il loro interesse per i vini "better for you" (a più basso contenuto di alcol, calorie, carboidrati e zucchero rispetto ai vini "convenzionali"). Più di un terzo degli intervistati tra i 20 e i 30 anni hanno dichiarato l'acquisto di tali vini. Questa scoperta è in linea con precedenti studi Wine Opinions che hanno dimostrato la maggiore incidenza di acquisto in vino "better for you" per i soggetti di età inferiore ai 40 anni. È da notare che tali vini sono acquistati da una percentuale quasi uguale di under 40 adulti la cui bevanda alcolica preferita è la birra (ma che bevono vino mensilmente o più spesso). Il sondaggio di marzo ha anche chiesto agli intervistati quanto fosse importante per loro che i vini acquistati siano stati realizzati con uve certificate biologiche o prodotti da un'azienda vinicola cer-

tificata per le sue pratiche sostenibili. Avere vini prodotti con uve coltivate biologicamente e prodotti da aziende vinicole certificate per pratiche sostenibili è risultato "molto" o "abbastanza" importante per la maggioranza degli intervistati nei loro 20 o 30 anni. La ricerca di Wine Opinions sui vini biologici/sostenibili condotta negli ultimi anni ha dimostrato che la maggiore frequenza di acquisto e interesse per l'acquisto di questi vini è guidata in gran parte dagli acquirenti di vino di età inferiore ai 40 anni.

https://wineopinions.com/wp-content/uploads/2023/02/Under_Age_40_Wine_Behaviors.pdf

IL PARADOSSO DEL SETTORE VINICOLO STATUNITENSE: VOLUMI IN CALO, MA CONSUMATORI PIÙ ASSIDUI

Nuovi dati di IWSR mostrano un rimbalzo dei tassi di partecipazione al vino negli Stati Uniti dopo il livello basso toccato nel 2021. Il monitoraggio della popolazione dei consumatori a lungo termine mostra che nel 2022 si contavano 4 milioni di persone in più che consumavano vino su base settimanale rispetto al 2018, in forte rimbalzo dal punto più basso dell'era Covid nel 2021. Tuttavia, nonostante questo aumento della popolazione che beve, i volumi complessivi del consumo di vino sono ancora diminuiti del 2% nel 2022 e IWSR prevede che la tendenza al leggero calo continui. Questo paradosso di volumi in calo a fronte di un aumento della popolazione che beve vino può essere spiegato osservando più in dettaglio le tendenze demografiche e di stile di vita. La dimensione della popolazione che beve vino negli Stati Uniti almeno una volta al mese è in calo dal 2015. In quello stesso anno circa 4 residenti statunitensi su 10 tra i 21 e i 34 anni hanno dichiarato di bere vino una volta al mese, ma nel 2021, relativamente alla stessa fascia d'età, quella percentuale era scesa a poco più di un quarto. Anche altri mercati hanno registrato crolli simili, mentre in generale i tassi di partecipazione della fascia di età superiore ai 55 anni sono stati più resilienti. Il Covid-19 ha intensificato questa tendenza. L'impat-

to dei blocchi pandemici e delle chiusure dei locali ha portato a minori opportunità per i nuovi consumatori, in particolare quelli più giovani LDA (in età legale per bere), di avvicinarsi al vino, determinando un forte calo delle dimensioni della popolazione che beve vino. Dopo la pandemia, tuttavia, c'è stato un rimbalzo dei tassi complessivi di partecipazione al vino negli Stati Uniti: il numero di consumatori regolari (RWD) è cresciuto di 14 milioni tra il 2021 e il 2022. Questo slancio proviene principalmente da coloro che hanno età inferiore ai 40, e il settore vino sta assistendo a una crescente influenza non solo dei consumatori più coinvolti (tra i 25 e i 54 anni), ma anche, in una certa misura, della Generazione Z LDA. Il 31% dei consumatori mensili di vino ha ora meno di 40 anni, rispetto al 28% nel 2021. Ciò suggerisce una popolazione LDA più giovane che potrebbe non essere coinvolta con il vino con la stessa regolarità dei più anziani, ma che sta comunque scoprendo la categoria in misura maggiore di quanto abbia fatto prima della pandemia. La differenza fondamentale è questa: i giovani consumatori LDA ora bevono vino in maniera molto più occasionale ma tendono a spendere di più quando ne acquistano. L'on-trade è stato fondamentale per il rilancio della partecipazione al vino nel 2022. Il numero di RWD che acquista vino nei bar e nei ristoranti è aumentato dal 2021 al 2022. In effetti, nel caso dei bar, i numeri del 2022 sono superiori a quelli del 2019. Il ritorno dei consumatori regolari nei luoghi di ospitalità aiuta a spiegare l'apparente paradosso dei fruitori di vino più frequenti ma con un consumo di volume in calo: un numero maggiore di persone beve fuori, piuttosto che a casa, il che è più costoso e, quindi, si verifica più raramente. Alla base di questi cambiamenti ci sono due tendenze fondamentali: moderazione e up trading (bere meno ma orientandosi sempre più sull'offerta premium). I consumatori che guidano la spesa in più di vino premium sono i più giovani LDA. Non è chiaro se l'attuale rimbalzo della popolazione che beve vino sia un temporaneo contraccolpo post-Covid, dopo il quale si riaffermeranno le tendenze a lungo termine, o un ripristino dell'atteggiamento ispirato alla pandemia. Tuttavia, per un settore che sta vi-

vendo una base di consumatori fedele ma invecchiata, che non è ancora stata sostituita da un numero sufficiente di nuovi entranti, ora è il momento di sfruttare lo slancio positivo della partecipazione al vino. E per i produttori, sono le differenze nel modo in cui queste nuove reclute interagiscono con il vino ad essere più rilevanti per intercettare la spesa. I dati IWSR evidenziano altresì diverse modalità con cui i giovani consumatori LDA interagiscono con l'alcol differiscono dalle generazioni precedenti: essi sono più inclini ad esplorare, guardano con interesse al segmento "no/low alcohol" e alla moderazione, ai formati alternativi, ad esperienze di degustazione più variegate e creative.

<https://www.theiwsr.com/the-paradox-of-the-us-wine-industry-falling-volumes-yet-more-regular-drinkers/>

FATTORI CHIAVE PER IL MERCATO STATUNITENSE DELLE BEVANDE NO/LOW ALCOHOL

La categoria delle bevande analcoliche/a bassa gradazione alcolica negli Stati Uniti è pronta ad ottenere significativi guadagni negli anni a venire. Mentre i volumi rimangono concentrati nelle sottocategorie mature della birra analcolica e del vino a bassa gradazione alcolica, anche i segmenti più piccoli come i ready-to-drink (RTD) e gli spirits analcolici sono destinati a una forte crescita in futuro. Questa performance positiva è trainata da prodotti di nuova generazione con caratteristiche e aromi allettanti, sebbene gli ostacoli ad un'ulteriore crescita si intravedono anche in una percepita mancanza di disponibilità di tali bevande attraverso i canali tipici di vendita degli alcolici (negozi al dettaglio e bar/ristoranti) e a percezioni di una bassa qualità. IWSR prevede che il segmento no-alcohol, che nel 2022 aveva una quota stimata del 70% dello spazio combinato no/low negli Stati Uniti, guiderà la futura espansione della categoria. Mentre si prevede che le bevande analcoliche vedranno i volumi aumentare del 25% tra il 2022 e il 2026, la crescita per quelle a basso contenuto di alcol dovrebbe essere solo del 6% nello stesso lasso di tempo. Se

la birra domina il sottosegmento degli analcolici in Usa, i futuri guadagni delle bevande a bassa gradazione alcolica si concentrano principalmente sul vino, che ha un CAGR in volume previsto del +10% tra il 2022 e il 2026, con attività concentrate intorno a fasce di prezzo più elevate. Il vino si presta dunque meglio relativamente alle opzioni a bassa gradazione alcolica, risultando in un segmento relativamente più maturo. Il vino ha in effetti appena iniziato a sfruttare gli attributi di salute e benessere, come ABV più bassi, meno zucchero e meno calorie, per attirare i consumatori. I consumatori no/low più significativi negli Stati Uniti sono i Millennial e i "substituters", persone che bevono no/low in alcune occasioni e bevande alcoliche in altre. Anche gli astemi - coloro che evitano del tutto l'alcol - rappresentano una buona percentuale di consumatori no/low. Piuttosto che il prezzo, i principali ostacoli all'aumento dei livelli di consumo di no/low sono la preferenza dei consumatori per altre bevande e la mancanza di disponibilità: i consumatori abituali di no/low sono scoraggiati dalla mancanza di scelta nei bar o nei ristoranti, nonché dalle percezioni di bassa qualità. Mentre il mercato continua ad espandersi, tuttavia, questa situazione sta cominciando a cambiare. L'e-commerce è un canale potenzialmente fruttuoso per i prodotti no/low in ragione delle normative relativamente rigide che disciplinano la spedizione diretta al consumatore (D2C) per gli alcolici. Siti web no-alcohol dedicati stanno già consentendo ai consumatori un facile accesso ai prodotti e, sempre più spesso, anche bar e negozi al dettaglio no-alcohol stanno sorgendo nei principali centri urbani per soddisfare la crescente domanda.

<https://www.theiwsr.com/key-drivers-for-the-us-no-low-alcohol-market/>

I GROSSISTI WINE & SPIRITS USA REGISTRANO LA PEGGIORE PERFORMANCE DI VENDITA NEL 2022, ANCHE SE LA MEDIA SU QUATTRO ANNI RIDUCE IL DATO NEGATIVO

Il report SipSource di Wine & Spirits Wholesalers of America (WSWA) del

quarto trimestre del 2022 identifica le tendenze del vino e degli spirits ed esplora i comportamenti del trade e dei consumatori mentre il mercato inizia a normalizzarsi dopo 3 anni di ripetute interruzioni. Il report si concentra sui dati relativi a un periodo di 12 mesi (gennaio 2022 - dicembre 2022), prevede le tendenze dei consumatori sia per l'on-premise che per l'off-premise nel 2023 e delinea scenari a breve e lungo termine per il futuro della filiera wine & spirits. I dati accumulati di dodici mesi indicano un calo totale degli alcolici e del vino del -2,9% rispetto alla fine dell'anno 2021. Tuttavia, le cifre relative ad un periodo di quattro anni, che calcolano la media di massicce interruzioni dovute a pandemia, guerra e interruzioni della catena di approvvigionamento, collocano il tasso di crescita totale in calo solo del -0,2%, sostanzialmente invariato, con la categoria spirit in aumento del +4,2% a volume e il vino in calo del -3,9%. L'indice mensile SipSource Channel Shift, che misura il grado di recupero nell'on-premise, ha mostrato promettenti esaurimenti di scorte di fine anno 2022 al 95% dei livelli pre-pandemia per gli spirits e al 90% per il vino. Tuttavia, gli analisti di SipSource prevedono che il 2023 non porterà i livelli pre-pandemia nei ristoranti e nei bar poiché l'inflazione continua a influire sul reddito disponibile dei consumatori. Dalla lettura del report si evince anche che la premiumizzazione è decisamente rallentata nell'anno solare 2022. La categoria vino ha continuato a lottare nel 2022, nonostante i forti tassi di crescita nel segmento di prezzo superiore a \$ 15 durante le festività natalizie. Il vino ha chiuso l'anno in calo del -7,1%, ma con una media del -3,9% nel periodo 2019-2022. Gli analisti di SipSource prevedono che la crescita della categoria non sarà facile nel 2023, a causa di una significativa incertezza economica e ritengono che il raggiungimento di una perdita di volume complessiva del -3,9% sarebbe visto da molti come un successo.

<https://www.wswa.org/news/sip-source-year-end-report-tracks-worst-performance-report-inception>

UN'ANALISI ECONOMICA RIVELA IL POTENZIALE IMPATTO POSITIVO DELLA VENDITA DI VINO NEGLI ALIMENTARI DEL CONNECTICUT (USA)

Mentre il legislatore dello stato del Connecticut sta valutando un disegno di legge che consentirebbe ai negozi di alimentari di vendere vino, un gruppo di ricercatori ha fornito un'analisi completa sull'impatto economico che questa possibilità genererebbe. Attualmente, molti altri stati, compresi i vicini del Connecticut, Massachusetts e New York, consentono la vendita di vino nei grocery store. In Connecticut, invece, è consentita solo la vendita di birra. I principali risultati della ricerca indicano una netta maggioranza, di quasi l'82%, di sostegno del pubblico in generale alla modifica del regolamento per consentire la vendita di vino nei negozi alimentari mentre si avrebbe un impatto minimo sulle abitudini di acquisto di vino complessive dei consumatori. I ricercatori hanno altresì stimato l'impatto economico di tale scelta, con evidenti effetti benefici su occupazione, prodotto interno lordo, reddito disponibile e tasse, tra gli altri risultati.

<https://today.uconn.edu/2023/02/uconn-research-informs-policy-debate-over-wine-sales-in-grocery-stores/>

CANADA: UN MERCATO DEL VINO FRAMMENTATO TRA 10 PROVINCE E 3 TERRITORI

Con i suoi ampi spazi aperti, il Canada ha la seconda superficie più grande del mondo. Tuttavia, il Paese ha solo un decimo della popolazione del suo potente vicino statunitense, il che rende i centri di consumo molto distanti tra loro. "Da qui la caratteristica frammentata di non uno, ma diversi mercati del vino nel Paese", sottolinea un consulente di Business France con sede a Toronto, "quindi aggredire un mercato come il Canada significa soprattutto attaccare province la cui regolamentazione e operatività sono distinte". Mentre nel paese coesistono 13 entità amministrative, Québec, Ontario, British Columbia e Alberta generano la maggior parte dei volumi di

vino importati in Canada. La distribuzione e la vendita di alcolici sono regolate da monopoli provinciali, che determinano le particolarità specifiche di ciascuno dei territori che compongono il paese. Solo l'Alberta ha un mercato aperto e ogni provincia ha le sue specificità normative o nel modo di distribuire. Colosso nel consumo di birra, il Paese non perde interesse per i vini, piazzandosi addirittura al 4° posto tra gli importatori mondiali in valore. Il consulente di Business France insiste tuttavia sulla distinzione essenziale tra i due principali canali: ristorazione (bar, hotel, ristoranti) e distribuzione nei negozi. Importanti sono i bandi pubblicati dai monopoli, in quanto rappresentano volumi considerevoli su tutto il vino distribuito nel Paese (sebbene le referenze prese in considerazione siano alquanto stabili normalmente per bottiglie sotto i 15 dollari). Oltre alla normativa e all'aspetto amministrativo, anche l'andamento dei consumi di vino è diverso tra le province. Gli abitanti dell'Ontario, e le province anglofone in generale, sono più orientati verso l'offerta californiana, che è più centrata sui vitigni e sul marketing di grande successo. Il sistema delle Denominazioni è tuttavia compreso un po' meglio con l'istituzione delle Indicazioni di origine nel Paese. Nei mercati maturi (Ontario e Québec), i consumatori sono aperti a nuovi prodotti, regioni meno conosciute o nicchie. Anche i prodotti a basso contenuto di alcol, zucchero o calorie stanno guadagnando popolarità. "Il livello di impronta di carbonio e la responsabilità sociale delle imprese hanno un impatto positivo in Ontario. Il Quebec ama molto gli orange wine, ma anche i vini naturali o biologici", sottolinea ancora il consulente. Si registra inoltre uno sviluppo generale dei vini rosati, anche se ancora legato alle stagioni, mentre i vini bianchi sono ben radicati in qualsiasi periodo dell'anno. Come negli Stati Uniti, i "ready to drink" stanno vivendo una crescita consistente, mentre gli alcolici continuano a segnare il passo.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98725-le-canada-marche-des-vins-a-13-entrees.html>

**BRASILE: LA NUOVA
 FRONTIERA DEL MONDO DEL VINO**

Il Brasile ha un consumo totale di vino al dettaglio, quello venduto nel corso di un anno (in questo caso il 2022), di circa 4 miliardi di dollari americani; + 6,5% annuo dal 2016 a oggi. Un trend positivo che potrebbe raggiungere i 5,2 miliardi di dollari entro il 2026. A guidare lo sviluppo, il significativo ampliamento della base dei consumatori regolari di vino, quasi raddoppiati nell'ultimo decennio; si tratta di circa 36 milioni di fruitori a cui si aggiungono ulteriori 30 milioni di consumatori occasionali. Si amplia dunque la platea ma allo stesso tempo crescono i consumi, elemento in controtendenza durante il periodo pandemia e rispetto al resto del mondo. Se a livello mondiale i consumi sono scesi del 6,5%, il Brasile ha visto invece un'inversione di tendenza che conta un +28% circa. Si è consumato di più tra le mura domestiche ma anche l'e-commerce ha fatto da traino, esplodendo letteralmente. Il consumo medio pro capite è passato da circa 2 litri a 2,78 litri nel 2022. La crescita è stata guidata dai vini fermi - la particolarità del mercato brasiliano è che resta un mercato "senza spumanti". Il 99% del vino è fermo, solo l'1% è vino spumante, il che si spiega col fatto che il Brasile è culturalmente legato a vini sudamericani e portoghesi caratterizzati da una produzione poco spumantistica. Il vino preferito dai brasiliani è il rosso che copre l'80% del mercato, in aumento anche l'impiego di vino bianco. Cresce in maniera tumultuosa il rosé, anche se il futuro è degli spumanti. Il Brasile è un mercato importante ma soprattutto in crescita, un fatto rilevante sia per i brasiliani che vantano una forte produzione locale ma soprattutto per l'import che ha registrato un +10% (+28% nell'ultimo triennio). Si prevede che le importazioni raggiungeranno i 550 milioni di euro nel 2026, seguendo lo sviluppo del mercato. Punto dolente di cui tenere conto è sicuramente l'alta tassazione e il basso potere d'acquisto. I principali esportatori verso il Brasile, sono il Cile e l'Argentina che cresce del 17%, a 72 milioni. Non a caso il Brasile viene studiato come caso di export di prossimità, dove Cile e Argentina la fanno da padroni. Segue il Portogallo con 67

milioni di euro (+12%). Francia e Italia sono in posizioni di rincalzo, entrambe più o meno all'8% di quota di mercato. Infine Spagna e Stati Uniti. Il canale *Ho.Re.Ca.*, se confrontato con il resto del mondo, ha una bassa penetrazione valendo solo il 16% sul totale delle vendite; gli altri mercati si avvicinano o addirittura superano il 40%. Un elemento ritenuto di criticità per il vino italiano che si sa, è venduto molto bene all'estero soprattutto in ristorazione, in particolar modo se italiana. Supermercati, wine-shops ed e-commerce sono i principali canali di commercializzazione da tenere ben presenti se si decide di volere esportare in questo paese. Il Brasile è senza dubbio un mercato in crescita, dove l'Italia figura come paese comprimario. Deteniamo quote di mercato piuttosto basse ma con ampi margini di crescita. La partita la si gioca soprattutto sui vini spumanti e i rosati, ma attualmente Champagne (di gran lunga) e Cava precedono le esportazioni di bollicine nostrane.

<https://vendemmie.com/news/mercati/brasile-la-nuova-frontiera-del-mondo-del-vino/>

**DOPO AVER RAGGIUNTO
 IL PICCO NEL 2021,
 IL BRASILE HA RIDOTTO
 LE SUE IMPORTAZIONI
 DI VINO NEL 2022**

Il Brasile ha ridotto le sue importazioni di vino del 3,6% in volume e del 7,5% in valore nel 2022, a 153,6 milioni di litri e 2.373,5 milioni di reais (circa 429 milioni di euro). Tuttavia, si tratta dei secondi maggiori acquisti fino ad oggi, appena sotto il record del 2021. Il Brasile è stato uno dei mercati che ha registrato le migliori prestazioni durante la pandemia e uno di quelli che ha aumentato maggiormente i suoi acquisti di vino nel secolo in corso.

<https://oemv.es/importaciones-de-vino-en-brasil-ano-2022>

**IN CALO
 LE ESPORTAZIONI DI VINO
 DEL CILE NEL 2022**

Le esportazioni di vino cileno nel 2022 hanno raggiunto un totale di 829,4 milioni di litri, il 4,2% in meno rispetto a

quanto esportato nel 2021, per un controvalore di USD 1.897,97 (-3,1%) ad un prezzo medio di USD 2,29/litro. Di queste esportazioni, il 53,5% corrisponde a vini con Denominazione di Origine; il 38,9% a vini sfusi e lo 0,5% a spumanti. L'export di vino sfuso ha raggiunto i 443,5 milioni di litri, l'1,1% in meno rispetto a quanto esportato nel 2021. Il valore totale di queste esportazioni ha raggiunto USD 1.459,4 milioni, il 3,1% in meno rispetto all'anno 2021, che si traduce in un prezzo medio di USD 3,29/litro. I vini spumanti hanno aumentato le loro esportazioni, sia in volume che in valore, raggiungendo 3,9 milioni di litri (+9,2%) e 15,5 milioni di dollari (+6,7%).

<https://bibliotecadigital.odepa.gob.cl/bitstream/handle/20.500.12650/72051/BVin0012023.pdf>

**IL MERCATO CINESE DEL
 VINO HA REGISTRATO UN
 CALO DEL 21% IN VALORE
 E VOLUME NEL 2022**

Secondo i dati diffusi dal National Bureau of Statistics of China, la produzione di vino nazionale in Cina nel 2022 è stata di 214.000 chilolitri, con un calo anno su anno del 21,9%. In discesa anche il volume del vino importato, in calo del 21,1% a 340 milioni di litri. Il declino dell'industria vinicola cinese è diventato una tendenza familiare negli ultimi anni. Da un picco di 1,382 milioni di chilolitri nel 2012, la produzione nazionale di vino ha visto un calo continuo, raggiungendo un minimo di 679.100 chilolitri nel 2017. La pandemia di Covid combinata con le tariffe antidumping applicate al vino australiano ha avuto un ulteriore impatto sul settore nel 2019 e nel 2020. Nel 2021, la produzione di vino nazionale è tornata all'incirca allo stesso livello dei primi anni 2000, con appena 268.000 chilolitri prodotti.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2023/02/chinas-wine-market-drops-21-in-value-and-volume/>

IL TRADE DEL VINO CINESE È SPERANZOSO SULLA RIPRESA DEL MERCATO INTERNO MA PERMANGONO LE CAUTELE

Il trade cinese del vino è fiducioso riguardo al tanto atteso riavvio del mercato interno quest'anno dopo che il paese ha abbandonato la sua politica zero-Covid, ma l'ottimismo è temperato dalla cautela poiché la ripresa sarà probabilmente non priva di difficoltà. Dopo essere sopravvissuto a quello che è stato descritto come "l'anno più difficile per l'industria vinicola nazionale", il mercato del vino cinese ha accolto con favore l'aumento delle vendite di vino durante il Festival di Primavera grazie al fatto che molti ristoranti e bar stanno riprendendo la normale attività. Le entrate dei ristoranti sono aumentate di quasi il 25% durante il periodo del festival rispetto a un anno fa, secondo un sondaggio della China Cuisine Association, mentre le principali attività di vendita al dettaglio e di catering hanno visto le loro vendite crescere di quasi il 7% su base annua, secondo quanto riferito dalla televisione pubblica CCTV citando i dati dal Ministero del Commercio. Nel 2022, l'industria vinicola cinese ha toccato il fondo sia nel mercato di importazione che in quello interno. Secondo i dati pubblicati dalla dogana cinese, il valore totale dei vini importati nel 2022 è di 9,6 miliardi di RMB (1,4 miliardi di dollari USA), con un calo anno su anno del 12,5%, che indica il quarto calo consecutivo dal 2019. Forse il più significativo indicatore di quanto il mercato si stia riprendendo dopo tre anni di crolli sarà l'imminente China Food and Drinks Fair (CFDF) in programma a Chengdu il prossimo aprile. Considerato un punto di riferimento per l'industria cinese delle bevande, la fiera rifletterà la domanda del mercato e misurerà la fiducia dell'industria.

<https://vino-joy.com/2023/02/04/chinese-wine-trade-bullish-on-rebound-but-cautions-remain/>

A FRONTE DEL CALO DELLE IMPORTAZIONI, IN CINA SI REGISTRA IL BOOM DI VENDITE ONLINE PER I VINI LOCALI

I cinesi bevono sempre più vini locali. Mentre i vini importati hanno subito una decisa flessione lo scorso anno, la popolarità dei vini cinesi, in particolare quelli provenienti dalla principale regione vinicola, Ningxia, ha registrato una crescita vertiginosa online attraverso le principali piattaforme di e-commerce e social media del Paese. Come riporta la testata Vino Joy News, le vendite online dei vini della sottoregione di Yinchuan del Monte Helan Est hanno superato i 75 milioni di RMB (10,9 milioni di dollari) nel corso dell'anno, con un aumento del 50% rispetto al 2021, nonostante le restrizioni del Paese e i consumi domestici tradizionalmente modesti. La piattaforma più efficace finora per guidare le vendite di vino online del distretto è il principale portale e-commerce cinese JD.com, responsabile di 52 milioni di RMB (7,5 milioni di dollari), mentre Tmall.com e Douyin, la versione cinese di Tiktok, hanno contribuito insieme a 23 milioni di RMB (3,3 milioni di dollari). Yinchuan è una sottoregione viticola chiave del Ningxia e le altre sottoregioni sono Qing Tongxia, Hong Shibao e Shi Zuishan. La crescita corrisponde a una tendenza emergente tra i Millennial e i Gen-Z cinesi, attenti ai social media, che scelgono i prodotti nazionali rispetto a quelli importati, grazie al crescente orgoglio e alla fiducia nel patrimonio cinese. L'attiva campagna e-commerce e l'efficace gestione dei social media hanno svolto un ruolo centrale nel boom delle vendite online del Ningxia. L'anno scorso, il governo di Yinchuan ha creato un flagship store su JD.com che vendeva esclusivamente vini del Ningxia. Nel frattempo, ha incoraggiato e sostenuto le aziende vinicole del Ningxia a creare account sulle più popolari piattaforme cinesi di video brevi per promuovere i vini della regione. Entro la fine del 2022 più di 40 cantine vendevano vini online, circa la metà del numero totale di cantine di Yinchun. Particolarmente efficaci sono state le promozioni delle vendite durante le feste dello shopping online, come il 18

giugno e il Singles' Day, tra cui il livestreaming di Douyin e gli e-coupon.

<https://vino-joy.com/2023/02/20/ningxia-online-wine-sales-boomed-in-2022/>

COSA SIGNIFICHERÀ UNA POPOLAZIONE CINESE IN CALO PER LE BEVANDE ALCOLICHE?

Le opportunità per il settore delle bevande in Cina - attualmente il mercato più popoloso del mondo - hanno attratto notevoli investimenti negli ultimi tempi. Le ripercussioni di uno spostamento al ribasso della popolazione cinese saranno sotto esame da parte dei player del comparto, poiché si prevede che la popolazione indiana supererà quella cinese quest'anno (2023). In Cina la popolazione è diminuita nel 2022 per la prima volta dal 1961. L'importanza del paese per il benessere del mercato globale delle bevande è dimostrata dai dati IWSR, che mostrano che nel 2021 la Cina ha rappresentato un quinto del consumo mondiale di alcol in volume e più di un quarto delle vendite in valore. Il valore del mercato è balzato di oltre tre quarti, a più di 300 miliardi di dollari, in appena un decennio. Durante questo periodo, i dati IWSR mostrano che i vini e gli alcolici premium e superiori (premium-and-above) si sono evoluti dal detenere una quota di appena il 5% del mercato totale di vino e alcolici in Cina al 16%. La premiumizzazione è stata trainata dall'andamento dell'economia cinese e dal successivo sviluppo della popolazione adulta urbana della classe medio-alta. Questo è un segmento di popolazione che è cresciuto di circa 22 milioni di persone tra il 2019 e il 2022, secondo i dati IWSR, e ha il maggiore impatto sulla crescita del valore dell'industria TBA del paese. All'interno della categoria vino, ad esempio, il 30% dei consumatori di vino importato della classe medio-alta urbana sono giovani benestanti "engaged explorers" (esploratori impegnati) e "status seekers" (in cerca di status). Questi segmenti rappresentano oltre il 60% della spesa in Cina. "I dati demografici, per loro natura, sono metriche piuttosto lente", osserva Richard Halstead, COO Consumer Insights, IWSR

Drinks Market Analysis. Halstead fa riferimento ai dati delle Nazioni Unite per rafforzare il suo punto di vista: la popolazione cinese in età lavorativa rimarrà a circa 1 miliardo per il resto di questo decennio e rimarrà sopra i 900 milioni fino al 2040. Nel 2030, la fascia di età quinquennale più numerosa sarà quella compresa tra i 40 e i 45 anni. Halstead aggiunge: "Questa fascia di età si allinea in genere con gli anni di picco dei guadagni, un segnale positivo tra le notizie sul calo della popolazione cinese". Shirley Zhu, direttore di ricerca IWSR per la Cina, rimane ottimista sul fatto che ci siano "ancora opportunità in Cina, anche se i 'dividendi demografici' stanno scomparendo". Questo ottimismo è supportato dal fatto che i redditi sono ancora in aumento, soprattutto nella Cina centrale e occidentale, e dal fatto che i risparmi delle famiglie sono aumentati nel 2022. La ricerca sui consumatori di IWSR del quarto trimestre del 2022 rafforza ulteriormente gli alti livelli di fiducia all'interno della classe media urbana cinese, con consumi e spese previsti in aumento nella maggior parte delle categorie di bevande. C'è un'aspettativa generale tra gli acquirenti cinesi di spendere di più in tutte le categorie di beni di consumo, con l'umore notevolmente più positivo per l'alcol che per altri settori come i pasti pronti e le bevande analcoliche. Gli indicatori a breve termine rimangono quindi relativamente positivi; a lungo termine, gli "high spenders" dell'alta borghesia urbana saranno la chiave del successo del mercato cinese delle bevande alcoliche.

<https://www.theiwsr.com/what-will-a-shrinking-chinese-population-mean-for-beverage-alcohol/>

IL PIÙ GRANDE RIVENDITORE DI BEVANDE ONLINE DELLA CINA VERRÀ RIMOSSO DALLA QUOTAZIONE A CAUSA DI PROBLEMI FINANZIARI

Il più grande rivenditore di bevande online della Cina, 1919.cn, ha annunciato la sospensione delle sue negoziazioni sul terzo mercato di negoziazione azionaria della Cina a partire dal 17 febbraio, aprendo la strada ad un'e-

ventuale delisting. All'origine di questa decisione ci sarebbero problemi di natura finanziaria.

<https://vino-joy.com/2023/02/24/breaking-chinas-largest-online-drinks-retailer-to-be-delisted-amid-financial-woes/>

LE IMPORTAZIONI DI VINO DELLA COREA DEL SUD SONO CRESCIUTE NEL 2022 A UN RITMO PIÙ LENTO

Le importazioni di vino della Corea del Sud hanno continuato il loro slancio di crescita nel 2022, anche se a un ritmo più lento, poiché i consumatori sono orientati sull'acquisto di bottiglie più costose, come dimostrano gli ultimi dati del dipartimento doganale del paese.

<https://vino-joy.com/2023/01/31/south-koreas-wine-imports-grew-in-2022-at-slower-pace/>

PERFORMANCE IN CHIAROSCURO PER LE ESPORTAZIONI AUSTRALIANE DI VINO A CAUSA DEL PERSISTERE DI DIFFICILI CONDIZIONI GLOBALI

Le esportazioni di vino australiane sono aumentate dell'1% in volume a 623 milioni di litri e sono diminuite del 4% in valore a 1,94 miliardi di dollari nell'anno conclusosi il 31 dicembre 2022, secondo l'ultimo Export Report pubblicato da Wine Australia. L'aumento del volume rispetto al valore è stato guidato dalla crescita delle spedizioni di vino non confezionato, in particolare verso gli Stati Uniti d'America e il Canada. Anche gli sforzi di diversificazione e intensificazione degli esportatori di vino australiani emergono dalla lettura del report, con gli esportatori che hanno spedito vino in 120 diverse destinazioni, rispetto alle 112 dell'anno precedente, il numero più alto dall'inizio della pandemia di Covid-19. La crescita del valore delle esportazioni verso il sud-est asiatico è continuata durante il periodo monitorato con un aumento del 16% in valore a 305 milioni di dollari. Ciononostante, si è trattato di un altro anno

difficile per gli esportatori di vino australiani, con l'aumento dell'inflazione, i costi aziendali e i tassi di interesse che hanno influito sui margini, e si prevede che ciò continuerà nel 2023

<https://winetitles.com.au/varied-performance-for-wine-exports-as-challenging-global-conditions-linger/>

L'INNOVAZIONE GENERA OPPORTUNITÀ PER IL MERCATO AUSTRALIANO "NO-ALCOHOL"

Attualmente il 31% dei consumatori australiani acquista prodotti analcolici e, poiché l'industria cerca di strutturare un'offerta adeguata a fronte di un interesse in aumento, l'innovazione dei prodotti sta contribuendo a guidare la crescita della categoria. I volumi di birra/sidro analcolici, vini, spirits e RTD sono aumentati di circa il 60% nel 2022. La birra domina la quota di porzioni di bevande analcoliche, ma vino, spirits e RTD si stanno ritagliando una nicchia crescente all'interno del segmento. In particolare, lo slancio della categoria del vino analcolico si realizza quando i produttori sfruttano i progressi nella tecnologia di dealcolizzazione del vino, contribuendo a migliorare la qualità del prodotto. Si prevede che i prodotti analcolici in generale registreranno una crescita significativa nei prossimi anni, ma tale livello di crescita sarà determinato dalla disponibilità dei retailer sia nazionali che esteri a "sposare" con convinzione la categoria. Per i no-alcohol, particolarmente importanti sono i canali alimentari e convenienza. Senza la necessità di una licenza per gli alcolici, questi commercianti al dettaglio stanno investendo molto per catturare la spesa degli acquirenti. Gli analcolici stanno guadagnando terreno anche nell'on-trade poiché gli operatori cercano di aumentare la frequenza e la spesa dei non consumatori con opzioni premium, oltretutto più redditizie.

<https://www.theiwsr.com/innovation-drives-opportunities-for-australias-no-alcohol-market/>

IL CONSUMO DI ALCOLICI IN NUOVA ZELANDA È IL PIÙ BASSO DEGLI ULTIMI 15 ANNI

Nelle statistiche annuali fino a dicembre 2022, il numero di bevande standard consumate in Nuova Zelanda è diminuito nell'ultimo anno dell'1%, a 1,96 al giorno nel 2022, il numero più basso di bevande standard per persona negli ultimi 15 anni. Il volume annuo totale di birra, vino e spirits disponibile per il consumo è diminuito dello 0,3% a 498 milioni di litri, seguendo un piccolo aumento dello 0,9% nel 2021 e dello 0,8% nel 2020. Nel 2022, il volume di alcol disponibile per persona di età pari o superiore a 18 anni era dell'11% inferiore all'ultimo picco della serie nel 2010. Continuano le tendenze degli spirits e del vino osservate negli ultimi due anni, con il volume annuo totale di spirits in aumento del 3,2% a 103 milioni di litri e il vino in calo del 5,9% a 101 milioni di litri. Complessivamente il volume totale di birra è aumentato dello 0,5% a 294 milioni di litri. Negli ultimi 15 anni il volume disponibile per il consumo di birra è diminuito dal 66% al 59%, quello di vino è aumentato dal 19% al 20%, mentre gli spirits sono cresciuti dal 14% al 21%. A novembre 2022 l'indagine annuale sulla salute dei neozelandesi rivela che l'81% degli adulti beve birra, vino e spirits in modo responsabile. I neozelandesi bevono attualmente oltre il 25% in meno rispetto a alla fine degli anni '70. Meno minori di 18 anni bevono alcolici e quelli che lo fanno lo bevono in modo "meno pericoloso". Gli osservatori del settore stanno assistendo al cambiamento delle tendenze, con i neozelandesi che sorseggiano e assaporano la loro bevanda e si rivolgono a prodotti a basso contenuto di alcol e analcolici. Negli ultimi anni i birrifici, le distillerie e i produttori di vino neozelandesi hanno investito nell'innovazione per migliorare la loro offerta di birra, vino e spirits no/low, con una scelta più ampia e un sapore migliore. Un sondaggio condotto su 1.250 neozelandesi nel dicembre 2022 ha rilevato che il 56% (rispetto al 49% dell'anno precedente) degli intervistati beve bevande a basso contenuto di alcol almeno per una parte del tempo

e alcuni preferiscono bevande a basso contenuto di alcol.

<https://winetitles.com.au/nz-alcohol-consumption-has-the-lowest-number-of-standard-drinks-per-person-in-the-past-15-years/>

IN SUDAFRICA CRESCE LA VOGLIA DI BOLLICINE ITALIANE

Primo Paese al di fuori dell'Europa dove siano stati piantati dei vigneti (oltre 350 anni fa), il Sudafrica ha una lunga tradizione enologica alle spalle. Ma guardando in avanti è anche uno dei più promettenti Paesi di consumatori - vista l'abitudine a bere vini di qualità - oltre ad essere un hub per raggiungere le altre piazze di destinazione del Continente africano. Oggi l'Italia si colloca al secondo posto nell'import sudafricano di vino alle spalle della Francia e precede - assai distanziati - Portogallo, Spagna e Argentina. Le esportazioni di vini italiani verso il Sudafrica si sono nettamente riprese nel 2022, dopo un 2021 caratterizzato da notevoli difficoltà legate alla diffusione del Covid e ai noti ripetuti blocchi al consumo di alcolici imposti dal governo locale durante il periodo pandemico, che hanno messo a dura prova anche la stessa filiera vitivinicola sudafricana e le performance esportative del Paese. Nei dieci mesi del 2022 (gennaio-ottobre), l'Italia ha venduto in Sudafrica 859mila litri di vino, con un incremento del 30% rispetto allo stesso periodo del 2021. Nel giro d'affari, l'aumento è più consistente ed è del 40%, con valori che passano da 3 milioni a 4,2 milioni di euro. La gran parte dell'export italiano a valore verso il Sudafrica è costituita dagli spumanti, che nel periodo considerato pesano per 3 milioni di euro (di cui 2,2 milioni di solo Prosecco DOP). "Quello del vino italiano è un successo destinato a crescere nei prossimi anni" ha dichiarato Winifred Bowman, Cape Wine Master, figura eminente della critica enologica sudafricana, in occasione di un roadshow organizzato da Gambero Rosso. "L'Italia del vino rappresenta un incredibile scrigno di biodiversità, e continua ad appassionare i consumatori sudafricani. La prova? Non c'è azienda vinicola nella

zona del Capo che non abbia piantato vigne con varietà italiane, e sono sempre di più gli agronomi e gli enologi italiani nel settore qui in Sudafrica. Una storia antica, che risale al 17esimo secolo con l'arrivo dei perseguitati religiosi Ugonotti e Valdesi dalla Francia e dal Piemonte, che svilupparono la viticoltura, ma che in questi ultimi anni ha ripreso con grande vigore".

<https://static.gamberorosso.it/2023/02/gfebbtrebicchierising.pdf#page=22>

LA NIGERIA RIMANE UN MERCATO ATTRAENTE PER I PRODUTTORI DI VINO

La Nigeria rimane una destinazione attraente per i produttori di vino globali con i suoi oltre duecento milioni di abitanti, la settima nazione più popolosa del mondo e la più popolosa d'Africa rappresentando circa il 12% della popolazione totale del continente africano, attualmente attestato a circa 1,4 miliardi di abitanti. Questa è l'opinione condivisa da un esperto del settore enologico dopo aver partecipato come membro del panel alla giuria della selezione di vini Best Value Vin De France 2023 e all'evento globale dell'industria enologica, il Vinexpo/Wine Paris Exhibition a Parigi. L'esperto ha affermato che la Nigeria offre una frontiera attraente per i produttori di vino internazionali che cercano di diversificare e che sono alla ricerca di mercati nuovi e in evoluzione, in particolare mercati che possano offrire opportunità di crescita sostenute. Parlando delle dinamiche del mercato nigeriano delle bevande alcoliche, ha dichiarato che continuerà ad esserci una crescita significativa dei consumi, con sostanziali sviluppi on-trade e off-trade che avranno un impatto sul volume degli scambi. In effetti è stato registrato un notevole miglioramento rispetto al volume di bevande alcoliche previsto in crescita di circa il 10,90% (CAGR 2023-2027), con un valore superiore a 34,38 miliardi di dollari, secondo i dati forniti da Statista, tenendo conto inoltre che, mentre il consumo di vino è rimasto relativamente elevato negli stati chiave della regione meridionale, vi è una significativa aspettativa di crescita in altre regioni fino ad ora ostacola-

ta da preoccupazioni sociali, culturali e di altro genere. L'esperto ha infine sottolineato che, a causa di problemi di prezzo, c'è tuttavia un afflusso di prodotti "low entry", mentre i marchi di valore stanno guadagnando una quota ottimale significativa del mercato con un marketing adeguato. Se il consumo domestico rimane significativo, si prevede che il consumo fuori casa in bar, ristoranti e altri locali continuerà a crescere mentre l'economia continua a riprendersi da alcuni dei recenti shock.

<https://www.vanguardngr.com/2023/02/nigeria-remains-attractive-market-for-global-wine-producers-says-expert/>

RICERCA E INNOVAZIONE

LANCET PUBBLICA RICERCA DEL GLOBAL BURDEN OF DISEASE: DOSI MODERATE MIGLIORANO LA SALUTE E RIDUCONO MORTALITÀ. CONSIDERARE INTERO PROFILO EPIDEMIOLOGICO

Una recente ricerca pubblicata su Lancet nel luglio 2022 da parte del Global Burden of Disease Study (un programma di ricerca globale che valuta la mortalità dovuta a malattie, lesioni e fattori di rischio principali, frutto di una collaborazione di oltre 7.000 ricercatori in più di 156 paesi) mostra come a bassi livelli di consumo, l'alcol riduca il rischio di mortalità per tutte le cause. Piccole quantità di consumo di alcol sono associate a migliori risultati di salute nelle popolazioni che affrontano prevalentemente un carico elevato di malattie cardiovascolari. In ogni caso, come scrive il GBD, si tratta di un argomento controverso e oggetto di dibattito. L'apparente contraddizione nei risultati degli studi esistenti evidenzia l'importanza di continuare a studiare questo argomento e di aggiornare la base di prove man mano che diventano disponibili maggiori informazioni. Tra i risultati più notevoli della ricerca emerge come il livello di consumo di alcol che riduce al minimo la perdita di salute varia in modo significativo tra le popolazioni e che linee guida

e raccomandazioni sul livello ottimale di consumo di alcol devono prendere in considerazione l'intero profilo epidemiologico ed i tassi di base di malattie per ogni popolazione.

<https://www.agricolae.eu/vino-lancet-pubblica-ricerca-del-global-burden-of-disease-dosi-moderate-migliorano-la-salute-e-riducono-mortalita-considerare-intero-profilo-epidemiologico/>

<https://www.agricolae.eu/wp-content/uploads/2023/02/PIISo140673622008479.pdf>

STUDIO COREANO: BERE DUE BICCHIERI DI VINO AL GIORNO PUÒ RIDURRE LA POSSIBILITÀ DI SVILUPPARE LA DEMENZA, MA IL RISCHIO AUMENTA CON OGNI SORSO IN PIÙ

Bere fino a due lattine di birra o bicchieri di vino al giorno può ridurre il rischio di soffrire di demenza, suggerisce un importante studio. I ricercatori della Corea del Sud hanno analizzato i dati sanitari di quattro milioni di persone nel paese che sono state monitorate per un massimo di otto anni. Coloro che bevevano una lattina di birra o un bicchiere di vino al giorno mostravano un rischio di demenza inferiore del 21% rispetto ai non bevitori, mentre quelli che bevevano due volte al giorno avevano un rischio inferiore del 17%. Ma chiunque consumava alcol in quantità maggiori - tre o più drink al giorno - evidenziava un rischio maggiore dell'8%. I ricercatori suggeriscono che l'alcol in quantità inferiori può proteggere dalla demenza perché riduce l'infiammazione nel cervello e la densità del sangue, permettendo a quest'ultimo di fluire meglio. Lo studio non ha tuttavia potuto dimostrare in modo definitivo che sia l'alcol ad innescare la riduzione del rischio di demenza, piuttosto che un altro fattore come la dieta o la genetica. Esso in effetti si è basato su un campione di partecipanti che ha riferito autonomamente la frequenza con cui consumava alcol.

<https://www.dailymail.co.uk/health/article-11719331/Drinking-two-bottles-beer-small-glasses-wine-day-LOWER-chance-dementia.html>

PUBBLICATO UNO STUDIO CHE SFATA IL MITO DELL'ACCESSO PER I MINORI ALLE BEVANDE ALCOLICHE ATTRAVERSO LA VENDITA DIRETTA

La piattaforma di e-commerce e spedizione di vino online, Vinoshipper, ha pubblicato uno studio, unico nel suo genere, per dimostrare che le piattaforme di commercio elettronico con software di verifica dell'età sono efficaci al 100% nel fermare le vendite illegali di alcolici ai minori. Lo studio mostra che le vendite dirette al consumatore sono il modo più sicuro per vendere alcolici e il software di verifica dell'età prima dell'acquisto è un modo economico e affidabile per bloccare e misurare il tentativo dei minori di acquistare alcolici online. Dimostra anche che i minori non stanno tentando di utilizzare il canale DtC in numero significativo per assicurarsi la disponibilità di alcol.

<https://www.winebusiness.com/news/article/267291>

UNA RICERCA MOSTRA CHE IRRIGARE LA VITE A INIZIO STAGIONE AUMENTA IL RACCOLTO RISPETTO ALL'ATTESA D'ACQUA

L'esperto in viticoltura Alec Levin, della Oregon State University, ha condotto studi sull'irrigazione, per rispondere alla domanda dei viticoltori della regione della Rogue River Valley su come utilizzare al meglio una riserva d'acqua limitata in anni di particolare siccità. Dai diversi esperimenti condotti in campo, ogni singolo anno, i risultati ottenuti erano gli stessi: dare alle viti l'acqua in anticipo, quando era disponibile, per poi far fronte alla sua scarsità, era la strada da percorrere in termini di resa e qualità dei frutti.

<https://www.goodfruit.com/thirst-management-for-wine-grapes/>

UN IMPULSO ALLA RICERCA SUI VIRUS DELLA VITE

In Francia, INRAE e IFV stanno unendo le loro forze all'interno del nuovo laboratorio alsaziano Vitivirobiome per migliorare la qualità sanitaria delle piante di vite e combattere i virus emergenti. I ricercatori hanno già identificato più di 90 virus che colpiscono la vite. I più noti sono quelli responsabili delle malattie dell'arricciamento della vite e dell'accartocciamento fogliare. Diversi patogeni emergenti devono invece ancora essere isolati per prevenirli o gestire meglio i vigneti colpiti. Il laboratorio Vitivirobiome ha un programma scientifico di 5 anni (2023/2028) dedicato all'applicazione di metodi HTS (High Throughput Sequencing), che possono essere utilizzati, tra l'altro, come nuovi metodi di rilevamento virus.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98790-coup-daccelerateur-pour-la-recherche-sur-les-virus-de-la-vigne-.html>

IN UNA SCHEDA TECNICA CURATA DA AWRI LE ALTERNATIVE PER IL CONTROLLO DELLE ERBE INFESTANTI NEI VIGNETI SENZA RICORRERE AGLI ERBICIDI

Da quando il primo erbicida moderno è stato lanciato sul mercato nel 1946, il suo uso si è diffuso praticamente in tutti i settori agricoli. Tuttavia, le crescenti preoccupazioni per la sicurezza chimica, la resistenza agli erbicidi, la salute del suolo e le richieste dei consumatori hanno portato molti coltivatori a cercare metodi alternativi. Il sito web dell'Australian Wine Research Institute (AWRI) ha pubblicato una nota tecnica molto dettagliata con informazioni sulle opzioni disponibili, compreso uno strumento decisionale per aiutare i viticoltori a scegliere l'opzione più appropriata per ogni tipo di vigneto. Questo strumento considera fattori quali il tipo e le condizioni del suolo, la pendenza, le precipitazioni e la disponibilità idrica, la quantità di erbe infestanti, l'età e la vigoria delle viti, gli obiettivi di produzione, le condizioni climatiche

e la compatibilità con le infrastrutture e le attrezzature esistenti. La nota tecnica analizza anche i vantaggi e gli svantaggi di ciascuna delle opzioni proposte, tenendo conto dell'età del vigneto, dell'impatto sul suolo, dell'efficacia del trattamento, della velocità di attuazione e dei costi e propone una serie di casi di studio, articoli e video dei ricercatori dell'AWRI.

https://www.infowine.com/it/novit%C3%A0o/alternative_per_il_controllo_delle_erbe_infestanti_sc_21153.htm

<https://www.awri.com.au/industry-support/viticulture/weed-management/non-chemical-weed-management/>

NUOVE MISURAZIONI DELLA VITA DEL SUOLO NEI VIGNETI

Due laboratori stanno intraprendendo la misurazione della biomassa microbica e del rapporto funghi/batteri nei suoli. Questi indicatori consentono di identificare molto rapidamente l'impatto di una pratica sulla vita del suolo.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98575-de-nouvelles-mesures-de-la-vie-des-sols-dans-les-vignes.html>

RINTRACCIARE LE VITI FANTASMA PER CONTRASTARE IL CALO DI PRODUTTIVITÀ DEL VIGNETO

Una startup agritech neozelandese sta conducendo un progetto da 1,3 milioni di dollari per aiutare i viticoltori a identificare e sostituire le viti mancanti, morte, morenti o altrimenti improduttive. Queste ultime ricevono tutto il lavoro, l'acqua e gli altri input riservato alle altre viti, senza tuttavia contribuire alla produttività complessiva del vigneto. L'attuale sistema sviluppato dalla startup riesce a monitorare lo stato attuale delle viti. Misurando e analizzando le condizioni di ogni vite e dei rispettivi vicini nel tempo, il progetto Ghost Vines consentirà la diagnosi del calo della produttività e della malattia nella fase più precoce possibile.

<https://www.ruralnewsgroup.co.nz/wi->

[ne-grower/wg-general-news/tracking-down-the-ghost-vines](https://www.ruralnewsgroup.co.nz/wine-grower/wg-general-news/tracking-down-the-ghost-vines)

UN NUOVO "LABORATORIO VARIETALE" PER I VINI DEL SUD-OVEST DELLA FRANCIA

Venerdì 10 febbraio, il Ministro dell'Agricoltura francese Marc Fesneau si è recato nel Gers per inaugurare la cantina sperimentale e didattica di Plaimont, uno strumento pionieristico che unisce innovazione ed ergonomia. Installata ai piedi del Monastero di Saint Mont e sul sito di ex edifici amministrativi distrutti nel 2019, questa cantina è entrata in servizio durante l'ultima vendemmia con tre missioni principali: ridurre i residui di pesticidi entro il 2028, lavorare sui vitigni autoctoni e preservare la freschezza dei vini. La cantina sperimentale ospita una cinquantina di nuovissimi tini in acciaio inox, progettati per vinificare solo 200 viti o pochi grappoli di un terroir ben preciso. Altra particolarità di questa cantina sperimentale: è aperta ai turisti. Più di 500 visitatori hanno già avuto modo di visitarla da agosto 2022 e osservare il personale in azione.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98674-inauguration-de-latelier-des-cepages-des-vins-du-sud-ouest.html>

LA LANA DI PECORA AIUTA LA VIGNA A PRODURRE VINO MIGLIORE

Velli di lana di pecora vengono adagiati nelle viti in una tenuta del nord del Galles dopo che si è scoperto che riducono la necessità di prodotti chimici e migliorano la qualità dei frutti. Facendo seguito ad una prova su piccola scala, il viticoltore che ha sperimentato tale soluzione sta ora deponendo le pelli sotto tutte le sue viti, e ha dichiarato che i primi risultati sono stati "fenomenali" visto il minor uso di prodotti chimici impiegati nella gestione del vigneto. La speranza è che esso possa diventare interamente biologico negli anni a venire. Ma i vantaggi non si fermano qui: l'enologo dell'azienda ha affermato che i velli di lana hanno contribuito a trattenere l'umidità, scacciare i parassiti come le lumache e riflettere la luce del sole sulle viti. Il

risultato più interessante è che quelle che utilizzano il vello hanno uve molto più mature.

<https://www.bbc.com/news/articles/c98yx3yxjrno>

MAIALI CHIAMATI A PULIRE A FONDO I VIGNETI DI CHAMPAGNE

Gli abitanti del villaggio di Cramant, nella Champagne francese, possono assistere ad uno spettacolo davvero raro: maialini che stirpano le infestanti tra le viti che producono il famoso spumante della regione, un'alternativa ai mezzi chimici o meccanici per combattere erbacce e parassiti. Originari della Nuova Zelanda, i maiali "kunekune" - una parola Maori che significa "rotondo e grasso" - annusano la terra sostenendo filari di viti ben piantati. Il loro lavoro "approfondito" e "preciso" di questi maiali può combattere le erbacce, la muffa e altri funghi e aerare il terreno. Testati per la prima volta l'anno scorso nella regione vinicola di Bordeaux, i maiali potrebbero essere una scelta migliore rispetto all'altra soluzione ecologica, le pecore, che "tagliano semplicemente" le piante indesiderate. Con un peso di circa 40 chili ciascuno, i maiali evitano di mangiare preziosi lombrichi e non possono alzare la testa abbastanza in alto per attaccare le foglie e i rami delle viti. Inoltre divorano foglie vive che cadono subito a terra, impedendo ai funghi di attecchire. A quanto pare, i maiali consentono una riduzione molto significativa nell'uso di trattamenti chimici.

<https://www.barrons.com/news/pigs-called-in-to-deep-clean-champagne-vineyards-c2836481>

OTTIMIZZAZIONE DELL'IMPOLLINAZIONE PER UNA MIGLIORE PRODUZIONE DI FRUTTA

Un nuovo sistema di monitoraggio sviluppato dai ricercatori della Monash University utilizza l'intelligenza artificiale (AI) per tracciare il movimento delle api ed aiutare così a migliorare l'impollinazione e la resa delle colture. La ricerca, pubblicata sull'International Journal of Computer Vision, ha

visto la registrazione di impollinatori come api mellifere, mosche volanti, falene, farfalle e vespe, per costruire un database di oltre 2000 tracce di insetti in una fattoria di fragole nello stato australiano di Victoria. Le registrazioni sono state quindi analizzate utilizzando Computer Vision e AI per tracciare i movimenti individuali dei singoli insetti, contarli e monitorare le loro visite ai fiori. Ciò ha permesso ad agricoltori e ricercatori di comprendere i contributi delle diverse specie all'impollinazione. Conoscere la misura in cui un raccolto è stato impollinato consente agli agricoltori di modificare la posizione e il numero degli alveari per aumentare i livelli di impollinazione e, dunque, favorire una maggiore resa della frutta coltivata.

<https://winetitles.com.au/optimising-pollination-for-better-fruit-production/>

UNO STUDIO TEDESCO CONFERMA CHE IL BIOLOGICO PUÒ FAR RISPARMIARE MILIARDI IN COSTI AMBIENTALI E CLIMATICI, MA È NECESSARIO AUMENTARE LA RESA

L'agricoltura biologica potrebbe far risparmiare ai paesi miliardi di costi ambientali e climatici. Tuttavia, il quadro è inasprito dalle rese biologiche ancora significativamente inferiori a quelle dell'agricoltura convenzionale. È quanto emerge da uno studio tedesco sul lungo termine condotto dall'Università tecnica di Monaco e sostenuto dal Ministero dell'Agricoltura tedesco.

<https://www.agricolae.eu/biologico-uno-studio-conferma-che-puo-far-risparmiare-miliardi-ma-e-necessario-aumentare-la-resa/>

UNA TESI DI DOTTORATO ILLUSTRA I VANTAGGI DELLA VITICOLTURA BIOLOGICA E DELLA LAVORAZIONE DEI TERRENI ALTERNATIVA AL VIGNETO CONVENZIONALE

Le principali conclusioni di una tesi di dottorato presso l'Università di La Ri-

oja, indicano che la viticoltura biologica e lo sviluppo di pratiche di gestione del suolo alternative alla lavorazione convenzionale del vigneto favoriscono la presenza e l'attività dei nematodi entomopatogeni (NEP) nel vigneto, consente a questi ultimi di mantenere la loro capacità come agenti di controllo biologico. I risultati della ricerca mostrano che le strategie alternative alla viticoltura tradizionale apportano benefici all'agroecosistema, soprattutto nei programmi di lotta biologica contro vari artropodi infestanti.

<https://www.tecnovino.com/una-tesis-doctoral-muestra-los-beneficios-de-la-viticultura-ecologica-y-del-laboreo-del-terreno-alternativo-al-convenicional-del-vinedo/>

LA BOTTIGLIA DI SPUMANTE PIÙ LEGGERA E SOSTENIBILE DELLA STORIA

La bottiglia di spumante più leggera al mondo è stata sviluppata dal produttore di contenitori in vetro Verallia insieme alla cantina spagnola Codorníu. Con un peso di 775 grammi, ovvero 125 in meno rispetto a quello tradizionale, la bottiglia riesce a soddisfare i requisiti di compattezza e qualità necessari per confezionare questa tipologia di prodotto. Il nuovo packaging comporterà un notevole risparmio in emissioni di CO₂ e di vetro. Per un consumo di 10 milioni di bottiglie all'anno, la differenza tra l'utilizzo dei vecchi contenitori e quelli nuovi è netta: si risparmieranno 250 tonnellate di vetro ed essendo prodotto a soli 75 km dalla cantina la riduzione dell'impronta di carbonio è importante. La nuova bottiglia, come tutte quelle utilizzate dall'azienda, è realizzata in vetro, un materiale riciclabile al 100% infinite volte.

<https://www.tecnovino.com/la-botella-de-cava-mas-ligera-y-sostenible-de-la-historia-llega-de-la-mano-de-verallia-y-codorniu>

IL PRIMO TAPPO PER VINO CHE AIUTA A PROTEGGERE GLI OCEANI

Nomacorc Ocean è il tappo per il vino, sviluppato dalla Vinventions, realiz-

zato utilizzando plastica riciclata proveniente dall'oceano, raccolta nelle regioni costiere per aiutare a limitare l'inquinamento marino. Per questo lancio, Vinventions ha stretto due partnership con aziende radicate nelle rispettive tradizioni vinicole e orientate al futuro attraverso il loro forte impegno per la sostenibilità. Tra queste la siciliana Donnafugata. Nomacorc Ocean utilizza una materia prima proveniente dai rifiuti sottratti agli oceani chiamata Ocean-Bound Plastic (OBP), per dare loro una seconda vita ed impedire l'inquinamento dell'oceano. Sulla base di studi scientifici, si stima che l'OBP generi l'80% dei rifiuti marini di plastica. L'OBP impiegata nella produzione dei tappi viene raccolta da un'organizzazione certificata secondo gli standard di Zero Plastics Oceans. La certificazione garantisce che l'OBP sia raccolta in condizioni etiche e redditizie, che vengono controllate, e che le aree di raccolta e i rifiuti prelevati siano conformi alla definizione di OBP data di Zero Plastic Oceans. Ciò garantisce che gli sforzi di raccolta abbiano il massimo impatto sulla prevenzione dell'inquinamento marino.

<https://www.winebusiness.com/news/article/266810>

GO-PAGOS: IL PROGETTO DI ZONAZIONE E DIGITALIZZAZIONE DEL COMPARTO VITIVINICOLO DELLE DOP MONTILLA-MORILES, MÁLAGA E SIERRAS DE MÁLAGA E CONDADO DE HUELVA

Il progetto GO-Pagos ha l'obiettivo di zonizzare oggettivamente le tenute e le aree di qualità superiore delle DOP Montilla-Moriles, Málaga e Sierras de Málaga e Condado de Huelva per adeguare i sistemi di produzione basati sull'origine e sulla qualità dell'uva e valorizzare produzioni di qualità eccezionale, fornendo ai produttori e ai Consejos Reguladores uno strumento di gestione innovativo e digitale. L'iniziativa sviluppa uno strumento digitale innovativo (GO-Pagos appunto) basato su un sistema informativo territoriale a disposizione del settore vitivinicolo di Montilla-Moriles, Málaga e Sierras de Málaga e Condado de Huelva con diverse funzionalità, dalla realizzazione di una zonazione ogget-

tiva del territorio, alla caratterizzazione delle tenute con il maggior potenziale, fino all'accesso ad informazioni aggiornate sulle condizioni climatiche e pedologiche che influenzano i vigneti e sullo stato fenologico e la situazione di parassiti e malattie.

<https://www.tecnovino.com/go-pagos-el-proyecto-para-la-zonificacion-y-digitalizacion-del-sector-del-vino-de-las-dop-montilla-moriles-malaga-y-sierras-de-malaga-y-condado-de-huelva>

COMPLETATO UN PROGETTO CHE COMBATTE L'EFFETTO DELLA LUCE NEL DETERIORAMENTO DEI VINI CON LA TECNOLOGIA LED E CON DIVERSE STRATEGIE DI PRODUZIONE

Dopo quattro anni di svolgimento, il progetto di ricerca e sviluppo Retastel è giunto a conclusione. L'iniziativa è riuscita a sviluppare e a valutare nuovi processi enologici che riducono al minimo l'aspetto del cosiddetto "gusto di luce" (o deterioramento fotochimico) nei vini bianchi, rosati e spumanti, oltre a sviluppare nuove sorgenti luminose a LED che non emettono lunghezze d'onda critiche. Il progetto offre al settore vitivinicolo due soluzioni da implementare nei protocolli di vinificazione per combattere la comparsa del "gusto di luce" e i suoi effetti negativi sulla qualità del prodotto finale. Da un lato sorgenti luminose che non degradano la riboflavina e, dall'altro, diverse strategie di produzione per minimizzare il rischio.

<https://www.tecnovino.com/finaliza-un-proyecto-que-combate-el-gusto-de-luz-en-los-vinos-con-tecnologia-led-y-con-diferentes-estrategias-de-elaboracion>

I FLASH DI RAGGI UV LIMITANO I DANNI DA GELO SULLE VITI DI BORDEAUX E CHAMPAGNE

Basta una sola stimolazione di raggi UV prima di una gelata per ridurre i danni dal 20 al 50%" assicura François Sement, responsabile ricerca e svilup-

po biologia dell'azienda francese UV Boosting, sulla base dei test effettuati in Champagne e Gironda. I lampi di luce UV avrebbero un effetto diretto sul potenziale fruttifero della vite. A Bordeaux, il 1 aprile 2022, le macchine UV Boosting sono passate attraverso un appezzamento di Cabernet Franc e un appezzamento di Merlot 48 ore prima che la temperatura scendesse a -2,5°C, con un'elevata umidità relativa. Stando alle annotazioni fatte da un tecnico della Camera dell'Agricoltura, l'uso di UV Boosting avrebbe ridotto i danni da gelo dal 67,6% al 52,2% rispetto agli altri filari. Dopo la gelata, il tecnico ha contato una media di 4,2 infiorescenze sulle viti appassite contro le 2,8 delle altre.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98701-uv-boosting-a-limite-les-degats-de-gel-sur-vignes-a-bordeaux-et-en-champagne.html>

COME INTELLIGENZA ARTIFICIALE E CHATGPT STANNO TRASFORMANDO LE VENDITE DIRETTE DI VINO AI CONSUMATORI

Il segmento della vendita diretta di vino al consumatore (DTC) è cresciuto costantemente negli ultimi anni, con sempre più consumatori che scelgono di acquistare direttamente dalla cantina piuttosto che tramite un intermediario. Questo cambiamento è stato guidato da una serie di fattori, tra cui una maggiore attenzione all'esperienza del vino, la comodità dello shopping online e il desiderio di un coinvolgimento più personalizzato e diretto con le aziende vinicole. Una delle principali tendenze che stanno plasmando l'industria del vino DTC è l'ascesa dell'intelligenza artificiale (AI) e il suo impatto sul modo in cui i consumatori interagiscono con le cantine e acquistano vino. L'intelligenza artificiale ha il potenziale per rivoluzionare l'industria del vino DTC, fornendo un nuovo livello di convenienza, accuratezza e personalizzazione, che può aiutare le aziende vinicole a costruire relazioni più solide con i propri clienti e aumentare le vendite. Una delle modalità principali con cui l'intelligenza artificiale sta influenzando l'industria del vino DTC è attraverso l'uso dei chatbot. I chatbot, come

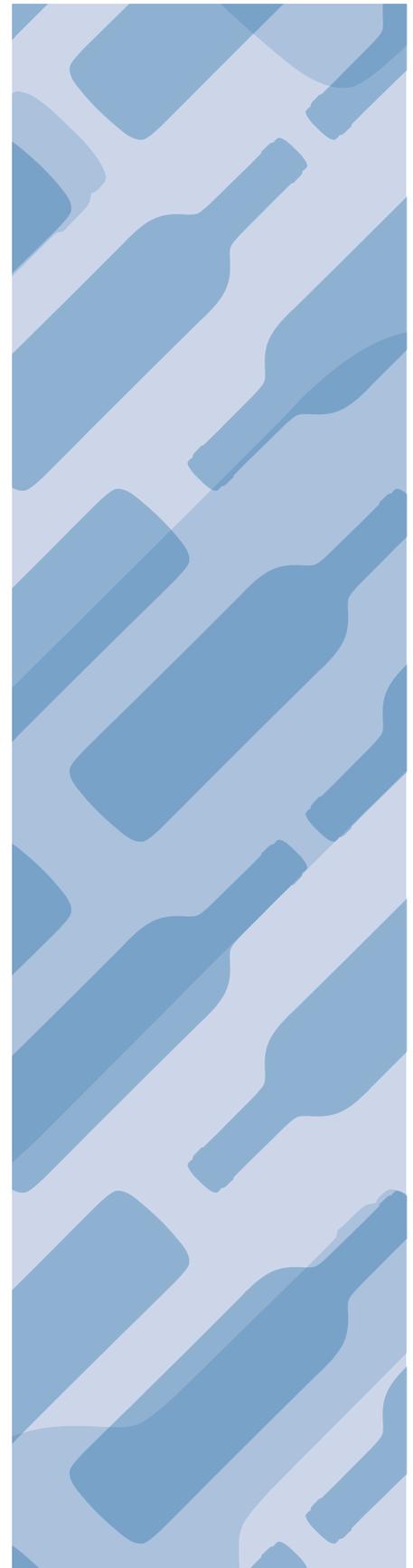
ChatGPT di OpenAI, sono sistemi basati sull'intelligenza artificiale che possono impegnarsi in conversazioni in tempo reale con i clienti e fornire loro informazioni su vino e cantine. Per le aziende vinicole DTC, i chatbot possono fornire un nuovo livello di praticità e accessibilità per i clienti, che possono ottenere risposte alle loro domande 24 ore su 24, 7 giorni su 7, senza dover chiamare o inviare un'e-mail all'azienda. I chatbot possono anche aiutare le aziende vinicole DTC a personalizzare l'esperienza del cliente, consigliando il vino in base alle sue preferenze. Ad esempio, un chatbot potrebbe chiedere a un cliente le sue tipologie di vino preferite, cosa sta cercando in un vino (es. un rosso corposo) e con cosa ha intenzione di berlo (come un cena con bistecca). Il chatbot può quindi utilizzare queste informazioni per consigliare vini che soddisfano le esigenze e le preferenze del cliente. Questo tipo di esperienza personalizzata può essere particolarmente preziosa per le cantine che stanno cercando di costruire relazioni più solide con i propri clienti. Fornendo ai clienti raccomandazioni su misura, le aziende vinicole possono dimostrare ai propri clienti che comprendono le loro esigenze e preferenze, il che può contribuire a creare fiducia e lealtà. Un altro modo in cui l'intelligenza artificiale sta influenzando il segmento del vino DTC è attraverso l'uso dell'analisi predittiva. L'analisi predittiva può aiutare le aziende vinicole a comprendere il comportamento dei clienti e prevedere le vendite future. Ad esempio, un'azienda vinicola potrebbe utilizzare l'analisi predittiva per determinare quali clienti hanno maggiori probabilità di acquistare vino nel prossimo futuro e indirizzarli con promozioni mirate e messaggi di marketing. Ciò può aiutare l'azienda ad ottimizzare le proprie spese di marketing e ad aumentare le vendite.

<https://www.hwy29creative.com/blog/the-future-of-direct-to-consumer-wine-how-ai-and-chatgpt-are-transforming-the-industry>

IL FUTURO DEI VINI FRANCESI DISEGNATO DA UN'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Imparando a creare immagini da database artistici, macchine intelligenti mostrano quale potrebbe essere il futuro dei vigneti di Francia, tra cantine robotizzate e consumatori connessi.

<https://www.vitisphere.com/actualite-98623-lavenir-des-vins-francais-peint-par-une-intelligence-artificielle.html>



ACCADE IN ITALIA



NORMATIVA E ISTITUZIONI

LA COMAGRI DELLA CAMERA VOTA ALL'UNANIMITÀ UNA RISOLUZIONE CONTRO IL SISTEMA DI ETICHETTE DELL'IRLANDA

La Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati ha approvato all'unanimità, in data 31 gennaio, una risoluzione a contrasto dell'etichettatura irlandese che mira ad equiparare i danni alla salute da tabacco a quelli derivanti dal consumo di alcolici, vino incluso.

https://www.camera.it/leg19/824?tipo=IElanno=2023Emese=01Elgiorno=31Elvi ew=filtered_schedaElcommissione=13#

LOLLOBRIGIDA: IRLANDA DIVIDE EUROPA, FAREMO RESISTENZA

"Sto trasmettendo ai colleghi che hanno sottoscritto con noi un documento, spagnoli, francesi e altre 6 nazioni la lettera del collega Tajani scritta ieri al commissario europeo Dombrovskis. Attiveremo tutte le forme di resistenza rispetto a un provvedimento che divide l'Europa". Nella lettera "si denuncia che secondo noi è un violazione di trattati sul commercio". Lo ha detto il Ministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare Francesco Lollobrigida, a margine di una conferenza a Roma a proposito dell'etichetta dell'Irlanda con gli alert sanitari sulle bevande alcoliche. "Noi non vogliamo che l'Europa sia divisa tra Nazioni che realizzano un prodotto e altre che non realizzandolo pensano di poterlo stigmatizzare denunciandone alcuni fattori senza guardare nella sua interezza. - ha sottolineato. "Continueremo a difendere la valenza positiva del vino in quanto portatore di lavoro, impresa, qualità benessere e civiltà nel suo complesso che non può essere messa in discussione da atteggiamenti che abbiamo visto in opera da parte dell'Irlanda".

<https://www.rainews.it/articoli/2023/02/vino-lollobrigida-lirlanda-divide-leuropa-attiveremo-forme-di-resistenza-bac14f99-b207-48db-8217-89d9e4ff1eda.html>

IL MINISTRO LOLLOBRIGIDA INTERVISTATO DAL SETTIMANALE TRE BICCHIERI DEL GAMBERO ROSSO: "DISTILLAZIONE DI CRISI? NON CE NE SARÀ BISOGNO"

Qualche settimana fa il Governo Meloni ha superato il traguardo dei primi 100 giorni di Governo: 100 giorni impegnativi, tra Legge di Bilancio da portare a casa e conseguenze della guerra in Ucraina a cui far fronte. Il vino, in particolare, ha dovuto fare i conti con la spinosa "questione irlandese", inserita nella più ampia discussione sulle conseguenze del consumo di alcolici sulla salute. Questione su cui il Ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, Francesco Lollobrigida, si è più volte speso, fino a portare in dono al suo omonimo irlandese una bottiglia di vino per cercare di alleviare la tensione. Il Settimanale Tre Bicchieri del Gambero Rosso ha intervistato il Ministro per provare a tirare insieme un primissimo bilancio del suo mandato. Dopo aver introdotto il colloquio citando gli interventi della Legge di Bilancio a sostegno del settore agricolo, Lollobrigida si è soffermato sulla possibilità del ricorso alla distillazione di crisi, non ravvisando al momento i presupposti emergenziali che ne giustificerebbero l'attivazione. Il Ministro si è poi focalizzato sulle difficoltà in cui versa il comparto vitivinicolo a causa dell'innalzamento dei costi di produzione e sugli strumenti derogatori che introducono la necessaria flessibilità nella gestione dei programmi cofinanziati dall'Unione europea. Lollobrigida ricorda inoltre l'impegno dell'Amministrazione contro la criminalizzazione del vino relativamente agli "health warnings" in etichetta, passando poi ad affrontare la questione dealcolati (da monitorare attentamente) e lo Standard nazionale di sostenibilità vitivinicola (sottolineando il potenziale del SQNPI, grazie alla possibilità di informatizzare completamente i vari processi attraverso il Sian).

<https://static.gamberorosso.it/2023/02/settimanale-n7-2023stampa.pdf#page=20>

RAFFORZATO IL CONTROLLO DEL MADE IN ITALY SUL MERCATO ASIATICO. IL MASAF RINNOVA L'ACCORDO CON ALIBABA GROUP A TUTELA DELLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE ITALIANE

Il Masaf, attraverso il suo organo di controllo, l'ICQRF, ha rinnovato in data 24 febbraio, alla presenza del Ministro Francesco Lollobrigida e del vice-presidente e head of global IP enforcement del Gruppo Alibaba Matthew Bassiur, l'accordo con il Gruppo Alibaba per tutelare le proprietà intellettuali delle Denominazioni di Origine riconosciute e delle Indicazioni Geografiche italiane, e rafforzare il controllo del Made in Italy sul mercato asiatico. Si tratta del terzo rinnovo dopo la sigla iniziale dell'accordo nel 2016. Per individuare i falsi il Ministero ha inoltre rafforzato, con una misura dedicata in Legge di Bilancio, la task force operativa dell'Ispettorato repressione frodi che quotidianamente monitora ed individua i prodotti contraffatti sui siti e-commerce. L'accordo con Alibaba per contrastare la contraffazione ha portato a notevoli risultati negli ultimi sette anni: finora, oltre il 98% delle inserzioni di prodotti in violazione sono state segnalate dagli ispettori ICQRF e rimosse dai marketplace di Alibaba, anche nell'ambito della piattaforma business to business Alibaba.com, che serve oltre 40 milioni di buyer professionali nel mondo. Tramite l'ICQRF, i prodotti sospetti (o che evocano Indicazioni Geografiche tutelate) vengono infatti segnalati direttamente al sistema di protezione della proprietà intellettuale di Alibaba, attraverso il portale dedicato (<https://ipp.alibabagroup.com/>). Alibaba per proteggere la proprietà intellettuale dei prodotti agroalimentari italiani utilizza anche l'intelligenza artificiale per scansionare costantemente ed eliminare in modo proattivo gli elenchi dei prodotti in violazione. Complessivamente, le misure attuate hanno contribuito a rimuovere il 96% delle inserzioni illecite prima ancora che una singola vendita fosse effettuata. Il 98% delle segnalazioni inviate ad Alibaba vengono processate entro 24 ore e i venditori vengono informati che

stanno violando le Indicazioni Geografiche tutelate. Le IG italiane riconosciute e protette da Alibaba sulle proprie piattaforme di e-commerce sono attualmente 43.

https://www.politicheagricole.it/masaf_alibaba

ENTRA IN VIGORE IL REGIME DI CONDIZIONALITÀ SOCIALE NELL'AMBITO DEI PIANI STRATEGICI DELLA PAC

È entrato in vigore, con la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale, il decreto che definisce le norme relative all'applicazione in ambito nazionale, a partire dal 1° gennaio 2023, della condizionalità sociale, prevista all'art. 14 del regolamento (UE) 2021/2115 e contenuta nel Piano strategico nazionale della PAC. Viene a tal fine istituito un sistema di controllo che utilizza il flusso di informazioni fornite dalle Autorità competenti per l'attuazione della normativa sul lavoro e la sicurezza e salute dei lavoratori, riguardanti le violazioni rilevate nel corso degli accertamenti svolti da tali Autorità sulle imprese agricole, nell'ambito delle rispettive competenze istituzionali. Con successivo provvedimento del Masaf, da adottare entro sessanta giorni dall'entrata in vigore del suddetto decreto, è definito il sistema sanzionatorio, nella forma di riduzioni dell'importo dell'aiuto del sostegno da versare nell'ambito della PAC.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-21&atto.codiceRedazionale=23A01043&elenco30giorni=true

MODIFICA ALL'ELENCO DEI COMUNI IN CUI VIGE LA DEROGA ALLA RESA MASSIMA DI UVA AD ETTARO FINO A 40 TONNELLATE PER LA PRODUZIONE DI VINI GENERICI

Il Masaf ha pubblicato il decreto direttoriale con il quale viene apportata una modifica all'elenco dei Comuni (Allegato I del decreto ministeriale n. 0676539

del 23 dicembre 2021) per i quali è ammessa una resa produttiva di uva per ettaro fino a 40,00 tonnellate, nelle unità vitate iscritte a schedario diverse da quelle rivendicate per produrre vini a DOP e a IGP.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19219>

MODELLI PER ISCRIZIONE DI UNA VARIETÀ E/O DI UN CLONE AL REGISTRO NAZIONALE DELLE VARIETÀ DI VITE (RNVV)

Il Masaf ha pubblicato i modelli per l'iscrizione di una varietà e/o di un clone al Registro nazionale delle varietà di vite (RNVV), come previsto dal DM 30 settembre 2021, n. 489243.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19216>

AGGIORNAMENTO DEL REGISTRO NAZIONALE DELLE VARIETÀ E DEI CLONI DI VITE: ISCRIZIONE NUOVI CLONI

Sulla GURI del 23 febbraio è stato pubblicato il decreto Masaf di aggiornamento del Registro nazionale delle varietà e dei cloni di vite. L'aggiornamento riguarda l'iscrizione di nuovi cloni, per la categoria dei vitigni ad uve da vino, delle varietà Arneis, Cornalin, Erbatmat, Trebbiano di Soave e Trebbiano Romagnolo.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-23&atto.codiceRedazionale=23A01056&elenco30giorni=true

DENATURAZIONE DI ALCUNI PRODOTTI VITIVINICOLI CON ALTERNATIVA AL CLORURO DI LITIO:

**ENTRA IN VIGORE LA MODIFICA AL
DECRETO INTERMINISTERIALE 25
SETTEMBRE 2017, N. 11294**

Con la pubblicazione sul sito del Masaf del decreto interministeriale n. 106913

del 1/02/2023, è entrata in vigore la modifica al decreto interministeriale 25 settembre 2017, n. 11294 recante la disciplina della denaturazione di taluni prodotti vitivinicoli, di talune sostanze derivate dall'effettuazione di pratiche enologiche consentite nonché dei sidri e degli altri fermentati alcolici diversi dal vino che hanno subito fermentazione acetica o che sono in corso di fermentazione acetica, in applicazione delle disposizioni dell'Unione europea e della legge 12 dicembre 2016, n. 238. La modifica intervenuta ammette, per le campagne vitivinicole 2022/2023 e 2023/2024, la denaturazione dei suddetti prodotti con l'aggiunta di cloruro di sodio in alternativa al cloruro di litio, ove non diversamente previsto dalla legge n. 238 del 12 dicembre 2016.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19247>

SISTEMA NAZIONALE DI VIGILANZA SUGLI ORGANISMI DI CONTROLLO: PUBBLICATO IL DECRETO MINISTERIALE CHE DISCIPLINA LE MODALITÀ DI COORDINAMENTO DELLE AUTORITÀ COMPETENTI

Il Masaf ha pubblicato il Decreto n. 56344 del 03/02/2023 recante Sistema nazionale di vigilanza sugli Organismi di controllo e certificazione delle produzioni agroalimentari incaricati dal Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste. Il provvedimento mira a disciplinare le modalità di coordinamento delle autorità competenti in materia di vigilanza a norma dell'articolo 33, lettera a), del regolamento (UE) 2017/625, allo scopo di assicurare uniformità ed efficacia dell'attività di vigilanza su tutto il territorio nazionale.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19194>

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-14&atto.codiceRedazionale=23A00874&elenco30giorni=true

APPROVAZIONE DEL TARIFFARIO PER LE ANALISI ESEGUITE DAI LABORATORI ICQRF PER L'ANNO 2023

L'ICQRF ha approvato il Tariffario 2023 applicabile alle spese di analisi sostenute dai laboratori dell'Ispettorato nell'ambito dell'attività di controllo ufficiale.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19086>

FONDO PER LO SVILUPPO DELLA PRODUZIONE BIOLOGICA: PUBBLICATO IL DECRETO RECANTE LE MODALITÀ DI FUNZIONAMENTO NONCHÉ I REQUISITI E I CRITERI PER LA DEFINIZIONE DEI SOGGETTI E DELLE INIZIATIVE FINANZIABILI

Sul sito web del Masaf è stato pubblicato il Decreto ministeriale recante le modalità di funzionamento del "Fondo per lo sviluppo della produzione biologica" nonché i requisiti e i criteri per la definizione dei soggetti e delle iniziative che possono essere finanziate con le risorse del Fondo medesimo ai sensi dell'articolo 9, comma 2, della legge 9 marzo 2022, n. 23.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19189>

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-13&atto.codiceRedazionale=23A00861&elenco30giorni=true

DISTRETTI BIOLOGICI: ENTRATA IN VIGORE DELLE DETERMINAZIONI RELATIVE AI REQUISITI E ALLE CONDIZIONI PER LA COSTITUZIONE

Con la pubblicazione sulla GURI del 24 febbraio, entra in vigore il decreto Masaf 28 dicembre 2022 recante Determinazione dei requisiti e delle condizioni per la costituzione dei distretti biologici.

[https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-](https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-14&atto.codiceRedazionale=23A00874&elenco30giorni=true)

[DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-24&atto.codiceRedazionale=23A01083&elenco30giorni=true](https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-24&atto.codiceRedazionale=23A01083&elenco30giorni=true)

IL MASAF INDICE IL 7° CONCORSO ENOLOGICO DENOMINATO "ISTITUTI AGRARI D'ITALIA"

Il Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste indice ed organizza il 7° Concorso Enologico denominato "Istituti Agrari d'Italia", con la collaborazione del Ministero dell'Istruzione e del Merito ed avvalendosi del contributo tecnico del Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'Analisi dell'Economia Agraria (CREA) - Centro di Ricerca Viticoltura ed Enologia. Gli Istituti interessati devono far pervenire la domanda di partecipazione improrogabilmente entro il 15 marzo 2023.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/14989>

FIRMATO AL MASAF IL PROTOCOLLO TRA RETE NAZIONALE DEGLI ISTITUTI AGRARI E ISMEA

È stato siglato presso il Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste, su iniziativa del Ministro Francesco Lollobrigida, il protocollo d'intesa tra la Rete Nazionale degli Istituti Agrari e ISMEA. L'obiettivo dell'intesa è di favorire la conoscenza del settore dell'agroalimentare, la diffusione di dati e informazioni sul settore e fornire agli studenti delle occasioni di formazione e orientamento sui servizi che l'Istituto mette a disposizione dei giovani. Più nel dettaglio, la collaborazione si sostanzierà nel coinvolgimento diretto degli studenti degli Istituti Tecnici aderenti alla *Re.N.Is.A.* nelle attività organizzate da ISMEA, anche presso eventi e fiere in Italia e all'estero, attraverso l'attivazione di percorsi di orientamento e giornate formative su servizi di ISMEA a sostegno dell'imprenditorialità in agricoltura nonché mediante l'organizzazione di study visit presso aziende agricole che hanno attivato uno dei servizi offerti da ISMEA.

https://www.politicheagricole.it/protocollo_ReNIsA_ISMEA

DEBUTTA GENERAZIONE TERRA, LA NUOVA MISURA ISMEA DEDICATA ALL'ACQUISTO DEI TERRENI DA PARTE DEI GIOVANI

È stato presentato a Roma, alla presenza del Ministro Francesco Lollobrigida, il nuovo strumento fondiario ISMEA rivolto ai giovani. GENERAZIONE TERRA - questo è il nome dalla misura - finanzia fino al 100% del prezzo di acquisto dei terreni ed è dedicata a chi intende ampliare la superficie della propria azienda agricola ovvero avviare un'iniziativa imprenditoriale in agricoltura, in qualità di capo azienda. Tra le tante novità, rispetto alle passate edizioni, GENERAZIONE TERRA prevede distinti massimali di intervento finanziario e agevolazioni a seconda che il giovane sia già imprenditore agricolo ovvero startupper con esperienza o con titolo. La durata del finanziamento arriva fino a trenta anni, con possibilità di scegliere tra tasso fisso o variabile, revisionabile nel corso dell'ammortamento, in base al profilo di rischio del richiedente. Le domande, presentate tramite il portale dedicato, saranno istruite secondo l'ordine cronologico di arrivo sino ad esaurimento della dotazione finanziaria complessiva pari a 60 milioni di euro.

<https://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12114>

<https://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/4652>

INAIL PUBBLICA IL NUOVO BANDO ISI 2022 PER L'ACQUISTO DI NUOVI MACCHINARI E ATTREZZATURE NEL SETTORE AGRICOLO

Con apposito avviso pubblico, apparso anche sulla GURI del 1° febbraio, l'Inail ha dato il via all'iter del Bando Isi 2022 per incentivare le imprese a realizzare progetti per il miglioramento documentato delle condizioni di salute e di sicurezza dei lavoratori rispetto alle condizioni preesistenti, nonché incoraggiare le mi-

cro e piccole imprese, operanti nel settore della produzione primaria dei prodotti agricoli, all'acquisto di nuovi macchinari e attrezzature di lavoro caratterizzati da soluzioni innovative per abbattere in misura significativa le emissioni inquinanti, migliorare il rendimento e la sostenibilità globali e, in concomitanza, conseguire la riduzione del livello di rumorosità o del rischio infortunistico o di quello derivante dallo svolgimento di operazioni manuali. L'apertura della procedura informatica per la compilazione della domanda è fissata al 2 maggio 2023 (chiusura il 16 giugno 2023).

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-01&atto.codiceRedazionale=23A00522&elenco30giorni=true

<https://www.inail.it/cs/internet/attivita/prevenzione-e-sicurezza/agevolazioni-e-finanziamenti/incentivi-alle-imprese/bando-isi-2022.html>

MINISTRO LOLLOBRIGIDA FIRMA DECRETO DA 500 MLN PER FRANTOI E INNOVAZIONE AGRICOLA

Il Ministro Lollobrigida ha firmato il decreto con il quale si opera, in favore di Regioni e Province autonome, il riparto di 500 milioni di euro previsti dal Pnrr per l'innovazione nel settore della meccanizzazione agricola e alimentare. Sempre con lo stesso provvedimento, vengono stabilite le modalità di emanazione dei bandi regionali riguardanti i 100 milioni di euro destinati alla sottomisura "ammodernamento dei frantoi oleari". L'intervento prevede due sottomisure: una per la modernizzazione dei frantoi oleari, con una dotazione finanziaria di 100 milioni di euro, l'altra finalizzata all'ammodernamento dei macchinari agricoli che permettono l'introduzione di tecniche di agricoltura di precisione, con una dotazione di 400 milioni di euro.

https://www.politicheagricole.it/500mln_innovazione_agricola

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19193>

XI CABINA DI REGIA PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE, MINISTRO LOLLOBRIGIDA:

VALORIZZARE AL MASSIMO LE NOSTRE ECCELLENZE

L'export rappresenta un asset fondamentale per l'economia della Nazione, per questo è fondamentale ragionare come SistemaItalia per valorizzare al massimo le nostre eccellenze. Questo l'obiettivo della XI Cabina di Regia per l'internazionalizzazione riunita il 16 febbraio alla Farnesina a cui ha preso parte il Ministro dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste, Francesco Lollobrigida. Al termine della riunione, è stato adottato un documento conclusivo redatto di concerto con tutti gli attori della Cabina di Regia, che fornisce le linee strategiche per il 2023, incluse le modalità di promozione del Made in Italy e le priorità geografiche di azione. "Nella nuova strategia per l'internazionalizzazione del tessuto produttivo italiano che adottiamo oggi" - ha indicato il Ministro degli Esteri Antonio Tajani - "rivolgiamo lo sguardo innanzitutto al nostro vicinato, con un'attenzione particolare ai Balcani, al Mediterraneo e all'Africa, per poi allargare l'orizzonte a quei mercati ricchi di opportunità per le nostre imprese, come ad esempio l'America Latina, senza trascurare i mercati maturi dove realizziamo la più grande quota delle nostre esportazioni".

https://www.politicheagricole.it/cabina_regia

https://www.esteri.it/it/sala_stampa/archivionotizie/comunicati/2023/02/comunicato-congiunto-maeci-mimit-xi-riunione-della-cabina-di-regia-per-linternazionalizzazione/

CARABINIERI TUTELA AGROALIMENTARE:

DOPPIO RISULTATO CONSEGUITO NEL 2022, SALVAGUARDATA QUALITÀ DA CONTRAFFAZIONI E CONTRASTATE LE TRUFFE

L'azione di vigilanza a tutela della legalità e dell'efficienza del sistema agricolo nazionale da parte del Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare, operante alle dipendenze funzio-

nali del Ministro dell'Agricoltura della Sovranità Alimentare e delle Foreste, si è svolta anche nel 2022 perseguendo il duplice obiettivo di salvaguardare la qualità delle produzioni del comparto, minacciate da frodi, contraffazioni ed evocazioni di prodotti che danneggiano il Made in Italy e di contrastare le truffe atte ad ottenere indebitamente contributi destinati all'agricoltura che, spesso, vengono distratti e indebitamente percepiti da soggetti privi di requisiti. Tra i risultati operativi conseguiti, il Reparto, nell'anno appena trascorso, ha controllato 1.603 imprese del comparto agricolo e scoperto frodi agroalimentari per 3,4 milioni di euro. Le attività investigative svolte sui fondi erogati, principalmente dall'UE, a sostegno del settore primario hanno condotto alla denuncia di 89 persone e al sequestro per equivalente di oltre 1,8 milioni di euro, con sanzioni per 44 mila euro circa. Sono state verificate 1.132 aziende e denunciate 85 persone, principalmente per reati di "contraffazione di strumenti destinati alla pubblica autenticazione e uso di sigilli contraffatti" (art. 468 c.p.), "frode nell'esercizio del commercio" (art. 515 c.p.), "vendita di prodotti industriali con segni mendaci" (art. 517 c.p.), "fabbricazione e commercio di beni realizzati usurpando titoli di proprietà industriale" (art. 517 ter c.p.), "contraffazione di indicazioni geografiche o denominazioni di origine dei prodotti agroalimentari" (art. 517 quater c.p.). Inoltre, sono state accertate 327 violazioni amministrative per un totale di 814.893 euro. Nello specifico comparto dei marchi di qualità (DOP/IGP), sono state controllate 312 aziende e denunciate 17 persone, contestando 105 sanzioni per 359.498 euro.

<https://www.agricolae.eu/carabinieri-tutela-agroalimentare-doppio-risultato-salvaguardare-qualita-da-contraffazioni-e-contrastare-truffe-la-sintesi-operativa-2022/>

REGIONE EMILIA-ROMAGNA: NUOVO BANDO PER RISTRUTTURAZIONE E RICONVERSIONE DI VIGNETI

La Regione Emilia-Romagna ha pubblicato il bando, relativo alla campagna 2023/2024, rivolto alle imprese agri-

cole emiliano-romagnole che vogliono ristrutturare o riconvertire i propri vigneti, adatti alla produzione di vini a Denominazione di Origine e Indicazione Geografica, valorizzando i vini di qualità legati al territorio. Gli obiettivi perseguiti sono quelli di rafforzare l'identità delle produzioni, incentivare il ricorso alla meccanizzazione delle coltivazioni per abbassare i costi di produzione delle aziende viticole e aumentare la competitività delle stesse sui mercati. Possono accedere al bando gli imprenditori agricoli singoli o associati, conduttori di superfici vitate o che possiedono un'autorizzazione al reimpianto. La domanda può essere presentata entro le ore 13,00 di venerdì 31 marzo 2023 avvalendosi del sistema informativo messo a disposizione da AGREA definito SIAG. Le risorse assegnate al bando sono pari a circa 15,2 milioni di euro.

<https://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/bandi/bandi-2023/ristrutturazione-e-riconversione-di-vigneti-campagna-2023-2024>

REGIONE TOSCANA: 17 MILIONI PER LA RICONVERSIONE E RISTRUTTURAZIONE VIGNETI. DEFINITI CRITERI PER LE DOMANDE

Ristrutturazione e riconversione dei vigneti: la Giunta della Regione Toscana, su proposta della vicepresidente e assessora all'agroalimentare Stefania Saccardi, ha approvato lo stanziamento di 17 milioni di euro. Sono stati pertanto definiti i criteri che vengono applicati alle domande. Particolare attenzione, quest'anno, anche al contrasto alla diffusione di fitopatie, tra cui la temibile "flavescenza dorata", che tanti danni sta facendo nel nord-Italia.

<https://www.toscana-notizie.it/-/riconversione-e-la-ristrutturazione-vigneti-stanziati-17-milioni-e-definiti-i-criteri-per-le-domande-%C2%A0>

VERTICE DEI CONSIGLI REGIONALI IL 3 MARZO A TRIESTE PER LA DIFESA DELLE ECCELLENZE AGROALIMENTARI MADE IN ITALY

"Le Regioni italiane costituiscono un'autentica miniera di qualità" nei prodotti enogastronomici ma "da alcuni anni questa è sotto attacco. L'ultimo caso è la follia dell'etichetta che l'Irlanda vuole apporre ai vini. È necessario che, davanti a questi continui tentativi di delegittimare, limitare e trasformare le peculiarità regionali in prodotti sintetici senz'anima e senza storia, emerga la ferma opposizione di un'alleanza realmente forte". Lo ha detto il Presidente del Consiglio regionale del Fvg, Piero Mauro Zanin, presentando all'Assemblea plenaria della Conferenza italiana dei Consigli delle Regioni e delle Province autonome l'appuntamento che il 3 marzo coinvolgerà a Trieste i vertici dell'organismo stesso. Il summit si confronterà sul ruolo dei Consigli regionali in Europa, a tutela delle filiere produttive e identità territoriali per "fare sistema e difendere le eccellenze agroalimentari del Made in Italy".

https://www.ansa.it/canale_terra-egusto/notizie/vino/2023/02/17/vino-vertice-dei-consigli-regionali-il-3-marzo-a-trieste_6c4e1899-65fa-40e4-b595-222066850552.html

ATTUALITÀ

ITALIA PRENOTA VETRINA PIÙ GRANDE DI TUTTI A PROWEIN

Il mondo del vino italiano mette la quarta nella corsa ai mercati internazionali e prenota l'area espositiva più grande dei 13 padiglioni alla fiera ProWein, a Düsseldorf da domenica 19 a martedì 21 marzo. Il primato di presenza con circa 1.750 espositori da ogni regione italiana, distribuiti in tre padiglioni, e con un incremento delle attività ICE, è stato evidenziato nella presentazione a Roma di ProWein 2023 che accoglierà più di 600 espositori da oltre 60 Paesi in rappresentanza di 400 territori vitivinicoli nel mondo. "Fin dalla prima edizione del 1994 - ha

detto Michael Degen, executive director di ProWein - non abbiamo voluto una fiera tedesca, ma internazionale. È nel nostro Dna il business globale. Il 90% degli espositori vengono da fuori Germania, mediamente la quota di tedeschi è del 10%. Tra Italia e ProWein il legame è solido e quest'anno il made in Italy ha il record di presenze. Sono attesi 50mila operatori professionali in linea con lo scorso anno, i due terzi provenienti da Paesi extra Germania. Tanti ma ancora non quanti - ha ammesso - pre-pandemia. Non parleremo, almeno negli incontri ufficiali di etichette salutiste o di politica, come ente fieristico - ha precisato - vogliamo essere una piattaforma neutrale per promuovere le attività di business". Tra le novità il lancio nel 2024, anno del trentennale, della fiera satellite a Tokyo dove sono alti i consumi e la conoscenza del vino di qualità. "Non faremo mai un ProWein Italia, - ha dichiarato infine Degen rispondendo alla stampa - avete già a Verona una fiera, il Vinitaly, che funziona benissimo. Non vogliamo entrare in conflitto".

https://www.ansa.it/canale_terraagusto/notizie/fiere_eventi/2023/02/08/vino-italia-prenota-vevtrina-piu-grande-di-tutti-a-prowein_e34875a5-f022-4701-b8ca-097fbc0f652.html

**PRESENTATO
IL 3° RAPPORTO
AGRICOLTURA100
DI REALE MUTUA E
CONFAGRICOLTURA:
SOSTENIBILITÀ E INNOVAZIONE
SPINGONO LA CRESCITA**

Le imprese agricole sostenibili crescono più rapidamente in termini di fatturato e competitività. Lo dimostrano i dati del terzo Rapporto "AGRICOLTURA100". L'indagine, finalizzata a promuovere il contributo dell'agricoltura alla crescita sostenibile e al rilancio del Paese, è stata realizzata da Innovation Team, società del Gruppo Cerved, e ha coinvolto 2.806 imprese agricole di tutta Italia, il 30% in più rispetto alla seconda edizione. L'indice AGRICOLTURA100 considera il numero e l'intensità delle iniziative adottate in tutte le aree del Paese basandosi su 236 variabili relative alla sostenibilità ambientale e sociale, alla gestione delle relazioni

con le filiere e le comunità locali e alla qualità dello sviluppo e dell'occupazione. Oltre alla maggiore competitività delle aziende attente a questi temi, il Rapporto 2023 rileva anche il forte legame tra sostenibilità e produttività e il ruolo centrale dell'innovazione quale acceleratore verso gli obiettivi. L'agricoltura ha dimostrato forte resilienza nella fase più acuta della crisi e i dati raccolti dimostrano come il movimento della sostenibilità viaggi in controtendenza rispetto agli indici di criticità e al contesto economico e politico instabile: le aziende con un livello elevato di sostenibilità passano dal 49,8% nel 2021 al 52,7% nel 2022, a dimostrazione della capacità del settore primario di integrare pienamente la sostenibilità nel modello di business. Dal report si evince come la consapevolezza dell'importanza attribuita alla sostenibilità sia ormai radicata stabilmente nell'identità delle imprese: l'85% delle aziende ritiene prioritario investire nella qualità dei prodotti per garantire il consumatore, il 73% di doversi occupare con più impegno della protezione dell'ambiente, mentre il 66% ritiene necessario rafforzare le relazioni per fare rete e raggiungere gli obiettivi. Ben l'80% delle imprese con alto indice di sostenibilità manifesta anche un elevato livello di innovazione; al contrario, appena il 2% delle aziende con un basso livello di sostenibilità può qualificarsi come innovativa. I risultati dell'indagine sulle aree interessate dalle iniziative imprenditoriali rispecchiano un impegno trasversale delle aziende agricole in ambito sociale, ambientale e di governance. Il campo in cui le aziende focalizzano maggiormente il proprio impegno è nel miglioramento dell'utilizzo delle risorse quali acqua, suolo ed energia (98,7%), un dato che rimarca un'attenzione prevalente sui temi ambientali, mentre l'impegno nella tutela della qualità alimentare e della salute (92%, in aumento dello 0,5% rispetto al 2021) sottolinea la volontà delle imprese di garantire maggiormente il consumatore finale. L'impegno nell'area della sicurezza sul lavoro (64,5%) e nell'area gestione dei rischi (79,5%, in aumento del 3% rispetto al 2021) rispecchiano come l'impatto delle strategie sostenibili non sia isolato all'area ambientale, ma abbia una forte incidenza anche

nell'area sociale e di governance. Un fattore sostanziale, che rimarca il valore della sostenibilità in funzione della crescita del settore, è l'interdipendenza tra la sostenibilità e la competitività: il 57% delle imprese con un alto livello di sostenibilità è anche molto competitivo sul mercato.

<https://www.confagricoltura.it/ita/area-stampa/comunicati/sostenibilita-e-innovazione-spin-gono-la-crescita.-presentato-il-3%C2%Bo-rapporto-agricoltura-100-di-reale-mutua-e-confagricoltura>

**BUYWINE
E PRIMANTEPRIMA
2023, MERCATI E NUOVE
ANNATE PROTAGONISTI
PER UNA SETTIMANA
IN TOSCANA**

Circa 60mila ettari di superficie vitata, per oltre 2 milioni di ettolitri di produzione, di cui il 97% tra DOP e IGP: il vino made in Tuscany si è presentato al mondo venerdì 10 e sabato 11 febbraio a Firenze con BuyWine e PrimAnteprima, rispettivamente la vetrina BtoB dedicata ai buyer internazionali e la giornata che ha aperto ufficialmente la Settimana delle Anteprime di Toscana promossi da Regione Toscana insieme a Camera di Commercio di Firenze, organizzati da PromoFirenze con il coordinamento della comunicazione da parte di Fondazione Sistema Toscana. Ricco il calendario della Anteprime: domenica 12 febbraio Chianti Lovers E Rosso Morellino, lunedì 13 e martedì 14 febbraio Chianti Classico Collection, mercoledì 15 Anteprima VINO Nobile di Montepulciano, giovedì 16 febbraio Anteprima Vernaccia di San Gimignano, venerdì 17 febbraio Anteprima L'Altra Toscana.

<https://www.toscana-notizie.it/web/toscana-notizie/-/al-via-buywine-e-primanteprima-2023-mercato-e-nuove-annate-protagonisti-per-una-settimana>

**PRESENTATI I NUOVI
DISTRETTI BIOLOGICI
DELLA TOSCANA,
MONTALBANO E CHIANTI**

Montalbano e Chianti: sono loro i neonati distretti biologici che vanno ad arricchire il patrimonio toscano dei distretti,

realtà dedicate alla coltivazione, all'allevamento, alla trasformazione e alla commercializzazione dei prodotti agricoli e alimentari ottenuti con metodo biologico. I due nuovi arrivati sono stati presentati oggi nell'ambito di una conferenza stampa che si è rivelata una vera festa del biologico, la prima occasione in cui tutti e 5 i biodistretti esistenti in Toscana riconosciuti con legge (la 51 del 2019) dalla Regione Toscana, si sono riuniti e ritrovati. Montalbano e Chianti vanno ad aggiungersi infatti al distretto biologico di Fiesole, il primo nato il 27 luglio 2021, al distretto biologico della Val di Cecina riconosciuto il 13 luglio 2022 e al distretto biologico di Calenzano riconosciuto il 15 settembre 2022. Il prossimo 9 marzo si terrà proprio nel Montalbano il primo tavolo dei distretti, organismo che la legge impone di istituire annualmente, e sarà quella l'occasione per scambiare esperienze, confrontarsi su eventuali problemi e condividere prospettive.

<https://www.toscana-notizie.it/web/toscana-notizie/-/distretti-biologici-un-modello-di-agricoltura.-benvenuti-a-montalbano-e-chianti-i-due-nuovi-nati>

MATTEO ZOPPAS È IL NUOVO PRESIDENTE DI AGENZIA ICE

Il Consiglio di Amministrazione dell'ICE ha nominato Presidente Matteo Zoppas, dopo la recente nomina da parte del Consiglio dei Ministri dello stesso Zoppas a membro del Consiglio di Amministrazione dell'Agenzia.

<https://www.agricolae.eu/matteo-zoppas-e-il-nuovo-presidente-di-agenzia-ice/>

ANDREA TERRANEO CONFERMATO ALLA PRESIDENZA ASSOCIAZIONE ENOTECHE VINARIUS

Il CdA dell'Associazione delle Enotecche Italiane Vinarius, che rappresenta oltre 120 associati in tutta Italia, riconferma Andrea Terraneo come Presidente. In prospettiva futura, Vinarius si ripromette di lavorare sempre più a contatto con i territori italiani divenuti simbolo della storia vitivinicola del paese. Tra i progetti futuri l'idea di avviare Vinarius Academy, un programma

di formazione dedicato agli enotecari associati e che punta al coinvolgimento di Consorzi e organizzazioni territoriali in giornate di approfondimento e focus sulle Denominazioni.

<https://winecouture.it/2023/02/09/vinarius-andrea-terraneo-riconfermato-alla-guida/>

PREMIO GAMBELLI: APERTE LE CANDIDATURE DEI GIOVANI ENOLOGI PER L'EDIZIONE 2024

La XII edizione del premio dedicato da ASET al miglior enologo under 40 i cui vini si ispirano al Maestro toscano Giulio Gambelli è stata annunciata in Sala Dante a San Gimignano, durante Anteprima Vernaccia. La premiazione è infatti prevista proprio a San Gimignano, in occasione della Settimana delle Anteprime di Toscana 2024. Il premio sarà infatti ospitato dal Consorzio della Vernaccia di San Gimignano. La scadenza per l'invio delle candidature è fissata il 15 novembre 2023. Il riconoscimento è promosso da Aset Toscana (Associazione Stampa EnoGastroAgroAlimentare Toscana) e dal network IGP - I Giovani Promettenti (Lorenzo Colombo, Roberto Giuliani, Carlo Macchi, Luciano Pignataro e Stefano Tesi), ed è nato per ricordare il compianto Giulio Gambelli, firma di grandi vini italiani, "l'uomo che parlava al Sangiovese". Sono partner del concorso il Consorzio Vino Chianti Classico, il Consorzio Vino Nobile di Montepulciano, il Consorzio Vino Brunello di Montalcino e il Consorzio del Vino Vernaccia di San Gimignano.

<https://www.asettoscana.it/premio-giulio-gambelli/>

MERCATI E PRODUZIONI

REPORT CANTINA ITALIA ICQRF: AL 31 GENNAIO 2023, 65,5 MILIONI DI ETTOLITRI IN GIACENZA, IN LEGGERO AUMENTO (+0,8%) RISPETTO ALLO SCORSO 31 DICEMBRE 2022 (+525.469 HL) E SUPERIORI DEL 5,7% RISPETTO AL 31 GENNAIO 2022 (+3.502.251 HL)

Al 31 gennaio 2023 negli stabilimenti enologici italiani sono presenti 65,5

milioni di ettolitri di vino, 7,8 milioni di ettolitri di mosti e 537 mila ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (VNAIF). Rispetto al 31 gennaio 2022, si osserva un valore delle giacenze superiore per i vini (+5,7%; +7,7% DOP, +4% IGP), pressoché invariata risulta la giacenza dei mosti (-0,9%), in netto calo i VNAIF (-15,0%). Rispetto al 31 dicembre 2022 il dato delle giacenze è leggermente superiore per i vini (+0,8%; +0,6% DOP, invariato IGP) ed è in calo sia per i mosti (-20,1%) che per i VNAIF (-78,2%). Il 54,5% del vino è detenuto nelle regioni del Nord, prevalentemente nel Veneto. Il 51,6% del vino detenuto è a DOP (33.778.586 hl), il 27,3% a IGP (17.875.885 hl), i vini varietali costituiscono appena l'1,2% del totale. Il 19,9% è rappresentato da altri vini. Le giacenze di vini a Indicazione Geografica sono molto concentrate; infatti, 20 denominazioni su 526 contribuiscono al 59,3 del totale delle giacenze.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/19212>

ISTAT: NEI PRIMI 11 MESI 2022 LE SPEDIZIONI DI VINO ITALIANO A 7,27 MILIARDI DI EURO (+10,6%)

La strada è tracciata, e il record dell'export del vino italiano, che dovrebbe arrivare a quota 8 miliardi di euro nel 2022, è sempre più vicino. Stando ai dati Istat, infatti, nei primi 11 mesi 2022 le spedizioni enoiche hanno toccato i 7,27 miliardi di euro, con una crescita del 10,6% sullo stesso periodo del 2021, praticamente azzerando gli effetti dell'inflazione. Nei 18 Paesi dell'Area Euro le spedizioni di vino italiano hanno raggiunto i 2,25 miliardi di euro, in crescita del +11,4%, e tra i mercati più performanti si conferma ancora una volta la Francia (+26,6%), con Prosecco e spumanti in bella evidenza (+29,6%). Sul primo mercato europeo, quello della Germania, il vino italiano cresce del +4,8%, a quota 1,08 miliardi di euro, ed anche qui gli spumanti, segnano un trend decisamente superiore: +7,9%. Ancora molto bene il Regno Unito (+11,5%), con la categoria degli sparkling che vale poco meno della metà di tutto il vino italiano esportato sul mercato britannico (+22,2%). Altro mercato fundamenta-

le è quello, in crescita, della Svizzera (+4%), con la vicina Austria che segna un +17%. Praticamente identici i risultati di Belgio e Paesi Bassi, per una crescita, rispettivamente, del +10,1% e del +6,8%, ma con una differenza enorme sul fronte degli spumanti, che ad Amsterdam perdono terreno (-2%), mentre a Bruxelles registrano un'ottima performance (+26,2%). Le note dolenti, per i mercati europei, arrivano tutte dai Paesi Scandinavi, con la solita e felice eccezione della Svezia, dove le importazioni sono cresciute dell'8,8%. Confermano la frenata, invece, sia la Norvegia (-6,6%), che la Danimarca (-5,2%). Merita un capitolo a sé il dato sulla Russia, perché Mosca, ormai isolata dal resto dell'Occidente, non ha mai smesso di importare vino dall'Europa, anche grazie a triangolazioni con altri Paesi (+12,37%), con gli spumanti - la Russia è un punto di riferimento storico per le bolline dell'Asti - che registrano il +27,8%, oltre la metà dell'intero import enoico. Oltreoceano, prosegue spedita la marcia degli Stati Uniti, il primo mercato del vino mondiale, per consumi complessivi e per importazioni (+8,8%), con una quota sparkling sempre più rilevante (+13%). Ancora forte il mercato del Canada (+13,2%), con gli spumanti che hanno un ruolo minore, ma comunque rilevante (+22,3%). Infine, i Paesi dell'Asia, a partire da quel gigante dormiente della Cina, su cui le speranze e le previsioni di crescita tornano ad affacciarsi con la ripartenza dell'economia, ma intanto i dati dei primi 11 mesi 2022 restano negativi (-11,8%). Ancora in terreno negativo la Corea del Sud (-1,1%) e Hong Kong (-1,5%), che hanno però quasi ricucito il gap con lo stesso periodo del 2021. Infine, la "solita" nota lieta dall'Estremo Oriente, quella del Giappone (+30,5%), unico Paese asiatico in cui gli spumanti riescono ad avere una penetrazione importante (+30%).

https://winenews.it/it/nei-primi-11-mesi-2022-le-spedizioni-di-vino-italiano-a-727-miliardi-di-euro-106_490038/

IL NUOVO VOLTO PREMIUM DELL'ITALIA, NEL 2022 SORPASSO STORICO A VALORE SUI VINI POPULAR

Segna il passo il commercio mondiale dei vini fermi, con cali in volume nell'ultimo anno attorno al 5%, ma aumenta la tendenza premium dei consumi, a partire dai rossi italiani. Secondo le analisi dell'Osservatorio Uiv sui trend di mercato negli ultimi 12 anni, il vino made in Italy ha visto infatti quadruplicare nel periodo le vendite a volume dei vini fermi in fascia super-premium (oltre i 9 euro a bottiglia franco cantina), con una crescita media annua del 13%. Ancora più significativo il quadro se si guarda al valore: da nicchia con un'incidenza del 6% sul totale export del 2010 ad asset sempre più decisivo nel 2022, con una quota di mercato dei vini di eccellenza arrivata a valere il 18%, pari a 863 milioni di euro. A farne le spese, in particolare il segmento entry level, che sul pari periodo segna una contrazione dello share dal 19% al 6%. Secondo l'analisi Uiv, per la prima volta nella storia lo scorso anno le esportazioni dei prodotti fermi premium e super-premium (da 6 euro in su) hanno superato quelli in fascia entry-level e popular. Nel 2022, infatti, i primi occupano una quota di mercato al 52% (a 2,5 miliardi di euro), contro il 48% dei prodotti di minor valore. Una lunga corsa verso la premiumizzazione iniziata in sordina per poi registrare medie incrementali in doppia cifra anno dopo anno, con l'impennata nel post Covid. Diverso, secondo l'Osservatorio, il discorso sugli spumanti, dove il dominio del Prosecco in fascia popular - un caso di scuola su scala globale che ha ritracciato l'approccio al consumo extra-pasto anche tra i giovani - ha lasciato poco spazio ai segmenti premium.

https://winenews.it/it/da-nicchia-a-volano-i-vini-fermi-italiani-super-premium-valgono-il-18-dell'export-della-categoria_490527/

2022 IN FLESSIONE PER I VINI TRICOLORI IN GDO DI USA, GERMANIA E UK (-9%)

Bilancio 2022 negativo per il vino italiano nel circuito retail e Grande distribuzione di Usa, UK e Germania, che da soli valgono circa il 50% delle esportazioni italiane. Nei tre top buyer, secondo i dati elaborati dall'Osservatorio del Vino Uiv-Vinitaly su base Nielsen-IQ, lo scorso anno sono stati venduti 4,9 milioni di ettolitri di vino, equivalenti a un calo del 9% rispetto al 2021, per valori in riduzione del 5%, a 4,7 miliardi di euro. Rispetto alle vendite del 2021, manca all'appello l'equivalente di 63 milioni di bottiglie e un controvalore di 253 milioni di euro. Fra i tre mercati, le performance generali peggiori si registrano in UK (-11% volume e -8% valore), mentre gli Usa smorzano a -2% l'erosione in valore (2,1 miliardi di euro), limitando il minus a volume a -5%. La Germania al -7% valoriale affianca una perdita del 10% volume (1,7 milioni di ettolitri). Il bicchiere è però mezzo pieno, rileva l'Osservatorio, se si considera che alla dinamica discendente sul canale della grande distribuzione corrisponde la riapertura del fuori casa, con un mercato della ristorazione dato in crescita consistente. In sintesi, un ritorno alle normalità del pre-Covid, crisi economica permettendo. In tutti e tre i mercati, per diverse denominazioni si riscontra infatti un ritorno più o meno soft ai livelli del 2019, con il Prosecco che gioca una partita a parte, con incrementi in doppia cifra sul periodo. Nell'ultimo anno, forti erosioni dei volumi venduti negli Usa per Chianti (-9%), Lambrusco (-13%), Montepulciano d'Abruzzo (-12%), e Rossi piemontesi (escluso Barolo, -10%), mentre prosegue in scia positiva la corsa del Prosecco, a +4% (+41% sul 2019) e sul versante Rossi cresce del 5% il Brunello di Montalcino. In Germania, situazione complicata per il Primitivo (-8%) e contrazioni volumiche in doppia cifra per Pinot Grigio e Nero d'Avola, oltre a Lambrusco e Prosecco (-14,5%) anche nella sua versione frizzante (-26%). Prosecco giù anche nella storica piazza britannica (-15%), assieme a gran parte dei vini fermi (-10%), con l'eccezione dei Rosati, che aumentano le vendite del 40%.

<https://www.agricultura.it/2023/02/06/vino-in-gdo-crollo-del-9-nei-mercati-usa-e-germania-i-dati-delloss-uiv-vinitaly-evidenziano-lo-stress/>

UN 2022 DA RECORD PER LE PRODUZIONI TOSCANE: L'EXPORT DI DOCG E DOC VALE OLTRE 690 MILIONI EURO (+7%)

Per il vino "made in Tuscany" il 2022 dovrebbe essere stato un anno da record, almeno dal punto di vista degli incassi riferibili all'export delle DOCG e DOC. Le stime parlano di oltre 690 milioni di euro (+7%), anche a fronte di una flessione in termini di volume (-3%), in linea con le altre denominazioni nazionali. I dati di ISMEA sono stati presentati oggi alla stampa nazionale e internazionale in occasione di PrimAnteprima, la manifestazione che apre ufficialmente la Settimana delle Anteprime di Toscana, in occasione della quale i principali Consorzi vitivinicoli presentano le nuove annate. Nel ranking nazionale la Toscana è settima per vino prodotto, con una quota media pari al 5% del totale. La sua unicità, tuttavia, emerge nel poter vantare sul suo territorio 58 Indicazioni Geografiche riconosciute, di cui 52 DOP (11 DOCG e 41 DOC) e 6 IGT che presidiano la quasi totalità della superficie vitata toscana (95% contro una media nazionale che arriva al 62-64%). Secondo le prime elaborazioni, ancora provvisorie, nel 2022 sono stati imbottigliati 1,3 milioni di ettolitri di DOCG e DOC, in flessione del 7% rispetto all'anno precedente, mentre l'IGT è scesa dell'8%, con 626 mila ettolitri. La domanda di vini DOP toscani si concentra soprattutto nei Paesi extra UE (67% e 72% rispettivamente in volume e in valore), con una forte concentrazione in tre direzioni: il 57% delle consegne viene effettuato in USA, Germania e Canada, con gli Stati Uniti che da soli rappresentano il 34% in volume e il 38% in valore. Mentre la richiesta oltreoceano cresce del 17% in valore, la domanda tedesca è scesa sia in volume che in valore, così come quella del Regno Unito. Nel Vecchio Continente le migliori speranze arrivano - a sorpresa - dai cugini d'Oltralpe: la Francia fa segnare un +31% in termini di valore. Sulle luci dell'anno appena concluso, però, pesano le ombre delle incertezze dei mercati a livello globale

e gli aumenti dei costi. Qualche preoccupazione in più arriva dalla domanda interna: nell'ambito di un complessivo calo degli acquisti in grande distribuzione, il vino made in Tuscany non fa eccezione. Nel 2022 le DOCG e DOC toscane hanno registrato una riduzione del 10,6% in termini di volume, a fronte di un calo di circa il 6% per il comparto vino nel complesso. In termini di spesa i vini IGT Toscani mostrano invece per il secondo anno consecutivo una dinamica positiva con un +2,8% dopo il +3,5% dello scorso anno. La nota negativa arriva dal fatto che gli attuali volumi acquistati sono inferiori al periodo pre-pandemia. Nel 2021, la Toscana contava oltre 25 mila ettari in bio che rappresentano il 40% dell'intera superficie regionale e il 20% del totale della superficie a vite bio in Italia. La produzione stimata di vino biologico della regione è di circa 350 mila ettolitri, il 15% dei 2,2 milioni di ettolitri a livello nazionale. Una produzione, quella bio, sempre più apprezzata dai consumatori più giovani. Provando a delineare un profilo del consumatore tipo di vino DOC toscano emerge la prevalenza di famiglie "non più giovani" (64% degli acquirenti è nella fascia over 60) con reddito medio-alto, residenti nel Centro Nord. Nel Nord Est si trovano i maggiori affezionati. La Toscana infine è pioniera sui temi dell'enoturismo ed è oggi la seconda regione più visitata dai turisti italiani che si muovono con il food ed il wine come motivazione primaria di viaggio.

<https://www.toscana-notizie.it/-/primanteprima-2022-da-record-per-il-vino-made-in-tuscany>

ITALIA SEMPRE PIÙ "SPARKLING COUNTRY" IN USA

Le vendite di vino dai principali fornitori statunitensi si stanno oggi profondamente modificando. Nelle abitudini di consumo è, infatti, in atto quello che si potrebbe definire un "cambio cromatico". Guardando ai volumi, nell'arco di poco più di un quinquennio lo spumante ha eroso parte del consumo tradizionalmente vocato ai rossi, già pressati in casa statunitense dai cugini rosati. Lo suggerisce l'analisi dell'Osservatorio del Vino Uiv, pubblicata su Il

Corriere Vinicolo. Nelle vendite i rossi spingono oggi solo sul valore, mentre sui bianchi, l'effetto-tappo neozelandese smorza le ambizioni premiumizzanti dell'Italia. La nuova composizione delle importazioni di vino italiano - spumanti 34% (per la prima volta davanti ai rossi), bianchi 36%, rossi 28% - sta cambiando profondamente l'immagine del nostro Paese su questo mercato, soprattutto tra i più giovani: l'Italia è per i consumatori americani sempre più uno "sparkling country". Un'evoluzione quest'ultima su cui l'industria vinicola italiana è chiamata ad una profonda riflessione.

(Fonte: Il Corriere Vinicolo n. 8 del 27 febbraio 2023)

A UN ANNO DALLA GUERRA, L'EXPORT ALIMENTARE ITALIANO VERSO KIEV -20% E VERSO MOSCA -8% PER MOSCA. PERDITE PER 100MLN

Cala ma non crolla l'export alimentare italiano in Russia (-8%) e Ucraina (-20%) con una perdita complessiva di quasi 100 milioni di euro in valore. È quanto afferma il Centro Studi Divulga in occasione della pubblicazione del report 'Un anno di guerra' con l'analisi delle ripercussioni del conflitto su alcuni settori importanti dell'economia del Paese. In Russia, mercato già provato dall'embargo del 2014, con il valore dell'export Made in Italy che nei primi 10 mesi del 2022 ha sfondato 500 milioni di euro, arretrano in particolare pasta (-31%), caffè (-29%), bevande alcoliche (-43%), florovivaismo (-25%) e olio di oliva (-13%), mentre tiene l'export di vini (120 milioni di euro esportati nei primi 10 mesi del 2022, +5%) e di prodotti dolciari (42 milioni di euro, +4%). In Ucraina, con il valore dell'export italiano a 220 milioni di euro, a soffrire in particolare tabacco (-24%), vini e spumanti (-41%), latte e derivati (-35%), bevande alcoliche (-52%) e prodotti dolciari (-47%). Crescono invece le esportazioni di caffè (+4%), pasta (+10%) e ortaggi (+70%).

<https://www.ansa.it/canale-terraegusto/notizie/mondo-agricolo/2023/02/23/>

[ucraina-un-anno-export-alimentare-italiano-20-verso-kiev_fa1d3860-ab48-47fd-a94f-7bfo056f465c.html](https://www.infomercatoagricolo.it/ucraina-un-anno-export-alimentare-italiano-20-verso-kiev_fa1d3860-ab48-47fd-a94f-7bfo056f465c.html)

IL MERCATO AUSTRIACO DI VINI E SPUMANTI VEDE L'ITALIA DETENERE IL PRIMATO DELLE FORNITURE

Dalle verifiche empiriche sui dati UN Comtrade, nel 2021 le importazioni di vino e sparkling wine in Austria hanno fatto registrare un'importante contrazione nei volumi che scendono a 68,2 milioni di litri (-9% sul 2020) a fronte di una crescita altrettanto notevole nei valori, con i ricavi che raggiungono i 264,9 milioni di dollari (+15% sul 2020). L'Italia, con 41 milioni di litri (-8% sul 2020) ed un giro di affari di 118,5 milioni di dollari (+5% sul 2020) è il principale Paese fornitore davanti a Germania e Francia che nel 2021 hanno esportato in Austria rispettivamente 13,7 e 4,3 milioni di litri tra vini e sparkling wine. Se guardiamo ai valori degli ultimi 4 anni, emerge una riduzione delle esportazioni di vino e degli sparkling wine dall'Italia all'Austria sia in termini di volumi (-5,0%) che di ricavi (-5,0%). Sul fronte dei consumi, dalle analisi sui dati di Euromonitor International emerge che nel 2021 i consumatori austriaci hanno acquistato vino per 188,1 milioni di litri, lo 0,9% in più rispetto all'anno precedente. Relativamente ai canali di acquisto, si rileva una contrazione dei volumi di vendita nel canale on-trade, che scendono da 81,2 a 76,7 migliaia di litri (-5,5% sul 2020) a fronte di una ripresa dei consumi nel canale off-trade dove, nello stesso periodo, sono transitati 111,4 milioni di litri di vino (+5,9%/2020). Nel medio periodo (2018-2021), i volumi complessivi delle vendite di vino in Austria hanno subito una variazione negativa del -11,8%. Nel 2021 anche i ricavi provenienti dalla vendita di vino, che ammontano a 2.853 milioni di euro, registrano una variazione negativa del -2,0% rispetto al 2020. In particolare, nel canale on-trade, che rappresenta un volume di affari pari a 2.104,6 milioni di euro, si rileva un calo delle vendite del -5,0% compensato, solo in parte, dalla ripresa degli acquisti off-trade, che superano la soglia dei 748 milioni di euro, segnando

una crescita del +7,7% rispetto al 2020. Nel complesso, tra il 2018 ed il 2021, nel Paese si assiste ad una riduzione del valore delle vendite di vino pari al -23,5%. Sempre dall'analisi dei dati di Euromonitor International emerge che nel 2021 i consumatori austriaci hanno acquistato sparkling wine per 25 milioni di litri, il 5,9% in più rispetto all'anno precedente. A crescere sono soprattutto i volumi di vendita nel canale off-trade che salgono da 20,50 a 22,10 milioni di litri (+7,8% sul 2020) a fronte di una contrazione degli acquisti nel canale on-trade che passano da 3,10 a 2,90 milioni di litri (-6,5% sul 2020). Così come per il vino, anche per lo sparkling wine la pandemia ha influito in maniera negativa sul canale on-trade, in particolare nel 2020, quando i volumi di vendita hanno evidenziato una riduzione del -39% rispetto al 2018; al contrario, nel canale off-trade, nello stesso periodo si è registrato un incremento complessivo dei volumi del +21%. Nel complesso, nel periodo 2018-2021, le vendite di sparkling wine in Austria sono aumentate del +13,1%. Nel 2021 anche i ricavi, che ammontano a 339,8 milioni di euro, registrano una variazione positiva del +2,5% rispetto al 2020. In particolare, crescono i valori riconducibili agli acquisti off-trade di sparkling wine (+9,1% sul 2020) che raggiungono i 202 milioni di euro mentre si riduce il giro di affari del canale on-trade che scende a 138 milioni di euro, il 5,7% in meno rispetto all'anno precedente. Nel complesso, tra il 2018 ed il 2021, assistiamo ad una riduzione del valore delle vendite degli sparkling wine in Austria del -17,4%.

<https://www.internazionalizzazione.confcooperative.it/Servizi-e-strumenti/Export-Mercati/Vini-e-Sparkling-Wine/il-mercato-dei-vini-e-degli-sparkling-wine-in-austria>

IL VINO ITALIANO CRESCE IN GIAPPONE MA NECESSITA' DI UN PIANO DI PROMOZIONE COESO

La chiusura d'anno è stata molto positiva per il vino italiano in Giappone, con una crescita in volume a +18,4% nel 2022, esattamente il doppio rispetto al totale delle importazioni di vino

dal Sol Levante (+9,2%). Il dato è emerso a Tokyo nella penultima tappa del Road show globale realizzato da Veronafiere Vinitaly in collaborazione con Ice Agenzia e con la partecipazione dei principali rappresentanti istituzionali del nostro Paese nel Sol Levante: l'Ambasciata d'Italia a Tokyo, la Camera di Commercio italiana in Giappone e il supporto della Fondazione Italia-Giappone. Secondo l'Osservatorio Uiv-Vinitaly, la performance italiana nel 6° mercato importatore al mondo (nel 2021 Tokyo ha scavalcato Pechino nel ranking mondiale), è particolarmente positiva sia nelle importazioni di vini fermi imbottigliati - in particolare rossi - che hanno chiuso a 165 milioni di euro (+25%), sia per gli spumanti, a +26% (44 milioni di euro il controvalore). Il totale import di vino italiano in Giappone chiude così il 2022 con un valore complessivo di 278 milioni di euro, al 2° posto tra i Paesi fornitori dietro a una Francia che da sola supera la soglia di 1 miliardo di euro di ordini dal Sol Levante. Per migliorare ancora, è stato osservato durante l'evento di Tokyo, occorre accelerare sulla promozione integrata e di sistema per efficientare la promozione del vino italiano in Giappone evitando frammentazione e dispersione di risorse.

<https://www.informatoreagrario.it/filiere-produttive/vitevino/il-vino-italiano-cresce-in-giappone-ma-si-puo-migliorare/>

INDAGINE WINENEWS:

I LISTINI DELLE CANTINE A +10/15% PER COPRIRE I COSTI. GDO RESTA A CONCEDERE ADEGUAMENTI

Attesi e inevitabili, dopo mesi e mesi di aumenti di costi energetici e, soprattutto, di materie prime "secche", vetro in testa, stanno arrivando anche gli aumenti dei listini delle cantine italiane, in una fase dell'anno in cui si vanno definendo i contratti con la grande distribuzione organizzata. Difficile individuare una forbice percentuale precisa, in un panorama tanto vasto e variegato come quello del vino italiano, dove si parte da prezzi franco cantina anche inferiori a 2 euro a bottiglia, per arrivare a diverse decine di euro "a tappo". Anche se il range più gettonato pare

quello che va tra il +8% ed il +15%. Che, a detta di molti, è meno di quanto servirebbe per assorbire l'aumento dei costi di produzione. In ogni caso, anche aumenti percentuali dei prezzi a bottiglia come quelli paventati, hanno impatti diversi a seconda delle variabili. Sono un problema enorme soprattutto sui vini di prezzo più basso, dove il margine a bottiglia è rappresentato da poche decine di centesimi di euro, e con una Gdo, principale destinataria di questi vini, resta ad accettare rialzi che andrebbero riversati al consumo, con la paura (condivisa con i produttori) di vedere un calo dei consumi in tutto quello che è l'"entry level". Mentre è una difficoltà da gestire, ma anche un'occasione per alzare un posizionamento dal quale poi cercare di non arretrare in futuro, per i prodotti di fascia più alta, rivolti soprattutto a ristorazione e horeca, e dove l'aumento di qualche euro a bottiglia, se ben spiegato, raccontato e motivato, sembra essere accettato senza particolare difficoltà dal mercato. È il quadro di sintesi estrema, in un panorama quanto mai complicato, tracciato da WineNews, che, su un tema caldissimo, ha sentito oltre 50 produttori diversi, tra cooperative, piccole cantine e realtà private che lavorano su numeri importanti e su mercati diversi per canale e posizionamento, ma anche player della distribuzione e rappresentanze della filiera inclusi alcuni importanti Consorzi di Tutela.

https://winenews.it/it/vino-e-prezzi-i-listini-delle-cantine-a-10-15-per-coprire-i-costi-ma-e-muro-con-la-gdo_489946/

ISMEA: ACQUISTI ALIMENTARI DOMESTICI A +6,4% NEL 2022. IN DIMINUIZIONE LA SPESA PER I VINI (-2,2%)

Il 2022 chiude con un aumento record della spesa alimentare domestica: +6,4% sul 2021, secondo solo al dato registrato nell'anno del confinamento domestico causato dal Covid. L'incremento della spesa, inferiore al tasso di inflazione, riflette una diversa composizione del carrello e una riduzione delle quantità acquistate dalle famiglie, in risposta alla perdita di potere di acquisto. In particolare, sottolinea l'ISMEA sulla base dei dati dell'Osservatorio sui

consumi ISMEA-NielsenIQ, sono stati i consumatori e i nuclei familiari più giovani a fare i sacrifici maggiori. I giovani singles hanno "alleggerito" il carrello del 6,4% rispetto al 2021 e anche per le cosiddette new families (quelle con bambini in età pre-scolare) gli acquisti si sono ridotti del 3,6% rispetto al 2021, segnando un -6,3% rispetto a Pre-covid. Tra le varie categorie merceologiche, è aumentato soprattutto lo scontrino relativo alla pasta e derivati dei cereali (+11,6), olii (+16,7%), bevande analcoliche (+12,4%), carni (+9,9%) e prodotti lattiero caseari (+8,6%), in molti casi in presenza di volumi di acquisto stabili o inferiori rispetto all'anno precedente. Incrementi di minore intensità hanno interessato il reparto ortofrutticolo (+3%), mentre i vini e i prodotti ittici sono gli unici a segnare una concreta riduzione della spesa, -2% nel primo caso, -3,4% nel secondo caso, con variazioni negative soprattutto per il segmento del fresco. In generale l'aumento della spesa risulta maggiore per i prodotti confezionati rispetto a quelli sfusi (+6,9% vs il +5,2% dello sfuso), per effetto dei rincari che hanno colpito anche i materiali di confezionamento e la logistica. Con particolare riguardo alla dinamica dei consumi di vini e bevande, ISMEA segnala che acqua e bevande analcoliche hanno sostituito, nel carrello, vini e alcolici. Complici un'estate calda e la riapertura del "fuori casa", risultano in netta flessione gli alcolici nel carrello. A soffrire la contrazione soprattutto i vini che, con una flessione di spesa del 2,2%, vedono il carrello alleggerirsi del 6,7% in volume; in particolare per i DOC l'aumento del prezzo dell'8% si accompagna a una flessione dei volumi del 4,8%. Di contro, si registrano +3% in volume e +11% in valore per l'acqua in bottiglia e +5,2% in volume, +12,4% in valore per le bevande analcoliche. Lievi contrazioni di volume per la birra (-2,5%), a fronte di un aumento del prezzo che mediamente si aggira attorno al 4%.

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12496>

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12495>

RISTORAZIONE, NEL 2022 -17.168 IMPRESE. SPESA FUORI CASA A 88 MILIARDI DI EURO

Il 2022 per il settore ristorativo è stato un anno di record negativi ma, contestualmente, di segnali incoraggianti: se da un lato sono stati registrati il saldo negativo più alto di sempre tra le attività iscritte alle Camere di Commercio e quelle cessate, -17.168, e la storica diminuzione dell'1,40% delle imprese attive, che passano dalle 340.610 del 2021 a 335.817 invertendo un trend di crescita pluridecennale, dall'altro si stima una spesa alimentare fuori casa attorno agli 88 miliardi di euro, ovvero +3% sul 2019, anno del precedente record positivo con 86 miliardi di spesa. La fotografia è scattata dal Rapporto 2023 dell'Osservatorio Ristorazione, spin-off dell'agenzia RistorazioneTop, realizzato elaborando dati provenienti da diverse fonti, tra le quali gli istituti di ricerca Istat e Censis, le associazioni di categoria Fipe e Federalberghi, le banche dati di Infocamere e della web app per la ristorazione Plateform installata su oltre 1300 attività in Italia. Lo scorso anno il 71% dei ristoratori ha dovuto compiere azioni impreviste per far fronte all'aumento delle spese di energia e materie prime, puntando, nell'82% dei casi, all'aumento dei prezzi finali al cliente. In linea con l'anno precedente, il 76% ha perso figure professionali in cucina o in sala e, ad inizio 2023, un ristoratore su due ha ancora problemi di personale.

https://www.ansa.it/canale_terrae-gusto/notizie/business/2023/02/27/ristorazione-nel-2022-17.168-impresespesa-fuori-casa-a-88-mld_6017b48b-7dff-45ba-bfa7-8265b887aec8.html

RICERCA E INNOVAZIONE

NASCE L'ISTITUTO PER LA RICERCA SU VINO, ALIMENTAZIONE E SALUTE PER PROMUOVERE LA DIVULGAZIONE SCIENTIFICA. CONSUMO MODERATO E CONSAPEVOLE DI VINO NELL'AMBITO DELLA DIETA MEDITERRANEA:

UNO STUDIO NE EVIDENZIA I POSSIBILI BENEFICI PER LA SALUTE

Più Dieta Mediterranea e più divulgazione scientifica, anche attraverso il neonato Istituto per la Ricerca su Vino, Alimentazione e Salute. È questa la risposta – o comunque parte della risposta – italiana alle recenti questioni che hanno visto il vino al centro del dibattito europeo sui suoi presunti effetti sulla salute. Il nuovo ente indipendente, presieduto da Luigi Tonino Marsella del dipartimento di Biomedicina e Prevenzione dell'Università di Roma Tor Vergata, si propone di promuovere e facilitare la diffusione della conoscenza e dell'informazione di temi riguardanti la Dieta mediterranea e il consumo moderato e consapevole di vino, in rapporto ad una corretta alimentazione, alla salute e al benessere della popolazione, salvaguardando e valorizzando la cultura del territorio. La nascita del nuovo Istituto è stata annunciata nel corso del convegno "Bere mediterraneo. Gli effetti sulla salute di un consumo moderato del vino", realizzato a Roma su iniziativa del Senatore Gian Marco Centinaio che ha visto esperti italiani e internazionali confrontarsi sui risultati della ricerca 'Moderate Wine Consumption and Health: A Narrative Review', pubblicata sulla rivista internazionale *Nutrients* e che, di fatto, è il più recente lavoro scientifico a riassumere lo stato dell'arte sul consumo moderato di vino. Frutto dell'impegno di un gruppo di ricercatori indipendenti di diverse istituzioni accademiche italiane, la pubblicazione evidenzia le differenze fra vino e altre bevande alcoliche e conferma che il vino, se consumato moderatamente, non solo non aumenta il rischio di malattie cronico-degenerative ma è anche associato a possibili benefici

per la salute, soprattutto se inserito in un modello di dieta mediterranea. Per la valutazione del consumo moderato del vino e gli effetti sulla salute, il pool di ricercatori ha selezionato 24 studi scientifici, tramite ricerche su banche dati di letteratura scientifica, pubblicati tra il 2010 e il 2022. In particolare, 8 studi riguardavano le malattie cardiovascolari, 3 il diabete di tipo 2, 4 le malattie neurodegenerative, 5 il cancro e 4 la longevità. Quello che ne emerge è che il vino è un'alchimia di proprietà uniche, con una composizione ricca e originale in termini di polifenoli e antiossidanti. Se, quindi, viene assunto in maniera moderata durante i pasti, può rappresentare il modo migliore per diminuire gli effetti tossici dell'etanolo e contemporaneamente aumentare le difese antiossidanti/disintossicanti grazie all'effetto sinergico di un'ampia gamma di componenti bioattivi in grado di modulare le difese dell'organismo e proteggere dalle malattie croniche/degenerative.

<https://static.gamberorosso.it/2023/02/settimanale-n6-2023stampa.pdf#page=19>

<https://www.mdpi.com/2072-6643/15/1/175>

GEORGOFILI: DISTINGUERE TRA ABUSO E CONSUMO RESPONSABILE DI VINO. SCIENZA HA DIMOSTRATO PRESENZA DI SOSTANZE UTILI ALLA SALUTE

L'Accademia dei Georgofili ha chiesto l'opinione di autorevoli accademici, che rivestono ruoli importanti nel settore vitivinicolo, riguardo al legame tra il consumo di vino e i suoi effetti sulla salute umana: Rosario Di Lorenzo, Presidente dell'Accademia Italiana della Vite e del Vino; Luigi Moio, Presidente dell'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV); Vincenzo Gerbi, professore ordinario di enologia; Donato Lanati del centro di ricerca Enosis. In breve, tutti concordano che è indispensabile distinguere tra abuso e consumo responsabile di vino, altrimenti si annullano risultati scientifici che hanno dimostrato la presenza nel vino di sostanze (resveratrolo, polifenoli, flavonoidi...) utili alla salute umana. L'approccio corretto al consumo è

altresì dettato da abitudini culturali e alimentari che vanno insegnate laddove non esistono, ma non con i divieti e la cattiva informazione bensì con programmi di formazione ed educazione al vino, che non è soltanto una bevanda alcolica ma anche espressione della storia dei territori e dell'uomo da oltre 8mila anni.

<https://www.georgofili.info/contenuti/alert-sul-vino-lopinione-dei-georgofili/25302>

CREA: IL CONSUMO MODERATO DI VINO ALL'INTERNO DELLA DIETA MEDITERRANEA HA EFFETTI PROTETTIVI SULLE PATOLOGIE CARDIOVASCOLARI E FAVOREVOLI SULLA MORTALITÀ PER TUTTE LE CAUSE

Si è tenuto nei giorni scorsi il Congresso di due giorni dedicato al rapporto fra alimentazione sana, varia e bilanciata e prevenzione delle malattie cardiovascolari, organizzato dal Presidente CREA, prof. Carlo Gaudio, e dal Presidente SIC - Società Italiana di Cardiologia - prof. Pasquale Perrone Filardi, che ha visto la partecipazione di Francesco Lollobrigida Ministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare e di Gennaro Sangiuliano, Ministro della Cultura. In particolare, sul rapporto tra consumo moderato di vino nell'ambito della Dieta Mediterranea e salute cardiovascolare, ha avuto modo di soffermarsi il Presidente della Società Italiana di Cardiologia (SIC), prof. Pasquale Perrone Filardi: "La Società Europea di Cardiologia, la più rinomata al mondo per Paesi aderenti e numero di iscritti, già dal 2021 ha fortemente raccomandato, nelle sue Linee Guida di prevenzione, la Dieta Mediterranea, riconosciuta come l'unica fortemente protettiva per il sistema cardiovascolare. All'interno della quale – ha sottolineato l'illustre cattedratico – è raccomandato un consumo giornaliero moderato di vino che, anche in grandi studi epidemiologici, ha dimostrato di avere effetti protettivi sulle patologie cardiovascolari e favorevoli sulla mortalità per tutte le cause". Sullo stesso tema, nella seconda giornata del Congresso, il Prof. Gaetano Tanzilli, primario cardiologo del Policlinico Universitario della Sapienza di Roma, ha ribadito: "Il vino da

sempre è considerato un complemento della dieta. Quella che evince negli ultimi anni non è più una questione di cultura e di tradizione, ma soprattutto un'evidenza scientifica. Infatti, studi controllati, studi randomizzati, studi osservazionali hanno inequivocabilmente dimostrato che il consumo moderato, ma anche regolare nel tempo e soprattutto, così come inserito nella Dieta Mediterranea, nel contesto dei pasti, produce effetti benefici in termini di mortalità totale e di riduzione degli eventi cardiovascolari".

<https://www.crea.gov.it/-/si-chiude-oggi-la-prima-giornata-nazionale-dell'alimentazione-nutrizione-e-cuore->

VITIGNI RESISTENTI IN EMILIA-ROMAGNA: PROGETTO VIAGGIA A PASSO SPEDITO

Procede a passo spedito il progetto di ricerca e sperimentazione sui vitigni resistenti in Emilia-Romagna messo in campo dal Consorzio Vitires che associa quattro gruppi del mondo cooperativo (Cantine Riunite El Civ, Cantina Sociale di San Martino in Rio, Caviro, Terre Cevico) insieme al Centro di ricerche Ri.Nova. Nei giorni scorsi a Imola, si è fatto il punto sullo stato dell'arte di un percorso avviato nel 2016 su alcuni vitigni internazionali, ed esteso poi a otto vitigni regionali. Oltre un centinaio gli operatori del settore che hanno preso parte alla giornata, con un numero altrettanto numeroso collegato in diretta streaming, alla presenza dell'Assessore Regionale all'agricoltura Alessio Mammi che ha fatto le conclusioni della giornata.

<https://www.agricultura.it/2023/02/27/vino-vitigni-resistenti-in-emilia-romagna-progetto-viaggia-a-passo-spedito/>

NELLA LOTTA ALLA FLAVESCENZA SERVONO APPROCCIO DI COMPENSORIO E INTERVENTO TEMPESTIVO

Tra i progetti dedicati al monitoraggio e alla lotta alla flavescenza dorata, di rilievo è quello realizzato dal Consorzio Conegliano Valdobbiadene Prosecco DOCG in collaborazione con Skydro-

ne360. Tale monitoraggio ha portato alla geo-referenziazione di oltre 1,3 milioni di chiome di viti, su di un'estensione di 634 ettari, e alla mappatura di 1.600 km di filari con una risoluzione altissima (5 cm). Scopo dell'impresa: mappare l'incidenza spaziale della flavescenza dorata (FD) nei territori del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, indagare una serie di fattori ambientali che possano indicare un'eventuale relazione di dipendenza con la variabilità spaziale della malattia, investigare la possibile incidenza della gestione agronomica dei vigneti sulla presenza della FD, individuare i punti chiave su cui agire, nella prossima annata, nel contrasto a questa malattia della vite. Tra i risultati ottenuti, l'analisi dei dati raccolti attraverso il monitoraggio suggerisce che nel contrasto alla FD servono un approccio di comprensorio e non di vigneto, un coordinamento tra tutti i componenti della filiera, una unità di intenti nell'affrontare un problema grave da tanti punti di vista, anche paesaggistico.

(Fonte: *Il Corriere Vinicolo* 6/2023)



VITA ASSOCIATIVA

Aggiornamenti sulle attività Federdoc



VINO E SALUTE: LA RISOLUZIONE CARETTA INCASSA L'APPREZZAMENTO DELLA FILIERA DEL VINO

"Appreziamo molto e sosteniamo il contenuto della risoluzione dell'On. Caretta, approvata dalla Commissione Agricoltura, con la quale il Governo si impegna a contrastare le misure assunte dall'Irlanda che impongono l'indicazione sulle etichette delle bevande alcoliche di avvertenze sanitarie allarmistiche sulla salute. Ringraziamo il Presidente On. Carloni e tutti i componenti della Commissione per aver recepito le preoccupazioni del settore vino, decidendo di intervenire mediante ogni via percorribile internazionale ed europea, al fine di evitare una nuova stigmatizzazione del nostro prodotto." "La risoluzione evidenzia lo stretto legame esistente tra la tradizione vitivinicola italiana, le eccellenze che ne rappresentano il suo frutto ed il modello della Dieta Mediterranea, riconosciuto per la sua salubrità come patrimonio mondiale da promuovere e valorizzare. Un legame che deve impedire l'adozione di sistemi di etichettatura penalizzanti e fuorvianti per i consumatori." Le organizzazioni della filiera vitivinicola italiana (Confagricoltura, Cia, Copagri, Alleanza delle Cooperative Italiane, Unione Italiana Vini, FEDERDOC, Federvini, Assoenologi) hanno, così, commentato il lavoro ed il voto della Commissione Agricoltura. "Accogliamo con soddisfazione - ha concluso la filiera - la volontà del Governo di adoperarsi per attivare azioni proattive di sensibilizzazione al corretto consumo dei prodotti vitivinicoli e, più in generale, degli altri prodotti alcolici, recependo le nostre proposte volte alla realizzazione di progetti di educazione al consumo responsabile che garantiranno non solo la tutela della salute pubblica ma anche il valore delle produzioni italiane di eccellenza e del nostro Made in Italy".

<https://www.winemeridian.com/news/vino-e-salute-approvata-dalla-commissione-agricoltura-la-risoluzione-caretta/>

"I LOVE ITALIAN WINE&SPIRIT COURSE": NUOVE MASTERCLASS CON ICE A LANZHOU (CINA)

Il 24 febbraio scorso, a Lanzhou, capoluogo della provincia centro-settentrionale del Gansu, si è tenuto un nuovo appuntamento del ciclo di Masterclass "I love ITALian Wine & Spirit", tradizionale evento promozione del vino italiano in Cina, che prevede la realizzazione di attività di formazione, con associate degustazioni, destinate ad importatori e distributori, media e rivenditori al dettaglio. I corsi, frutto dell'investimento promozionale finanziato dal MAECI e realizzati dall'Ufficio ICE di Pechino in collaborazione con Federvini, Uiv e FEDERDOC, puntano a proseguire le campagne di formazione enologica sul territorio cinese, al fine di migliorare la conoscenza in materia di diversità dei vitigni italiani, esaltando le caratteristiche organolettiche della nostra produzione. Dal 2016, anno della prima edizione delle Masterclass "I love ITALian Wine & Spirit", il format è stato riproposto con successo in 20 città della Cina, tra cui Pechino, Shanghai, Shenzhen, Guangzhou, Chengdu, Xi'an, Nanning, Changsha, Wuhan, Tianjin, Qingdao, Wenzhou, Xiamen, Shenyang, Chongqing, Zhengzhou, Hangzhou, Sanya, Guiyang e Kunming. Da allora, più di 1.400 partecipanti sono diventati promotori dei vini italiani nel Paese, tra questi importatori, distributori, gestori di catering e supermercati, sommelier e media del settore. L'obiettivo perseguito con questa tappa, come nel caso degli appuntamenti organizzati lo scorso novembre a Guiyang (Guizhou) e Kunming (Yunnan), nel sud del Paese, è il coinvolgimento di operatori localizzati in città di seconda e terza fascia, al fine di formare e veicolare ad un numero sempre più ampio di specialisti del settore importanti strumenti di conoscenza di un prodotto di eccellenza italiano. Sotto la guida del docente Frankie Zhao, esperto di vini italiani, i corsisti, nel corso dei due giorni e mezzo di formazione, hanno degustato 59 vini provenienti da 20 regioni di produzione, approfondendo al contempo aspetti legati alla storia e alla cultura del vino italiano, leggi

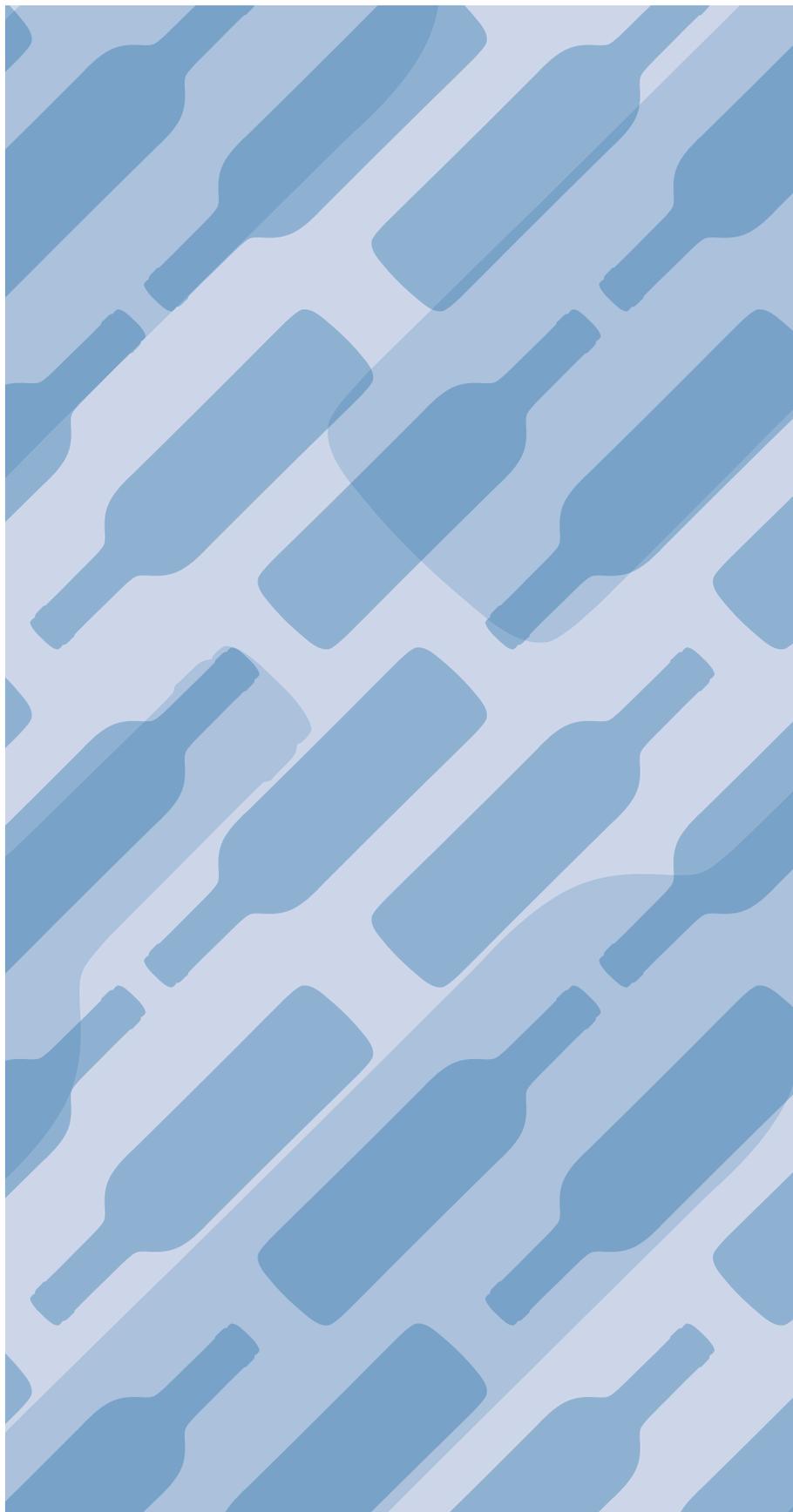
e regolamenti in vigore, coltivazione e produzione, innovazione, tendenze e mercati. A conferma della centralità di tale iniziativa, cinque ulteriori tappe della Masterclass "I love ITALian Wine & Spirit", si svolgeranno entro la fine dell'anno.

(Fonte: Ufficio ICE Pechino)

**LA COMUNICAZIONE
 DEL VINO TRA REVISIONE
 DELL'OCM E ISTANZE
 SALUTISTE AL CENTRO
 DEL CONVEGNO
 OSPITATO A SLOW WINE
 FAIR CHE HA VISTO
 LA PARTECIPAZIONE
 DEL PRESIDENTE
 DI FEDERDOC**

Tra le iniziative in programma a Slow Wine Fair, Milano Wine Week ha presentato l'edizione speciale del Premio Carta Vini, ideato nell'ambito della manifestazione milanese, e il convegno "La comunicazione del vino tra revisione Ocm e istanze salutiste". Quest'ultimo si colloca temporalmente in un momento storico particolare in cui l'impianto creato negli anni dall'Unione europea per supportare la promozione del vino sui mercati appare in bilico per la crescita esponenziale di istanze salutistiche. "Crediamo che il settore sia, ormai da tempo, pronto a svolgere un ruolo di traino verso un modello di consumo moderato e responsabile del vino" - evidenzia Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi, Presidente di FEDERDOC, intervenuto al convegno - "I Consorzi di tutela possono guidare questa transazione portando avanti progetti di educazione al consumo che rappresentano gli unici validi strumenti per debellare gli eccessi e l'abuso di certi prodotti, arginando alcune delle piaghe sociali più diffuse, soprattutto in certi paesi del nord Europa, come l'alcolismo".

<https://slowwinefair.slowfood.it/evento/la-comunicazione-del-vino-tra-revisione-ocm-e-istanze-salutiste/>



LE BUONE PRATICHE

Notizie dai
 Consorzi di Tutela
 delle IG vitivinicole
 e agroalimentari



L'ASSENZA DI PIOGGE PREOCCUPA I VITIVINICOLTORI DEL NORD ITALIA. PARERI DI AZIENDE E CONSORZI RACCOLTI DA ANSA

Le mancate precipitazioni degli ultimi mesi rischiano di mettere in forte crisi la produzione vitivinicola per il secondo anno consecutivo. Forti le preoccupazioni espresse da presidenti e direttori del Consorzio Vini Venezia, dell'Associazione Produttori del Nizza, del Consorzio Barbera D'Asti e Vini del Monferrato e dal presidente di Cantina Torrevilla, interpellati dall'Agenzia Ansa. "La crisi idrica che sta coinvolgendo l'Oltrepò Pavese è - sottolinea Massimo Barbieri, presidente di Cantine Torrevilla nell'Oltrepò Pavese - a dir poco drammatica, siamo in febbraio ma è come se fossimo nel pieno del mese di maggio: fossi e canali sono completamente asciutti. E lo scorso anno abbiamo registrato un calo del 30-40% nella produzione. Viti e impianti sono già in sofferenza e siamo in difficoltà anche nell'attività di potatura. Ormai ci sembra palese che nemmeno nel 2023 godremo di un'annata abbondante. Servono soluzioni tangibili per aiutare un settore intero in difficoltà ormai da tempo". "È indubbiamente critica - ammette Stefano Quaggio, direttore del Consorzio Vini Venezia - la situazione idrica nelle denominazioni tutelate dal Consorzio Vini Venezia, nello specifico quelle del Piave, Lison-Pramaggiore, e Venezia. Tuttavia, possiamo ritenerci fortunati in quanto i nostri territori, soprattutto quelli del Veneto orientale, sono caratterizzati da un terreno che riesce a trattenere l'acqua in maniera ottimale. Coi vitigni più vecchi, capaci di sopperire alla mancanza d'acqua con il loro sistema radicale che raggiunge, nel terreno, una profondità importante". "Quella della siccità è una minaccia sempre più incombente" rimarca Stefano Chiarlo, presidente dell'Associazione Produttori del Nizza. "Nel Monferrato siamo seriamente preoccupati: la media delle precipitazioni stagionali, per il secondo anno consecutivo, da 900 ml è passata a 350ml, diminuendo quindi di un terzo. È presto oggi per parlare di "minaccia della produzione", ma se in primavera questa situazione dovesse

perdurare, i pronostici non saranno di certo dei migliori". "Ormai la siccità non è più un evento eccezionale, ma è un fatto concreto, con il quale dobbiamo fare i conti ogni giorno" dichiara Filippo Mobrici, Presidente del Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato. "Il Consorzio ritiene che bisogna muoversi verso la ricerca di soluzioni per l'approvvigionamento idrico creando invasi in grado di raccogliere l'acqua piovana torrenziale e strutture irrigue per la redistribuzione dell'acqua nei vigneti. In secondo luogo, il Consorzio sta cercando soluzioni anche nella selezione varietale e nel miglioramento genetico delle vigne. L'obiettivo è quello di individuare ceppi resistenti, in grado di far fronte all'avversità climatica. In questo frangente siamo coinvolti nel progetto AGEBA, di cui il Consorzio è capofila, insieme a CREA-VE, all'Università Cattolica di Piacenza, all'Istituto G.Penna e a dieci aziende agricole del Monferrato".

https://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/mondo_agricolo/2023/02/24/siccita-assenza-pioggia-preoccupa-cantine-sociali-del-nord_76doc792-beef-4240-aa47-52f7f6bb65a1.html

CONSORZIO TUTELA VINI D'ABRUZZO: IN GURI LE MODIFICHE AI DISCIPLINARI DELLE DOC «ABRUZZO», «CERASUOLO D'ABRUZZO», «TREBBIANO D'ABRUZZO» E «MONTEPULCIANO D'ABRUZZO»

Sulla GURI del 6 febbraio sono stati pubblicati i decreti ministeriali recanti le modifiche ordinarie ai disciplinari delle DOC dei vini «Abruzzo», «Cerasuolo d'Abruzzo», «Trebiano d'Abruzzo» e «Montepulciano d'Abruzzo».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-06&atto.codiceRedazionale=23A00558&elenco30giorni=true

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-06&atto.codiceRedazionale=23A00559&elenco30giorni=true

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-06&atto.codiceRedazionale=23A00560&elenco30giorni=true

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-06&atto.codiceRedazionale=23A00561&elenco30giorni=true

CONSORZIO TUTELA VINI D'ACQUI: CENE, WINE TASTING E MASTERCLASS ALLA SCOPERTA DEI VINI D'ACQUI

Tra marzo e giugno, il Consorzio Tutela Vini d'Acqui e Gambero Rosso propongono un viaggio ideale alla scoperta del territorio del Monferrato attraverso i suoi vini: il Brachetto d'Acqui (secco e dolce), l'Acqui rosé (spumante e fermo) e rosso. Il programma del tour, che farà tappa a Torino, Napoli e Roma, prevede cene degustazione - con menu ideati per l'occasione - masterclass e wine tasting.

<https://www.gamberorosso.it/vini-d-acqui-e-brachetto-tour>

CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'ASTI DOCG: IN GUUE IL DOCUMENTO UNICO DELLA DOP «CANELLI»

Sulla GUUE del 6 febbraio è stato pubblicato il documento unico del disciplinare di produzione della DOP «Canelli». Quella che era una sottozona dell'Asti DOCG, Canelli per l'appunto, si avvia così a completare l'iter per diventare una DOCG autonoma.

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=urisrv%3AOJ.C_.2023.043.01.0005.01.IT&Etoc=OJ%3AC%3A2023%3A043%3ATOC

CONSORZIO BARBERA D'ASTI E VINI DEL MONFERRATO: A MAGGIO L'ESORDIO DI MONFERRATO WINE FESTIVAL

Conto alla rovescia per la prima edizione di "Monferrato wine festival - Mon-

ferrato identity", il nuovo evento ideato e promosso dal Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato per celebrare le tredici denominazioni piemontesi del Monferrato e le oltre 400 aziende associate. L'appuntamento è dal 18 al 21 maggio 2023 per una quattro giorni di visite e degustazioni. "Siamo orgogliosi di poter finalmente presentare al pubblico questo evento che, come Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato" spiega il Presidente Filippo Mobrìci "abbiamo fortemente voluto". L'evento è stato ideato con l'obiettivo di promuovere il territorio e i suoi vini: "Sarà un momento significativo per le aziende che rappresentiamo e vuole celebrare e presentare al mondo ciò che ci distingue: i nostri panorami disegnati proprio da quelle viti che ci hanno permesso di diventare nel 2014 Patrimonio dell'Unesco". Ad animare la manifestazione sarà un ricco calendario di eventi, degustazioni e appuntamenti collaterali che permetteranno a un pubblico di appassionati, e a giornalisti della stampa specializzata, di vivere un'esperienza immersiva nella cornice del Monferrato.

<https://static.gamberorosso.it/2023/02/settimanale-n6-2023stampa.pdf#page=14>

CONSORZIO DEL VINO BRUNELLO DI MONTALCINO: NUOVO DIRETTORE PER IL CONSORZIO

Nuovo Direttore del Consorzio del vino Brunello di Montalcino: il consiglio di amministrazione ha designato Andrea Machetti, che così subentra a Michele Fontana, rimasto in carica dal giugno del 2020 fino al dicembre del 2022. "Siamo doppiamente soddisfatti - commenta il Presidente del Consorzio, Fabrizio Bindocci. - Innanzitutto perché si tratta di un manager di successo e di altissimo profilo, esperto delle dinamiche di mercato, poi perché è un montalcinese doc, nato e vissuto in questo territorio, che dunque conosce alla perfezione". Tra le priorità, quella di potenziare ulteriormente il team di lavoro.

<https://corrieredisiena.corr.it/news/siena/34815941/siena-montalcino-consorzio-brunello-direttore-cda-sfida-futuro.html>

CONSORZIO VINO CHIANTI: DAL PRIMO FORUM SUL CREDITO IN AGRICOLTURA L'IPOTESI DI MODIFICA DEGLI ACCORDI DI BASILEA PER VENIRE INCONTRO ALLE ESIGENZE IN MATERIA DI ACCESSO AL CREDITO

Modificare gli accordi di Basilea per venire incontro alle esigenze dell'agricoltura in materia di accesso al credito? È questo il tema principale venuto fuori dal primo Forum sul credito in agricoltura, realizzato a Roma sotto l'input del Consorzio Vino Chianti. Pandemia, inflazione, aumento delle materie prime, ma anche siccità, gelate e cambiamenti climatici hanno messo in seria difficoltà l'agricoltura e hanno fatto emergere le troppe difficoltà delle imprese del settore nell'accedere a fondi e prestiti indispensabili a garantire loro un'efficace ripresa economica. "Si tenga anche presente che nel settore vitivinicolo in particolare ci sono cicli vegetativi lenti e quindi anche la restituzione del debito è molto lunga: l'uva come il grano è un prodotto che si raccoglie una volta l'anno. Cosa fare, quindi? Cambiare le regole? E come? Da qui l'idea di creare questo tavolo di lavoro" ha subito spiegato il Presidente del Consorzio toscano Giovanni Busi. Sotto la lente, in particolare, gli accordi di Basilea, le cui regole penalizzano gli agricoltori in quanto non tengono conto della specificità dell'attività agricola, che deve sottostare ai ritmi della natura, quindi a cicli produttivi e di vendita molto più lenti di qualsiasi altra attività. "Se una banca mi presta 10mila euro per fare un vigneto chiedendo il rimborso dopo tre anni" è l'esempio portato dagli organizzatori "io agricoltore sono in difficoltà perché la mia prima bottiglia di vino prodotta da quel vigneto la venderò tra almeno cinque anni". Tuttavia, come evidenziato nel corso del Forum, tra le notizie positive c'è la maggiore attenzione che le banche, negli ultimi tempi, hanno riservato al settore agricolo (anche attraverso istituti nati ad hoc), in particolare per quanto riguarda gli investimenti sostenibili. Ma bisogna creare le condizioni per avvicinare sempre di più questi due mondi. Due le possibili strade emerse dal confronto: "O si cambiano le regole per gli agricoltori o si tiene il settore al di fuori degli accor-

di di Basilea". La palla adesso passa alle istituzioni, alle associazioni professionali e al sistema bancario.

<https://static.gamberorosso.it/2023/02/settimanale-n7-2023stampa.pdf#page=4>

IL CONSORZIO CHIANTI VOLA A CUBA PER IL FESTIVAL HABANOS

Il Consorzio Vino Chianti spicca nuovamente il volo con destinazione Cuba per il 23esimo Festival Habanos, prestigiosa kermesse internazionale legata ai blasonati sigari premium cubani. Dal 27 febbraio al 3 marzo, il Consorzio è presente a La Habana per patrocinare l'iniziativa che corona la lunga e proficua collaborazione tra il vino Chianti e i sigari Habanos. Al Festival non manca uno stand istituzionale del Consorzio con un'ampia rappresentanza di etichette Chianti in degustazione. Poi alla sera, negli scenari più suggestivi dell'Avana, si accende l'autentica passione latina con eventi speciali dedicati al lancio di nuovi prodotti e caratterizzati da grandi show musicali, dove il Chianti è sempre presente nei calici. Dal 'Cocktail de bienvenida' del lunedì, passando per la 'Noche del medio' e finire alla 'Cena de Gala', per la quale si registrano già oltre mille partecipanti che brinderanno col Vin Santo del Chianti in edizione limitata abbinato alla nuova linea dell'iconica marca Partagás. Sempre nell'ambito della fiera, giovedì 2 marzo, si terrà un 'Habanos Moment', condotto dal Wine Ambassador del Consorzio, Luca Alves, e un panel di specialisti internazionali. Si tratta di una speciale degustazione che vedrà triangolare in tre fasi il Chianti D.O.C.G. Riserva formato Magnum col sigaro H.Upmann Magnum 50 e il cioccolato. Concluso il Festival Habanos, il Consorzio resterà in Sudamerica per nuove tappe della sua collaudata Chianti Academy Latam. Il 6 e 7 marzo sarà a Caracas, in Venezuela: una novità. Altre due tappe, con lo stesso format, sono previste in Messico: 10-11 marzo a Los Cabos e 13-14 marzo e Cancún. "Anche nel 2023 il Consorzio Vino Chianti conferma il suo impegno per la promozione della denominazione in Sudamerica - commenta il Presidente Giovanni Busi - propo-

nendo un interessante programma che va dal consolidamento del felice connubio con i sigari cubani, fino alle nuove tappe della Chianti Academy Latam. Quest'ultima - conclude Busi - ha diplomato, dal 2019 ad oggi, oltre 400 professionisti, sparsi tra il Messico, il Perù, la Colombia, Panama e Cuba".

<https://www.consorziovinochianti.it/consorzio-chianti-vola-a-cuba-per-il-festival-habanos/>

CONSORZIO VINO CHIANTI E CONSORZIO TUTELA MORELLINO DI SCANSANO: 1500 PRESENZE ALL'ANTEPRIMA CHIANTI LOVERS & ROSSO MORELLINO

Sono state circa 1.500 le persone che hanno partecipato all'"Anteprima 2023 - Chianti Lovers E Rosso Morellino" andata in scena il 12 febbraio u.s. alla Fortezza da Basso di Firenze. Se l'edizione 2022 è stata quella che ha finalmente segnato il ritorno in presenza del pubblico e degli operatori dopo le limitazioni imposte dalla pandemia, questa ottava edizione ha consolidato e ridato slancio all'evento. Accoglienza calorosa, infatti, per le oltre 120 aziende del territorio che hanno proposto più di 400 etichette di Chianti e Morellino in degustazione. Oltre 250 i giornalisti accreditati per l'evento e numerosi gli operatori del settore che hanno avuto modo di approfondire la conoscenza delle aziende produttrici. A dare un ulteriore tocco di colore alla giornata ci hanno pensato gli Sbandieratori dei Borghi e Sestieri Fiorentini di Figline Valdarno che hanno proposto ai presenti una brillante performance e una sfilata tra gli spazi della storica Fortezza fiorentina. "Anche quest'anno ci siamo ritrovati con grande soddisfazione ed entusiasmo per presentare le nuove annate del Morellino di Scansano annata 2022 e riserva 2020. È stato un evento vibrante e partecipato - commenta Bernardo Guicciardini Calamai, Presidente del Consorzio di Tutela Morellino di Scansano DOCG - nel quale abbiamo condiviso e commentato con la stampa e gli appassionati lo stile inconfondibile e le peculiarità delle nuove annate del Sangiovese che si affaccia sulla costa toscana. Chianti Lovers E Rosso Morellino è sempre di più

un appuntamento per noi importante per confrontarci con tutti gli amici del Morellino, quelli che amiamo chiamare e considerare i nostri ambasciatori". "Il tradizionale format dell'Anteprima 2023 - Chianti Lovers E Rosso Morellino' - dice il Presidente del Consorzio Vino Chianti, Giovanni Busi - si conferma essere una certezza nel panorama degli eventi vitivinicoli del nostro territorio. Anche questa ottava edizione è stata un successo sia dal punto di vista della partecipazione, che dell'accoglienza dei prodotti portati in degustazione. L'alta qualità delle etichette è stata percepita ed apprezzata dagli operatori, ma anche dal pubblico. Non possiamo che essere soddisfatti". L'iniziativa è stata organizzata e promossa da Ascot - Associazione Consorzi Toscani per la qualità agroalimentare e realizzata grazie al cofinanziamento Fears del Psr 2014-2020 della Regione Toscana sottomisura 3,2 anno 2021.

(Fonte: Consorzio Tutela Morellino di Scansano)

CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO: RIFLETTORI ACCESI SUL CHIANTI CLASSICO. ALLA LEOPOLDA PROIETTATO IL CORTO SULLA LEGGENDA DEL GALLO NERO

Non è usuale che un Consorzio del mondo del vino si trasformi occasionalmente in produttore cinematografico. Eppure, tutti gli ingredienti per una produzione di livello erano proprio nel territorio: paesaggi degni di una scenografia da Oscar, una trama affascinante e ricca di suspense, maestranze locali capaci di riassumere tutto su pellicola. Nei giorni scorsi, al Maggio Musicale Fiorentino, è stato presentato il cortometraggio "La Leggenda del Gallo Nero", prodotto dal Consorzio Vino Chianti Classico, che narra, per la prima volta sul grande schermo, il mito che avvolge l'origine del marchio che contraddistingue tutte le bottiglie di vino Chianti Classico. Grazie a una produzione attenta e di alto livello, a cura dell'agenzia Swolly, che ha coinvolto più di 60 maestranze prevalentemente chiantigiane, è stato realizzato un cortometraggio di circa 15 minuti, che nelle tinte scure rievoca perfettamente l'atmosfera medioevale in cui è

ambientata la leggenda. Il racconto infatti si snoda nel corso di una notte, in un non meglio precisato anno di epoca medioevale, in cui si decisero le sorti dei Comuni di Firenze e di Siena, piagati da una guerra sanguinosa per la supremazia sulle ricche terre del Chianti Classico, crocevia fondamentale tra le due città. Le cronache dell'epoca attestano ampiamente gli scontri, numerosi e continui, durante il Medioevo tra i due Comuni, floridi e potenti, ma si tramanda anche una leggenda, vero e proprio mito fondativo della cultura chiantigiana. Anziché perseverare nella guerra, le due città si accordarono per fissare il confine dove si sarebbero incontrati due cavalieri, che dovevano muoversi dalle rispettive città al canto del gallo. I Fiorentini, con un astuto espediente, tennero a digiuno l'animale designato a cantare all'alba, un gallo nero, e fecero sì che il gallo levasse il suo caratteristico verso nel cuore della notte, dando il via al cavaliere fiorentino con largo anticipo. Fu così che da vero deus ex machina un gallo nero riportò la pace e l'unione in quelle terre martoriate. La leggenda incarna in modo quasi fiabesco la sintesi tra la durezza della contesa per quelle terre e l'aspirazione alla pacificazione e all'unione che sarebbe seguita alla fine del conflitto. Ed è questo che il breve film *La Leggenda* ha voluto catturare e restituire al pubblico, traducendosi in un racconto filmico di ampio respiro, non vincolato dai tempi sempre più ristretti della comunicazione odierna affidata ai social media, ma dando il giusto tempo allo svilupparsi dell'azione e delle emozioni. Sono infatti tratteggiati psicologicamente i personaggi, non più bidimensionali miniature medioevali, ma persone a tutto tondo, tese nell'impegno di porre fine a una guerra sanguinosa, la cui drammaticità irrompe fin dai primi secondi della proiezione. A contribuire alla portata emozionale, complice una sapiente fotografia, le colline del Chianti Classico e le due location degli accampamenti, il Castello di Brolio e il Castello di Gabiano, avvolti nella luce delle fiaccole, a rappresentare le capitali orgogliose del territorio tra di esse compreso, oggi unito dalla denominazione Chianti Classico, dove si produce il vino ancora oggi conosciuto come Gallo Nero. Il cortometraggio è stato proiettato

anche alla Stazione Leopolda nell'ambito della Chianti Classico Collection, un'anteprima nell'anteprima, per i visitatori del 14 febbraio, in una sala appositamente allestita per la proiezione. "Il nostro è il Consorzio più antico d'Italia, fondato all'inizio del secolo scorso da 33 coraggiosi e lungimiranti produttori di vino. Per comprendere però come mai questi 33 produttori nel lontano maggio del 1924 scelsero un Gallo Nero come simbolo, bisogna fare un passo ancora più indietro nel tempo", ha dichiarato il Presidente Giovanni Manetti. "È ampiamente attestato il legame storico del Gallo Nero con le terre chiantigiane fin dal Medioevo, ma è una leggenda che racconta come sia nato questo uso, tutt'oggi in vigore e più forte che mai. Questo è un vero e proprio mito fondativo che narra come un animale comune nelle campagne toscane sia diventato un eroe che pose fine alle contese per il territorio dell'odierno Chianti Classico, unificandolo con una pace duratura tra i due Comuni in guerra, Firenze e Siena. È in questo simbolo che si riconoscono non solo centinaia di produttori di vino e di olio Chianti Classico, ma anche tutta la comunità che abita questo territorio: è sinonimo di un'identità condivisa. E al di fuori dei nostri confini sono milioni le bottiglie dove campeggia il Gallo Nero, amate dagli appassionati di vino di tutto il mondo."

(Fonte: Consorzio Vino Chianti Classico)

CHIANTI CLASSICO, LA DENOMINAZIONE CONTINUA A CRESCERE IN NOTORIETÀ E VALORE. ESPORTAZIONI RECORD IN USA

Continua il trend positivo per la denominazione del Gallo Nero. Il 2022 si è chiuso infatti con un bilancio di bottiglie vendute che segna un +6% sulla media del triennio precedente. Ma preme sottolineare che è aumentato soprattutto il valore globale della denominazione, con un fatturato totale in netta crescita, che nel 2022 ha registrato un +17% rispetto all'anno precedente e addirittura +46% rispetto al 2020 (dati Osservatorio Maxidata). Il valore della denominazione cresce su tutta la filiera, anche a partire

dal prezzo delle uve e dello sfuso: la quotazione media ad ettolitro di vino Chianti Classico nel 2022 è stata più alta di circa il 10% rispetto all'anno precedente, offrendo una maggiore remuneratività anche alle aziende che non imbottigliano. Per quel che riguarda il prodotto imbottigliato, si conferma la tendenza alla crescita del peso - in volumi venduti e in valore - delle tipologie "premium" del Chianti Classico, Riserva e Gran Selezione. Nel 2022 le due tipologie hanno infatti rappresentato, congiuntamente, circa il 45% della produzione e il 56% del fatturato. In particolare, si evidenzia la crescita in valore del Chianti Classico Gran Selezione e del fatturato generato da questa tipologia. A 8 anni dalla sua introduzione, il mercato conferma quindi il grande interesse per questa tipologia di altissima qualità, riconoscendone una netta crescita in valore. Guardando ai mercati del Chianti Classico, gli USA nel 2022 hanno registrato un boom di vendite di Gallo Nero confermandosi ancora una volta al primo posto: il 37% delle bottiglie di Chianti Classico sono state infatti vendute su questo mercato contro il 33% dell'anno precedente (+12%). Complice il dollaro forte, ma anche la continua crescita in notorietà della denominazione su questo mercato. Pressoché stabile, al secondo posto, il mercato interno dove oggi viene venduto il 19% del totale dei vini Chianti Classico commercializzati. Segue il Canada al terzo posto (10%), un mercato che negli ultimi anni ha regalato grandi soddisfazioni e per cui il Consorzio intravede ancora ottime potenzialità di crescita. Buona anche la performance del Regno Unito che si attesta al quarto posto (7%): un paese dove il Consorzio Vino Chianti Classico continuerà ad investire anche nel 2023 con vari eventi e attività promozionali. Poi, ancora fra i mercati consolidati, occorre ricordare la Germania al 6%, un mercato che è e sarà oggetto di particolare attenzione nella strategia consortile insieme a Svezia e Francia (paesi target nell'ambito del progetto triennale MEET). Una nota particolare va alla Francia, mercato con bassi volumi di vendite (circa 1% del totale) ma fatto di consumatori attenti ed esperti, che nel 2022 ha riconosciuto il valore medio più alto ai

vini Gran Selezione, e incrementato in generale le vendite dei vini a denominazione, segnando un +60% sui volumi di Chianti Classico acquistati rispetto all'anno precedente. A seguire: Paesi Scandinavi (5%), Svizzera (3%), Benelux (3%), Giappone (2%) e Corea del Sud (2%). Dall'indagine sulle vendite del Gallo Nero effettuata dal Consorzio, il Chianti Classico vanta una penetrazione commerciale davvero particolare; pur rimanendo infatti spiccata la concentrazione delle vendite nei suoi mercati storici (due terzi della produzione viene venduta nei primi tre mercati), i vini del Gallo Nero raggiungono anche mete insolite, al di fuori dalle normali rotte commerciali e in tutti i continenti: sono infatti distribuiti in oltre 160 paesi in tutto il mondo.

<https://www.agricultura.it/2023/02/13/chianti-classico-la-denominazione-continua-a-crescere-in-notorietà-e-valore-esportazioni-record-in-usa-2/>

VIA LIBERA DA MINISTERO PER LE UNITÀ GEOGRAFICHE AGGIUNTIVE (UGA) IN ETICHETTA GRAN SELEZIONE

Il vino Chianti Classico ed il suo territorio. Fra poche settimane sarà possibile inserire nelle etichette del Chianti Classico Gran Selezione, anche l'indicazione delle UGA, le Unità Geografiche Aggiuntive. Ora è ufficiale. Lo ha annunciato Carlotta Gori, Direttore del Consorzio Vini Chianti Classico, in occasione della Chianti Classico Collection, nei giorni scorsi a Firenze. "Giunge al termine l'iter del Ministero sulle UGA - dichiara la Gori alla testata [agricultura.it](https://www.agricultura.it) -, che andranno nelle etichette del Chianti Classico Gran Selezione. È così sempre più stretto il legame fra vino e territorio". Saranno 11 le Unità Geografiche Aggiuntive: San Casciano, Greve, Montefioralle, Lamoletto, Panzano, Radda, Gaiole, Castelnuovo Berardenga, Vagliagli, Castellina, San Donato in Poggio.

<https://www.agricultura.it/2023/02/20/chianti-classico-via-libera-da-ministero-per-le-unita-geografiche-aggiuntive-uga-in-etichetta-gran-selezione/>

CONSORZIO DI TUTELA CHIARETTO E BARDOLINO: PARIGI, INNSBRUCK E IL LAGO DI GARDA SI TINGONO DI ROSA CON IL CHIARETTO DI BARDOLINO

La festa di San Valentino è stata l'occasione di lancio dell'intensa stagione del Chiaretto di Bardolino, il vino rosa del Garda Veronese, protagonista dall'11 al 15 febbraio sul lago di Garda, a Jesolo, a Innsbruck per Lago di Garda in Love e contemporaneamente a Parigi per Wine Paris El Vinexpo Paris. Tornerà quindi sulla riviera gardesana ai primi di marzo con la tredicesima edizione dell'Anteprima, che si svolgerà fra Bardolino e Lazise. "Il programma di lancio della nuova stagione del Chiaretto di Bardolino - dichiara Franco Cristoforetti, Presidente del Consorzio - è veramente ricco. Ormai l'uscita della nuova annata del nostro vino rosa è un momento atteso da una platea sempre più alta di appassionati sul lago di Garda, in Italia e anche all'estero, dove siamo apprezzati dagli opinion leader internazionali, che ci riservano valutazioni di assoluto rilievo".

<https://consorziobardolino.it/2023/02/08/parigi-innsbruck-e-il-lago-di-garda-si-tingono-di-rosa-con-il-chiaretto-di-bardolino/>

CORVINA MANIFESTO - L'ANTEPRIMA DEL CHIARETTO DI BARDOLINO: APPUNTAMENTO CON IL VINO ROSA DEL GARDA VERONESE

Al via la tredicesima edizione del grande evento dedicato al vino rosa veronese: domenica 5 e lunedì 6 marzo la Dogana Veneta di Lazise (Verona) ospiterà Corvina Manifesto - L'Anteprima del Chiaretto di Bardolino. Durante la manifestazione, organizzata dal Consorzio di tutela del Chiaretto di Bardolino, sarà possibile assaggiare la nuova annata del Chiaretto di Bardolino, il vino rosa da uve Corvina che nasce sulla sponda orientale del lago di Garda. In degustazione ci saranno 120 etichette di 40 produttori gardesani. L'ospite speciale della rassegna sarà la Scuola della Formazione Professionale Salesiani Bardolino, che presenterà il vino rosato prodotto dai propri allie-

vi cantinieri nel vigneto sperimentale della rocca di Bardolino.

<https://consorziobardolino.it/2023/02/23/corvina-manifesto-lanteprima-del-chiaretto-di-bardolino-appuntamento-con-il-vino-rosa-del-garda-veronese/>

CONSORZIO DI TUTELA DEL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO DOCG: AL VIA LO STUDIO DI FATTIBILITÀ PER RECUPERO E CONSERVAZIONE DELL'ACQUA NELLE COLLINE DI CONEGLIANO VALDOBBIADENE

È stato firmato nei giorni scorsi presso il comune di Valdobbiadene, il protocollo d'intesa per lo studio di fattibilità circa gli interventi di tutela finalizzati al recupero, alla conservazione e al corretto utilizzo della risorsa idrica a beneficio del mondo della viticoltura alla luce dei cambiamenti climatici in atto. Si è rilevato che l'area collinare che necessita di interventi irrigui si estende su circa 3000ha per un fabbisogno complessivo annuo della vite pari a 1,5 milioni m³, sempre meno garantiti dalle precipitazioni. Tali interventi si focalizzeranno, nello specifico, sulla realizzazione di invasi di recupero acque piovane, sul canalizzare le risorse idriche presenti e riconsiderare in chiave attuale le progettualità non ancora realizzate ed ogni ulteriore intervento utile a ridurre le perdite ed aumentare l'efficienza idrica per una migliore gestione dell'acqua in agricoltura. Il Protocollo sarà condiviso con tutti i 15 Comuni facenti parte della denominazione Conegliano Valdobbiadene DOCG, al fine di stimolare una fattiva partecipazione e adesione propedeutica al raggiungimento degli obiettivi del protocollo stesso.

<https://www.prosecco.it/it/al-via-lo-studio-di-fattibilita-per-recupero-e-conservazione-dellacqua-nelle-colline-di-conegliano-valdobbiadene/>

CONSORZIO FRANCIACORTA:

FRANCIACORTA CHIUDE IL 2022 IN POSITIVO E INIZIA IL 2023 CON UN PROGRAMMA RICCO DI ATTIVITÀ

Il 2022 è da poco alle spalle. Quello appena trascorso è stato un anno favorevole per Franciacorta, che ha segnato un ottimo trend di vendita. Nel complesso, il 2022 ha presentato un venduto in volumi ben oltre i 20 milioni di bottiglie, superando i numeri del 2019 e restando in linea con quelli del 2021. "I risultati conseguiti nel 2022 vedono crescere il valore complessivo dei nostri vini e sono motivo di grande soddisfazione per Franciacorta. Usciamo da un periodo difficile, segnato dalla pandemia: dati e numeri premiano però l'impegno dei produttori e ci spingono a fare sempre meglio. Il ricco calendario di eventi che abbiamo elaborato per il 2023 va proprio in questa direzione, puntando alla valorizzazione e alla promozione del nostro territorio, quest'anno riconosciuto, insieme alle città di Brescia e Bergamo, «Capitale della cultura»", dichiara Silvano Brescianini, Presidente del Consorzio Franciacorta. A questi dati di pareggio nei volumi si è affiancato un trend decisamente più positivo nei fatturati, che hanno presentato in tutti i mesi dell'anno tassi di crescita superiori rispetto a quelli dei volumi, a dimostrazione del fatto che il prezzo medio di vendita (e quindi il valore attribuito dal mercato) è in costante aumento (+5,7%). A livello globale il prezzo medio sullo scaffale di una bottiglia equivalente, indistinto per tipologie, si assestava a fine 2021 a € 21,50 (iva inclusa), nell'anno 2022 questo valore è salito a 23€. Nel 2022 il mercato interno ha rappresentato l'88,5% del venduto, con una leggera flessione (-2%) in confronto all'anno precedente. Il restante 11,5% è costituito dall'export che invece ha segnato un tasso di crescita dell'11,3%. Tra i diversi Paesi acquirenti, la Svizzera ha confermato il suo primato, rappresentando il 20,3% dell'export totale. Seguono Giappone (13,7% del totale export), Stati Uniti (12,1%), Germania e Belgio (rispettivamente 10,9% e 12%). Tra i canali di vendita, continua la crescita dell'Horeca, bilanciata da un calo nelle vendite sul canale GDO. Questi fenomeni sono chiaramente spiegati dal

progressivo ritorno alla convivialità a seguito della rimozione delle restrizioni legate alla pandemia. La Lombardia si conferma la prima regione (35,9% delle vendite in Italia), seguita dall'Emilia Romagna (10,5%). Interessanti i dati sul Franciacorta Satèn (millesimati e non) che registrano un +3,3% vs 2021 a livello globale, buone anche le performance all'estero, è in crescita nei principali Paesi: +57,1% in Giappone, +28,8% in USA, +12,4% in Germania. Altra tipologia in aumento è il Franciacorta Dosaggio Zero (millesimati e non) con un +18,2% vs 2021. Dati incoraggianti, che spingono Franciacorta ad affrontare il 2023 con rinnovata forza ed energia. Sarà un anno da vivere fino in fondo, con un ricco programma di eventi, festival e collaborazioni, elaborato anche alla luce dell'assegnazione di "Capitale della cultura" a Brescia, a Bergamo e al loro territorio. Il calendario degli appuntamenti Franciacorta per il 2023 spazia tra città italiane, europee e mondiali ed è punteggiato da festival, partecipazioni a fiere, premiazioni, partnership e collaborazioni degni di nota. Nel corso dell'anno il Consorzio Franciacorta naturalmente continuerà a portare avanti i suoi progetti di comunicazione in Italia e all'estero, e a collaborare proficuamente con accademie e scuole di formazione. Nuovo slancio sarà dato allo sviluppo di contenuti editoriali, per web, digital e social.

<https://franciacorta.wine/it/magazine/news/franciacorta-chiude-il-2022-in-positivo-e-inizia-il-2023-con-un-programma-ricco-di-attivita/>

CONSORZIO TUTELA DEL GAVI: PROSEGUE TREND CRESCITA, 14 MLN BOTTIGLIE VENDUTE

Prosegue il trend in crescita del Gavi DOCG: nel 2022 ha superato i 100 milioni di bottiglie prodotte e vendute. "Nonostante un'annata difficile e la complessità della situazione internazionale, abbiamo già imbottigliato il 92% della produzione 2021 e dato fondo alle scorte, mantenendo in crescita i prezzi delle uve e del vino sfuso. - commenta Maurizio Montobbio, Presidente del Consorzio Tutela del Gavi - L'aumento è stato co-

stante ed è cresciuto del 100% rispetto al 2010, anno del primo accordo interprofessionale". Il Gavi è venduto per l'85% su mercati esteri e nel 2023 proseguirà la sua promozione internazionale a Copenaghen, Londra, New York e Phoenix. Nelle strategie del Consorzio "una maggiore scommessa sulla tipologia Riserva, che esalta la straordinaria capacità del Gavi di evolvere nel tempo. I produttori stanno seguendo questa strada offrendo carte del vino più profonde, mettendo a disposizione dei consumatori e dei clienti annate diverse, non solo l'ultima vendemmia".

https://www.ansa.it/canale_terra-egusto/notizie/vino/2023/02/06/vino-gavi-prosegue-trend-crescita-14-mln-bottiglie-vendute_5d820304-e732-4d3a-91be-c1da45ede7a2.html

CONSORZIO TUTELA LAMBRUSCO: IN GUUE LA DOMANDA DI MODIFICA DEL DISCIPLINARE DELL'IGP «BIANCO DI CASTELFRANCO EMILIA»

Sulla GUUE del 17 febbraio è stato pubblicato la domanda di modifica non minore del disciplinare dell'IGP «Bianco di Castelfranco Emilia».

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=OJ:JOC_2023_060_R_0023&from=IT

CONSORZIO TUTELA VINI LESSINI DURELLO: CON "DURELLO IN CLASSE" LE SCUOLE DIVENTANO UN VIVAIO DI TALENTI

Il Lessini Durello, lo spumante da vitigno autoctono nato sulle colline tra Verona e Vicenza, sale in cattedra e per una decina di settimane sarà il protagonista di specifiche lezioni che avranno lo scopo di raccontare la denominazione, il vitigno, la storia, il vino. Si chiama infatti "Durello in classe" ed è il progetto, ideato dal Consorzio di Tutela del Lessini Durello, rivolto agli studenti che frequentano gli ultimi anni delle superiori con particolare riguardo agli Istituti alberghieri, vale a dire le "scuole-vivaio" da cui poi entrano nel mondo del lavoro i professionisti della ristorazione e dell'accoglienza. A tenere le lezioni il sommelier e divulgatore Massi-

mo Zardo, già da tempo impegnato sul fronte della divulgazione del patrimonio enologico veneto. Vitigno, terroir, cloni, metodi di produzione, modalità di servizio saranno solo alcuni dei temi che saranno affrontati nell'ambito di questo progetto di divulgazione che mira a creare conoscenza e consapevolezza rispetto a questo spumante da vitigno autoctono che, da "fratello minore" della spumantistica italiana, sta oggi godendo di una notorietà crescente e sempre più diffusa. L'iniziativa torna per il secondo anno consecutivo, dopo l'ampio apprezzamento ricevuto lo scorso anno tra gli studenti e gli insegnanti. "Abbiamo deciso di riproporre queste lezioni - evidenzia Diletta Tonello, Presidente del Consorzio di Tutela Vini Lessini Durello - consapevoli che i giovani sono la nostra vera risorsa. È a loro che ci dobbiamo rivolgere sia per offrire occasioni di conoscenza e di formazione, sia per creare tra questi ragazzi quel sano orgoglio di appartenere ad un territorio da cui nascono vere e proprie eccellenze. Aggiungo poi che sono particolarmente affezionata a questo progetto divulgativo dedicato ai ragazzi perché anche nel Consorzio che rappresento ci sono molti giovani produttori e produttori: è come se parlassimo la stessa lingua". Gli istituti scolastici che verranno coinvolti dal progetto si trovano tutti in provincia di Treviso e di Verona ma l'idea è quella di proseguire con questa iniziativa e di allargare il raggio di azione così da creare una conoscenza sul Lessini Durello sempre maggiore e più approfondita.

https://7t6x1.r.a.d.sendibm1.com/mk/mr/w3chdmLibl6cUYoQ24dOCp-Ka_gUqSRMoaxZa1OE5MdxhP-HamwTPDopt1bHEk559zu-poMkAyfFC5BpeNjR3oY9dMLg-xp3n-z4ALG-STYojBYCCKblBfn9oxyH9-w71BuUthhgCg

CONSORZIO TUTELA LUGANA DOC: È RECORD PER LA DOC LUGANA, Prodotte QUASI 30 MILIONI DI BOTTIGLIE

Si apre il capitolo 2023 per il Consorzio Tutela Lugana DOC, che, dopo i positivi risultati raggiunti nell'anno appena terminato, riparte con attività promozionali ed eventi volti a promuovere la presenza nei mercati italiano ed inter-

nazionali e a rafforzare sempre più il valore della Denominazione. Il Consorzio è oggi forte di un percorso di crescita che si è instaurato negli ultimi anni e che ha portato a raggiungere risultati davvero sorprendenti sia in termini qualitativi che di apprezzamento da parte dei consumatori mondiali. Bandiera del territorio del Lago di Garda nel mondo, con 210 soci, tra viticoltori ed imbottigliatori, e 2560 ettari vitati, la DOC Lugana osserva una crescita regolare nella produzione che a fine 2022 ha toccato 27.900.000 bottiglie prodotte (a fronte di 27 milioni e mezzo prodotte nell'intero 2021) per un totale di 209.181 ettolitri imbottigliati. "Il 2022 è stato un anno positivo: la DOC Lugana si è dimostrata, rinnovando il trend positivo rispetto al 2021, una delle poche denominazioni italiane in controtendenza rispetto all'incertezza che ha caratterizzato i mercati, in particolare nella seconda parte dell'anno e che vedono molti vini in calo rispetto all'anno precedente (-3,5% in valore secondo l'Osservatorio Federvini Nomisma)" spiega Fabio Zenato, Presidente del Consorzio di Tutela. Anche il prezzo medio delle uve e dello sfuso conferma il momento d'oro e il reale valore economico della Denominazione Lugana: prezzo medio delle uve pari ad € 1,90 per Kg e del vino di € 3,65 al litro (dati Camera di Commercio di Verona). Per quanto riguarda il periodo gennaio-ottobre 2022 (dati IRI) il dato cumulativo delle vendite off-trade del Lugana vede una leggera decrescita a volume ma un aumento del prezzo medio del 5%, che passa da € 7,43 ad € 7,82 a bottiglia. Un dato questo che conferma la priorità commerciale del Lugana per il canale Ho.Re.Ca., ovvero della mescolta e della ristorazione. Il 2022 è stato anche l'anno della riapertura degli eventi in presenza ed il Consorzio ha risposto intraprendendo diverse iniziative di promozione in Italia e all'estero. Tra gli obiettivi principali per il 2023, che coinvolgeranno macro tematiche come il senso di appartenenza e consapevolezza del valore del territorio e la promozione del Lugana come wine destination, ci sarà una comunicazione che ha l'obiettivo di valorizzare i punti di forza della Denominazione sia in Italia che all'Estero: "Stiamo parlando di un vino prodotto con un unico vitigno, il Turbiana, che giova di un suolo

derivato dall'importante spinta glaciale ed un microclima legato al regime delle brezze di lago. I terreni dove viene coltivato questo vitigno sono prospicienti alle sponde del Bènaco e, dunque, in un ambiente dalla forte caratterizzazione "territoriale". Elementi della natura unici e irripetibili che rendono il Lugana una vera eccellenza nel suo genere", conclude Fabio Zenato.

<https://www.teatronaturale.it/tracce/italia/39274-e-record-per-la-doc-lugana-prodotte-quasi-30-milioni-di-bottiglie.htm>

CONSORZI DI TUTELA DEI VINI MAREMMA TOSCANA, MORELLINO DI SCANSANO, MONTECUCCO:

"MAREMMA, LA NATURA DEL VINO". APPUNTAMENTO AL 6 MARZO CON L'EVENTO CHE PRESENTA LA PIÙ GRANDE SELEZIONE DI ETICHETTE DI TUTTE LE DOC E DOCG DELLA MAREMMA TOSCANA

Appuntamento il 6 marzo con la quarta edizione di "mareMMA, la Natura del vino". L'evento, che presenta la più grande selezione di etichette di tutte le DOC e DOCG della Maremma toscana - Maremma Toscana, Montecucco e Morellino di Scansano - si svolgerà nella tradizionale location del salone centrale del Granaio Lorenese di Spergolaia ad Alberese in provincia di Grosseto. mareMMA è un evento frutto della sinergia tra i Consorzi delle tre Denominazioni che rappresentano l'eccellenza enologica di un territorio peculiare perché incontaminato e con una reputazione in ascesa sui mercati nazionale e internazionali. Un modello di promozione di grande impatto informativo e formativo per i professionisti del settore - sommelier, ristoratori, enotecari, distributori - a cui l'iniziativa è rivolta e che fa dell'unione una forza trainante per il territorio. Oltre 300 le etichette in degustazione, in rappresentanza di un'ottantina di cantine, ognuna delle quali avrà un proprio banco di assaggio per favorire il contatto e la conoscenza diretta tra operatori e produttori. Un'occasione unica di degustare tutte le tipologie di vini delle tre Denominazioni, caratterizzate da territori e climi

molto diversi tra loro e che imprimono caratteristiche e caratteri differenti all'ampia proposta di vini rossi, bianchi, e rosati. La partecipazione è riservata agli operatori, che potranno accedere all'area degustazione tramite invito in tre fasce orarie: dalle 10.30 alle 13.30; dalle 14.30 alle 17,00; dalle 17,00 alle 19.30. Quest'ultimo spazio sarà aperto anche agli appassionati.

(Fonte: Consorzio Tutela Morellino di Scansano)

CONSORZIO TUTELA VINI DELLA MAREMMA TOSCANA: IL 2022 CONSOLIDA IL MERCATO DELLA DOC MAREMMA TOSCANA

Sono state quasi 7 milioni le bottiglie di DOC Maremma Toscana imbottigliate nel 2022, per un totale di 50.920 ettolitri. Il dato è in lieve diminuzione rispetto al 2021 (-1%), ma conferma la Denominazione come una delle più performanti tra le DOC toscane, che hanno subito una riduzione del 5%. "Mantenere i livelli del 2021, quando l'imbottigliato della DOC Maremma Toscana era aumentato del 16%, è certamente un dato positivo, perché significa che la crescita è solida. Alla luce anche delle difficoltà di approvvigionamento dei materiali per l'imbottigliamento nella seconda metà dell'anno, in particolare per il vetro, che potrebbe avere rallentato le operazioni, credo si possa essere soddisfatti di questo risultato", afferma Francesco Mazzei, Presidente del Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana. Il nuovo record di uva rivendicata nella vendemmia 2022 (+26,5%) fa auspicare un numero maggiore di bottiglie per questo nuovo anno. "I produttori della provincia di Grosseto, che corrispondono alla zona di produzione della DOC Maremma Toscana, sono sempre più attratti dalla nostra Denominazione che, lo ricordo, è ancora relativamente giovane, essendo stata riconosciuta alla fine del 2011. Lo dimostrano i dati sugli ettari e i quintali di uve rivendicati nel 2022, con il nuovo massimo raggiunto di 2.578 ettari contro i 2.364 ettari del 2021 e quasi 174.000 quintali di uva vendemmiata contro poco meno di 128.000", spiega Luca Polli, Direttore del Consorzio Tutela Vini

della Maremma Toscana. Principale protagonista di questo balzo in avanti è sempre il Vermentino, passato da circa 33.700 quintali di uva rivendicati nella vendemmia 2020 a 37.150 quintali della vendemmia 2021 agli oltre 43.300 quintali della vendemmia 2022. Tanto che il Vermentino DOC Maremma Toscana rappresenta il 34% dell'intero quantitativo di uve rivendicate alla DOC Maremma Toscana nell'ultima vendemmia. La crescita non si limita però solo al vino simbolo della Denominazione. L'espansione interessa anche molte altre tipologie come Cilieggiolo, Ansonica, Viognier e Syrah in un contesto generale di aumento a due cifre per tutte le tipologie di vino. In ripresa pure il Sangiovese, che dopo due vendemmie in netto calo, è tornato ai livelli del 2019. La qualità dell'uva dell'ultima vendemmia, nonostante il clima estivo anormalmente caldo e siccitoso, è stata molto buona; di questo il Consorzio dà merito ai viticoltori che hanno saputo gestire la situazione in maniera impeccabile, grazie alla loro preparazione e alla modernizzazione e innovazione delle tecniche introdotte in vigna e in cantina. Le premesse sono buone per un'altra annata di successo. "Per sostenerne la promozione e l'elaborazione delle strategie più adatte al posizionamento che immaginiamo per i nostri vini, grazie all'accordo raggiunto con Maxidata per la realizzazione dell'Osservatorio del Vino Maremma Toscana DOC - OsSeC, prosecuzione del progetto MO.VI.TO. cofinanziato dalla Regione Toscana, monitoreremo il posizionamento della nostra Denominazione nei vari canali di vendita sui diversi mercati di destinazione", spiega Mazzei. "I primi dati che emergono dall'Osservatorio sono più che soddisfacenti", prosegue Mazzei, "ed evidenziano un aumento del valore del fatturato del 2022 sul 2021, con un posizionamento sui canali di vendita Ho.Re.Ca. e Distributore sostanzialmente equivalenti (rispettivamente 25% e 27%) e un peso della GDO intorno al 18%. La quota export è intorno al 40%, in aumento rispetto al 2021." Oltre a questa nuova iniziativa, il Consorzio si aspetta a brevissimo la conclusione dell'iter per la modifica del disciplinare di produzione del Vermentino, con l'introduzione del Vermentino Superiore, già approvata

dalla Commissione tecnico-normativa del Comitato Nazionale Vini.

(Fonte: Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana)

CONSORZIO TUTELA VINI MONTECUCCO: IL CONSORZIO È TORNATO A "L'ALTRA TOSCANA"

Il Consorzio Tutela Vini Montecucco ha confermato anche quest'anno l'appuntamento con "L'Altra Toscana", l'evento esclusivo a chiusura della Settimana delle Anteprime che, giunto alla sua seconda edizione, si è nuovamente proposto di raccontare tradizioni vinicole toscane diverse, fatte di gusti e terroir incredibilmente variegati e con livelli di eccellenza sempre più alti, che vanno ad impreziosire l'offerta enologica della regione. Organizzata dall'Associazione di Consorzi "L'Altra Toscana", il rendez-vous delle "altre DO" del territorio si è tenuta venerdì 17 febbraio dalle 9.00 alle 19.00 presso il Palazzo degli Affari di Firenze. Qui, accanto alle altre undici Denominazioni partecipanti - Carmignano, Chianti Rufina, Colline Lucchesi, Cortona, Maremma Toscana, Orcia, Suvereto e Val di Cornia, Terre di Casole, Terre di Pisa, Toscana, Valdarno di Sopra - il Consorzio del Montecucco ha avuto la possibilità di presentare e far degustare i millesimi debuttanti della DO amiatina. Trenta le etichette Montecucco al banco d'assaggio dedicato, che si sono svelate al pubblico di stampa e professionisti nelle loro nuove annate: 2022 per il Vermentino DOC e dalla 2020 alla 2017, in base alle diverse tipologie, per i vini rossi della DOC e DOCG. "Siamo entusiasti di essere tornati a L'Altra Toscana perché crediamo fortemente in questo progetto", dice Giovan Battista Basile alla Presidenza del Consorzio Tutela Vini Montecucco. "Quella di cui siamo portavoce insieme agli altri Consorzi presenti è una Toscana enologica unica, fatta di realtà piccole o meno conosciute ma in grado di arricchire il panorama vitivinicolo toscano grazie a tradizioni di coltivazione che affondano le radici nella storia di territori unici. È fondamentale valorizzare le innumerevoli diversità che ci caratterizzano, perché è in queste diversità e nel rispetto dell'ambiente e della

storia in esso custodita che si celano il prestigio della nostra regione e il motivo della sua notorietà in tutto il mondo. Rispetto alle annate 18 e 19 delle nostre tipologie rosse che andiamo a presentare in anteprima, 17 per il Sangiovese Riserva DOCG, tutte promettono un grande potenziale evolutivo".

(Fonte: Consorzio Tutela Vini Montecucco)

L'ALTRA TOSCANA CHIUDE LA SETTIMANA DELLE ANTEPRIME

Dodici Consorzi di Tutela si sono presentati (L'Altra Toscana, 17 febbraio) a giornalisti e operatori del settore per raccontare la Toscana meno conosciuta, ma che arricchisce lo straordinario patrimonio vitivinicolo della regione. Palazzo degli Affari a Firenze ha accolto la degustazione dei vini delle DOP e IGP Carmignano e Barco Reale, Chianti Rufina, Colline Lucchesi, Cortona, Maremma Toscana, Montecucco e Montecucco Sangiovese, Orcia, Suvereto e Val di Cornia, Terre di Casole, Terre di Pisa, Toscana, Valdarno di Sopra. Protagonisti, tutti questi territori più "nascosti", dove la vite si coltiva da secoli e dove, accanto agli storici produttori locali, nomi blasonati dell'enologia italiana portano nei calici qualità e identità. Oltre 330 etichette con due speciali degustazioni guidate da Gabriele Gorelli Master of Wine che hanno avuto come tema: "Dreaming of a White Tuscany" e "I pilastri del Supertuscan: Sangiovese, Merlot, Cabernet Sauvignon". "L'anno scorso alla prima edizione de L'Altra Toscana eravamo in 10, quest'anno i Consorzi sono diventati 12, a testimoniare la grande poliedricità della proposta enologica dei nostri territori e la forza riconosciuta al nostro progetto", ha spiegato Francesco Mazzei alla guida dell'Associazione L'Altra Toscana e presidente del Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana.

<https://corrieredelvino.it/primopiano/eventi/laltra-toscana-chiude-la-settimana-delle-anteprime/>

CONSORZIO TUTELA VINI MONTEFALCO:

IN GIU' L'APPROVAZIONE DELLE MODIFICHE DEL DISCIPLINARE DELLA DOP «MONTEFALCO»

Sulla Gazzetta europea del 15 febbraio, è stato pubblicato il regolamento di esecuzione relativo all'approvazione di modifiche del disciplinare della DOP «Montefalco».

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2023.047.01.0048.01.ITA&toc=OJ%3AL%3A2023%3AO47%3ATOC

IN GURI LE PROPOSTE DI MODIFICA DEI DISCIPLINARI DELLE DOP DEI VINI «MONTEFALCO» E «MONTEFALCO SAGRANTINO»

Sulla Gazzetta Ufficiale italiana del 20 febbraio, sono state pubblicate le proposte di modifica dei disciplinari delle denominazioni «Montefalco DOC» e «Montefalco Sagrantino DOCG».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-20&atto.codiceRedazionale=23A00991&elenco30giorni=true

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-20&atto.codiceRedazionale=23A00992&elenco30giorni=true

CONSORZIO DEL VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO:

COME SI DIVENTA LA PRIMA DENOMINAZIONE IN ITALIA CERTIFICATA "EQUALITAS" PER LA SOSTENIBILITÀ

Dal 2022 quella del Vino Nobile di Montepulciano è la prima denominazione italiana ad aver raggiunto la certificazione di sostenibilità secondo la norma Equalitas. Per arrivare a questo risultato, che è solo un tassello di un percorso in divenire, si sono impegnate gran parte delle imprese vinicole

del territorio. Il 75,8% delle aziende di Montepulciano, per l'esattezza, ha contribuito con le proprie attività al raggiungimento della certificazione. Quale sia stato il modo in cui ciascuna cantina ha contribuito a farlo, ha cercato di scoprirlo il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano che, proprio in occasione dell'Anteprima, ha chiesto ai propri associati con quali attività abbiano privilegiato questo obiettivo. Intanto il 98% delle aziende ha ridotto i trattamenti convenzionali in vigna. Il 59% ha messo in campo pratiche legate alla cosiddetta agricoltura integrata. Quasi il 70% delle imprese ha scelto l'agricoltura biologica, il 3% quella biodinamica. L'84,4% negli ultimi cinque anni ha investito in formazione e sensibilizzazione sui temi di sicurezza e ambiente. La totalità delle aziende ha dichiarato inoltre di aver ridimensionato l'utilizzo di fitofarmaci e fitosanitari in campo. In tempi di scarsità di acqua, il 69,7% delle imprese vinicole del territorio dichiara di aver attuato pratiche per la riduzione dell'utilizzo di risorse idriche per il processo di vinificazione e il 97% ha guardato alla salvaguardia della biodiversità. Sul fronte della CO₂ il 75,8% dichiara di aver avviato pratiche per la riduzione di emissioni di gas climalteranti e anche messo in piedi attività di recupero o riciclo di materiali provenienti da scarti di produzione (il 72,7%). Essere sostenibili è un vantaggio anche ai fini della comunicazione e promozione del vino: lo pensa il 78,8% delle imprese. Il 72,7% dei produttori di Vino Nobile di Montepulciano è molto soddisfatto delle attività verso la sostenibilità intraprese dal Consorzio per la denominazione (mediamente soddisfatto il 18,2%, abbastanza il 9,1%). La totalità dei produttori di Vino Nobile di Montepulciano è convinta di aver contribuito anche così al rafforzamento della denominazione, anche investendo in accoglienza in cantina (il 97%).

<https://www.agricoltura.it/2023/02/13/vino-il-vino-nobile-di-montepulciano-prima-docg-certificata-coltiva-cosi-la-sostenibilita/>

**VINO NOBILE
DI MONTEPULCIANO:
RINVENUTA UNA PERGAMENA
DEL 1350, TRA I PRIMI DOCUMENTI
ORIGINALI AL MONDO A PARLARE
DI TRACCIABILITÀ DEL VINO**

Uno dei documenti più rari (a oggi ritenuto il primo per datazione) legati alla vendita di qualità e che testimonia l'esistenza di un distretto produttivo e di commercializzazione del vino di Montepulciano. È il ritrovamento che la Società Storica Poliziana, in collaborazione con il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano, ha fatto attraverso i suoi studi e ha presentato in esclusiva e per la prima volta all'Anteprima del Vino Nobile di Montepulciano inaugurata il 15 febbraio con la giornata della stampa internazionale presso la Fortezza. Un rarissimo contratto di mercatura che riporta la data del 17 ottobre 1350, conservato presso il fondo Madonna d'È Ricci (Crociferi) dell'Archivio di Stato di Firenze. Il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano ha avviato negli ultimi anni una serie di ricerche sulle tracce dei vini storici poliziani, e sull'importanza di questi nella vitivinicoltura toscana e nazionale del passato. In questo senso è stato rinvenuto il documento del 1350. Si tratta della registrazione notarile di una società di commercializzazione e esportazione del vino prodotto nelle vigne di un esponente della famiglia signorile dei del Pecora di Montepulciano, attraverso l'intervento del mercante Jacopo di Vanni di S. Fiora. La pergamena, una vera e propria rarità documentale sia per la datazione che per il contenuto, testimonia come afferma il Repetti nel suo famoso dizionario (Firenze, 1839) che il "vino squisito di Montepulciano, ... s'inviasse all'estero da tempi assai remoti" e fu scritta pochi anni dopo la redazione degli statuti di Montepulciano del 1337 che normavano la produzione, la vendita e la fiscalità del prodotto enologico per il quale la città era già nota in quel profondo passato. Dal passato ai giorni d'oggi: il 2022 è stato un anno di ulteriore crescita per il mercato del Vino Nobile di Montepulciano. Le esportazioni, che tuttavia restano il principale canale di sbocco, hanno fatto segnare un 68% (negli anni passati si era arrivati al 78%), mentre il restante 32% viene commercializzato in Italia.

Continua la tendenza di crescita degli ultimi anni la vendita diretta in azienda che nel 2022 ha ormai superato il 30%. Per quanto riguarda il mercato nazionale inoltre le principali vendite sono registrate in Toscana per il 43%. Al nord viene venduto il 31,6% e al Sud il 5,40%. Per quel che concerne l'estero si assiste a una torta divisa a metà tra Europa e paesi extra UE. In America (tra Nord e Sud) va il 35% dell'export, in Europa il 30%. Cresce l'Asia con il 2,5% della quota totale. La Germania continua ad essere il primo mercato del Nobile con il 37% della quota esportazioni. In crescita continua, anche rispetto al 2022, è quello degli Stati Uniti arrivando a rappresentare il 27% dell'export del Vino Nobile di Montepulciano. Successo anche per i mercati asiatici, balcanici ed extra UE con oltre il 4% delle esportazioni. Continua il trend di crescita del Canada che da solo vale il 5% delle esportazioni. Un dato davvero significativo è la fetta di mercato del Vino Nobile di Montepulciano a marchio bio che nel panorama italiano vale il 42% delle vendite, mentre a livello internazionale rappresenta oltre il 70%. "Numeri importanti che danno ragione al percorso di promozione che abbiamo intrapreso negli ultimi anni, puntando non solo all'estero, soprattutto nei paesi dove registriamo crescite, ma anche in Italia", ha sottolineato ai giornalisti di tutto il mondo Andrea Rossi, Presidente del Consorzio.

(Fonte: Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano)

<https://www.teatronaturale.it/tracce/italia/39353-tracciabilita-del-vino-gia-nel-1350-a-montepulciano.htm>

**CONSORZIO TUTELA
VINI OLTREPÒ PAVESE:
A MILANO UN INCONTRO
CON OLTREPÒ TERRA DI
PINOT NERO**

Oltrepò Terra di Pinot Nero ha incontrato AIS Milano il 13 febbraio scorso al The Westin Palace Hotel nel capoluogo lombardo. In collaborazione con Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese, un grande banco di assaggio dedicato alle diverse espressioni di uno dei vitigni più nobili del pianeta: il Pinot nero, così storico in Oltrepò Pavese. Il più

importante vigneto dedicato al Pinot nero in Italia, il più esteso in Europa dopo quelli francesi della Borgogna e della Champagne, si trova in Oltrepò Pavese. Oltre 3000 ettari, infatti, sono riservati alla coltivazione di questo nobile vitigno che trova grande espressione soprattutto in Valle Versa, Valle Scurpasso e alta Valle Coppa. Il banco di degustazione, organizzato da AIS Milano in collaborazione con il Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese, si inserisce all'interno di un più ampio progetto di promozione dei vini a base Pinot Nero del territorio dell'Oltrepò Pavese, storica ed importante area di viticoltura a Sud di Milano all'incrocio di 4 Regioni e province. È un'attività realizzata con il contributo del MASAF che vede protagonisti i vini delle tipologie Oltrepò Pavese DOCG Metodo Classico Pinot Nero, Oltrepò Pavese DOCG Metodo Classico Pinot Nero Rosé, Pinot Nero Dell'Oltrepò Pavese DOC (anche Riserva). Il grande banco di degustazione ha ospitato 33 aziende. In contemporanea si sono svolte due masterclass, condotte dal giornalista Luciano Ferraro e dal sommelier Bruno Ferrari, una dedicata ai vini spumanti Metodo Classico da uve Pinot nero e una ai vini fermi da uve Pinot Nero vinificato in rosso.

<https://www.consorziovinoltrepop.it/4859/a-milano-un-incontro-con-oltrepop-terra-di-pinot-nero/>

**CONSORZIO DI TUTELA
DELLA DOC PROSECCO:
PROSECCO DOC OFFICIAL
PARTNER DI CASA SANREMO**

Non poteva essere diversamente per il vino più pop dello scenario vitivinicolo italiano di qualità e, in occasione del più famoso evento dedicato alla musica italiana, il Consorzio di tutela del Prosecco DOC ha avviato numerose iniziative per ribadire la sua centralità. A CASA SANREMO il Consorzio ha rivestito un doppio ruolo: Official Partner e, in collaborazione con la Provincia di Belluno, Bollicina Ufficiale della ClubHouse, area hospitality di Casa Sanremo brandizzata da Dolomiti Bellunesi. Qui sono stati accolti nei giorni scorsi artisti, media, addetti ai lavori, ai quali sono stati offerti piatti tipici bellunesi, preparati da uno chef d'eccezione: Enzo De Pra, patron e fonda-

tore del ristorante stellato Dolada. La ClubHouse è stata animata dal ricco palinsesto di "Buongiorno Sanremo", programma condotto da Carolina Rey e pubblicato sulla pagina YouTube di Casa Sanremo. All'interno del talk, mercoledì 8 febbraio è stato dedicato uno spazio alla DOC Prosecco. La trasmissione è stata inoltre arricchita dagli showcooking con protagonisti gli chef alla guida della brigata bellunese. Tanti gli ospiti coinvolti durante la settimana sanremese, tutti intervistati da Prosecco DOC per sapere con chi condividerebbero un aperitivo spumeggiante tra i cantanti in gara. Prosecco DOC è stato anche Bollicina Ufficiale di Casa RAI Pubblicità: un luogo esclusivo a cui hanno accesso gli artisti che si esibiscono sul Suzuki Stage in Piazza Colombo, gli ospiti di Rai Pubblicità e che ha anche accolto i cantanti in gara in occasione della parata di lunedì 6 febbraio. Durante l'intensa settimana sanremese, tra un'esibizione e un'intervista, le bollicine di Prosecco DOC e Prosecco DOC Rosé hanno provveduto a sciogliere i nervi dei musicisti. Presente in Casa Rai Pubblicità anche il backdrop con il logo consortile, autografato dagli artisti in gara dopo la sfilata sul Green Carpet di lunedì 6 febbraio dal teatro Ariston. Lo spot Prosecco DOC è stato trasmesso in radiovisione su RTL 102.5 e Radio Zeta e anche nel maxischermo di Piazza Colombo a Sanremo. In concomitanza con il Festival di Sanremo 2023 ha avuto luogo un viewing party a Milano negli esclusivi spazi di House of Mediterraneo in collaborazione con Tuorlo Magazine. Qui hanno preso vita le experience dinners con intrattenimenti musicali, interviste alle celebrity, per commentare insieme i momenti salienti della kermesse sanremese, il tutto accompagnato dalle bollicine di Prosecco DOC. Si stima che, da sola, questa operazione possa aver generato una reach complessiva di 2 milioni di profili.

https://drive.google.com/drive/folders/1X3XfboLAJ2QUkw6VUjGCmbxnpLmCu_uh

PROSEGUE LA COLLABORAZIONE DEL CONSORZIO PROSECCO DOC CON IL CARNEVALE DI VENEZIA

Il Consorzio di tutela della DOC Prosecco ha confermato anche quest'anno il ruolo di OFFICIAL PARTNER del celeberrimo CARNEVALE di VENEZIA. Una collaborazione che di anno in anno prende forza e vitalità e che in questa festosa edizione 2023, in scena nel capoluogo veneto dal 4 al 21 febbraio sotto il titolo "Take your Time for the Original Signs", ha visto la magica Venezia trasformarsi in un grande teatro a cielo aperto per la gioia di grandi e piccini. Spettacoli teatrali, intrattenimenti musicali di vario genere ed eventi gastronomici, hanno animato i campi, le strade e le piazze della laguna veneziana, dalle isole alla terraferma. È forse a palazzo Ca' Vendramin Calergi, magnifica e storica sede del Casinò di Venezia, che il Prosecco DOC ha giocato al meglio le sue carte, durante le serate firmate dalla stilista Antonia Sautter, che hanno preso vita accompagnate dal titolo "Original Sinners". Ad accogliere i partecipanti, un aperitivo di benvenuto nello spazio Aperol, dove sono state proposte le etichette di 23 aziende associate al Consorzio Prosecco DOC che hanno dato la propria adesione all'evento. Il Logo del Consorzio è stato presente anche nel corso dei vari eventi organizzati in vari luoghi della città per il Carnevale. Prosecco DOC, la Bollicina Ufficiale della Città di Venezia, è stato disponibile anche presso il bar dell'Arsenale nel corso di un'esclusiva rappresentazione dal titolo "Original Signs: un viaggio dalle origini all'autentico": uno show allestito nello spettacolare contesto dei cantieri navali della Serenissima.

<https://www.prosecco.wine/it/news/coriandoli-stelle-filanti-e-bollicine-di-prosecco-doc>

SANNIO CONSORZIO TUTELA VINI: SANNIO TOP WINES 2023, IL CONSORZIO CONSEGNA I RICONOSCIMENTI

Il 31 gennaio scorso, a Benevento si è tenuto l'evento Sannio Top Wines 2023, con la presentazione delle etichette sannite premiate dalle guide ai

vini d'Italia e dai concorsi nazionali ed internazionali, sotto l'attenta regia del Sannio Consorzio Tutela Vini.

<https://mailchi.mp/eodaff622cbd/sannio-top-wines-2023-consegna-riconoscimenti-8146337?e=15c441a591>

IL PROGETTO INDIGENA A ITALIA NEXT DOP

Il progetto INDIGENA è stato presentato il 22 febbraio 2023 a Italia Next Dop, nell'Agora della Ricerca IG, un'area espositiva interamente dedicata ai progetti di ricerca scientifica italiana sui prodotti DOP IGP.

<https://mailchi.mp/bodf5a1c847e/presentato-il-progetto-indigena-a-italia-next-dop-8130966?e=643f77f459>

CONSORZIO DI TUTELA VINI DOC SICILIA: ELETTO IL NUOVO CDA DEL CONSORZIO

L'assemblea dei soci del Consorzio dei Vini DOC Sicilia ha eletto i componenti del direttivo, confermando 10 dei 12 uscenti. Entrano a far parte del cda Roberto Magnisi, direttore di Duca di Salaparuta e Florio e Giuseppe Figlioli, enologo della cantina sociale Birgi. Ad uscire dalla compagine Laurent Bernard de La Gatina della cantina Rapitalà (attualmente presidente di Assovini) e Nicolò Vinci della cantina Europa. I riconfermati sono il presidente uscente del consorzio Antonio Rallo (Donnafugata), i vice presidenti uscenti Giuseppe Bursi (presidente della cantina Settesoli) e Filippo Paladino (vice presidente della cantina Colomba Bianca) e i consiglieri Vincenzo Ampola (presidente delle cantine Petrosino), Gaspare Baiata (presidente delle cantine Paolini), Salvatore Chiantia (presidente della cantina La Vite), Rosario Di Maria (presidente della cantina Hermes), Alessio Planeta (titolare dell'omonima cantina), Letizia Russo (Feudo Arancio) e Alberto Tasca d'Almerita (titolare dell'omonima cantina).

<https://www.cronachedigusto.it/index.php/archiviodal-05042011/scenari/doc-sicilia-c%E2%80%99C3%A8-il-nuovo-cda-del-consorzio-duca-di-salaparuta-tra-le-new-entry>

CONSORZIO DI TUTELA VINI DI TORGIANO: IN GURILE PROPOSTE DI MODIFICA DEI DISCIPLINARI DELLE DO DEI VINI «TORGIANO» E «TORGIANO» ROSSO RISERVA

Sulla Gazzetta Ufficiale italiana sono state pubblicate le proposte di modifica ordinaria dei disciplinari di produzione delle DO dei vini «Torgiano» e «Torgiano» Rosso Riserva.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-21&atto.codiceRedazionale=23A01002&elenco30giorni=true

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2023-02-22&atto.codiceRedazionale=23A01008&elenco30giorni=true

CONSORZIO TUTELA VINI VALPOLICELLA: AMARONE OPERA PRIMA, PRONTO DOSSIER CANDIDATURA PER RICONOSCIMENTO UNESCO. CRESCE IL VALORE DELLA DO NEL 2022 GRAZIE A MERCATO ITALIA. AMARONE E RISTORAZIONE BINOMIO INSCINDIBILE

Completato il dossier per la presentazione della candidatura della tecnica della messa a riposo delle uve della Valpolicella a patrimonio immateriale dell'Unesco. L'annuncio è stato dato in apertura di Amarone Opera Prima, la due giorni del Consorzio vini Valpolicella per celebrare il millesimo 2018 dell'iconico Rosso veronese. Dieci le pagine redatte dal Comitato scientifico, che sintetizzano il lavoro di studio, analisi, raccolta di documenti e materiale video fotografico anche di archivio. Così come sono dieci gli anni di attesa di una comunità fortemente determinata a insignire il secolare appassimento come patrimonio immateriale dell'umanità. Un obiettivo che, se sarà centrato, riconoscerà alla Valpolicella anche il primato di iscrizione di una pratica di vinificazione - che decreta l'unicità dell'Amarone e del Recioto - negli elenchi tutelati dall'Organizzazione delle

Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura. Amarone Opera Prima ha offerto altresì al Consorzio l'occasione di presentare i dati sull'andamento della denominazione e di illustrare l'esito di un'indagine commissionata a Nomisma sul binomio Amarone-Ristorazione. Nel 2022, calano i volumi ma crescono i valori per le vendite di Amarone in Italia e nel mondo, con gli Stati Uniti, sempre più mercato estero di riferimento, che hanno messo la freccia e superato gli altri 2 top buyer (Canada e Svizzera). Complessivamente, il re della Valpolicella fissa la propria ultima performance con una contrazione in volume del 7,2%, a fronte di un valore in crescita del 4%, a circa 360 milioni di euro franco cantina. Meglio il mercato interno - che incide circa il 40% sulle vendite totali - rispetto all'export: in positivo sia i volumi (+1,5%) che i valori (7,4%) per la piazza italiana; -13%, invece, il quantitativo esportato e una crescita valoriale dell'1,8%. Dall'indagine condotta da Nomisma Wine Monitor, risulta che Amarone fa rima con ristorazione anche sul fronte del mercato. Oltre la metà del fatturato complessivo del re della Valpolicella (circa 350 milioni di euro) arriva infatti dall'horeca, un partner del vino che lo scorso anno grazie a turismo e riaperture ha rappresentato una spinta decisiva per il prodotto enologico, a fronte di un calo delle vendite nella grande distribuzione. Sulla piazza interna il fatturato della ristorazione nei primi 9 mesi del 2022 ha registrato una crescita tendenziale del 47%, a tutto vantaggio degli ordini di vino. L'indagine sul posizionamento dei vini della Valpolicella presso il consumatore italiano, realizzata su un campione di 1000 consumatori, inquadra tutta la centralità del canale horeca tra gli enoappassionati, con il 54% degli italiani che negli ultimi 2/3 anni ha consumato i prodotti della denominazione veronese, e il 43% lo ha fatto anche nei ristoranti; tra questi, il 26% si dichiara consumatore abituale (2-3 volte a settimana). È invece del 29% la quota di italiani - in prevalenza maschi, millennial, dirigenti/imprenditori - che ha bevuto Amarone fuori casa con una spesa media dichiarata di circa 40 euro, un prezzo che per 7 su 10 è ritenuto corretto. Un rapporto, quello tra clienti e Amarone, considerato "privilegiato" nel 51% dei casi e da consumarsi in particolare

nelle occasioni speciali o formali (28%). Nel complesso, i vini della Valpolicella riscuotono una valutazione a cavallo tra ottima e buona nel 76% delle risposte, grazie anche alla versatilità dell'offerta in rapporto alla cucina e alle occasioni di consumo; sostanzialmente positivo anche il rapporto qualità prezzo, ritenuto insufficiente solo dal 5% del campione. Infine, per il 41% dei rispondenti l'offerta della denominazione negli ultimi anni è migliorata (invariata per il 42%) tanto da divenire oggetto di raccomandazione presso amici e parenti in 8 casi su 10. Per il 2023 prevale la voglia di sperimentare aziende meno note, con i fattori di scelta legati anche ai prodotti biologici e sostenibili, oltre al brand aziendale.

<https://www.amaroneoperaprima.it/area-stampa/unesco-pronto-dossier-candidatura>

<https://www.amaroneoperaprima.it/area-stampa/vino-indagine-nomisma-wine-monitor-amarone-cresce-ancora-in-valore-nel-2022-giu-i-volumi-allestero>

<https://www.amaroneoperaprima.it/area-stampa/vino-indagine-nomisma-wine-monitor-amarone-e-ristorazione-binomio-inscindibile>

CONSORZIO VALTÈNESI: PAOLO PASINI È IL NUOVO PRESIDENTE

Paolo Pasini è il nuovo Presidente del Consorzio Valtènesi. Pasini, alla guida con i cugini dell'azienda agricola Pasini San Giovanni a Raffa di Puegnago, succede ad Alessandro Luzzago. A convergere sul suo nome il nuovo consiglio di amministrazione eletto nei giorni scorsi dall'assemblea dei soci e composto da Giuseppe Avanzi, Francesco Averoldi, Vincenzo Bertola, Davide Folli, Giovanni Franzosi, Antonio Goffi, Cristina Inganni, Antonio Leali, Andrea Lorenzi, Alessandro Luzzago, Mattia Vezzola, Ilona Thun, Marco Turina e Loris Vazzoler. La carica di vicepresidente è andata a Cristina Inganni e Marco Turina.

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=647411687385496&set=a.555354739924525>

**CONSORZIO VINI DOC
 DELLE VENEZIE: LA DOC
 DELLE VENEZIE IN DEGUSTAZIONE
 A WINE PARIS & VINEXPO
 PARIS 2023**

Grande fermento a Parigi tra gli addetti ai lavori per l'atteso appuntamento con Wine Paris & Vinexpo Paris, in scena al Paris Expo (Porte de Versailles) dal 13 al 15 febbraio. Sulla scia del successo delle precedenti edizioni, il Consorzio Tutela Vini DOC delle Venezie ha deciso di inaugurare nuovamente il fitto calendario di attività promozionali proprio alla kermesse parigina, dove ha avuto modo di incontrare un pubblico di professionisti, buyer, wine lover, stampa ed opinion leader e a presentare le diverse etichette di Pinot grigio delle Venezie 2022. Lo spazio espositivo, infatti, è stato come sempre da punto di raccolta ed informazione, dove confrontarsi sulle ultime novità della DO, conoscere più da vicino la nuova annata in commercio e ricevere indicazioni sulla posizione delle Aziende socie presenti alla manifestazione. La Francia è il secondo Paese al mondo per consumo di vini e primo a livello europeo e si posiziona senz'altro tra i mercati importanti per l'export del vino italiano; anno dopo anno, in particolare, manifesta un crescente apprezzamento per la DO triveneta: nel 2022 imbottigliatori ed acquirenti d'Oltralpe, che scelgono di affidarsi agli alti standard qualitativi e ai valori di certificazione e territorio d'origine della Denominazione, contribuendo in modo significativo alla sua crescita, hanno messo in bottiglia 10.375 hl di DOC delle Venezie, +60% rispetto alle performance del 2021.

https://4jogt.r.a.d.sendibm1.com/mk/mr/Xf_2diaDYqTaRrQ1Jc6D3ge7DA2ak3mrS8i6BrqMtjC_memte8wQbroFsOY6OvoLFI5Nlgxyadi41hqGcSkL8vXfwsjtti-443c5h98gWHaf5ZoMXTcJhnlP1G_jdEjgljwITXoxoGA

**FLAVIO INNOCENZI
 È IL NUOVO DIRETTORE
 DEL CONSORZIO TUTELA
 VINI DOC DELLE VENEZIE**

Il Consorzio Tutela Vini DOC Delle Venezie dà il benvenuto al nuovo direttore

re Flavio Innocenzi. La DOC triveneta - la seconda più estesa in Italia, che riunisce gli operatori della filiera produttiva del Pinot Grigio di Veneto, Friuli Venezia Giulia e Trentino - decide di arricchire la propria struttura con una figura dirigenziale di alto profilo, scelta all'unanimità dal Consiglio di Amministrazione presieduto da Albino Armani, riconfermato nel 2022 alla guida del Consorzio di Tutela. Il neodirettore assumerà la responsabilità degli aspetti gestionali e organizzativi del Consorzio, della cura dei rapporti con gli associati e con gli enti esterni, nonché delle attività di promozione e sviluppo.

https://4jogt.r.a.d.sendibm1.com/mk/mr/kU5B65gJ2MJhLxt6fdyg17KwO75LZckPrMS5PmN_MRQbmTBu9qn1oGkrYG5i-QkSSCMfZOZpNliNxj3cmMlakWBBglEVyp-UYClvgtM_xMWj6MnoZL-CoqeDVwkhuaDtFc_yG-PhUQ

**CONSORZIO DI TUTELA
 DELLA VERNACCIA DI SAN
 GIMIGNANO: IL CONSORZIO
 BRINDA AD UN'ECCELLENTI
 ANNATA 2022**

Tempo di anteprime dei vini della Toscana e San Gimignano ha aperto la sua pagina della Vernaccia DOCG nella sala Dante, con un evento vitivinicolo internazionale presentato dalla Presidente del Consorzio, Irina Strozzi, a 120 giornalisti fra italiani e stranieri dove sono state presentate le annate 2022 e la tipologia riserva 2021. È cominciato così a calici alzati questa nuova Anteprima della Vernaccia, la 'regina del bianco' delle torri con degustazioni di 96 vini delle 41 aziende nelle sale del museo d'Arte Moderna De Grada. "La vendemmia 2022 sarà ricordata per un'annata di record". La riflessione soddisfatta della Presidente Irina Strozzi. Anteprima da ricordare nonostante tutto. Nonostante eventi climatici estremi sempre più ricorrenti "i vini prodotti in questo 2022 potranno esprimere caratteristiche sorprendenti". Come si è mosso il mercato della Vernaccia? "Il contesto economico ha visto un rincaro di prezzi con effetti significativi sul reperimento delle materie prime per le aziende che hanno portato la produzione di 4.633.819 bottiglie nel 2022 per 34.836 ettolitri

di vino immessi sul mercato con un lieve decremento del 6%. In linea con la maggior parte delle altre denominazioni Toscane, ma evidenzia la capacità della Vernaccia di San Gimignano di mantenere il proprio mercato a numeri di annate pre-pandemia". I dati registrati dal Consorzio indicano un giro di affari che si è attestato intorno ai 13 milioni di euro. Il 52% della Vernaccia è entrata nel mercato estero l'altro 48% è rimasto sul mercato italiano.

<https://www.lanazione.it/siena/cronaca/vernaccia-il-consorzio-brinda-la-vendemmia-2022-da-record-c2d2716f>

AGENDA APPUNTAMENTI

31 MARZO 2023

INCONTRO DI FORMAZIONE
 EQUALITAS-STRONGER
 TOGETHER "RECLUTAMENTO E
 GESTIONE RESPONSABILE DELLA
 FORZA LAVORO NEL SETTORE
 VITIVINICOLO ITALIANO"

A fine marzo è in programma, in Sicilia, l'ultima sessione formativa del corso "Reclutamento e gestione responsabile della forza lavoro nel settore vitivinicolo italiano", nato dalla collaborazione tra Equalitas e Stronger Together. Durante quest'incontro verranno presentati gli strumenti creati dai due partner per sostenere le aziende vitivinicole nell'implementazione di sistemi di gestione responsabile della manodopera (politiche, procedure, registri, comunicazione, formazione e monitoraggio) e attività immediate, a medio e lungo termine, che scoraggino e affrontino i diversi tipi di sfruttamento e lavoro forzato.

<https://www.equalitas.it/wp/wp-content/uploads/2023/01/Programma-e-link-del-31-marzo-2023.pdf>

