



INFODOC

MARZO 2024
BOLLETTINO MENSILE
PER IL SETTORE IG

INFORMAZIONE D'ORIGINE CONTROLLATA

NOTIZIE DALL'EUROPA E DAL MONDO

UNIONE EUROPEA

ELEZIONI EUROPEE: LE DENOMINAZIONI DEL VINO ILLUSTRANO LE LORO PROPOSTE

Durante l'ultima riunione dell'Intergruppo Vino dell'attuale legislatura, EFOW - Federazione Europea dei Vini d'Origine - rappresentata dal suo Vicepresidente e Tesoriere Maxime Toubart, ha presentato il suo Manifesto per le elezioni europee di giugno. L'incontro dell'Intergruppo Vino al Parlamento europeo ha fatto il punto sulla legislatura 2019-2024 e ha posto le basi per la prossima legislatura. Durante l'incontro, EFOW si è rammaricata del fatto che la Commissione von der Leyen abbia perso interesse per i prodotti a Indicazione Geografica (IG). Il Green Deal ha promosso una visione molto restrittiva della sostenibilità, concentrandosi sulle questioni ambientali e sanitarie e ignorando i pilastri economici e sociali della produzione agricola. In tal modo, la CE ha messo da parte le denominazioni del vino,

ignorando il fatto che rimangono storie di successo della PAC e strumenti essenziali per la vitalità e lo sviluppo rurale di molte regioni dell'UE. Il settore è rimasto a galla e ha preservato le sue specificità grazie al costante sostegno e alla mobilitazione dei membri dell'Intergruppo Vino. Il Sig. Toubart, a nome dei membri dell'EFOW, ha inoltre presentato le principali priorità delle denominazioni del vino per il prossimo mandato del Parlamento europeo e della Commissione europea. Ha chiesto la creazione di un gruppo di alto livello sul vino per preparare l'imminente riforma della PAC, data l'attuale crisi che colpisce parte del settore. Ha sollecitato altresì un allentamento e una depolarizzazione del dibattito sanitario, insistendo sul fatto che il settore non può e non vuole essere equiparato al tabacco. Infine, ha sottolineato l'importanza delle esportazioni per il settore vitivinicolo, ricordando i pericoli derivanti dallo sviluppo di una politica protezionistica commerciale. Per concludere, il Vicepresidente e Tesoriere dell'EFOW ha affermato: "I prodot-

ti IG possono fornire risposte all'attuale crisi del mondo agricolo. Le IG sono ancorate a determinati territori in tutta l'UE, incoraggiano la creazione e distribuzione di valore e il rinnovamento generazionale e garantiscono un approccio di sviluppo sostenibile. Dovrebbero essere studiate meglio e valorizzate dai decisori. Chiediamo alle Istituzioni UE di credere ancora in noi".

<http://efow.eu/press-release-european-elections-wine-appellations-present-their-expectations/>

IL CONSIGLIO UE ADOTTA IL REGOLAMENTO VOLTO A RAFFORZARE LA PROTEZIONE DELLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE PER ALIMENTI E BEVANDE

In data 26 marzo, il Consiglio dell'UE ha adottato formalmente un regolamento che migliora la protezione delle Indicazioni Geografiche (IG) e di altri regimi di qualità per vini, bevande spi-

ritose e prodotti agricoli, sia online che offline, semplificando nel contempo la procedura di registrazione delle IG. Il regolamento apporterà benefici concreti all'economia rurale e proteggerà il patrimonio gastronomico dell'UE in tutto il mondo. Tra le migliori apportate all'attuale sistema delle IG figurano i seguenti: un ruolo rafforzato per le associazioni di produttori, che conferisce loro il potere e la responsabilità di gestire le rispettive IG, anche per rappresentare i loro membri nelle reti attive nel campo dell'applicazione della proprietà intellettuale; la possibilità per gli Stati membri di designare associazioni di produttori come "associazioni di produttori riconosciute" con diritti esclusivi da esercitare per conto di tutti i produttori del prodotto designato da una IG; un ruolo riaffermato della Commissione nell'esame delle domande di registrazione di prodotti come IG; una maggiore protezione delle Indicazioni Geografiche, anche online, nei nomi di dominio contenenti IG, attraverso i blocchi geografici (a tal fine, l'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale - EUIPO - è stato incaricato di istituire un sistema di condivisione delle informazioni e di allarme per i nomi di dominio); una maggiore protezione di una denominazione IG che designa un ingrediente quando è utilizzato nel nome di un alimento trasformato collegato (in tali casi, le associazioni di produttori riconosciute dovranno essere informate e la percentuale dell'ingrediente dovrà essere indicata). Il regolamento sarà ora firmato e pubblicato nella Gazzetta ufficiale dell'UE. Entrerà in vigore il ventesimo giorno successivo alla sua pubblicazione.

<https://www.consilium.europa.eu/it/press/press-releases/2024/03/26/council-adopts-law-to-strengthen-protection-for-geographical-indications-for-foods-and-drinks/>

**NOTA DEL COMMISSARIO
 WOJCIECHOWSKI AL
 PRESIDENTE COMAGRI
 PE LINS RIGUARDO
 ALLA POSSIBILITÀ DI
 SOSTITUIRE IL TERMINE
 "INGREDIENTI" SU
 ETICHETTE VINO CON
 UN'ABBREVIAZIONE**

**ACCANTO AL QR CODE:
 "COMMISSIONE NON HA POTERE
 DI APPORTARE TALE MODIFICA.
 COME PER ALTRE INDICAZIONI IN
 ETICHETTA DOVRÀ FIGURARE IN
 UNA O PIÙ LINGUE
 UFFICIALI DELL'UE"**

"I colegislatori non hanno conferito alla Commissione alcun potere specifico di regolamentazione per le caratteristiche del mezzo elettronico (codice QR), che costituisce una nuova modalità di fornitura di informazione ai consumatori, consentita solo per i vini. Altri alimenti non possono usarlo". È quanto scrive il Commissario all'Agricoltura UE Janusz Wojciechowski, in risposta ad una lettera del Presidente della Commissione per l'agricoltura e lo sviluppo rurale del Parlamento europeo Norbert Lins, in merito alle norme del codice Qr per l'etichettatura del vino. Nella sua missiva il Commissario fa riferimento alla comunicazione C/2023/1190 della CE "Domande e risposte sull'attuazione delle nuove disposizioni dell'UE sull'etichettatura del vino", emanata al fine di aiutare i produttori di vino dell'UE ad applicare le regole in tutto il mercato unico, nella quale si ricorda che "...l'articolo 18, paragrafo 1, del regolamento (UE) 1169/2011 fa esplicito riferimento all'elenco degli ingredienti che 'devono essere intitolati o preceduti da voce adeguata composta o comprendente la parola "ingredienti". Nessuna equivalente previsione riguardante la dichiarazione nutrizionale è contenuta nel Regolamento (UE) n 1169/2011. Il comma 4 dell'articolo 119 del Regolamento (UE) 1308/2013 prevede che la dichiarazione nutrizionale da apporre sulla confezione o su un'etichetta ad essa allegata può essere limitata al valore energetico, nel qual caso 'è fornita la dichiarazione nutrizionale completa per mezzo elettronico identificato sulla confezione o su un'etichetta ad essa allegata". La semplice comparsa su un'etichetta di un codice QR non identificato, tuttavia, non è sufficiente; in tutti i casi, i consumatori devono essere in grado di capire che tipo di informazioni si possono trovare "dietro" i QR code o altri mezzi elettronici. "Riguardo alla possibilità di sostituire il termine "ingredienti" con un'abbreviazione o un simbolo quando l'elenco

degli ingredienti viene fornito per via elettronica, - sottolinea il Commissario - i miei servizi hanno esaminato tutti i poteri di cui al regolamento (UE) n. 1308/2013 e hanno concluso che nessuno di essi consente alla Commissione di apportare tale modifica sulla base dei poteri esistenti. Lasciami evidenziare che la normativa linguistica applicabile a questo termine è la stessa attualmente vigente applicata alle altre indicazioni, che dovranno figurare sulle etichette in una o più lingue ufficiali dell'Unione (come precisato al punto 38 della Comunicazione). Per le bottiglie di vino esportate al di fuori dell'UE, le etichette, inclusa la loro lingua, potrebbero dover essere adattate alla legislazione nazionale dei paesi terzi importatori".

<https://agricolae.eu/wp-content/uploads/2024/03/Letter-to-Chair-Lins-Wine-labelling-120324-2.pdf>

**IL CONSIGLIO
 E IL PARLAMENTO
 RAGGIUNGONO UN
 ACCORDO PER RENDERE
 GLI IMBALLAGGI PIÙ
 SOSTENIBILI
 E RIDURRE I RIFIUTI DA
 IMBALLAGGIO NELL'UE.
 PER IL VINO CONFERMATA
 ESCLUSIONE DAGLI
 OBIETTIVI VINCOLANTI
 DI RIUSO DEL PACKAGING**

La presidenza del Consiglio e i rappresentanti del Parlamento europeo hanno raggiunto un accordo politico provvisorio su una proposta di regolamento sugli imballaggi e sui rifiuti da imballaggio. L'obiettivo è contrastare l'aumento dei rifiuti di imballaggio generati nell'UE, armonizzando al contempo il mercato interno degli imballaggi e promuovendo l'economia circolare. La proposta considera l'intero ciclo di vita degli imballaggi. Stabilisce i requisiti per garantire che siano sicuri e sostenibili, richiedendo che siano riciclabili e che la presenza di sostanze "problematiche" sia ridotta al minimo. Stabilisce inoltre requisiti di armonizzazione dell'etichettatura per migliorare l'informazione dei consumatori. In linea con la gerarchia dei rifiuti, la proposta mira a ridurre in modo significativo la produzione di rifiuti da im-

ballaggio fissando obiettivi vincolanti di riutilizzo (al 2030) e target indicativi (al 2040), limitando alcuni tipi di imballaggi monouso e imponendo agli operatori economici di ridurre al minimo gli imballaggi utilizzati. Gli obiettivi di riuso variano a seconda della tipologia di imballaggio utilizzato dagli operatori: nel caso delle bevande alcoliche e analcoliche restano esclusi, tra gli altri, vino e vini aromatizzati. L'accordo raggiunto è provvisorio, in attesa dell'adozione formale da parte di entrambe le Istituzioni. Nei giorni seguenti gli ambasciatori dei 27 Paesi UE hanno confermato l'accordo raggiunto nel negoziato inter-istituzionale tra Consiglio e Parlamento.

<https://www.consilium.europa.eu/it/press/press-releases/2024/03/04/packaging-council-and-parliament-strike-a-deal-to-make-packaging-more-sustainable-and-reduce-packaging-waste-in-the-eu/>

<https://www.europarl.europa.eu/news/it/press-room/20240301IPR18595/deal-on-new-rules-for-more-sustainable-packaging-in-the-eu>

https://www.ansa.it/canale_terrae-gusto/notizie/istituzioni/2024/03/15/ok-dei-27-allaccordo-con-il-pe-sulla-direttiva-imballaggi_b1c138d2-7ee9-42e0-a24e-7e012a31c4e1.html

SOSTEGNO AGLI AGRICOLTORI: IL CONSIGLIO APPROVA LA REVISIONE MIRATA DELLA PAC

Il 26 marzo scorso i rappresentanti degli Stati membri nel Comitato Speciale Agricoltura hanno approvato una revisione mirata di alcuni atti fondamentali della politica agricola comune (PAC) proposta dalla Commissione europea in risposta alle preoccupazioni espresse dagli agricoltori. Questa revisione affronta le questioni incontrate, ad esempio, con l'attuazione dei piani strategici della PAC e mira a semplificare, ridurre gli oneri amministrativi e fornire una maggiore flessibilità per il rispetto di determinate condizionalità ambientali. La revisione riguarda alcuni elementi del regolamento sui piani strategici della PAC e del regolamento sul finanziamento, sulla gestione e

sul monitoraggio della politica agricola comune (il cosiddetto "regolamento orizzontale"). Il testo trova un attento equilibrio tra la necessità di mantenere un elevato livello di ambizione ambientale e climatica nell'attuale PAC e di garantire che le preoccupazioni degli agricoltori siano prese in considerazione. Il Comitato Speciale Agricoltura ha dunque approvato le modifiche agli standard relativi alle buone condizioni agricole e ambientali (BCAA) proposti dalla Commissione europea. Uno dei principali cambiamenti è l'introduzione di una disposizione generale che consente agli Stati membri di concedere deroghe temporanee e mirate a determinati requisiti di condizionalità in caso di condizioni climatiche impreviste che impediscono agli agricoltori di rispettarli. Una volta l'anno, gli Stati membri dovranno informare la Commissione in merito a tali deroghe. Oltre a ciò, vengono introdotte esenzioni specifiche da alcuni standard BCAA (in particolare BCAA 6, 7 e 8). La revisione approvata esenta inoltre le piccole aziende agricole di meno di 10 ettari dai controlli e dalle sanzioni relative al rispetto dei requisiti di condizionalità previsti dalla PAC. Poiché ciò riguarda il 65% dei beneficiari della PAC ma rappresenta solo il 10% circa dei terreni agricoli, ridurrà significativamente l'onere amministrativo relativo ai controlli sia per gli agricoltori che per le amministrazioni nazionali, pur mantenendo gli obiettivi ambientali. In linea con le precedenti richieste degli Stati membri, la revisione garantirà che i paesi dell'UE possano ora modificare i propri piani strategici della PAC due volte all'anno su base permanente, anziché una volta come avviene attualmente. Ciò fornirà agli Stati membri una maggiore flessibilità per affrontare le mutevoli condizioni. Oltre a ciò, sarà comunque possibile ottenere tre ulteriori richieste di modifica nell'arco dell'intero periodo di programmazione. Il Presidente del Comitato Speciale Agricoltura invierà ora la lettera di offerta al Parlamento europeo. La Commissione Agricoltura del Parlamento europeo ha deciso di ricorrere alla procedura d'urgenza per questa proposta. La posizione del Parlamento in prima lettura dovrebbe essere adottata nella plenaria del 22-25 aprile 2024. Il regolamento dovrà poi essere adotta-

to formalmente dal Consiglio, firmato dai rappresentanti del Consiglio e del Parlamento europeo e pubblicato nella Gazzetta ufficiale. Se tutto andrà come previsto, il regolamento entrerà in vigore entro la fine di questa primavera.

<https://www.consilium.europa.eu/it/press/press-releases/2024/03/26/support-for-farmers-council-endorses-targeted-review-of-the-common-agricultural-policy/>

LA COMMISSIONE EUROPEA INVITA GLI AGRICOLTORI A PARTECIPARE AL SONDAGGIO ONLINE SULLA SEMPLIFICAZIONE

Come annunciato nelle sue proposte per ridurre l'onere che grava sulle spalle degli agricoltori, la Commissione ha lanciato una survey online per raccogliere direttamente le opinioni degli stessi agricoltori. L'indagine è aperta dal 7 marzo all'8 aprile e porrà brevi domande, disponibili in tutte le lingue dell'UE, come ad esempio: Quanto tempo viene dedicato ogni anno ai compiti amministrativi legati all'applicazione degli aiuti e agli obblighi di rendicontazione? Si usano dispositivi mobili per fornire foto geo-taggate? Come viene valutata la complessità delle diverse procedure e norme applicabili nelle aziende agricole? Si è fatto ricorso ad un aiuto esterno per preparare la domanda di aiuto della PAC nel 2023? Le risposte fornite dagli agricoltori forniranno un feedback prezioso per comprendere le loro principali fonti di preoccupazione. L'indagine aiuterà a identificare le fonti degli oneri amministrativi e della complessità derivanti dalle norme della PAC e da altre norme per l'alimentazione e l'agricoltura, sia in relazione alla loro applicazione a livello nazionale che agli obblighi di registrazione e rendicontazione ad esse collegati. I risultati preliminari saranno presentati già entro la metà di aprile. Parallelamente, verranno organizzate interviste con le organizzazioni degli agricoltori per completare il quadro. Questa indagine fornirà entro l'estate una panoramica più chiara dei principali ostacoli amministrativi percepiti e affrontati dagli agricoltori. I risultati saranno inclusi in un'analisi più

dettagliata che sarà pubblicata nell'autunno 2024, con l'obiettivo di chiarire le fonti di complessità per gli agricoltori: livello UE, livello nazionale, PAC e altri requisiti e politiche.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_1341

DIALOGO STRATEGICO SUL FUTURO DELL'AGRICOLTURA DELL'UE: DALLA SECONDA RIUNIONE PLENARIA EMERGE IMPEGNO COSTRUTTIVO DEI PARTECIPANTI

L'11 e il 12 marzo si è svolta a Bruxelles la seconda riunione plenaria del Dialogo Strategico sul futuro dell'agricoltura europea. Lanciato il 25 gennaio scorso dalla Presidente della Commissione Ursula von der Leyen, il Dialogo Strategico è attualmente pienamente operativo, con la partecipazione attiva di 29 stakeholder coordinati sotto la presidenza del professor Peter Strohschneider. La seconda riunione plenaria ha evidenziato un impegno molto positivo e costruttivo da parte dei partecipanti. I quattro Gruppi di Lavoro hanno presentato aggiornamenti sul lavoro svolto finora e delineato i prossimi passi da compiere in vista della prossima riunione plenaria (prevista per il 22 e 23 aprile). Il professor Strohschneider ha accolto con favore i progressi compiuti nella preparazione delle raccomandazioni del dialogo strategico, che saranno finalizzate entro l'estate. I membri del Dialogo si sono organizzati in quattro diversi gruppi di lavoro per rispondere alle domande sollevate dalla Presidente della Commissione in fase di avvio del processo: Come si può offrire agli agricoltori e alle comunità rurali in cui vivono una prospettiva migliore, compreso un tenore di vita equo? Come si può sostenere l'agricoltura entro i confini del nostro pianeta e del suo ecosistema? Come sfruttare al meglio le immense opportunità offerte dalla conoscenza e dall'innovazione tecnologica? Come si può promuovere un futuro luminoso e prospero per il sistema alimentare europeo in un mondo competitivo? Oltre alle discussioni in plenaria e all'interno dei gruppi di lavoro, il Dialogo Strategico ha già avviato una

consultazione mirata per raccogliere le opinioni dei principali portatori d'interesse. In particolare, il professor Strohschneider ha chiesto il contributo di 170 organizzazioni a livello europeo attualmente presenti negli organi consultivi della Commissione e interessate al futuro dell'agricoltura europea. Il loro contributo confluirà nei lavori in corso.

https://agriculture.ec.europa.eu/news/strategic-dialogue-future-eu-agriculture-2nd-pleenary-meeting-2024-03-13_en?prefLang=it

BUONI PROGRESSI COMPIUTI NELLA VISIONE A LUNGO TERMINE PER LE ZONE RURALI DELL'UE

La Commissione europea ha appena pubblicato una relazione che illustra i buoni progressi compiuti finora nell'ambito della visione rurale a lungo termine dell'UE, mette in evidenza i risultati positivi conseguiti dal 2021 e presenta idee per i lavori futuri. La relazione delinea i progressi compiuti nell'ambito della "Visione a lungo termine per le zone rurali dell'UE" al fine di sostenere zone e comunità rurali più forti, più connesse, resilienti e prospere. Presenta 30 azioni in una serie di settori di intervento, di cui nove sono già state completate. Tra i principali risultati conseguiti finora dalla visione a lungo termine figurano: il lancio di una piattaforma di rilancio rurale per le zone che si trovano ad affrontare sfide demografiche ed economiche; l'avvio di 60 progetti di ricerca e innovazione rurale con un bilancio di 253 milioni di EUR che contribuiscono direttamente alle zone rurali; il sostegno all'attuazione di LEADER e all'orientamento di circa 150 comunità verso la creazione di piccoli comuni intelligenti attraverso attività di rete dedicate; lo stanziamento di un totale di 23,5 miliardi di EUR in sovvenzioni e prestiti per le zone scarsamente servite, nonché norme aggiornate in materia di aiuti di Stato per migliorare la connettività rurale; il miglioramento della pianificazione della mobilità rurale e del turismo attraverso una rete europea di mobilità rurale dedicata; la creazione del polo di consulenza per le comunità energetiche rurali,

che ha sostenuto 27 comunità energetiche rurali; il sostegno a quattro progetti specifici per contribuire allo sviluppo dell'economia sociale nelle zone rurali; l'aumento del numero di serie di dati disponibili per le zone rurali e l'accesso ai dati e alle analisi rurali pertinenti attraverso l'Osservatorio rurale dell'UE e la nuova pubblicazione "Rural Europe", migliorando le capacità di verifica rurale; il lancio del kit di strumenti per le zone rurali per agevolare l'accesso ai finanziamenti dell'UE per le zone rurali e combinare in modo ottimale i finanziamenti dell'UE per le zone rurali. La relazione sottolinea che un forte impegno a livello degli Stati membri, regionale e locale è essenziale per conseguire buoni risultati. A tale riguardo, il lancio del patto rurale nel 2021 è stato fondamentale, con un apposito organo di governance, una piattaforma collaborativa e un ufficio di sostegno che agevolano le interazioni e creano conoscenze per le comunità rurali. Mantenendo il suo impegno a favore dello sviluppo delle zone e delle comunità rurali dell'UE, nella relazione la Commissione individua le azioni del piano d'azione rurale dell'UE in cui sono necessari sforzi supplementari – e altre in cui è necessaria continuità – per conseguire gli obiettivi generali. E guarda al futuro: facendo il punto sul modo in cui la PAC e la politica di coesione per il periodo 2023-2027 hanno contribuito alla visione rurale, essa presenta idee e domande di riflessione su come rafforzare le politiche e i sostegni dell'UE in futuro.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_1727

LA COMMISSIONE EUROPEA RACCOMANDA AZIONI PER COMBATTERE LA CONTRAFFAZIONE E PROTEGGERE MEGLIO I DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE

La Commissione europea ha adottato oggi una raccomandazione per combattere la contraffazione, sia offline che online, e rafforzare il rispetto dei diritti di proprietà intellettuale (DPI). La raccomandazione, nota anche come pacchetto di strumenti dell'UE contro la contraffazione, mira a promuovere

re la collaborazione tra titolari dei diritti, fornitori di servizi e forze dell'ordine, incoraggiando al tempo stesso le migliori pratiche e l'uso di strumenti e tecnologie moderni. Consiste in iniziative strategiche per combattere la contraffazione e rafforzare l'applicazione dei diritti di proprietà intellettuale, definendo strumenti dedicati per aumentare la resilienza delle aziende e la capacità di proteggere meglio i propri beni immateriali, anche contro i furti informatici. Le azioni chiave proposte dalla Commissione nella sua raccomandazione includono: designare un punto di contatto unico per le questioni di tutela della proprietà intellettuale ed estendere l'uso degli strumenti esistenti, come il portale per la tutela della proprietà intellettuale messo a disposizione dall'Ufficio dell'UE per la proprietà intellettuale (EUIPO); incoraggiare i firmatari del Memorandum d'Intesa sulla vendita di beni contraffatti su Internet a ottenere lo status di "segnalatore attendibile" ai sensi del Digital Services Act, garantendo così che venga loro data priorità quando inviano eventuali notifiche di contenuti illegali; adattare le procedure per contrastare le nuove pratiche di contraffazione (anche sul web); promuovere l'uso della risoluzione alternativa delle controversie per tutti i contenziosi in materia di proprietà intellettuale; rivalutare e potenzialmente aumentare le sanzioni massime per i reati gravi in materia di proprietà intellettuale; conferire alle autorità di vigilanza del mercato il potere di individuare e combattere ulteriormente la contraffazione; sviluppare pratiche volte a uno stoccaggio e uno smaltimento delle merci contraffatte più rapido, economico ed ecologico; adattare le pratiche di proprietà intellettuale all'intelligenza artificiale e ai mondi virtuali, utilizzando la blockchain per la tracciabilità della catena di fornitura e sistemi di riconoscimento dei contenuti per rilevare contraffazioni e merci piratate; integrazione dei contenuti della proprietà intellettuale nei programmi di formazione e istruzione nazionali, in particolare per le forze dell'ordine e gli studi aziendali. Nella sua raccomandazione la CE propone altresì strumenti chiave rivolti alle PMI: un nuovo servizio chiamato "IP scan enforcement voucher"; un kit di strumenti per la prevenzione dei furti informatici (da

sviluppare); una lista di controllo con indicazioni su come le PMI possono utilizzare l'intelligenza artificiale senza compromettere le loro risorse immateriali (da sviluppare).

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_24_1551

13ESIMA CONFERENZA MINISTERIALE WTO: NESSUN ACCORDO SULL'AGRICOLTURA

Nonostante gli sforzi condotti dall'UE e da altri membri per trovare compromessi verso un accordo, il WTO non è riuscito a produrre un'intesa sull'avanzamento della riforma dell'agricoltura in occasione della 13a Conferenza Ministeriale (MC13) che si è conclusa nei giorni scorsi ad Abu Dhabi. Le divergenze tra i membri sono risultate troppo grandi per essere risolte. Questo fallimento incide negativamente soprattutto sui paesi più vulnerabili che contano maggiormente sul sistema commerciale multilaterale. Uno dei principali obiettivi dell'UE è la riforma delle sovvenzioni che incidono negativamente sugli scambi, attuate da molti paesi sviluppati e in via di sviluppo. L'Unione europea conferma il suo impegno a lavorare per raggiungere risultati equilibrati, inclusivi e realistici sulla riforma agricola in occasione della MC14 e resta impegnata a favore di un forte sistema commerciale multilaterale che soddisfi gli interessi degli agricoltori e contribuisca alla sicurezza alimentare globale.

https://agriculture.ec.europa.eu/news/wto-mc13-no-agreement-agriculture-2024-03-02_en

L'ACCORDO DI LIBERO SCAMBIO TRA UE E NUOVA ZELANDA ENTRERÀ IN VIGORE A MAGGIO

Il 1° maggio entrerà in vigore l'accordo di libero scambio tra la Nuova Zelanda e l'Unione europea. Nei giorni scorsi i parlamentari neozelandesi hanno votato a stragrande maggioranza a favore dell'accordo, consentendone l'entrata in vigore tra poco più di un mese. L'UE ha già completato il processo di ratifica e l'accordo è stato firmato dal Par-

lamento europeo e dal Consiglio. Una volta entrato in vigore, eliminerà, tra l'altro, tutti i dazi sulle principali esportazioni dell'UE verso la Nuova Zelanda, ivi inclusi quelli su vini e vini spumanti, e proteggerà quasi 2000 vini e spirits dell'UE oltre a 163 dei più rinomati prodotti agroalimentari (food) dell'Unione. Dal 1° maggio verranno altresì aboliti il 91% dei dazi sulle merci (inclusi vini) neozelandesi verso l'Unione europea (a regime la percentuale salirà al 97%).

<https://www.rnz.co.nz/news/business/512344/nz-eu-free-trade-agreement-to-come-into-force-in-may>

MODIFICHE AGLI ALLEGATI DELL'ACCORDO COMUNITÀ EUROPEA-CANADA SUL COMMERCIO DI VINI E BEVANDE SPIRITOSE

L'accordo tra la Comunità europea e il Canada sul commercio di vini e bevande spiritose è stato modificato dall'accordo economico e commerciale globale (CETA) tra il Canada, da una parte, e l'Unione europea e i suoi Stati membri, dall'altra, che si applica in via provvisoria dal 21 settembre 2017. Con due Decisioni della Commissione europea, pubblicate sulla GUUE del 1° marzo 2024, è stata conferita la facoltà al comitato misto, incaricato di mantenere i contatti tra le parti su tutte le questioni relative all'attuazione e al funzionamento dell'accordo, di adottare modifiche degli allegati di quest'ultimo. Nello specifico, le due Decisioni della CE danno il via libera all'approvazione della modifica degli allegati I (pratiche enologiche autorizzate), III a) (elenco delle Indicazioni Geografiche di vini dell'Unione che possono essere registrate in Canada come IGP), III b) (elenco delle IG di vini originari del Canada che possono essere protette nell'Unione) e VI (elenco organismi competenti), nonché dell'allegato IV a) (elenco IG delle bevande spiritose originarie dell'Unione che possono essere registrate in Canada come IGP di bevande spiritose).

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=OJ:C_202401750
https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=OJ:C_202401792

**UE-CILE: IL CONSIGLIO UE
 DÀ L'APPROVAZIONE DEFINITIVA
 ALL'ACCORDO COMMERCIALE
 BILATERALE**

Il Consiglio dell'UE ha adottato, in data 18 marzo 2024, la decisione relativa alla conclusione dell'accordo interinale sul commercio (iTA) tra l'Unione europea e il Cile. Questa decisione segna la fine del processo di ratifica interno all'UE e apre la strada all'entrata in vigore dell'accordo. Circa il 99,9% delle esportazioni dell'UE saranno esenti da dazi all'entrata in vigore dell'accordo, che dovrebbe aumentare le esportazioni dell'UE verso il Cile fino a 4,5 miliardi di euro. L'iTA richiede solo la ratifica da parte dell'UE e non dei singoli Stati membri. Pertanto, ora che il Consiglio ha convalidato l'iTA, esso potrà entrare in vigore non appena la parte cilena avrà completato il processo di ratifica interna.

<https://www.consilium.europa.eu/it/press/press-releases/2024/03/18/eu-chile-council-gives-final-endorsement-to-bilateral-trade-agreement/>

**VIA LIBERA DEGLI
 EURODEPUTATI
 AL RAFFORZAMENTO
 DEI LEGAMI COMMERCIALI
 CON IL KENYA**

Nei giorni scorsi gli eurodeputati hanno votato a favore dell'accordo di partenariato economico dell'UE con il Kenya, il principale hub economico dell'Africa orientale. Si tratta del primo accordo con un paese in via di sviluppo in cui si riflette il nuovo approccio dell'UE al commercio e allo sviluppo sostenibile. L'accordo comprende disposizioni vincolanti e applicabili sugli standard e sugli accordi internazionali su lavoro, parità di genere, clima e ambiente e impedisce ad entrambe le parti di abbassare gli standard lavorativi e ambientali. Tra i vantaggi introdotti dall'accordo, l'immediato accesso "duty-free" e "quota-free" delle merci del Kenya sul mercato UE, mentre il Kenya aprirà gradualmente il suo mercato alle esportazioni dell'Unione tenendo conto della sua condizione di sviluppo economico.

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20240223IPR18091/meps-green-light-bolstering-trade-ties-with-kenya>

**L'UE E LE FILIPPINE
 ANNUNCIANO LA RIPRESA
 DEI NEGOZIATI
 PER UN ACCORDO
 DI LIBERO SCAMBIO**

L'UE e le Filippine hanno annunciato ufficialmente la ripresa dei negoziati per un accordo di libero scambio (FTA) ambizioso, moderno ed equilibrato, con al centro la sostenibilità. Intese commerciali come questa rappresentano una pietra angolare della sicurezza economica dell'UE, poiché aprono nuove opportunità per imprese e consumatori, rafforzano le catene di approvvigionamento e promuovono pratiche commerciali sostenibili. Un accordo di libero scambio con le Filippine, un'economia in forte espansione di 115 milioni di persone nel cuore della regione strategicamente importante dell'Indo-Pacifico, costituirebbe quindi una preziosa integrazione alla rete di accordi commerciali dell'UE. L'UE mira a un accordo di libero scambio globale con le Filippine che includa un ambizioso accesso al mercato per beni, servizi, investimenti e appalti pubblici; la rimozione degli ostacoli al commercio digitale e al commercio di energia e materie prime, sostenendo così le transizioni digitale e verde; procedure sanitarie e fitosanitarie (SPS) rapide ed efficaci; sistemi alimentari sostenibili (SFS); la tutela dei diritti di proprietà intellettuale, comprese le Indicazioni Geografiche (IG) e norme solide e applicabili in materia di commercio e sviluppo sostenibile (TSD). L'UE e le Filippine effettueranno ora i rispettivi preparativi tecnici per il primo round dei negoziati, previsto entro la fine dell'anno.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_24_1504

**APERTE LE CANDIDATURE
 PER GLI EU ORGANIC
 AWARDS 2024**

Il bando per le candidature per la terza edizione degli EU Organic Awards è stato aperto nei giorni scorsi e lo sarà fino al 12 maggio 2024. Gli EU Organic Awards sono destinati a diverse figure di stakeholders lungo la catena del valore biologico che hanno creato progetti innovativi, sostenibili e stimolanti di successo e capaci di produrre un reale valore aggiunto per la produzione e il consumo di alimenti biologici. La cerimonia di premiazione è prevista per il 23 settembre 2024, in occasione della Giornata europea del biologico.

<https://agriculture.ec.europa.eu/news/apply-now-eu-organic-awards-2024-2024-03-04-en>

**LA COMMISSIONE
 EUROPEA INDICA
 IL PERCORSO DI
 TRANSIZIONE PER
 UN ECOSISTEMA
 INDUSTRIALE
 AGROALIMENTARE
 DELL'UE VERDE,
 DIGITALE E RESILIENTE**

La Commissione europea ha pubblicato oggi il percorso di transizione per l'ecosistema industriale agroalimentare, che si concentra sull'industria di trasformazione alimentare. Il percorso è stato co-creato dalla Commissione, dagli Stati membri e dagli stakeholder come le associazioni di settore e le ONG. Adottando un approccio basato sui sistemi alimentari, il percorso identifica sfide e opportunità specifiche per questa parte della catena del valore e propone azioni per potenziare il suo contributo a un sistema agroalimentare dell'UE competitivo, sostenibile, resiliente ed equo. Sottolinea che la competitività e la resilienza del sistema alimentare richiedono rendimenti equi per tutti gli attori della catena del valore, investimenti intelligenti nella sostenibilità per limitare l'inflazione alimentare, sostegno all'appello internazionale delle esportazioni agroalimentari dell'UE e implementazione di modelli di business circolari. Il percorso incoraggia gli stakeholder dell'industria ad

adottare il Codice di condotta dell'UE sul business alimentare responsabile e sulle pratiche di marketing, suggerendo al contempo azioni abilitanti per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità del medesimo Codice. Si propone inoltre di rafforzare la collaborazione tra diverse organizzazioni di sostegno alle imprese e di aumentare la consapevolezza delle opportunità di finanziamento nella ricerca e nell'innovazione, in particolare verso l'innovazione sostenibile. Inoltre, il documento pubblicato presenta le politiche e i programmi dell'UE che possono essere mobilitati per sostenere la transizione verso un ecosistema industriale agroalimentare dell'UE verde, digitale e resiliente, e invita anche le autorità nazionali e regionali a mobilitare le rispettive politiche in tale ambito. Il percorso di transizione dell'ecosistema industriale agroalimentare sarà lanciato nel corso della Open Food Conference che ha preso il via oggi. Per facilitare l'attuazione del percorso, la Commissione istituirà una piattaforma di supporto per gli stakeholder.

https://single-market-economy.ec.europa.eu/publications/transition-pathway-agri-food-industrial-ecosystem_en

LEGGE SUL MONITORAGGIO DEL SUOLO: GLI EURODEPUTATI DELLA COMMISSIONE AMBIENTE STABILISCONO MISURE PER RAGGIUNGERE SUOLI SANI ENTRO IL 2050

La Commissione per l'ambiente, la sanità pubblica e la sicurezza alimentare del Parlamento europeo ha adottato la sua relazione sulla proposta della CE per una legge sul monitoraggio del suolo, la prima legislazione UE dedicata al suolo. I deputati sostengono l'obiettivo generale di raggiungere suoli sani nell'UE entro il 2050, in linea con l'ambizione dell'UE "Inquinamento Zero" e la necessità di mettere in atto una definizione armonizzata di salute del suolo, nonché un quadro di monitoraggio completo e coerente per promuovere la gestione sostenibile del suolo e la bonifica dei siti contaminati. La nuova legge obbligherà i

paesi dell'UE a monitorare prima e a valutare poi lo stato di salute di tutti i suoli nei rispettivi territori. Per consentire a coloro che desiderano implementare sistemi di monitoraggio più completi, i deputati vogliono che i paesi dell'UE possano scegliere tra tre diversi livelli per la progettazione del monitoraggio con diversi descrittori e criteri di salute del suolo, con il "livello 1" che fornisce un insieme minimo di descrittori del suolo. I deputati vogliono che i paesi dell'UE migliorino lo stato ecologico del suolo come segue: entro dieci anni, i paesi devono migliorare i suoli gravemente degradati trasformandoli in suoli degradati ed entro sei anni i suoli degradati devono essere migliorati fino ad uno stato ecologico moderato e quelli con uno stato ecologico moderato devono essere migliorati ad un buono stato ecologico. Il testo sarà ora sottoposto a votazione nella prossima sessione plenaria (prevista per l'11 aprile) e costituirà la posizione del Parlamento in prima lettura. Il dossier sarà seguito dal nuovo Parlamento dopo le elezioni europee del 6-9 giugno.

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20240311IPR19204/soil-monitoring-law-meps-set-out-measures-to-achieve-healthy-soils-by-2050>

DIRITTI DEI CONSUMATORI: IN GIUE LA DIRETTIVA CHE DÀ PIÙ "POTERE" AI CONSUMATORI NELLA TRANSIZIONE VERDE

Sulla Gazzetta Ufficiale dell'UE odierna è stata pubblicata la direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che dovrebbe investire di maggiore potere i consumatori nella transizione verde, a fronte di una maggiore responsabilità attribuita agli operatori economici nel fornire informazioni chiare, pertinenti e affidabili. Le nuove norme rafforzeranno i diritti dei consumatori modificando la direttiva sulle pratiche commerciali sleali e la direttiva sui diritti dei consumatori, adattandole alla transizione verde e all'economia circolare. Tra le altre previsioni, la direttiva si propone di proteggere i consumatori da autodichiarazioni ambientali ingannevoli ("greenwashing"), tra cui dichiara-

zioni sleali sulla compensazione delle emissioni di CO₂. Il provvedimento normativo interviene anche a disciplinare l'utilizzo di marchi di sostenibilità, che promuovono un prodotto, un processo o un'impresa con riferimenti, ad esempio, alle sue caratteristiche ambientali e/o sociali, e devono essere garantiti da un sistema di certificazione se non stabiliti da autorità pubbliche. La direttiva è entrata in vigore il ventesimo giorno successivo alla sua pubblicazione.

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=OJ:L_202400825

GREEN CLAIMS: IL PARLAMENTO EUROPEO ADOTTA LA SUA POSIZIONE SULLA DIRETTIVA PER PROTEGGERE I CONSUMATORI CONTRO LE DICHIARAZIONI ECOLOGICHE INGANNEVOLI

Il Parlamento europeo ha adottato la sua posizione sull'istituzione di un sistema di verifica e di pre-approvazione per le dichiarazioni ambientali per contrastare l'uso di annunci ingannevoli. La direttiva sulle dichiarazioni ecologiche (in inglese green claims) obbligherebbe le aziende a presentare prove a sostegno delle loro dichiarazioni di marketing ambientale prima di poter pubblicizzare i prodotti con definizioni quali "biodegradabili", "meno inquinanti", "a risparmio idrico" o "a base di materie prime biologiche". I Paesi dell'UE sarebbero chiamati a identificare i responsabili di tali verifiche per passare al vaglio l'uso di tali reclami, proteggendo gli acquirenti da pubblicità infondata e ambigua. La direttiva, adottata in prima lettura con 467 voti favorevoli, 65 contrari e 74 astensioni, integra la norma europea, già adottata, che vieta il greenwashing (ambientalismo di facciata). Il Parlamento vuole che le dichiarazioni e le relative prove siano valutate entro 30 giorni, ma le dichiarazioni e i prodotti più semplici potrebbero beneficiare di una verifica più rapida o più semplice. Le microimprese non sarebbero coperte dalle nuove norme e le PMI beneficerebbero di un anno in più per conformarsi rispetto alle imprese più grandi. Le imprese che infrangeranno le regole potranno subire sanzioni,

propongono i deputati, come l'esclusione temporanea dalle gare d'appalto pubbliche, la perdita dei propri ricavi e ammende pari almeno al 4% del loro fatturato annuo. Le dichiarazioni ecologiche basate esclusivamente su sistemi di compensazione del carbonio dovrebbero essere vietate. Le imprese potrebbero, tuttavia, menzionare le azioni di rimozione e compensazione delle emissioni di carbonio (in inglese offset) nei loro annunci, solo se hanno già ridotto il più possibile le loro emissioni e utilizzano tali sistemi solo per le emissioni residue. I crediti di carbonio dovranno essere certificati, come quelli stabiliti nell'ambito del quadro di certificazione per la rimozione del carbonio. Il Parlamento ha inoltre proposto che le dichiarazioni verdi sui prodotti contenenti sostanze pericolose saranno permesse per il momento, e sarà la Commissione a valutare prossimamente se debbano essere vietate del tutto.

<https://www.europarl.europa.eu/news/it/press-room/20240308IPR19001/greenwashing-protuggere-i-consumatori-contro-le-dichiarazioni-ingannevoli>

STUDIO ARETÉ: IL SISTEMA AGROALIMENTARE UE DIPENDE DALLE IMPORTAZIONI DI ALCUNI FATTORI PRODUTTIVI ESSENZIALI

Areté, specialista nell'analisi di policy per l'agrifood, ha condotto per il Parlamento europeo uno studio, ora pubblico, sulla dipendenza del sistema agroalimentare UE dalle importazioni di alcuni fattori produttivi essenziali, tra cui soia e derivati, fertilizzanti fosforici e minerali ferrosi. Partnership strategiche con i Paesi terzi principali esportatori di materie prime, innovazione tecnologica per aumentare l'efficienza nell'uso dei fattori (come le tecnologie di evoluzione assistita - TEA), l'attento "dosaggio" delle misure PAC, vengono indicate come le principali soluzioni al problema.

[https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU\(2024\)747272](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU(2024)747272)

ATTUALITÀ

COME I NEOPROIBIZIONISTI SONO ARRIVATI A DARE FORMA ALLA POLITICA SULL'ALCOL

Nel gennaio 2023, l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) ha lanciato una notizia bomba: non esiste un "livello sicuro" di consumo di alcol. Negli ultimi cinque anni, l'OMS ha trattato il consumo leggero di alcol come una grave emergenza sanitaria pubblica. Sarebbe una priorità sorprendente per la principale organizzazione sanitaria mondiale, finché una lettura più attenta dei documenti politici prodotti non rivela con chi sta collaborando: i cosiddetti gruppi per la temperanza, che di recente hanno trovato un modo per introdurre politiche di astinenza nell'arena sanitaria globale e che, sovente, hanno una visione del mondo piuttosto semplice: non ci sono artigiani, piccoli produttori o vigneron legati alla terra e alla storia. Esiste solo "Big Alcohol" che usa parole propagandistiche come "moderazione" e "artigianale" per nascondere la sua vera natura e che è un alleato di "Big Tobacco". Un articolo di Felicity Carter, pubblicato sulla testata Wine Business, punta l'attenzione alle dinamiche del movimento neoproibizionista che, oltre a contribuire a dettare l'agenda dell'OMS, esercita pressioni sulle autorità sanitarie dei diversi Paesi, orientandole verso l'adozione di linee guida e sistemi di tassazione molto restrittivi e onerosi.

<https://www.winebusiness.com/wbm/article/284944>

LE REGIONI EUROPEE DEL VINO CHIEDONO UN'AZIONE URGENTE PER RISPONDERE ALLE SFIDE DELLA VITICOLTURA EUROPEA

Alla vigilia dell'incontro di alto profilo al ProWein (Düsseldorf), l'Assemblea delle Regioni vitivinicole europee (AREV) ha espresso la sua profonda preoccupazione per le tristi prospettive del settore. Le recenti manifestazioni non hanno portato ad alcun

impegno concreto e l'AREV chiede con urgenza una sensibilizzazione e un'azione da parte dei prossimi europarlamentari. È chiaro che la viticoltura europea si trova a un bivio critico e l'AREV esorta i futuri rappresentanti del Parlamento a non trascurare l'importanza di questo settore nei loro discorsi e nelle loro agende politiche. A meno di 100 giorni dal rinnovo del Parlamento, le Regioni vitivinicole europee esigono che i partiti politici rispettino gli impegni assunti nei confronti della viticoltura, chiedendo una reale volontà politica di invertire la situazione. La preoccupazione dell'AREV si estende anche al calo dei consumi di alcuni segmenti di vino e all'impatto devastante del cambiamento climatico sui vigneti. L'Assemblea sostiene soluzioni che adattino la produzione a queste sfide, promuovendo una stretta collaborazione tra Regioni, Paesi e Commissione europea. Invece di cercare i colpevoli, l'AREV ritiene necessario un approccio comune per trovare soluzioni sostenibili. In questo periodo pre-elettorale, invita infine a una mobilitazione senza precedenti degli attori politici e professionali, chiedendo di lavorare insieme alla ricerca di soluzioni efficaci per garantire un futuro sostenibile alla viticoltura europea.

<https://www.arev.org/en-visperas-de-prowein-la-arev-llama-a-la-accion-urgente-para-afrontar-los-desafios-de-la-viticultura-europea/?lang=it>

L'OIV ACCETTATA COME MEMBRO OSSERVATORE DELL'UNCTAD

In occasione della 75a Sessione Esecutiva della Conferenza delle Nazioni Unite sul Commercio e lo Sviluppo (UNCTAD), che si è svolta a Ginevra dal 12 al 14 febbraio 2024, l'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV) ha ottenuto lo status di osservatore presso l'UNCTAD. L'UNCTAD, composta da 195 paesi, è il punto focale delle Nazioni Unite per il commercio e lo sviluppo e per le questioni correlate nei settori della finanza, della tecnologia, degli investimenti e dello sviluppo sostenibile. Il suo obiettivo è aiutare i paesi in via di sviluppo, in particolare quelli meno

sviluppati e i paesi con economie in transizione, a integrarsi positivamente nell'economia globale. Cerca inoltre di aiutare la comunità internazionale a promuovere un partenariato globale per lo sviluppo, ad aumentare la coerenza nella formulazione delle politiche economiche globali e ad assicurare vantaggi in termini di sviluppo per tutti derivanti dal commercio. Una prima collaborazione con l'UNCTAD è già stata avviata nell'ottobre 2023 durante il Vine and Wine World Trade Forum organizzato dall'OIV, per affrontare la questione delle misure non tariffarie nel settore vitivinicolo. È stata l'occasione per presentare l'importante lavoro dell'UNCTAD attraverso il suo database sulle normative commerciali nei diversi paesi membri di questa organizzazione.

<https://www.oiv.int/index.php/press/oiv-accepted-observer-member-unctad>

100 ANNI DI OIV: RIFLETTORI SUL RUOLO DELLE DONNE NEL MONDO DELLA VITE E DEL VINO

Quest'anno il tema della campagna per la Giornata Internazionale della Donna è "Inspire Inclusion". Ciò significa commemorare la diversità e l'empowerment in tutti gli ambiti in cui è possibile includere il settore del vino. In questa occasione, e nel contesto delle celebrazioni del suo centenario, l'OIV ha chiesto a tre personalità femminili, il cui contributo al settore vitivinicolo e all'Organizzazione è stato fondamentale, di condividere la loro visione e le loro storie personali.

<https://www.oiv.int/press/100-years-oiv-spotlighting-womens-role-vine-and-wine-world>

LE 12 RISOLUZIONI NEL CENTENARIO DELL'OIV: DEFINIZIONE DI "TERROIR"

L'OIV festeggia i suoi 100 anni mettendo in evidenza 12 risoluzioni, una ogni mese, poste a fondamento dell'attività che svolge al servizio del settore vitivinicolo. È dunque la volta della definizione di "Terroir": una pietra miliare nella storia delle risoluzioni dell'Organizzazione. Il "terroir" vitivi-

nicolo è un concetto che si riferisce ad un'area in cui si sviluppa la conoscenza collettiva delle interazioni tra l'ambiente fisico e biologico identificabile e le pratiche vitivinicole applicate, da cui scaturiscono caratteristiche distintive dei prodotti originari di tale area. Il "terroir" comprende specifici suoli, topografia, clima, caratteristiche del paesaggio e caratteristiche della biodiversità.

<https://www.oiv.int/press/12-months-12-resolutions-definition-terroir>

LA SFIDA DEI DIRITTI UMANI NELLA FILIERA DEL VINO. LE CERTIFICAZIONI DI SOSTENIBILITÀ, COME EQUALITAS, POSSONO AIUTARE LE AZIENDE AD ADOTTARE PRATICHE CORRETTE ANCHE NELLA GESTIONE DEI RAPPORTI DI LAVORO

È tempo di esaminare attentamente le significative questioni lavorative che il settore vitivinicolo deve affrontare ed esplorare le misure preliminari adottate per mitigarle. Con questo incipit si apre un articolo pubblicato dalla testata SevenFiftyDaily che prende spunto da quello che, probabilmente, ha rappresentato un momento di svolta nell'attenzione dei media, e dunque una presa di coscienza del comparto vino, ai diritti dei lavoratori: le condizioni abitative estremamente precarie e i tragici eventi succedutisi l'anno scorso durante la vendemmia in Champagne, che hanno destato scalpore anche perché hanno visto il coinvolgimento di grandi maison della denominazione francese. Al ricorso ad agenzie esterne fornitrici delle prestazioni di lavoro viene imputata una buona quota di responsabilità nel verificarsi di queste drammatiche situazioni. Soprattutto i migranti, essenziali per le campagne vendemmiali, spesso incontrano condizioni di lavoro e abitative, nonché modalità di pagamento, che sono nettamente diverse da quanto era stato loro promesso o inizialmente concordato. Per valutare singole iniziative a tutela dei diritti dei lavoratori, adottare parametri di riferimento delle prestazioni e migliorare le proprie pratiche, alcune

aziende vinicole si rivolgono a certificazioni che adottano un approccio globale alla sostenibilità sociale e ambientale. Tra queste, nell'articolo viene citato lo standard italiano Equalitas (rivolto specificamente al settore vitivinicolo) lanciato nel 2015, che ha "guadagnato notevole popolarità negli ultimi anni".

<https://daily.sevenfifty.com/the-wine-industrys-human-rights-challenge/>

IL DOCUMENTARIO "SEEDING THE FUTURE" AFFRONTA IL PROFONDO IMPATTO DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI SUL SETTORE VINO

L'organizzazione della comunità globale del vino Porto Protocol, ha annunciato il lancio del suo secondo documentario, intitolato "Seeding the Future". L'innovativo film fa luce sul profondo impatto del cambiamento climatico sui viticoltori di tutto il mondo, presentando testimonianze di leader del settore e mostrando le migliori pratiche implementate per mitigarne gli effetti. "Seeding the Future" sarà disponibile in streaming su YouTube. Uno dei temi chiave del documentario è il valore della collaborazione all'interno del settore. Il Protocollo di Porto svolge un ruolo fondamentale nel promuovere questa collaborazione, fungendo da forza unificante che riunisce viticoltori, aziende vinicole e altri stakeholder interessati, impegnati ad affrontare collettivamente le sfide del cambiamento climatico.

<https://www.winebusiness.com/news/article/284182>

ORIGIN MONDO E FAO PUBBLICANO UNA "ROADMAP" PER MIGLIORARE LA SOSTENIBILITÀ DEI SISTEMI I.G.

L'evoluzione dei valori "sociali", la percezione dei consumatori e le normative commerciali stanno spingendo tutti i settori economici a ripensare il proprio modello di business, per poter continuare a generare valore, tenendo conto allo stesso tempo di obiettivi so-

ciali e ambientali. In questo contesto, la sostenibilità è certamente uno dei temi cruciali dei nostri tempi. Questo cambiamento di paradigma rappresenta sia una sfida che un'opportunità per le IG. Per aiutare i gruppi e le organizzazioni delle IG ad affrontare le questioni emergenti della sostenibilità, dal 2016 OriGIn Mondo collabora con l'Organizzazione per l'Alimentazione e l'Agricoltura (FAO) delle Nazioni Unite per sviluppare una "Strategia di sostenibilità per le Indicazioni Geografiche". In questo ambito, si colloca il lancio della pubblicazione: "Developing a roadmap towards increased sustainability in geographical indication systems - Practical guidelines for producer organizations to identify priorities, assess performance and improve the sustainability of their geographical indication systems". La guida e il toolkit forniscono alle organizzazioni che desiderano intraprendere un percorso di sostenibilità una metodologia pratica per: dare priorità ai temi economici, sociali, ambientali e di governance locali da affrontare; valutare la performance attuale nelle priorità identificate attraverso una serie di indicatori e migliorare le performance attraverso iniziative mirate, in partnership con potenziali alleati. Tali strumenti pratici potrebbero rivelarsi utili ai gruppi IG di tutto il mondo nelle diverse fasi del loro percorso verso la sostenibilità. Possono essere utilizzati per elaborare la propria roadmap di sostenibilità o semplicemente per confrontare e valutare la propria strategia attuale, attraverso un processo partecipativo e inclusivo che coinvolge gli stakeholder rilevanti nelle diverse aree geografiche.

<https://www.fao.org/3/cc9122en/cc9122en.pdf>

IL CEEV RIBADISCE IL SUO SOSTEGNO AD UNA LEGGE EUROPEA SUL MONITORAGGIO DEL SUOLO, ADATTATA ALLE SPECIFICITÀ LOCALI, PRIMA DEL VOTO DEL PARLAMENTO EUROPEO

In vista del voto in Commissione Ambiente del Parlamento europeo l'11 marzo, il Comité Vins (CEEV) ha ricordato il suo sostegno alla proposta del-

la Commissione per una legge europea sul monitoraggio del suolo e sulla resilienza. CEEV ritiene la sua adozione un primo passo necessario verso una migliore protezione e rigenerazione del suolo dei vigneti in Europa. Sarà necessaria, tuttavia, maggiore ambizione per avere un impatto reale a lungo termine. La gestione del suolo nei vigneti - sottolinea il CEEV - è stata e rimane una priorità per il settore e si dovrebbero continuare a promuovere pratiche agricole sostenibili per ripristinare e mantenere il suolo dei vigneti in uno stato sano. Consentire ai distretti del suolo di seguire la governance nazionale o regionale esistente, nonché adottare misure di gestione del suolo per accogliere le differenze geografiche e climatiche di utilizzo del suolo, riflette la necessità di tenere conto delle specificità locali per un'efficace protezione e rigenerazione del suolo.

<https://www.ceev.eu/newsletter/ceev-recalls-its-support-for-an-eu-soil-monitoring-law-ahead-of-european-parliaments-vote/>

ANNUNCIATO UN SOSTITUTO DEL GLIFOSATO PER IL 2028

La Bayer sta lavorando allo sviluppo di un sostituto del glifosato. Lo ha dichiarato il capo del gruppo chimico tedesco Bill Anderson in un'intervista a un giornale tedesco. "Stiamo testando questa nuova sostanza su piante vere, - ha riferito Anderson. - Si tratta della prima innovazione rivoluzionaria in questo campo in trent'anni. Il nostro obiettivo è portare questo nuovo prodotto sul mercato nel 2028, quindi tra quattro anni". La Bayer è alle prese con una serie di cause legali negli Stati Uniti legate ai presunti effetti cancerogeni dell'erbicida prodotto dalla Monsanto. A fine gennaio restavano da liquidare 54.000 pratiche su un totale di 167.000 richieste registrate. Il gruppo chimico intende dunque accelerare la risoluzione delle controversie legate all'erbicida.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101472-un-substitut-au-glyphosate-annonce-pour-2028.html>

UNA NUOVA GENERAZIONE DI DONNE ALLA GUIDA DI STORICHE AZIENDE VINICOLE ITALIANE

È un ritratto efficace quello abbozzato dalla testata Wine Enthusiast, che dedica ampio spazio ad alcune rappresentanti della nuova generazione femminile alla guida di storiche aziende vinicole italiane. Un'immagine positiva che testimonia i passi in avanti compiuti dal settore enoico del Belpaese, nel quale in passato la figura femminile veniva spesso relegata a ricoprire perlopiù ruoli di marketing.

<https://www.wineenthusiast.com/culture/travel/italian-women-in-wine/>

65 PARLAMENTARI FRANCESI SOSTENGONO IL DIVIETO DI "FRANCESIZZAZIONE" DEI VINI SPAGNOLI

Accusata di ingannare il consumatore, l'etichettatura "produit en France" per un vino straniero prodotto esclusivamente sul territorio francese è nel mirino del Parlamento. Un deputato Aurélien Lopez-Liguori del Rassemblement National ha avanzato una proposta di risoluzione europea volta a lottare contro la francesizzazione dei vini stranieri, firmata da altri 64 parlamentari (principalmente del Rassemblement National e di partiti affini). Deferita ora alla commissione per gli affari europei di Palais Bourbon, questa proposta chiede l'abrogazione delle norme che consentono la francesizzazione dei vini spumanti stranieri e l'intensificazione della lotta contro le frodi in materia di etichettatura. La proposta di risoluzione precisa che "una delle cause principali di questa crisi [vinicola] è la concorrenza sleale dei vini stranieri, e in particolare dei vini spagnoli. Poco costosi per l'acquirente, occupano gli scaffali dei nostri negozi, a volte senza presentarsi così come sono" con nel mirino la "pratica spesso menzionata dai viticoltori di etichettare "produit en France" i vini trasformati che non hanno come ultima tappa quella francese di produzione (la seconda fermentazione)", ma è simile ai vini "produits de France"

(produzione e lavorazione delle uve sul territorio francese). "Il consumatore non riesce a distinguere facilmente le due tipologie di vino, e i viticoltori francesi si trovano in concorrenza con vini prodotti soprattutto all'estero e meno costosi" sottolineano i 65 deputati. "Considerata la concorrenza sleale cui devono far fronte i viticoltori, in particolare attraverso l'etichettatura ingannevole di vini di origine estera presentati come prodotti in Francia", chiedono alla Commissione europea di abrogare l'articolo 45 del regolamento delegato 2019/33 sulla tutela dei vini a Indicazione Geografica per eliminare "l'eccezione relativa all'etichettatura dei vini spumanti, che consente ad esempio ai vini spagnoli di spacciarsi per francesi". Una proposta che sicuramente non piacerà ai produttori francesi di questi spumanti ottenuti da base vini spagnoli e italiani.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101598-65-deputes-pour-linterdiction-de-la-francisation-de-vins-espagnols-par-prise-de-mousse.html>

LO CHAMPAGNE VINCE UNA CAUSA STORICA PRESSO L'ALTA CORTE CINESE

Il Comité Champagne ha ottenuto di recente una storica vittoria legale presso l'Alta Corte di Pechino, diventando la prima denominazione straniera a ottenere lo status di "marchio ben noto" in Cina. L'Alta Corte cinese si è pronunciata a favore del Comité Champagne in merito ad una causa contro un produttore cinese e un distributore di profumi venduti con il nome "Champagne Life". Il tribunale ha ordinato alle due società di interrompere tutta la produzione, vendita e distribuzione dei profumi e il Comité Champagne ha ricevuto quasi 30.000 euro di danni. L'Alta Corte di Pechino ha inoltre confermato che allo Champagne è stato concesso lo status di "marchio ben noto" in Cina. Questo status, riservato a pochissimi nomi, garantisce un'ampia protezione, anche in caratteri cinesi, contro qualsiasi uso fraudolento del nome Champagne, per qualsiasi prodotto. Champagne è la prima denominazione straniera ad ottenere questo riconoscimento. Pri-

ma della sentenza, beneficiava dello status di Indicazione Geografica (IG) in Cina dal 2013. Tuttavia, lo status IG protegge la regione solo da altri vini che utilizzano quel nome. Il nuovo status di "marchio ben noto" impedisce che qualsiasi prodotto e servizio, anche quelli non legati al vino, venga etichettato e commercializzato con il nome Champagne.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2024/03/champagne-wins-landmark-protection-case-in-china-high-court/>

UN'OCCASIONE "UNICA" PER SPERIMENTARE NUOVE SOLUZIONI VOLTE A CONTRASTARE IL DEPERIMENTO DEI VIGNETI

Nell'ambito del Piano nazionale contro il deperimento del vigneto (PNDV), il Comité national des interprofessions de vins à appellation d'origine et à indication géographique (CNIV) lancia la prima iniziativa del suo "percorso di innovazione". "Questo percorso mira a promuovere lo sviluppo di soluzioni destinate ad essere commercializzate, con il sostegno di attori pubblici o privati di qualsiasi settore di attività, al fine di trovare nuovi mezzi per combattere i rischi climatici, gli agenti patogeni o la riduzione dei rendimenti" precisa il CNIV. Da settembre consentirà alle aziende di contattare i primi clienti viticoltori per sviluppare le loro innovazioni. Il CNIV immagina, ad esempio, di supportare un'azienda che sviluppa una soluzione per selezionare le piante utilizzando l'imaging in base alla qualità dell'innesto, o un'azienda che desidera testare uno strumento per il monitoraggio istantaneo dei flussi di linfa e dello stress idrico nella pianta di vite. Il CNIV offre ai candidati selezionati l'accesso ad una vasta rete di appezzamenti sperimentali in diverse zone vitivinicole, la messa a disposizione di tecnici ed esperti, l'orientamento verso opportunità di finanziamento e il sostegno alla commercializzazione. Le candidature dovranno essere presentate online, sul sito del PNDV, entro il 31 maggio 2024. I responsabili del progetto saranno intervistati da una giuria di esperti del

settore vitivinicolo tra giugno e luglio 2024. Verranno selezionati da cinque a dieci candidati.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101360-une-occasion-unique-de-tester-de-nouveaux-moyens-de-lutte-contre-le-deperissement-du-vignoble.html>

PER SALVARE IL VIGNETO BORDOLESE, UN COLLETTIVO DI VIGNAIOLI PROPONE DI DIVIDERE LA DENOMINAZIONE BORDEAUX IN AOC CRU BORDEAUX E IGP BORDEAUX ATLANTIQUE

Il Collectif de Défense Viti 33, riunito di recente in assemblea, propone "un'evoluzione immediata dell'Offerta Bordeaux a partire dalla vendemmia 2024 (in bianco, rosato e rosso)" con la creazione di un "AOC Cru Bordeaux e Cru Bordeaux Supérieur che ci permette di mantenere ciò che funziona, migliorarlo e rafforzarlo consentendo un periodo di adattamento" e un "IGP Bordeaux Atlantique, pur mantenendo l'ambito geografico dell'AOC, decisamente innovativo sui vitigni, sui tipi di vino, sui metodi di coltivazione (rosso fresco, succoso, da vitigni resistenti, riduzione dei trattamenti, ecc.)". Il Collettivo Viti 33 precisa che questi nomi di AOP e IGP sono semplici proposte per avviare il dibattito, "ma devono imperativamente preservare l'identità bordolese". Mentre l'Organisme de Défense et de Gestion des AOC Bordeaux et Bordeaux Supérieur sta valutando la possibilità di rivedere i suoi disciplinari, il Collettivo Viti 33 propone dunque una soluzione radicale per porre fine alla schizofrenia delle denominazioni regionali che oscillano tra disciplinari restrittivi della produzione e dei volumi, difficili da valutare nel loro insieme sul mercato. L'approccio del Collettivo Viti 33 "dovrebbe consentire un rapido ritorno alla redditività delle aziende agricole attraverso rese più elevate in IGP, per soddisfare le aspettative degli operatori di marketing in termini di prezzi e prodotti per l'intero settore. Ciò consentirebbe anche a tutta Bordeaux di affermarsi in termini di discussione e innovazione, pur conservando il nostro know-how riconosciuto a livel-

lo mondiale". Altro tema sollevato dal gruppo di vignaioli bordolesi: "ottenere un prezzo minimo per il nostro vino, una forma di compensazione per le pretese che ci vengono imposte". Il "think tank" immagina "la creazione di un'organizzazione di produttori (OP) come strumento di regolamentazione e commercializzazione, autorizzando accordi sui prezzi al suo interno, l'unico quadro normativo che consente la creazione di prezzi minimi."

<https://www.vitisphere.com/actualite-101364-pour-sauver-le-vignoble-ils-veulent-le-scinder-en-aoc-cru-bordeaux-et-igp-bordeaux-atlantique.html>

LA TEORIA DEL COMLOTTO DI ADDICTIONS FRANCE SOTTOLINEA LA "STRATEGIA DI VITTIMIZZAZIONE" DEL SETTORE VINO NEL DENUNCIARE LE PROPRIE DIFFICOLTÀ

Una nuova forma di teoria della cospirazione sta prendendo piede nella lobby anti-alcol incarnata in Francia da entità associative come Addictions France: le difficoltà commerciali ed economiche del settore vino non sarebbero altro che grida oltraggiose lanciate da una lobby dell'alcol che ha bisogno di staffette parlamentari. La strategia poggerrebbe su due pilastri fondamentali: minimizzare gli effetti negativi sulla salute legati al suo consumo e sfruttare la crisi del vino - tra difficoltà climatiche (gelate, grandine, siccità, malattie del vigneto), geopolitiche (covid, dazi Trump, inchieste cinesi), economiche (inflazione dei costi, deflazione dei prezzi) e sociale (deconsumo di vino rosso, generazioni più giovani che consumano meno) - a proprio vantaggio. "Ci siamo abituati a vedere ogni anno queste logore pubblicazioni giocare la carta della denigrazione, con un sacco di scorciatoie, calunnie e semplificazioni eccessive per spiegare che le nostre organizzazioni sono per natura colpevoli e pericolose" reagisce Krystal Lepresle, delegata generale di Vin Et Société, sottolineando che "il report 2023 (di Addictions France, ndr) pubblicato pochi giorni fa va un po' oltre. Questa

volta accusa l'industria del vino del peggiore cinismo, accusandola di aver inscenato una crisi che non esiste o che, come minimo, bisognerebbe ridimensionare, per difendere i propri interessi e ottenere arbitrati favorevoli."

<https://www.vitisphere.com/actualite-101438-les-hygienistes-font-de-la-crise-viticole-une-simple-technique-de-lobbying.html>

<https://www.linkedin.com/pulse/cynisme-daddictions-france-la-crise-viticole-est-une-%C3%A9alit%C3%A9-krystal-82qfc/>

ALCOLICI E PUBBLICITÀ, IL BELGIO PROPONE STRETTA LEGISLATIVA

Giunge dal Belgio un'iniziativa legislativa di fortissima restrizione alla pubblicità e alla comunicazione sulle bevande alcoliche, passata un po' in sordina fino ad oggi, e che, negli effetti e nell'impostazione, sembra andare ben oltre gli "health warnings" introdotti dall'Irlanda nei mesi scorsi, comunque limitati alle etichette. E che arriva direttamente dal "cuore" dell'Unione europea. Da quanto riporta la testata WineNews, infatti, il Regno del Belgio ha notificato il 19 gennaio scorso alla Commissione europea nel quadro della cosiddetta procedura Tris, il Regio decreto sulla pubblicità delle bevande contenenti alcool (2024/0032/BE). Che, in breve, vede la autorità belghe voler vietare la pubblicità di bevande alcoliche (tutte quelle con una percentuale di alcol superiore allo 0,5%) su tutti i mezzi di comunicazione, fisici e digitali, destinate principalmente ai minori. Ma anche la distribuzione gratuita di bevande alcoliche a fini promozionali o nei ricevimenti, fatta eccezione per le degustazioni. Più in dettaglio, la volontà sarebbe quella di vietare la pubblicità sulle bevande contenenti alcol nei 5 minuti precedenti e successivi ad un programma rivolto principalmente a minorenni, su giornali e periodici rivolti soprattutto ai minori, così come per i film al cinema e sui media digitali rivolti principalmente agli under 18. Ma non solo: il Governo del Belgio vuole introdurre un messaggio di avvertenza sanitaria nella pubblicità di bevande alcoliche,

prescrivendo che solo il messaggio che sarà individuato dal Ministero della Salute belga potrà essere utilizzato. Un'iniziativa destinata nuovamente a far discutere.

https://winenews.it/italcol-e-pubblica-il-belgio-propone-stretta-che-andrebbe-ben-oltre-gli-health-warnings-irlandesi_521917/

LA RIOJA LANCIA UN "EDUCATIONAL CAMP"

Un nuovo programma di formazione nel cuore de La Rioja è stato istituito dalla DOC per i principali professionisti del vino di tutto il mondo. Il "Rioja Camp" è un programma educativo di quattro giorni composto da seminari, degustazioni, cene e visite ai vigneti per contribuire a promuovere la diversità della regione. Tutti i professionisti avranno la possibilità di acquisire una comprensione più profonda de La Rioja e aumentare le loro connessioni in ambito commerciale. I partecipanti riceveranno inoltre un certificato al termine del programma. Guidato dalla Rioja Wine Academy, il principale fornitore di formazione sul vino nella regione, il Rioja Camp si svolgerà tre volte nel 2024 a maggio, luglio e novembre, con un totale di 75 spazi aperti ai professionisti del vino a livello globale.

https://harpers.co.uk/news/fullstory.php/aid/32501/Rioja_launches_educational_camp.html

IL GOVERNO SPAGNOLO INTENDE RIDURRE GLI ORARI DI APERTURA DEI RISTORANTI

Il Governo spagnolo ha annunciato l'intenzione di imporre la settimana lavorativa di 35 ore, per allinearsi al resto d'Europa e ridurre gli orari di apertura dei ristoranti. Bar e ristoranti in Spagna spesso restano aperti oltre l'una di notte, una consuetudine che Yolanda Díaz, vice primo ministro e ministro del Lavoro, ha descritto come "follia". I produttori spagnoli di bevande sperano che la riduzione dell'orario di lavoro nel settore alberghiero non danneggi le entrate nazionali. Per molti turisti, soprattutto quelli prove-

nienti dalla Gran Bretagna, gli orari di chiusura della Spagna rappresentano un punto di differenza positivo rispetto ad altre destinazioni.

https://harpers.co.uk/news/fullstory.php/aid/32539/Spanish_government_to_reduce_restaurant_opening_hours.html

LA GERMANIA CHIEDE CHE SIA CONSENTITA LA CERTIFICAZIONE BIOLOGICA PER IL VINO DEALCOLATO

Il Governo tedesco ha chiesto alla Commissione europea di consentire ai vini dealcolati prodotti biologicamente di utilizzare la certificazione biologica. Cem Özdemir, Ministro federale tedesco dell'Alimentazione e dell'Agricoltura, ha motivato tale richiesta come risposta al crescente approccio dei consumatori verso i vini analcolici. "Per me, - ha affermato il Ministro - anche un buon bicchiere di vino fa parte della qualità della vita. Sempre più persone ogni tanto vogliono godersi il vino senza alcol e questa non è certo una brutta notizia. Se vuoi bere vino analcolico, dovresti poterlo fare anche in qualità biologica". "Tuttavia, - ha aggiunto - la dealcolazione non è ancora consentita nelle normative sul biologico - (...) Dovremmo cambiare la situazione rapidamente." "Sto quindi conducendo una campagna a Bruxelles e con i colleghi degli Stati membri per un adattamento contemporaneo e mirato del regolamento sul biologico. Questo passo apre le porte a un ulteriore mercato in crescita, è nello spirito della viticoltura tedesca e quindi la rafforza in modo sostenibile". Una fonte della Commissione europea ha chiarito le regole sulla questione alla testata The Drinks Business: "Le regole biologiche relative al vino sono molto specifiche e non sono le stesse che valgono per gli alimenti trasformati; l'elenco delle pratiche enologiche autorizzate e vietate è riportato nel Regolamento (UE) 2018/848 e tale elenco non autorizza attualmente l'uso della distillazione sottovuoto. Pertanto, la distillazione sottovuoto deve essere autorizzata per la dealcolazione del vino biologico, per poter etichettare il prodotto finale con la denominazione 'vino biologico dealcoliz-

zato'." La distillazione sottovuoto è un metodo che prevede il riscaldamento di un vino sottovuoto per vaporizzare l'alcol, consentendone in tal modo la rimozione. Tuttavia, il portavoce ha suggerito che una modifica alle norme attuali potrebbe essere in arrivo molto presto: "Per affrontare la questione, su richiesta della Germania nel 2023, i servizi della Commissione hanno iniziato a valutare la possibilità di autorizzare la distillazione sottovuoto per la produzione biologica dei prodotti del settore vitivinicolo". Pertanto, dopo i necessari pareri tecnici degli esperti, la Commissione potrebbe proporre quest'anno un atto delegato, per modificare il regolamento biologico dell'UE e autorizzare tale pratica. Il portavoce tiene in ogni caso a precisare che "le discussioni sono ancora in corso e non possiamo presumere quale sarà la posizione di ciascuno Stato membro sulla possibilità di avere vino dealcolizzato biologico utilizzando la distillazione sottovuoto".

<https://www.thedrinksbusiness.com/2024/03/germany-calls-for-organic-certification-to-be-allowed-for-dealcoholised-wine/>

BILANCIO UK 2024: IL CONGELAMENTO DELLE ACCISE SUGLI ALCOLICI OFFRE QUALCHE SOLLIEVO

Il Cancelliere dello Scacchiere Jeremy Hunt ha presentato ieri il Budget UK, offrendo un po' di sollievo alle aziende produttrici di bevande in difficoltà con l'annuncio del congelamento delle imposte sugli alcolici. Hunt ha affermato di aver "ascoltato attentamente" i parlamentari e i rappresentanti del settore delle bevande e che ora estenderà il congelamento delle imposte sugli alcolici fino a febbraio 2025. L'alcohol duty freeze avrebbe dovuto terminare ad agosto, ma è stato dunque esteso a febbraio del prossimo anno. La mossa è stata accolta con favore dal Ceo della Wine and Spirit Trade Association, Miles Beale, sebbene ritenga che i benefici di un congelamento saranno di breve durata per le imprese vinicole. A confermare quest'ultimo timore, l'annuncio del Segretario dello Scacchiere, in un dibattito a Westminster Hall, che ha confermato le costose

modifiche burocratiche alle imposte sul vino: a partire dal prossimo febbraio 2025, infatti, l'unico importo di imposta pagata sui vini tra 11,5 e 14,5% vol. - attualmente £ 2,67 - sarà sostituito con fino a 30 diversi importi pagabili da £ 2,45 a £ 3,10 per bottiglia. Steve Finlan, CEO della Wine Society, si è invece detto "deluso" dal fatto che il Governo "non abbia ascoltato il business". La notizia è arrivata in un contesto di elevate pressioni inflazionistiche; secondo i dati ONS di gennaio 2024, il prezzo medio di una bottiglia di vino rosso è aumentato dell'8% rispetto allo scorso anno.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2024/03/budget-2024-duty-freeze-offers-some-relief-for-drinks-firms/>

<https://wsta.co.uk/press-release/the-uks-wine-and-spirit-sector-breathes-sigh-of-relief-at-a-freeze-to-alcohol-duty-after-disastrous-tax-hikes/>

IL PIÙ GRANDE WINE RETAILER DEL REGNO UNITO ADERISCE ALLA SUSTAINABLE WINE ROUNDTABLE (SWR)

Majestic, il più grande retailer britannico specializzato in vino, ha aderito alla Sustainable Wine Roundtable (SWR) per accelerare la sua agenda verde puntando a zero emissioni nette entro il 2050. La SWR è una coalizione di oltre 100 aziende, istituzioni accademiche e organizzazioni non governative di tutto il mondo con associati che abbracciano l'intera catena del valore. In qualità di membro della SWR, Majestic condividerà e scambierà idee con produttori, distributori, retailer, partner logistici e ricercatori, in settori quali imballaggio, peso delle bottiglie, standard di lavoro, logistica a basse emissioni di carbonio e chimica dei vigneti. Il retailer aderisce alla SWR con effetto immediato, avendo già implementato diverse iniziative sostenibili tra cui l'introduzione di furgoni completamente elettrici e il lancio del primo programma di riciclaggio del sughero del Regno Unito.

https://harpers.co.uk/news/fullstory.php/aid/32540/Majestic_joins_Sustainable_Wine_Roundtable.html

GLI AGRICOLTORI CONTINUANO LE PROTESTE IN UE MENTRE I TRATTORI "INVADONO" ANCHE LONDRA

Il 25 marzo scorso, più di 100 trattori sono passati davanti al Parlamento di Londra mentre gli agricoltori protestavano contro quella che, secondo loro, è una "mancanza di sostegno" alla produzione alimentare nel Regno Unito. Gli organizzatori della protesta, appartenenti alla sigla Save British Farming and Fairness for Farmers in Kent, hanno affermato che le importazioni a basso costo stanno mettendo a rischio la sicurezza alimentare del Regno Unito e che l'attuale governo deve mettere l'agricoltura "al centro del commercio britannico". La notizia è giunta mentre i trattori erano nuovamente scesi nelle strade di Bruxelles per protestare durante la riunione dei 27 ministri dell'Agricoltura dei paesi dell'UE. Anche se la protesta è stata più piccola rispetto a quelle precedenti, inclusa quella di febbraio che ha visto l'assalto alle barricate della polizia, si è verificato comunque un grande incendio appiccato in Place du Luxembourg davanti al Parlamento europeo. Ma ci sono state anche segnalazioni di un'escalation martedì 27 marzo, con una serie di incidenti che sembrano essersi verificati in tutta la città.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2024/03/farmers-continue-eu-protests-as-tractors-also-hit-london/>

LA RUSSIA POTREBBE IMPORRE DAZI DEL 200% SUI VINI PROVENIENTI DAI PAESI NATO

Il Governo russo potrebbe prendere in considerazione l'ultima richiesta avanzata dell'Associazione dei viticoltori e dei produttori di vino della Russia (AVVR) di imporre dazi sulle importazioni di vino dai paesi cosiddetti "ostili" alla Russia, compresi gli stati della NATO, al tasso del 200%. In qualità di direttore esecutivo dell'AVVR, Alexey Plotnikov è stato informato che tale decisione potrebbe essere presa già a breve. Plotnikov ha dichiarato: "Abbiamo deciso di rivolgerci ancora una volta al governo e al Parlamento

(Duma di Stato) con la richiesta di rafforzare le misure per proteggere il mercato russo imponendo dazi su vino, spumante e vino liquoroso dagli stati NATO al 200%". Nel luglio 2023 il Governo aveva già aumentato i dazi sull'importazione di vini provenienti da paesi "ostili", dal 12,5% al 20% fino al 2024, ma tale aumento è probabilmente considerato insufficiente da alcuni funzionari statali e produttori di vino locali. Secondo Plotnikov, oltre ai dazi del 200%, l'Associazione ha anche proposto di cancellare il regime preferenziale per le importazioni di vino dalla Georgia. Tra le altre misure proposte per i produttori di vino nazionali c'è anche la fissazione di una quota del 20% per il vino russo nei negozi al dettaglio russi dal 1° settembre 2024 con un ulteriore aumento fino al 50%. Esisterebbe anche la possibilità di stabilire una quota per bar e ristoranti di almeno il 50% di prodotti nazionali nelle carte dei vini a partire dal 1° settembre e di elencare tali bevande all'inizio dei loro menu. Nel frattempo, gli ultimi piani dello Stato russo e dell'Associazione di settore locale hanno già suscitato serie critiche da parte di alcuni importanti importatori di vino russi e di analisti nel campo del business del vino, la maggior parte dei quali ritiene che l'attuazione di tali misure porterà ad un forte aumento dei prezzi del vino in Russia (compresi i vini nazionali) e l'effettiva sospensione delle importazioni di vino dalla maggior parte degli stati dell'UE e da altre nazioni occidentali. Gli analisti prevedono inoltre che l'imposizione di dazi del 200% comporterà un aumento dei prezzi del vino russo fino al 30%.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2024/03/russia-could-impose-200-duty-on-wines-from-nato-states/>

IL VINO SVIZZERO SI RAFFORZA PER RESPINGERE LA CONCORRENZA STRANIERA

In un'epoca caratterizzata da misure restrittive e tagli di bilancio, ottenere un aumento della spesa da parte del parlamento svizzero non è facile. Smentendo tale assunto, il Senato

delle Confederazione Elvetica ha votato per aumentare il finanziamento annuale per la promozione del vino prodotto in Svizzera da 2,8 milioni di franchi (3,2 milioni di dollari) a 9 milioni di franchi. Il vino prodotto in Svizzera è ancora il leader del mercato interno, rappresentando il 37% del consumo nel 2022. Ma la maggior parte viene importata, principalmente dall'Italia (24%), dalla Francia (14%) e dalla Spagna (11%). E questi concorrenti con budget elevati sono visti come una minaccia. Ma anche la "crescente concorrenza" dei vini importati è relativa. Secondo le statistiche del Governo, negli ultimi 30 anni la quota di mercato nazionale del vino svizzero è scesa dal 44% al, come sopra accennato, 37%. Ciò, tuttavia, non è dovuto ad un'ondata proveniente dall'estero: nello stesso periodo, il consumo di vino importato è rimasto abbastanza stabile. Piuttosto, i dibattiti interni rispetto a quelli esteri oscurano una tendenza generale al ritorno al bere. Nel 1993, una popolazione svizzera di sette milioni di abitanti ha consumato 300 milioni di litri di vino, di ogni provenienza; nel 2022, con una popolazione di quasi nove milioni di abitanti, questa quantità è scesa a 236 milioni di litri. Gli svizzeri rimangono tra i maggiori consumatori di vino al mondo, ma stanno riducendo il consumo di vino, e questo influisce in modo sproporzionato sulla produzione locale. Anche le "fluttuazioni" annuali della produzione dovute alle condizioni meteorologiche (come il flop del 2021) rendono difficile rimanere competitivi con i grandi rivali produttori. E il prezzo del vino svizzero può essere spesso più elevato a causa delle dimensioni relativamente ridotte del settore. Non è chiaro se un aumento dei finanziamenti possa cambiare le cose. L'organismo svizzero di promozione del vino (SWP), il beneficiario finale dei 9 milioni di franchi, mira ora a portare il vino locale a una quota di mercato di almeno il 40%. A questo scopo ha in programma di condurre diverse campagne: organizzazione di eventi nelle regioni vinicole, in particolare nel periodo della vendemmia; marketing diretto con rivenditori e ristoranti; costruzione del marchio attorno alla natura locale e artigianale del vino svizzero.

<https://www.swissinfo.ch/eng/swiss-made/swiss-wine-hopes-to-boost-its-fortunes-with-fresh-funding/73692858>

L'AUSTRIA LANCIA LA NUOVA CLASSIFICAZIONE PER I VIGNETI MIGLIORI

L'Austria ha lanciato una nuova classificazione per i migliori vigneti, basata sul territorio e riguardante la maggior parte delle regioni vinicole austriache. Si tratta di "Traditionsweingüter Österreich" ('Weingut' in austriaco o tedesco significa azienda vinicola). Ad oggi esiste un solo livello di classificazione per i vigneti: "Erste Lage", ma ci sono piani per estendere la classificazione verso l'alto in futuro, con alcuni vigneti (forse solo l'1 o il 2%) che verranno elevati all'equivalente di Grand Cru. La base per la classificazione è rappresentata dal DAC, che è il sistema di denominazione dell'Austria. Il paese ha 18 zone DAC, costituite da 900 villaggi e 5.000 cru. Questi DAC hanno due livelli: Vini di Villaggio e Vini Regionali. In cima a questa piramide si trovano i vini di maggior pregio (cru o singoli vigneti). L'iniziativa della nuova classificazione è scaturita dall'impegno di Österreicher Traditionsweingüter, un'associazione di produttori tradizionali. Si tratta di un'associazione privata mentre il DAC è gestito dallo Stato.

<https://www.therealreview.com/2024/03/13/austria-launches-new-classification-of-top-vineyards/>

INDAGINE WINE OPINIONS IN USA SUL LEGAME TRA CONSUMO DI VINO ED EFFETTI SULLA SALUTE:

VALUTAZIONI POSITIVE PER I CONSUMATORI DI TUTTE LE FASCE DI ETÀ, SESSO E ABITUDINI

Nel recente sondaggio tra i consumatori sul legame vino e salute, condotto da Wine Opinions in collaborazione con Colangelo E Partners, ai 2.013 intervistati è stato chiesto di indicare l'effetto delle loro abitudini personali di consumo di vino sulla loro salute fisica e sul senso di benessere. I dati raccolti mostrano i risultati per segmenti di età, sesso e frequenza di consumo di vino. Nell'indagine i con-

sumatori "occasionalmente" sono coloro che bevono vino, in media, 2-3 volte al mese o una volta alla settimana. I consumatori "frequentemente" sono coloro che bevono vino "un paio di volte alla settimana" o più spesso. Questi due segmenti, presi insieme, sono responsabili del 98% del consumo totale di vino negli Stati Uniti. Le valutazioni sono state effettuate su una scala di 7 punti, dove "1" corrisponde a "effetto molto negativo" e "7" sta per "effetto molto positivo". Un punteggio di 4,0 è il punto "neutro" della scala. Ogni segmento di intervistati ha valutato positivamente l'effetto del consumo di vino sia per la salute fisica che per il senso di benessere personale. È interessante notare che i consumatori di vino in questo studio hanno valutato l'effetto del vino sul loro senso di benessere più alto dell'effetto positivo del vino sulla loro salute fisica.

https://wineopinions.com/wp-content/uploads/2024/03/March_2024_Newsletter.pdf

L'ACCISA SUGLI ALCOLICI CRESCERÀ IN CANADA DEL SOLO 2% PER ALTRI DUE ANNI

Chrystia Freeland, Vice Primo Ministro e Ministro delle Finanze del Canada, e Rechie Valdez, Ministro delle Piccole Imprese, hanno annunciato che il governo federale si appresta a limitare l'incremento delle accise sugli alcolici alle imprese canadesi al solo +2% ogni anno, per ulteriori 2 anni (fino al 1 aprile del 2026), "congelando" in tal modo il meccanismo di aumento automatico legato al tasso di inflazione.

<https://www.canada.ca/en/departement-finance/news/2024/03/supporting-canadian-businesses-with-alcohol-excise-duty-relief.html>

LO STANDARD NAZIONALE VQA AIUTEREBBE IL CANADA A VENDERE VINO ALL'ESTERO

Due stakeholder coinvolti nell'industria vinicola del Niagara ritengono che la creazione di uno standard nazionale aiuterebbe a promuovere le annate canadesi a livello internazio-

nale e supporterebbe i viticoltori e le cantine ad affrontare vendemmie difficili, come quelle che si stanno verificando nella Columbia Britannica. I due operatori del settore sostengono che Vintners Quality Alliance of Ontario debba diventare un'organizzazione nazionale dedicata alla promozione dei vini di ogni denominazione in Canada, indipendentemente dal fatto che si trovino in Niagara, BC, Quebec o altrove. Avere un'organizzazione nazionale garantirebbe la qualità del vino e aiuterebbe a promuovere i vini canadesi sulla scena internazionale. Nel frattempo, tale cambiamento significherebbe che i viticoltori di tutto il paese potrebbero aiutarsi a vicenda quando si verificano disastri come la perdita dei raccolti. Avere standard nazionali consentirebbe ai viticoltori dell'Ontario di fornire succo ottenuto dall'uva dell'Ontario ai viticoltori della Columbia Britannica e il prodotto finale sarebbe comunque classificato come un vino VQA. Attualmente, Ontario e BC sono denominazioni di origine separate nello schema di qualità. Renderlo esteso a tutto il Canada aiuterebbe il settore e sarebbe accolto favorevolmente dai consumatori del paese.

https://www.victorianow.com/watercooler/money/news/Business/National_VQA_standard_will_help_Canada_sell_wine_to_Europe_industry_heavyweights_say/#fs_134820

IL GOVERNO ARGENTINO DÀ IL VIA LIBERA AL VINO ANALCOLICO E LA FILIERA PARLA DI "AGGIORNAMENTO ALLA REALTÀ"

Un passo "storico" in un settore che cerca di riprendersi dopo un difficile 2023. Questa è la definizione riportata su La Nacion nel raccontare la grande novità della vitivinicoltura argentina: il via libera all'introduzione del vino analcolico. Con una delibera dell'Istituto Nacional de Vitivincultura (INV), pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale, si apre dunque la partita per cominciare a invertire i colpi che il settore ha registrato sia nelle vendite interne che nelle spedizioni all'estero, con cali che raggiungono il 30%. Seguendo il percorso che ha cominciato a rafforzarsi a

livello mondiale ma anche nella regione, con Cile e Uruguay in prima linea. Alla base della decisione presa dall'organismo nazionale (emanazione del Ministero dell'Agricoltura), dopo aver valutato i retroscena e le normative di tutto il pianeta oltre a promuovere il provvedimento da diversi anni, si è posto l'accento sull'abilitazione "della dealcolizzazione dei vini come pratica enologica legale". Ciò significa che d'ora in poi l'industria argentina potrà proporre il vino nazionale anche a bassa gradazione alcolica o direttamente a "zero alcol", analogamente a quanto già avviene con uno dei suoi più forti concorrenti: la birra. Pertanto, la risoluzione 5/2024 ha incorporato questa metodologia di produzione nella Legge generale sul vino 14.878; ovvero i prodotti "Vino Parzialmente Dealcolizzato e Vino Dealcolizzato o Vino Analcolico". La delibera stabilisce che "per effettuare la pratica di dealcolazione potranno essere utilizzate esclusivamente le attrezzature autorizzate dall'INV, che fisserà la riduzione massima del grado alcolico e la perdita", prevedendo inoltre che "il vino parzialmente dealcolizzato è il prodotto ottenuto dalla dealcolazione parziale del vino che presenta una diminuzione del contenuto alcolico del vino mediante dealcolazione superiore al venti per cento in volume (20% vol.), a condizione che il volume alcolico del contenuto finale sia pari o superiore allo zero virgola cinque per cento in volume (0,5% vol.)". Il settore valuta il provvedimento normativo un aggiornamento alla realtà che il mercato considera da tempo, in presenza di un ricambio generazionale orientato ad un minor consumo di alcol.

<https://www.lanacion.com.ar/economia/campo/medida-el-go-bierno-aprobo-el-vino-sin-alcohol-y-en-la-industria-hablan-de-una-opcion-mas-nid20032024>

L'URUGUAY REGOLAMENTA LA PRODUZIONE DI VINO DEALCOLATO

Con un decreto interministeriale (Agricoltura ed Economia), l'Uruguay si fa promotore di un'iniziativa legislativa con cui viene autorizzata la commercializzazione e la produzione nel Pa-

ese di vino dealcolato o parzialmente dealcolato. Il decreto introduce le due definizioni, indicando i metodi di dealcolazione ammessi e rispondenti al Codice Internazionale delle Pratiche Enologiche dell'OIV.

https://medios.presidencia.gub.uy/legal/2024/decretos/01/mgap_315.pdf

LA CINA ABOLISCE UFFICIALMENTE I DAZI SUL VINO AUSTRALIANO

I produttori di vino australiani stanno tirando un sospiro di sollievo a seguito dell'annuncio che il Ministero del Commercio cinese (MOFCOM) ha abolito i dazi punitivi sul vino australiano dopo una battaglia durata tre anni. L'abolizione delle pesanti tariffe, in linea con la decisione provvisoria del MOFCOM del 12 marzo 2024, entra in vigore da domani (29 marzo 2024). Prima della loro imposizione nel 2020, la Cina continentale era il mercato di esportazione più prezioso per il vino australiano. Wine Australia ha accolto con favore la notizia, affermando che la Cina continentale rimane un mercato importante. Tuttavia, segnala che il mercato del vino cinese è attualmente diverso rispetto a quello che era alla fine del 2020, al culmine del successo dell'Australia enoica nella regione.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2024/03/china-abolishes-tariffs-on-australian-wine/>

IL VINO BIOLOGICO SUL TAVOLO DEI PROSSIMI NEGOZIATI COMMERCIALI TRA AUSTRALIA E UE

Il Governo federale australiano cercherà di includere il vino biologico all'interno dei prossimi negoziati commerciali con l'Unione europea e il Giappone, nel tentativo di favorire l'accesso al mercato della crescente industria biologica certificata australiana. In occasione dell'edizione 2024 dell'Australian Organics Conference, una dirigente del Dipartimento dell'agricoltura, della pesca e delle foreste (DAFF) ha dichiarato che i funzionari dell'UE dovrebbero visitare l'Australia questo mese, quando incontreranno funzionari australiani, organismi

di certificazione e produttori di vino biologico. A seguire, analogo lavoro del governo australiano riguarderà i rapporti commerciali con il Giappone. L'Esecutivo australiano ha altresì iniziato, per la prima volta, a raccogliere dati sulle esportazioni di prodotti biologici certificati.

<https://winetitles.com.au/organic-wine-on-the-menu-at-coming-eu-trade-negotiations/>

I VITICOLTORI AUSTRALIANI ESTIRPANO MILIONI DI VITI PER FRONTEGGIARE L'ECESSO DI VINO

Milioni di viti vengono distrutte in Australia e altre decine di milioni devono essere estirpate per frenare la sovrapproduzione che ha schiacciato i prezzi dell'uva e minaccia i mezzi di sussistenza dei viticoltori e dei produttori di vino. Il calo del consumo in tutto il mondo ha colpito duramente l'Australia poiché la domanda si contrae più velocemente per i rossi più economici, il prodotto più importante, e in Cina, il mercato su cui ha fatto affidamento per la crescita in anni recenti. Il quinto più grande esportatore di vino al mondo deteneva più di due miliardi di litri in stoccaggio a metà del 2023, ovvero circa due anni di produzione, e alcuni produttori sono sull'orlo del precipizio perché chi lo detiene si affretta a smaltirlo a qualsiasi prezzo. Si stima che 20.000 ettari (49.000 acri) di vigneti dovrebbero essere eliminati a livello nazionale per riequilibrare il mercato.

<https://edition.cnn.com/2024/03/09/business/australian-farmers-wine-glut-intl-hnk>

IL PRIMO GRANDE PROGRAMMA DI RICICLAGGIO DEL SUGHERO IN AUSTRALIA È ORA ATTIVO A LIVELLO NAZIONALE

La catena australiana di liquor store Dan Murphy's ha lanciato il primo programma di riciclaggio di tappi di sughero naturale su larga scala in Australia, in collaborazione con il distri-

butore di sughero Amorim Australasia e l'iniziativa di riciclaggio Save Our Soles. Il programma ReCORK, ora attivo in tutti i suoi negozi a livello nazionale, affronta le sfide tradizionalmente presenti quando si riciclano i tappi di sughero naturale, trasformandoli in tappetini "anti-fatica" utilizzabili in negozio da parte del personale. Nonostante non sia riciclabile con metodi tradizionali, il sughero è ancora considerato la forma più sostenibile di tappo per bottiglia di vino. Il progetto ReCORK è sostenuto dal governo del Sud Australia attraverso un programma di sovvenzioni per lo sviluppo di mercato dell'economia circolare. Attualmente, l'Australia è responsabile dell'importazione di circa l'1% dei tappi di sughero del mondo, ovvero circa 120 milioni di unità. Questa, dunque, è una grande opportunità per sostenere lo sviluppo di un'economia circolare che estende i benefici della sostenibilità del sughero naturale.

<https://www.drinkstrade.com.au/australias-first-major-nationwide-cork-recycling-program-is-now-active>

UN PIANO PER LE ACQUE DOLCI SI PROPONE DI MIGLIORARE LA SOSTENIBILITÀ DEL VINO NEOZELANDESE

New Zealand Winegrowers ha annunciato un nuovo progetto che intende creare uno strumento specifico a beneficio dei viticoltori neozelandesi per aiutarli a sviluppare un piano agricolo d'acqua dolce personalizzato per il loro vigneto o proprietà. In tutta la Nuova Zelanda vengono dunque introdotti piani d'acqua dolce per le aziende agricole volti a mitigare l'impatto delle attività del settore primario sugli ecosistemi acquiferi del paese e il nuovo strumento aiuterà i viticoltori a identificare e gestire i rischi e le vulnerabilità derivanti dalle attività condotte nei vigneti.

<https://winetitles.com.au/freshwater-farm-plans-to-enhance-sustainability-of-new-zealand-wine/>

IN SUDAFRICA AUMENTANO LE ACCISE SULLE BEVANDE ALCOLICHE

Il Ministro delle Finanze del Sudafrica, Enoch Godongwana, ha annunciato giorni fa, in occasione del discorso sul Budget 2024, un aumento delle accise sulle bevande alcoliche per il 2024/25, compreso tra il 6,7% e il 7,2%. La decisione è motivata dal netto deterioramento della riscossione delle entrate fiscali per il 2023/24, causato dalla debole performance dell'economia sudafricana. Le conseguenze di questa proposta si riflettono direttamente sui consumatori: il prezzo di una bottiglia di vino aumenterà di 28 centesimi.

<https://www.gov.za/news/speeches/minister-enoch-godongwana-2024-budget-speech-21-feb-2024>

CHENIN BLANC: IL SUDAFRICA INVESTE NELLA VARIETÀ "ADATTABILE"

In Sudafrica è stata lanciata un'iniziativa per promuovere l'importanza e la redditività economica dello Chenin Blanc sudafricano. Intitolato "Premiumisation and Value Growth of South African Chenin Blanc Wine", il progetto è una collaborazione tra South Africa Wine, The South African Grape and Wine Research Institute (SAGWRI), Stellenbosch University e Chenin Blanc Association of South Africa (CBA). Con un investimento di oltre 4 milioni di rand (circa 325.000 dollari australiani) in tre anni da parte di South Africa Wine e il cofinanziamento della National Research Foundation (NRF), questo progetto rappresenta un passo significativo verso la sostenibilità e l'innovazione nel settore vinicolo sudafricano. La sostenibilità economica dei produttori di vino in Sudafrica deve affrontare sfide significative, che richiedono una crescita del valore dei vini sfusi e confezionati. L'iniziativa è progettata per affrontare questi ostacoli direttamente attraverso metodologie multidisciplinari. Ponendo l'accento sul delicato equilibrio tra resa dell'uva e qualità del vino, il progetto mira a garantire la redditività dei vini Chenin Blanc sudafricani. Un aspetto fondamentale riguarda un

vigneto modello Chenin Blanc piantato con 19 diversi sistemi di impianto per generare scenari che vanno da rese molto alte a molto basse. Il vigneto Chenin Blanc rappresenta tutti i sistemi di impianto utilizzati in tutte le regioni vinicole del Sudafrica, compresi i sistemi irrigati e quelli aridi. Attraverso sperimentazioni e analisi rigorose, verranno identificati consorzi microbici, tecniche di vinificazione e strategie di produzione ottimali per migliorare la premiumizzazione dei vini Chenin Blanc sudafricani in tutte le categorie di prezzo.

<https://winetitles.com.au/championing-chenin-blanc-south-africa-invests-in-adaptable-variety/>

VINITALY PREVIEW BRUXELLES 2024:

OLTRE 100 OPERATORI OSPITI DELL'AMBASCIATORE FAVI. PRESENTAZIONE AL PARLAMENTO EUROPEO

Oltre 100 operatori tra buyer, horeca e professionisti dei media hanno preso parte, il 19 marzo scorso, alla Preview del 56° Vinitaly ospitato nella residenza dell'Ambasciatore d'Italia in Belgio, S.E. Federica Favi. L'iniziativa, promossa da Veronafiore col supporto dell'Ambasciata e in collaborazione con ICE Agenzia, Camera di Commercio Italo Belga e il Consorzio Italia del Vino, è stata l'ouverture della presentazione della edizione 2024 del Salone internazionale del Vino e dei Distillati in programma il giorno seguente al Parlamento europeo. Nel corso della presentazione agli operatori del settore sono intervenuti l'Ambasciatore d'Italia, Federica Favi, il Presidente di Veronafiore Federico Bricolo, il direttore della sede ICE Agenzia di Bruxelles, Tindaro Paganini, il Segretario Generale della Camera di Commercio Italo Belga, Giorgio De Bin e il consigliere e socio fondatore del Consorzio Italia del Vino, Enrico Drei Donà. Il Consorzio Italia del Vino ha proposto durante la cena di Gala una selezione di ventiquattro vini delle aziende associate raccontati dai sommelier del Club AIS Belgio e Lussemburgo. Le Preview di Vinitaly rientrano nel programma di iniziative che la nuova governance di Veronafiore in que-

sti ultimi due anni ha voluto per costruire, per la prima volta, la squadra unitaria per la promozione del vino italiano mettendo a fattore comune il saper fare del marchio con quello del Governo italiano, dei ministeri di riferimento, delle Ambasciate, degli enti e delle strutture di promozione, attivando un'agenda sempre più fitta di condivisione con i player del settore su scala mondiale.

<https://www.vitality.com/press/comunicati-stampa/vitality-preview-bruxelles-2024-oltre-100-operatori-ospiti-dell-ambasciatore-favi/>

Intervenendo il giorno seguente al Parlamento europeo, il Presidente di Veronafiore, Federico Bricolo, ha parlato di un'edizione "sempre più internazionale e orientata al business", stimando la presenza di almeno "4.300 espositori" e visitatori provenienti da "più di 140 Paesi". Saranno 1.200 i top-buyer presenti, un contingente che supera del 20% quello gestito lo scorso anno e di oltre il 70% rispetto al 2022. La scelta della presentazione è ricaduta su Bruxelles perché è dove "si decidono le sorti del vino e della viticoltura, che in Italia valgono 14 miliardi di euro e oltre 7 miliardi in termini di export", sottolinea ancora. Dello stesso avviso l'amministratore delegato di Veronafiore, Maurizio Danese, secondo cui l'iniziativa serve a "tenere alta l'attenzione su un comparto strategico per tutto il settore agroalimentare e che aiuta anche l'export italiano".

https://www.ansa.it/canale_terraagusto/notizie/fiere_eventi/2024/03/20/il-vitality-sbarca-al-parlamento-europeo-di-bruxelles-dco32ofd-cc84-41ca-a718-2284229160f8.html

<https://www.gamberorosso.it/notizie/notizie-vino/vitality-a-bruxelles-presenta-il-vino-italiano-in-europa-le-etichette-valgono-130-miliardi-euro-ora-basta-attacchi/>

VITALITY INTERNATIONAL ACADEMY CELEBRA I 12 NUOVI ITALIAN WINE AMBASSADORS CERTIFICATI NEL CORSO DELLA SUA EDIZIONE NEWYORKESE

Vitality International Academy, il rinomato istituto italiano di formazione sul vino, ha ospitato la 28a edizione del suo rigoroso corso di certificazione Italian Wine Ambassador dal 4 al 6 marzo 2024 presso Banville Wine Merchants a New York, certificando 12 nuovi Ambasciatori. 27 studenti hanno partecipato a tre giorni di lezioni, degustando 38 vini italiani provenienti da ogni regione vinicola d'Italia prima di sostenere un impegnativo esame di due ore e mezza. L'edizione di New York di quest'anno ha comportato anche una nuova entusiasmante collaborazione con la Hue Society, con l'inclusione di due candidati esenti dalla quota come associati della Hue Society. Questa partnership sottolinea l'impegno di VIA ad aprire le porte a candidati provenienti da comunità emarginate che vogliono entrare nel settore del vino come professionisti. Il corso di punta della Vitality International Academy si terrà a Verona dal 4 all'8 aprile 2024 nei giorni precedenti il Vitality, e comporterà la partecipazione di oltre 60 candidati e il supporto di nove tra le principali organizzazioni di produttori. I corsi satellite in altre località in tutto il mondo saranno annunciati nel corso dell'anno attraverso i social media VIA e il sito web VIA. Il nuovo ecosistema VIA si avvale della partecipazione delle associazioni italiane di categoria, come FEDERDOC, quali membri dell'Advisory Board istituzionale.

<https://www.prweb.com/releases/vitality-international-academy-celebrate-12-new-italian-wine-ambassadors-certified-at-its-new-york-edition-302082712.html>

VITALITY INTERNATIONAL ACADEMY LANCIA A VERONA LA 27ESIMA EDIZIONE DEL CORSO ITALIAN WINE AMBASSADOR

La prossima edizione del corso di punta Italian Wine Ambassador di Vitality International Academy si terrà a Verona dal 4 all'8 aprile 2024. Sessantaquattro candidati provenienti da ogni angolo del globo si riuniranno nella città veneta per partecipare all'intenso corso di cinque giorni. Il curriculum è progettato per educare e potenziare gli appassionati di vino e i professionisti di tutto il mondo con una conoscenza e competenza approfondite dei vini italiani. Il nuovo ecosistema VIA si avvale della partecipazione delle associazioni italiane di categoria, come FEDERDOC, quali membri dell'Advisory Board istituzionale.

<https://www.prweb.com/releases/vitality-international-academy-launches-flagship-27th-edition-of-italian-wine-ambassador-course-in-verona-302094417.html>

LA PROWEIN SOTTOLINEA IL SUO RUOLO DI FIERA LEADER PER IL SETTORE WINE&SPIRITS

Dopo tre intensi giorni di fiera, a detta degli organizzatori, ProWein è riuscita a diffondere ottimismo su un mercato attualmente stagnante. Nonostante lo sciopero dei treni, che l'ultimo giorno ha impedito a molti visitatori di partecipare all'evento, la ProWein ha accolto in occasione del suo 30° anniversario ben 47.000 operatori registrati provenienti da 135 paesi e 5.400 espositori da 65 paesi. Tra i "topic" della manifestazione, la sostenibilità, da molti anni un tema che tiene molto impegnata la filiera internazionale del vino, sottolineata anche dalla presenza di associazioni e iniziative internazionali impegnate su questo fronte (tra le altre, International Wineries for Climate Action-IWCA e Sustainable Wine Roundtable-SWR). Anche il "mondo biologico", con numerosi viticoltori bio, ha rappresentato una parte importante della fiera. Altri spazi ospitati all'interno della

fiera si sono focalizzati su: i vini "No-Low"; la lounge sulla gastronomia urbana; la mostra speciale "Packaging & Design"; un nuovo Concept Store che ha fornito consigli per la corretta presentazione e commercializzazione del vino nel punto vendita; la Champagne Lounge. Quattro temi di tendenza della ProWein 2024 hanno suscitato grande interesse: la siccità, l'arrivo della robotica in vigna, le varietà resistenti (PiWi), i packaging alternativi. La prossima ProWein 2025 si terrà a Düsseldorf dal 16 al 18 marzo. Il prossimo appuntamento internazionale del circuito ProWine è previsto Tokyo dal 10 al 12 aprile 2024.

https://www.prowein.com/en/Media_News/Press/Press_Releases/ProWein_underscores_its_role_as_the_leading_trade_fair_for_the_wine_and_spirits_industry

IL RITORNO AD ALTO RISCHIO DI VINEXPO ASIA A HONG KONG ALLA PROVA FINALE

Dopo sei anni di pausa interrotta dalla pandemia e da uno spostamento strategico a Singapore, Vinexpo Asia, la fiera internazionale di punta del vino e degli spirits in Asia, torna quest'anno a Hong Kong dal 28 al 30 maggio, sperando di consolidare il suo ruolo di "catalizzatore fondamentale per la crescita nel mercato asiatico". La fiera di tre giorni si propone non solo come un ritorno, ma come un test critico per l'industria globale del vino e degli spirits in Asia. La domanda non è semplicemente se l'evento potrà riconquistare la sua gloria pre-pandemica, ma se sarà in grado di navigare nelle acque turbolente di un mercato che ha subito cambiamenti significativi durante la sua assenza. Sebbene la Cina rimanga un punto focale per Vinexpo Asia, l'evento serve anche i principali mercati di importazione in tutto il continente, tra cui Taiwan, Vietnam, Thailandia, Giappone, Corea del Sud, Singapore, Malesia, Filippine e Indonesia, tra gli altri. Secondo l'organizzatore della fiera, l'evento di maggio attirerà 40 paesi espositori, tra cui Australia e Cina tra i primi 5, insieme a Cile, Argentina, Sudafrica, Nuova Zelanda e Stati Uniti per il Nuovo Mondo, e Francia, Italia,

Spagna (i primi 3 paesi espositori), Portogallo, Germania e Svizzera, solo per citarne alcuni, per l'Europa. 1.300 produttori, di cui il 60% internazionali e il 40% francesi, si riuniranno per tre giorni per il Vinexpo Hong Kong di quest'anno. Sono attesi circa 10.000 visitatori. Tornerà il popolare "Welcome to the Organic World" (WOW), che metterà in risalto i vini biologici e biodinamici in mezzo al crescente interesse dei consumatori asiatici. Il 27 maggio, il giorno prima del Vinexpo Asia, si svolgerà il B+D Grand Tasting presso l'HKCEC, degustazione pensata sia per il trade che per i consumatori. Oltre 1.000 partecipanti avranno l'opportunità di incontrare quasi 70 produttori provenienti da tutto il mondo. Contemporaneamente, una serie di 6 masterclass completeranno l'esperienza del Grand Tasting, consentendo ai visitatori di scoprire vini prestigiosi insieme ai loro produttori.

<https://vino-joy.com/2024/03/04/vinexpo-asias-high-stake-return-to-hong-kong-faces-ultimate-test/>

ALL'INTERNO DELLA PIÙ GRANDE FIERA CINESE DI VINI E SPIRITS: ENTUSIASMO MA POCCHI AFFARI IN ASSENZA DEI MARCHI INTERNAZIONALI. RINNOVATO INTERESSE PER I VINI AUSTRALIANI

Dal 20 al 22 marzo 2024, si è tenuta a Chengdu la più grande fiera cinese per il settore wine & spirits, la 110a China Food and Drinks Fair (CFDF), conosciuta anche come Fiera di Primavera. Nonostante un leggero calo di interesse rispetto all'edizione precedente, la vivacità dell'evento e l'entusiasmo del settore non sono diminuiti. Le sedi degli hotel hanno registrato un notevole aumento del numero di visitatori. Anche per quanto riguarda il padiglione espositivo principale, che ha accolto i visitatori a partire dal 20 marzo, l'affluenza è stata incoraggiante. Sebbene la fiera fosse alquanto estesa, coprendo 325.000 metri quadrati e ospitando oltre 6.600 espositori, si avvertiva la mancanza di uno stretto legame con i proprietari dei marchi internazionali. Rispetto a fiere internazionali come Vinexpo e ProWine, la CFDF, nonostante le sue dimensioni, è apparsa

più come una vetrina nazionale che come un mercato globale. Nonostante un'affluenza ragionevole, la riluttanza a concludere accordi è stata palpabile, riecheggiando l'atmosfera "guardare ma non comprare" dell'anno precedente. Questo approccio cauto da parte sia dei clienti nuovi che di quelli consolidati segnala una tendenza più ampia al conservatorismo del mercato. Il momento della fiera ha coinciso con un potenziale punto di svolta per il vino australiano. Il 20 marzo, il ministro degli Esteri cinese Wang Yi ha annunciato, durante la sua visita in Australia, che la controversia sul vino è stata "adeguatamente risolta", con un verdetto finale atteso entro la fine del mese. In occasione della manifestazione fieristica cinese, il governo del Sud Australia ha ospitato una masterclass sui vini premium della regione. La masterclass ha registrato il "sold out" e ha richiesto addirittura posti a sedere aggiuntivi a causa della forte domanda, sottolineando il notevole interesse per i vini australiani. Questo entusiasmo tra i partecipanti suggerisce la disponibilità ad abbracciare ancora una volta i vini dell'Australia, nella speranza che ciò possa rinvigorire la tendenza al calo delle importazioni degli ultimi anni. Tuttavia, il ritorno dei vini australiani, sebbene accolto con favore, rimane un test sulla ricettività del mercato.

<https://vino-joy.com/2024/03/25/inside-chinas-largest-wine-and-spirits-fair-the-mood-on-the-ground>

MERCATI E PRODUZIONI

**STUDIO PWC SPAGNA-
CEEV SUL VALORE DEL
VINO PER L'UE: 130 MILIARDI
DI EURO DI PIL, 2,9 MILIONI
DI POSTI DI LAVORO, 52
MILIARDI DI TASSE, PRESIDIO
DEL TERRITORIO. AZIENDE
VITIVINICOLE PIÙ PROFITTEVOLI**

Genera ricchezza in tanti territori rurali, li preserva dallo spopolamento, tutela e incentiva la biodiversità, contribuisce al fisco e all'occupazione in maniera importante. Il valore del vino per l'Unione europea è enorme. È quanto emerge dall'analisi commissionata dal Ceev, il Comitato Europeo

delle Imprese del Vino, a PwC Spagna, presentato il 20 marzo scorso al Parlamento europeo di Bruxelles, che ha quantificato l'impressionante contributo socio-economico e ambientale del settore viticolo all'Unione europea. "Con quasi 3 milioni di posti di lavoro e un contributo di 130 miliardi di euro al Pil dell'Unione Europea nel 2022, pari allo 0,8% del totale, il settore vitivinicolo svolge un ruolo fondamentale nella sostenibilità socioeconomica delle zone rurali dell'Ue. Una benedizione contro lo spopolamento delle campagne", ha dichiarato Mauricio González-Gordon, Presidente Ceev. "Inoltre, la sua complessa filiera genera quasi lo stesso valore di mercato in tutte le fasi della produzione - dalla coltivazione dell'uva alla vinificazione e alla successiva commercializzazione - il che rappresenta un esempio di sistema di valori equilibrato, che deve essere preservato a livello politico", ha aggiunto. Il rapporto mostra come il settore vitivinicolo dell'UE (soprattutto grazie a Francia, Italia e Spagna) sia leader in diverse aree. A livello internazionale, rappresenta il 62% della produzione e del commercio mondiale di vino. Con esportazioni per 17,9 miliardi di euro nel 2022 e un saldo commerciale positivo di 15,9 miliardi di euro, il vino ha svolto un ruolo cruciale nel ridurre il deficit commerciale dell'UE del 3,7%. Inoltre, ribadisce lo studio, il settore vitivinicolo è un'ancora socio-economica di qualità per le zone rurali dell'Unione europea. A livello sociale, le regioni vinicole tendono a subire un minore declino demografico e, a livello economico, i vigneti sono più redditizi del 37% rispetto ad altre colture permanenti e le aziende vitivinicole più profittevoli del 15% rispetto alla media di altre aziende agricole. Il settore vitivinicolo dell'UE, inoltre, è una fucina di posti di lavoro (2,9 milioni), soprattutto nelle zone rurali, e rappresenta l'1,4% dell'occupazione totale dell'UE. Questi posti di lavoro presentano una produttività eccezionale, generando un maggiore valore aggiunto per dipendente rispetto ad attività simili in ogni fase della catena del valore (+90% in agricoltura, +16% nella produzione e +5% nella commercializzazione). Inoltre, l'impatto fiscale totale generato dal settore vitivini-

colo ammontava a quasi 52 miliardi di euro nel 2022, pari allo 0,7% della spesa pubblica dell'UE. Ancora, il vino è emerso anche come attrazione turistica e, di conseguenza, come catalizzatore economico chiave in molte regioni rurali, generando quasi 15 miliardi di euro di entrate. Per l'aspetto ambientale, la relazione mostra come gli oltre 3,2 milioni di ettari di vigneti nell'UE contribuiscano alla sostenibilità dell'ambiente comunitario in molti modi, favorendo l'aumento della biodiversità, la limitazione dell'erosione del suolo, il miglioramento della gestione delle acque e la protezione dagli incendi.

<https://www.ceev.eu/newsletter/wine-a-champion-and-a-solid-pillar-of-eus-socio-economy-and-rural-development-pwc-study-says/>

IL CONSUMO GLOBALE DI VINO POTREBBE SUBIRE UN CAMBIAMENTO ENTRO IL 2027

Le tendenze del consumo di vino potrebbero essere sul punto di "cambiare" secondo un nuovo report che analizza i cambiamenti del mercato globale del vino tra il 2022 e il 2027. La ricerca condotta dagli analisti di Research and Markets elabora risultati raccolti da più fonti dati con l'obiettivo di fornire una panoramica del settore viticolo globale, raccogliendo cifre provenienti da 107 paesi. I dati mostrano che il settore viticolo globale è stato stimato in 346,8 miliardi di dollari nel 2022 e si prevede che registrerà un tasso di crescita annuale composto (CAGR) dell'8,8% nel periodo 2022-27, fino a raggiungere 528,2 miliardi di dollari. Inoltre, in termini di volume, i risultati mostrano che il mercato globale del vino raggiungerà i 26,7 miliardi di litri nel 2027, rispetto ai 24 miliardi di litri nel 2022, con i territori leader che saranno l'Europa occidentale, con una quota di mercato del 49,5%, seguita dagli Stati Uniti con il 21,6%. Il report fornisce anche una panoramica dei cambiamenti nel consumo di vino nel periodo 2017-2027, a livello globale e regionale, e individua "paesi ad alto potenziale" per il consumo di vino fornendo ana-

lisi basate su valutazioni di mercato, sviluppo economico, indicatori di governance, fattori socio-demografici e infrastrutture tecnologiche.

<https://www.globenewswire.com/news-release/2024/03/01/2838651/0/en/Global-Wine-Market-Size-and-Opportunities-Report-Shift-in-Wine-Consumption-Patterns-and-High-Potential-Countries.html?f=22Efvtc=7>

CHI STA VINCENDO DALLA TENDENZA ALLA MODERAZIONE?

Nonostante prove sempre più evidenti che un numero crescente di persone vengono reclutate verso la categoria delle bevande analcoliche/a basso contenuto di alcol da bevande "full-strength", il segmento principale che perde terreno rispetto all'analcolico rimane quello delle altre bevande analcoliche come i soft drink e l'acqua. Ciò limita il grado di cannibalizzazione tra no/low e full-strength e offre invece opportunità di crescita incrementali ai proprietari di marchi. Ha anche il potenziale per incrementare le entrate per i punti vendita horeca, poiché i consumatori effettuano acquisti limitandone per acqua, soft drink o non consumandone del tutto. Secondo una ricerca IWSR condotta alla fine del 2023 nei primi 10 mercati no/low - Australia, Brasile, Canada, Francia, Germania, Giappone, Sudafrica, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti - il 44% dei consumatori no/low ha affermato di essere passato da una bevanda analcolica a un'altra bevanda analcolica, come soft drink, acqua, tè o caffè. Questo dato può essere confrontato con il 29% che ha sostituito un prodotto alcolico "a piena gradazione", sebbene quest'ultima percentuale sia significativamente superiore rispetto a quella del 2022. "I consumatori analcolici provengono generalmente da altre bevande analcoliche, ma ora sempre più anche da categorie full-strength", afferma Susie Goldspink, Responsabile No- and Low-Alcohol Insights per IWSR. "C'è anche un aumento nella percentuale di consumatori analcolici che intendono aumentare il proprio consumo di analcolici". "Le aziende produttrici di alcolici vedono sempre più spesso il no-alcol soprattutto come

un'opportunità di crescita. La moderazione è una tendenza consolidata e i prodotti analcolici che mantengono i clienti all'interno di una categoria – ad esempio, cambiando birra con birra analcolica – o all'interno di un portafoglio di marchi – ad esempio, cambiando Heineken con Heineken o.o – offrono un'opzione alle aziende produttrici di alcolici per mantenere le entrate e continuare a costruire il valore del marchio". La crescita della categoria complessiva no/low offre dunque ai marchi l'opportunità di soddisfare un gruppo molto più ampio di consumatori. In molti modi, il livello "no/low" può essere considerato una soluzione a una lacuna nel mercato, piuttosto che una minaccia per gli operatori storici.

<https://www.theiwsr.com/who-is-winning-from-the-moderation-trend/>

L'ASTINENZA METTE SOTTO PRESSIONE IL CONSUMO MODERATO DI VINO

Dopo il Dry January e l'attesa per il Sober October, diversi studi hanno analizzato l'atteggiamento dei consumatori nei confronti della moderazione. Le conclusioni sono tutt'altro che rassicuranti per il futuro del settore vino. La testata Vitisphere raccoglie in un articolo le indagini realizzate di recente da importanti società di ricerca in diversi mercati - Colangelo & Partners e Wine Opinions, NCSolutions, YouGov, IWSR – che evidenziano la tendenza, in primo luogo delle giovani generazioni, ad accogliere positivamente raccomandazioni dagli Stati più restrittive sui consumi, a ridurre la quantità di alcolici bevuta, a ricorrere ad alternative "NoLo", prevalentemente per preoccupazioni riguardante la salute ma anche a causa della diminuzione del potere d'acquisto.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101389-labstinence-met-sous-pression-la-consommation-avec-moderation-de-vin.html>

IL MONDO DEI VINI IN FATTI E NUMERI

L'obiettivo della ProWein è quello di rafforzare i legami commerciali o crearne di nuovi. Ma qual è in questo momento il principale argomento di discussione per ciascuna regione vitivinicola? Per contribuire ad avviare la conversazione nei diversi stand fieristici, la testata Meininger's International ha compilato un'interessante panoramica delle cifre sul vino e dei fatti più importanti per ciascuno dei paesi maggiormente impegnati nella produzione e nel trade.

<https://www.meiningers-international.com/wine/news/world-wines-facts-and-numbers>

LE DONNE RAPPRESENTANO "IL MERCATO EMERGENTE" PER I FINE WINE, MA IL TRADE DEVE INVESTIRE PER INTERCETTARNE LA CRESCITA

Alcune voci autorevoli del settore ritengono che i merchant di vini pregiati potrebbero perdere un'occasione non riuscendo ad investire sulle donne collezioniste di fine wine con un patrimonio netto elevato. Gli esperti ritengono che coloro i quali riusciranno ad entrare in questo mercato emergente potranno ottenere un enorme vantaggio.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2024/03/high-net-worth-women-are-the-emerging-market-for-fine-wine-but-merchants-must-invest-for-it-to-grow/>

THE WEALTH REPORT 2024 BY KNIGHT FRANK: 2023 ANNO DIFFICILE ANCHE PER GLI INVESTIMENTI IN FINE WINE

Il 2023 si è rivelato un anno non proprio tonico per gli investimenti nei beni di lusso. È quanto emerge dalla lettura di The Wealth Report 2024 by Knight Frank che analizza gli "Ups and downs" del The Knight Frank Luxury Investment Index Q4 2023. Se settori come quello dell'arte mostrano un incremento significativo degli investimenti (+11%), non è possibile af-

fermare analogo andamento sia stato seguito dal "luxury wine", in crescita solo dell'1%, in un decennio, tuttavia, caratterizzato da un price change del +146%. Tra le dinamiche interessanti da segnalare, gli acquisti di terreni da parte di produttori di vino francese nel Sud-Est dell'Inghilterra (tant'è che, in otto anni, il prezzo è schizzato da £11,000 a £20,000 per acro. Il mercato del vino pregiato – in crescita solo dell'1% secondo il Knight Frank Fine Wine Icons Index (KFFWII) – sta attraversando un periodo di correzione dei prezzi, commenta Nick Martin di Wine Owners. "È stato un periodo molto lungo, quindi non sono così sorpreso." Alcuni vini di produttori molto piccoli che avevano goduto della crescita più esuberante hanno visto i cali maggiori, sostiene l'esperto, ricordando il "folle" aumento del prezzo di bottiglie da £ 50 fino a £ 200 o £ 300. Il fatto che KFFWII sia ancora appena in attivo dimostra il valore di una cantina diversificata, aggiunge. Altro aspetto curioso, sono le differenze geografiche sulla propensione agli investimenti in fine wine: se, infatti, il vino come investimento sta diventando popolare tra i collezionisti, tant'è che il 35% a livello globale lo segnala come uno dei segmenti più gettonati, l'area dell'Australia è quella che guarda con maggiore interesse agli investimenti in vino, con una percentuale del 45%, davanti all'Europa (39%), all'Asia continentale (38%), all'Est Europa (36%). I meno attratti dall'investire in vino, invece, sono i collezionisti d'Africa (32%), Nord America (30%) e America Latina (26%).

<https://content.knightfrank.com/resources/knightfrank.com/wealthreport/the-wealth-report-2024.pdf>

CONTINUA A FEBBRAIO LA DISCESA DEGLI INDICI LIV-EX

Il Liv-ex Fine Wine 100, il benchmark leader del segmento fine wine, è sceso ancora una volta a febbraio, segnando l'undicesimo mese consecutivo di calo dell'1,1%, più marcato rispetto allo 0,3% di gennaio, per chiudere a 355,16. Osservando il mercato più ampio, il Liv-ex Fine Wine 1000 (che tiene traccia di 1.000 vini provenienti da tutto

il mondo) è sceso dell'1,3% per chiudere a 400,22, un numero visto l'ultima volta nell'ottobre 2021. Tra i suoi sottoindici, il Rest of the World 60 ha registrato il calo più significativo, perdendo il 2,7%. Nel frattempo, lo Champagne 50 è andato in controtendenza, crescendo per la prima volta dal picco di mercato nell'ottobre 2022. Il Liv-ex Fine Wine 50 (che segue il movimento dei First Growths ed è aggiornato quotidianamente) è sceso dello 0,2% a febbraio, in miglioramento rispetto al calo dell'1,2% di gennaio. L'indice Bordeaux 500 (che tiene traccia dei 500 principali vini di Bordeaux) è sceso dello 0,8% - ancora una volta, in miglioramento rispetto al calo dell'1,4% registrato il mese precedente. Febbraio ha visto un aumento sia del numero di marchi che di singoli vini scambiati sul mercato secondario. C'è stato un leggero aumento sia del valore e del volume scambiato, sia dell'esposizione (il valore delle domande e delle offerte in borsa) rispetto al mese precedente.

<https://www.liv-ex.com/2024/03/champagne-50-shows-strength-amid-broader-market-decline/>

IL MERCATO EUROPEO DEGLI ANALCOLICI POTREBBE CRESCERE FINO A 15,4 MILIARDI DI EURO

La dimensione del mercato europeo del vino e della birra "no-alcohol" ha raggiunto gli 8,6 miliardi di euro nel 2023 poiché i consumatori hanno continuato ad acquistare questa tipologia di prodotti. Secondo una ricerca dell'International Market Analysis Research and Consulting Group (IMARC), si prevede che il mercato complessivo "no-low" raggiungerà i 15,4 miliardi di euro entro il 2032, con un tasso di crescita del 6,56% nel periodo compreso tra quest'anno e fino ad allora. Lo studio ha analizzato i processi, le materie prime, il tipo di imballaggio, i canali di distribuzione e il modo in cui il settore sta crescendo sia on- che off-trade. Il report include anche un'analisi regionale e della concorrenza ed evidenzia gli ultimi progressi nel mercato. Nel documento si afferma che il mercato europeo del vino e della birra a basso contenuto alcolico e analcoli-

co sta vivendo "una crescita sostanziale", guidata da una combinazione di crescente consapevolezza salutistica tra i consumatori e anche dalla maggiore adozione di vini a basso contenuto calorico e a basso contenuto di zuccheri. Le tendenze emergenti nel mercato analcolico europeo includono crescenti investimenti in attività di ricerca e sviluppo per "migliorare il profilo aromatico e la qualità complessiva delle bevande analcoliche", si legge nel report, rendendole "più attraenti per un pubblico più ampio". Inoltre, la facilità di disponibilità di prodotti vinicoli e birra analcolici attraverso piattaforme online, comprese opzioni artigianali e premium, sta rappresentando un fattore di crescita significativa. Viene inoltre riferito che il numero significativo di attività di marketing e promozionali da parte dei principali attori sta "catalizzando ulteriormente il mercato regionale". "L'adozione di strategie innovative di packaging e branding è un'altra tendenza chiave, volta ad attrarre una fascia demografica più giovane di consumatori attenti alla salute, che si prevede guiderà il mercato europeo del vino e della birra analcolici nel periodo previsto".

<https://www.thedrinksbusiness.com/2024/03/europe-non-alcoholic-market-could-grow-to-e15-4bn/>

REPORT CIATTI: SPERANZE E OSTACOLI NEL MERCATO DEL VINO SFUSO

Il mercato globale del vino sfuso si avvia verso il secondo trimestre del 2024 apparentemente più fluido di quanto non sia stato per mesi, con alcuni buoni livelli di attività su vini particolari, alcuni aumenti di prezzo, alternati a cali, e alcune carenze nell'offerta. Il Cile ha registrato un aumento della domanda internazionale per i suoi vini bianchi varietali e della domanda cinese per i suoi vini rossi generici. La California ha registrato un leggero aumento della domanda di piccoli volumi su una gamma di vini sfusi. La domanda di vini Vin De France non millesimati della Francia meridionale è elevata a causa della mancanza di offerta - e dei prezzi più alti - in Italia e Spagna. Il Sudafrica

sta faticando a soddisfare la domanda almeno per alcuni vini poiché la vendemmia 2024 sta per arrivare. Alcuni mercati - come Argentina, Italia e Spagna - sono lenti principalmente a causa della percezione degli acquirenti che i prezzi siano elevati. L'interesse dei buyer c'è, ma è sensibile al prezzo e al volume in un'economia globale ancora fragile. I vini bianchi continuano a trovarsi in un migliore equilibrio tra domanda e offerta rispetto ai rossi, a livello globale, sebbene la pressione della domanda abbia iniziato a indebolirsi nella seconda metà del 2023. Tutti i principali paesi produttori dell'emisfero meridionale si aspettano quest'anno raccolti di dimensioni inferiori alla media; potenzialmente non una cosa negativa per la salute del settore vitivinicolo nel suo complesso, dato l'attuale equilibrio globale tra domanda e offerta. Si tratta di un risultato misto per i viticoltori che lottano contro i margini ridotti: meno uva significa potenzialmente un reddito ridotto ma forse anche la capacità di cercare a loro volta prezzi dell'uva più alti. Ma per questo, è necessaria una solida stabilizzazione della domanda globale di vino, che avverrà solo una volta che ci sarà un rafforzamento macroeconomico concertato in Europa e Nord America.

<https://www.meiningers-international.com/wine/news/ciatti-report-hope-and-hurdles-bulk-wine-market>

GLI SMARTPHONE GIOCANO UN RUOLO NEL CALO DEL CONSUMO DI VINO TRA I GIOVANI?

Anche se appare difficile attribuire la colpa del precipitoso calo del consumo di vino negli ultimi anni all'avvento degli smartphone e all'effetto a catena che ha avuto in tutti gli ambiti della nostra vita, sarebbe altrettanto difficile ignorarne il collegamento. La propensione della Gen Z e dei Millennials a registrare ogni uscita e a condividere le proprie abitudini sui social - e dunque a renderle pubbliche - mette in guardia da comportamenti "poco appropriati" causati dal consumo eccessivo di alcolici. Poiché gli smartphone sono diventati sempre più inevitabili nei contesti sociali, al-

cune ricerche mostrano che i giovani riducono attivamente i consumi. Secondo uno studio condotto da Heineken e Canvas8, circa il 75% dei Millennial limita la quantità di alcol che beve nella maggior parte delle serate fuori e il 38% limita il consumo di alcol in ogni momento. Più di uno su tre (36%) ha dichiarato ai ricercatori di aver avuto a che fare con il "social shaming" in seguito ad apparizioni apparentemente ubriache sui social. Un recente sondaggio Gallup ha analizzato il notevole calo del consumo di alcol tra i 18-34 anni negli ultimi due decenni. La media nazionale che misura il consumo di alcolici tra gli adulti statunitensi è rimasta stabile intorno al 60% per più di 40 anni, ma il tasso è diminuito di 10 punti percentuali negli ultimi due decenni tra i giovani adulti di età compresa tra 18 e 34 anni, dal 72 al 62%. La percentuale di consumatori di età pari o superiore a 55 anni è aumentata di 10 punti, dal 49 al 59%. Mentre il consumo di alcol è diminuito, quello di marijuana è tuttavia aumentato, e sebbene l'ascesa dei social media e della cannabis non stia certamente aiutando il vino, alcuni sostengono che ci siano problemi più ampi. L'indagine pubblicata a gennaio da Colangelo Partners e Wine Opinions, imputa alla corrente neo-proibizionista la vera "minaccia esistenziale" per il settore. Quest'ultima ricerca ha dimostrato che soprattutto i più giovani credono che il vino rappresenti un serio rischio per la loro salute. E anche i movimenti sociali come Dry January e Sober October stanno avendo un impatto. La partecipazione a questi due eventi è più alta tra le persone nella fascia d'età 21-39, con più della metà di coloro che vi partecipa in tutto o in parte. Ma mentre quasi un terzo di tutti gli statunitensi sotto i 25 anni si sono astenuti dal bere alcolici a gennaio, quelle stesse persone hanno continuato a fare uso di cannabis. Occorre, dunque, concentrarsi sugli aspetti culturali e culinari del vino, sulla sua importanza nella storia, raccontandone i risvolti sociali dei piacevoli momenti di condivisione.

<https://www.wine-searcher.com/m/2024/03/the-smartphones-role-in-wines-decline>

IL 2023 È STATO IL PEGGIOR ANNO PER LE ESPORTAZIONI DEI VINI FRANCESI DAL 2009 E DALLA CRISI DEI MUTUI SUBPRIME

Nel 2023, le esportazioni di vino sono in calo per la stragrande maggioranza, se non tutti, dei paesi produttori secondo gli ultimi dati doganali elaborati da Business France: -1% per l'Italia (2,1 miliardi di litri), -4% per Spagna (2 miliardi di litri), -18% il Cile (682 milioni di litri), -3% l'Australia (621 milioni di litri), -20% il Sudafrica (349 milioni di litri)... Non fa eccezione il vino francese, per il quale le esportazioni mondiali sono scese a 1,28 miliardi di litri per 12 miliardi di euro. Equivalenti a -9% in volume e -3% in valore in un anno. "Una dinamica fortemente legata alla produzione nel 2022 e alla situazione economica nel 2023" riassume Adrien Boussard, referente del settore vitivinicolo per Business France. Se la Francia resiste in valore, l'esperto sottolinea che prendendo le statistiche degli ultimi vent'anni, il 2023 è l'anno peggiore dal 2009 in termini di volumi esportati per i vini francesi. "A differenza del 2009, segnato dai mutui subprime, nel 2023 non si è verificata una crisi economica, ma una crisi inflazionistica, che ha alimentato una situazione economica negativa" sottolinea Boussard. Con cali diffusi nei principali mercati in termini di volume (-8% in Germania che rimane la principale destinazione, -13% negli Stati Uniti con l'impatto dell'eccesso di scorte nel 2022, -6% nel Regno Unito, -5% in Belgio, -9% nei Paesi Bassi, -10% in Canada, -26% nella Cina che non riparte ancora dopo il Covid, -14% in Giappone...), i vini francesi reggono meglio sui mercati europei di prossimità (calo a una cifra) rispetto a quelli delle principali esportazioni (calo a due cifre). In termini di valore, i cali sono decisamente meno significativi (-8% negli Stati Uniti, stabilità in Gran Bretagna, -2% in Germania, -3% in Belgio, -5% in Giappone, ecc.). Dinamica di riduzione dei volumi e aumento dei prezzi medi riscontrata su Champagne (-11% a volume per -1% a valore), vini fermi AOP (-10% a volume, -4% a valore), IGP (-8 e -4%), VSIG (-6 e -1%). Nel complesso, tutte le AOP sono in

rosso (-12 % Alsace, -16 % Beaujolais, -12 % Bordeaux, -7 % Bourgogne, -10 % Vallée du Rhône, -16 % Languedoc-Roussillon, -12 % Provence, -7 % Sud-Ouest...) e tutti gli IGP (Pays d'Oc -8 %, Languedoc-Roussillon -14 %, Sud-Ouest -20 %...). Ad eccezione della Val de Loire (in AOP -5% in volume, ma +6% in valore, in IGP +1% in volume e +4% in valore) e dell'IGP Terres du Midi (+37 e +53%).

<https://www.vitisphere.com/actualite-101569-2023-pire-annee-export-des-vins-francais-depuis-2009-et-la-crise-des-subprimes.html>

IL VINO TORNA AD ESSERE LA BEVANDA ALCOLICA PREFERITA DAI FRANCESI

Crescendo del 5% nel 2024, il vino riconquista la leadership delle bevande alcoliche preferite dai francesi. Lodato dal 60% degli intervistati (rispetto al 58% della birra) nel barometro SoWine 2024, il vino ha la precedenza sulla birra che lo aveva preceduto nelle precedenti rilevazioni. Questo barometro si basa su un sondaggio online realizzato nel dicembre 2023 su un campione di 1.058 persone rappresentative della popolazione francese di età compresa tra 18 e 65 anni. In particolare, sono le donne che contribuiscono direttamente a questa rinascita a favore del vino, aumentando la loro preferenza per la bevanda del +7%, al 56%. Allo stesso tempo diminuisce l'appetito per la birra, mentre aumenta quello per i cocktail (+6%, al 42%). In queste tendenze si osserva sia un pregiudizio di genere che generazionale. Gli uomini continuano a preferire la birra (72%), cifra che continua ad aumentare (+7%), sebbene cresca anche l'interesse per il vino (+3%, 64%). Allo stesso modo, cresce in maniera molto significativa la preferenza per il vino tra i trentenni (26-35 anni), +14%, mentre aumenta il gradimento per la birra tra i 36-49 anni (+5%). I giovani tra i 18 e i 25 anni mostrano un gradimento per lo Champagne (+7%), ma mantengono una preferenza generale per la birra e i cocktail prima del vino. Ed è possibile notare, tuttavia, che la birra rimane la bevanda più intergenerazionale.

La quota dei consumatori francesi di analcolici rimane stabile al 14% degli intervistati, anche se è molto più marcata tra i giovani e persone con redditi più bassi. Ciò non apre però la strada al consumo di "NoLo", che riguarda il 28% degli intervistati (stabile, -1%), ma solo il 10% per i vini. Questa tendenza è infatti in gran parte legata al consumo di birra per il 65% degli intervistati. Il 50% del campione si dichiara appassionato di vino e il 43% si considera neofita. Anche i vini bianchi mantengono la pole position, consumati dal 90% degli intervistati, contro l'87% dei rosati e l'82% dei rossi. La preferenza per i vini bianchi è evidente per gli aperitivi (36%, +8%), così come per i vini rosati, mentre i vini rossi sono maggiormente consumati durante i pasti. Il consumo di vino si concentra nelle serate del fine settimana, momenti in cui si parla maggiormente dello Champagne. Per la prima volta quest'anno, nei criteri di acquisto degli intervistati, il criterio di scelta del vitigno (26%, +2 punti) ha prevalso su quello della denominazione (23% -2 punti). Il prezzo rimane il primo criterio per la maggior parte degli intervistati (54%, +2 punti). Chardonnay e Pinot nero sono i due vitigni preferiti dai consumatori, in particolare tra le consumatrici per lo Chardonnay. Il Sauvignon blanc sta attirando il favore dei più giovani. Infine, continua a diminuire la frequenza di acquisto dei vini, con un aumento complessivo degli acquisti sotto i 10 euro (+4 punti, 25% degli intervistati). C'è la tendenza ad acquistare a prezzi meno cari, ma la fascia di acquisto 11-20 euro resta dominante, per il 54% degli intervistati. La vendita di vini online, che aveva sperimentato un miglioramento durante la pandemia, sta tornando alle proporzioni pre-Covid (33% degli intervistati), ma è ora orientata preferenzialmente verso i siti web dei produttori (33%, +6 punti) e delle enoteche (32%, +6 punti).

<https://www.vitisphere.com/actualite-101581-le-vin-redevient-la-boisson-al-coolisee-preferee-des-francais.html>

UNA WEB-TV PER VENDERE IL VINO DI BORDEAUX IN CINA

Il négociant di vini bordellesi di fascia alta, U'Wine, unisce le forze con il colosso cinese dei pagamenti online Alipay per generare nuovi flussi di marketing con i clienti cinesi, grazie allo streaming live dei tour enologici. Nelle prossime settimane, i team di Alipay e U'Wine si incontreranno a Bordeaux per visitare diversi vigneti e avviare la collaborazione. Questa trasferta verrà infatti trasmessa in diretta su internet, in live streaming, la prima di questa nuova partnership. Per diverse ore, i loro movimenti saranno filmati e guardati in diretta sulla piattaforma, come si trattasse di un reality show. Le realtà bordellesi che saranno sotto i riflettori potranno beneficiare di una gigantesca visibilità sui loro prodotti, che potranno essere acquistati direttamente dal pubblico cinese sul conto Alipay della filiale cinese di U'Wine China. Le due aziende vedono un potenziale di milioni o addirittura decine di milioni di visitatori durante il live streaming e un fatturato di diversi milioni in poche ore.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101426-une-web-tv-pour-vendre-du-vin-en-chine.html>

NUOVI MODI PER DIVERSIFICARE IL REDDITO DEI VITICOLTORI: GLI APPASSIONATI POTRANNO COLTIVARE UNA PARTE DELLA VIGNA

Proprietario di una tenuta in Provenza, l'enologo Alain Blachon ha trovato un ottimo modo per diversificare le sue entrate. Cederà parte del suo vigneto ad appassionati per la durata di una vendemmia. Tutto avviene su MyViny, un'applicazione che permette a questi dilettanti di coltivare 12 piante del vitigno di loro scelta dal loro smartphone o computer. Per questa prima campagna, Blachon ha suddiviso diversi appezzamenti della denominazione Côtes-du-Rhône in 40 quadrati di 12 m². Per 500 euro, i viticoltori 2.0 sceglieranno 12 piedi e gestiranno da remoto il percorso tecnico del loro appezzamento. D'ac-

cordo con gli altri comproprietari decideranno, ad esempio, la migliore lotta contro la muffa o il metodo di raccolta. Verranno pertanto installate delle webcam nei vigneti e in cantina e i nuovi viticoltori riceveranno regolarmente campioni dei vini dell'azienda che impareranno a degustare in videoconferenza con un sommelier. Potranno anche visitare le loro vigne, maneggiare gli strumenti e scegliere la propria etichetta. Dopo 18 mesi, il team dell'azienda invierà loro 6 bottiglie della loro annata personalizzata.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101476-il-laisse-une-partie-de-son-vignoble-a-des-amateurs-pour-diversifier-ses-revenus.html>

INIZIO ANNO POSITIVO PER LE ESPORTAZIONI DI VINO SPAGNOLO

Un mese di gennaio 2024 positivo per le vendite all'estero del vino spagnolo, con una crescita del 5,6% in valore e del 12,8% in volume, ne migliora il trend globale. Su base annua fino a gennaio 2024, la Spagna ha esportato 2.045,3 milioni di litri (3,1%), per un valore di 2.917,6 milioni di euro. Sebbene i dati siano ancora negativi, i cali osservati nei mesi precedenti si sono attenuati. In termini assoluti sono stati 37 milioni i litri in meno esportati e 72,5 milioni di euro quelli fatturati in meno negli ultimi dodici mesi. A livello di prodotto, i vini DOP guidano le perdite, perdendo 78,6 milioni di euro e 32 milioni di litri nelle esportazioni su base annua fino a gennaio 2024, rispetto allo stesso periodo precedente. Di positivo c'è che i vini BiB sono cresciuti di 9,4 milioni di euro e 7,1 milioni di litri. In aumento anche il fatturato degli spumanti (+4,5 milioni di euro) e il volume esportato del vino sfuso (+24,6 milioni).

<https://oemv.es/exportaciones-espanolas-de-vino-enero-2024>

REPORT ECONOMICO DEL SETTORE VINO SPAGNOLO A GENNAIO 2024: PRODUZIONE, GIACENZE ED EXPORT IN CALO, MENTRE CRESCONO I CONSUMI PER IL TERZO MESE CONSECUTIVO

I dati INFOVI relativi a gennaio 2024 mostrano un calo della produzione cumulativa di vino in Spagna (-21%), nella prima metà della campagna 2023/2024, a 28,3 Mio hl, e delle giacenze finali (-12%), a 50,2 Mio hl di vino e mosto. La stima del consumo nazionale di vino cresce dell'1,2% rispetto a gennaio 2023, attestandosi a 9,7 milioni di hl. Per il terzo mese consecutivo si registra, dunque, un'evoluzione positiva dei consumi. I dati export relativi a dicembre 2023, mostrano che la Spagna ha chiuso lo scorso anno con un calo delle esportazioni di vino, scese a 2.906 milioni di euro (-3,2%) e a 2.026 milioni di litri (-4%). Infine, le importazioni di vino in Spagna si sono attestate a 536.844 hl (-17%) nel 2023, per un valore di 299,5 milioni di euro (+6%). La bilancia commerciale è chiaramente favorevole per il vino spagnolo, con 2.606 milioni di euro in attivo nel 2023.

<https://interprofesionaldelvino.es/wp-content/uploads/2024/03/Informe-Enero-2024.pdf>

FRANCIA IN VALORE E ITALIA IN VOLUME SONO I PRINCIPALI FORNITORI DI VINO DELLA SPAGNA

Il 2023 si chiude con un aumento delle importazioni spagnole di vino in valore (+5%), che raggiungono i 299,5 milioni di euro, il dato più alto della serie storica. In termini di volume, invece, sono diminuite del 4,7%, a 53,7 milioni di litri. Il prezzo medio ha raggiunto il valore più alto della serie, superando per la prima volta la soglia dei 5 euro, fino a 5,58 euro/litro. In termini assoluti, sono stati importati 10,9 milioni di litri in meno, spendendo 17,3 milioni di euro in più, con un aumento del prezzo medio di 1,21 euro al litro. Per prodotto, l'aumento in valore è in gran parte spiegato dai vini spumanti (+18,5 milioni di euro), mentre il calo in volume sembra gui-

dato dai vini sfusi, di cui la Spagna ha smesso di importare l'anno scorso 7,9 milioni di litri. A livello di mercati, la Francia in valore e l'Italia in volume sono i principali fornitori di vino della Spagna. Il 49% del valore delle importazioni spagnole riguarda il vino francese, in aumento del 13% nel 2023, a 186 milioni di euro (+21,9 milioni). In termini di volume, il 33% delle importazioni corrisponde al vino italiano, che si attesta a 37 milioni di litri (+0,6%).

<https://oemv.es/importaciones-espanolas-de-vino-ano-2023>

ALLE STELLE LE VENDITE DI CAVA BIOLOGICO

Nel 2023, sono state vendute complessivamente quasi 252 milioni di bottiglie di Cava, con un aumento dell'1,09% (2,7 milioni di bottiglie) rispetto al dato del 2022. Il mercato interno è stato una forza trainante particolare, registrando un aumento delle vendite del 4% su base annua. In Spagna, infatti, il Cava è lo spumante che è cresciuto di più, rappresentando ormai l'87,7% del totale a volume (3,9% in più rispetto al 2022) e il 78,8% del valore (in crescita del 10,6%). In termini di mercati di esportazione, la Germania, nota per il suo elevato consumo di vini spumanti, è in testa, importando 31,3 milioni di bottiglie di Cava (+4,14% rispetto al 2022), seguita dagli Stati Uniti, che ne hanno importate 21,6 milioni, una cifra che rappresenta di fatto un calo del 13,48% rispetto all'anno precedente. Sorprendentemente, data la sua popolazione relativamente piccola in età di consumo (circa 9 milioni), il Belgio è il terzo mercato più grande per le bollicine spagnole, importando 22 milioni di bottiglie nel 2023, in aumento del 5,44% rispetto al 2022. Subito dietro c'è il Regno Unito, con un aumento delle vendite del 5,38% che si traduce in 16,8 milioni di bottiglie vendute. La crescita più importante, pur partendo da un punto di partenza basso, si è verificata nel mercato emergente del Brasile, dove le importazioni di Cava sono aumentate di uno sbalorditivo 75,82%, anche se in realtà questo rappresenta solo un totale di 1,9 milioni di bottiglie di Cava.

Una delle principali storie di successo è quella delle vendite di Cava biologico, che sono cresciute del 24,59% raggiungendo 32,3 milioni di bottiglie, al contrario, di quelle da viticoltura convenzionale diminuite dell'1,65%. Ciò è indicativo sia della crescente domanda da parte dei consumatori di prodotti biologici, ma anche della crescita della produzione biologica nella DO: recenti normative hanno stabilito che tutta la Cava di Guarda Superior dovrà essere prodotta al 100% in biologico entro il 2025. Altre previsioni normative per questo livello di qualità includono requisiti di invecchiamento più lunghi, che ora ammontano a 18 mesi, mentre in precedenza erano 15.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2024/03/organic-cava-sales-skyrocket/>

TREND DEL MERCATO DEL VINO TEDESCO: E-COMMERCE IN CRESCITA, VINI ANALCOLICI SEMPRE PIÙ APPREZZATI, TIENE BENE IL BIOLOGICO, MAGGIORE RICHIESTA PER LE VARIETÀ RESISTENTI, CONTINUA IL DOMINIO DEI BIANCHI

Le difficili condizioni economiche dello scorso anno hanno avuto un impatto anche sul comportamento d'acquisto di vino di molti consumatori in Germania. Nel 2023, in particolare, le famiglie a basso reddito hanno rinunciato più spesso al vino, mentre quelle finanziariamente più agiate difficilmente hanno ridotto il consumo di vino. Come riportato dal DWI (Istituto del vino tedesco) sulla base del panel delle famiglie NielsenIQ, nel 2023 i negozi online di produttori e commercianti di vino hanno ottenuto i migliori risultati in un mercato del vino in generale calo. Di conseguenza, il commercio online ha guadagnato due punti percentuali rispetto al 2022 e ora detiene una quota di mercato del 13% su tutti gli acquisti di vino. A loro volta, nel 2023, i rivenditori di generi alimentari hanno perso quote di mercato nella stessa misura. L'anno scorso il 64% di tutti i vini veniva ancora acquistato in quest'ultimo canale. I discount hanno perso un punto percentuale con una quota di mercato

del 37%, così come i supermercati con il 27%. La vendita diretta dal produttore continua a svolgere un ruolo importante per i vini tedeschi. Il 24% è stato acquistato da aziende vinicole locali o dai loro negozi online. I vini analcolici possono ancora rappresentare un mercato di nicchia, ma stanno raggiungendo una base di consumatori sempre più ampia. L'anno scorso la categoria ha trovato il 27% in più di acquirenti nel settore, il che significa che anche le vendite sono cresciute del 27%. In termini assoluti, tuttavia, la quota di mercato dei vini analcolici è ancora a un livello relativamente basso. Secondo le stime del settore, la loro incidenza sul mercato complessivo del vino ammonta a circa l'1%. La viticoltura biologica registra da molti anni in Germania tassi di crescita continui e, per il 2023, il DWI ha stimato un ulteriore aumento della superficie coltivata. In un mercato del vino in generale calo dello scorso anno, i vini biologici non hanno subito alcuna perdita. Rispetto all'anno precedente sono riusciti a mantenere una quota di mercato pari al 3% su tutti i volumi di vino acquistati e al 4% sulle vendite. Negli ultimi anni i nuovi robusti vitigni PIWI sono stati sempre più coltivati sia nella viticoltura biologica che in quella convenzionale. Grazie alla loro naturale resistenza non necessitano quasi di alcuna protezione fitosanitaria e i vini hanno già da tempo raggiunto il livello qualitativo delle varietà tradizionali. Con l'espansione della coltivazione PIWI a circa il 3% della superficie vitata totale tedesca, i viticoltori di questo paese stanno rispondendo al desiderio dei consumatori di acquistare prodotti più sostenibili. La quota dei vini bianchi, rossi e rosati sul volume di vino acquistato nel 2023 non è cambiata rispetto all'anno precedente. I vini bianchi hanno continuato a dominare il mercato del vino tedesco con una quota di mercato in volume del 47%, i vini rossi sono rimasti al 40% e i vini rosati hanno mantenuto una quota degli acquisti di vino del 13%.

<https://www.winesofgermany.com/news-media/news/news/616/trends-in-the-german-wine-market/>

VENDITE SUL MERCATO DEL VINO TEDESCO IN CALO NEL 2023. L'ITALIA GUADAGNA QUOTE

Nel 2023 è stato registrato un calo in volume nelle vendite di vino in Germania (-4% sul 2022), principalmente a causa del minor numero di persone che ne hanno acquistato, sebbene il fatturato sia rimasto costante a causa del livello dei prezzi più elevato. Nel 2023 il prezzo medio di tutti i vini è aumentato di 19 centesimi, ovvero del 5% rispetto all'anno precedente, attestandosi a 4,08 €/l. La crescita dei prezzi dei vini nazionali di 31 centesimi a 4,51 €/l è stata ancora più pronunciata che per i vini esteri, che sono aumentati in media di undici centesimi a 3,76 €/l. I diversi livelli di prezzo tra i vini nazionali e quelli importati hanno avuto un impatto sul comportamento d'acquisto dei consumatori sensibili ai prezzi. Nel 2023, ad esempio, le vendite di vini tedeschi sono diminuite del 9%, mentre i vini stranieri sono stati acquistati solo per l'1% in meno. Ciò ha avuto un impatto negativo sulle vendite in valore del 2% per i produttori di vino tedeschi e un aumento del 2% per i fornitori di vini internazionali. A causa delle perdite di vendita superiori alla media, lo scorso anno la quota di mercato dei vini tedeschi in termini di volumi di vino acquistati è scesa di due punti percentuali al 42%. Tra le origini estere, i vini italiani hanno ottenuto la quota di mercato più elevata in termini di volume con il 17% (+2 punti percentuali), seguiti dai vini spagnoli con un invariato 14% e dai vini francesi con un altrettanto costante 10%. A causa del prezzo medio più elevato dei vini nazionali, la loro quota di spesa per il vino è stata del 47%. Rispetto al 2022 questo dato corrisponde ad una diminuzione di un punto percentuale.

<https://www.winesofgermany.com/news-media/news/news/615/tense-situation-on-the-wine-market/>

ALDI LANCIA PER LA PRIMA VOLTA UN VINO IN BOTTIGLIE DI CARTA A MARCHIO PROPRIO IN UN SUPERMERCATO DEL REGNO UNITO

La catena di supermercati Aldi sta lanciando in UK il proprio vino a marchio in bottiglie di carta, nel tentativo di ridurre la propria impronta di carbonio. Utilizzando bottiglie realizzate in cartone riciclato al 94% con un rivestimento per uso alimentare per contenere il vino, le nuove bottiglie sono completamente riciclabili e cinque volte più leggere di una bottiglia di vetro standard. Sostituendo le bottiglie di vetro con la carta e immagazzinandole nei negozi a livello nazionale, Aldi spera di generare una riduzione dell'impronta di carbonio che sia "equivalente a fare il giro del pianeta 5,8 volte".

<https://winetitles.com.au/aldi-launches-its-own-brand-wine-in-paper-bottles-in-a-uk-supermarket-first/>

NEL PROSSIMO DECENNIO UN QUARTO DEL VINO E DEI SUPERALCOLICI POTREBBE ESSERE CONFEZIONATO IN BOTTIGLIE DI CARTA

Secondo l'azienda di packaging britannica Frugalpac, entro un decennio un quarto delle bottiglie di vino e spirits sugli scaffali dei supermercati potrebbe essere di carta invece che di vetro. Frugalpac, che ha lanciato la sua Frugal Bottle nel 2020, ritiene che l'impennata dei prezzi del vetro e il consolidamento dell'industria del vetro (che comporta la difficoltà da parte dei produttori di bevande di avere meno influenza sui player del settore vetro) potrebbero contribuire a promuovere imballaggi alternativi.

<https://www.just-drinks.com/news/quarter-of-wine-spirits-aisles-could-be-in-paper-bottles-in-next-decade-says-frugalpac/>

LA SVIZZERA RIDUCE LA QUANTITÀ DI VINO IMPORTATO CON LA SPESA CHE SI MANTIENE ALTA

La Svizzera ha ridotto il volume di vino importato del 5,6% nel 2023, a 167 milioni di litri, la quantità più bassa da quando sono disponibili i dati (1996). Il valore è sceso del 4,6% a 1,23 miliardi di franchi, ma è comunque il terzo più alto finora, poiché il prezzo medio è stato il più elevato in assoluto con 7,37 franchi/l. (+1,1%). Spumante, in valore, e bag in box, in volume, gli unici a crescere nel 2023. Finora in questo secolo la Svizzera ha cambiato i suoi acquisti da sfusi a confezionati. La Confederazione ha importato vino da 86 paesi, anche se Francia, Italia e Spagna rappresentano l'86% del valore e l'82% del volume totale.

<https://oemv.es/importaciones-de-vino-en-suiza-ano-2023>

AUSTRIA, CLIMA TURBOLENTO MA VINI DELL'ANNATA 2023 PROMETTENTI

L'annata 2023 ha sicuramente messo alla prova i viticoltori austriaci. Periodi di siccità, periodi di umidità impegnativa e, in alcuni luoghi, forti tempeste hanno reso necessario un lavoro molto scrupoloso nei vigneti del paese. Tuttavia, il duro lavoro è stato ripagato da un autunno glorioso. È possibile dunque attendersi vini bianchi espressivi, densi ed equilibrati, così come la successiva brillante annata di vini rossi. Inoltre, i viticoltori sono stati ancora una volta in grado di produrre volumi significativi di Eiswein (vino di ghiaccio).

<https://www.austrianwine.com/the-2023-vintage>

IL PROMETTENTE MERCATO DEL VINO POLACCO. ITALIA IN CIMA AL GRADIMENTO DEI CONSUMATORI

Nel cuore dell'Europa, la Polonia è spesso citata tra i mercati vinicoli più promettenti. I 38 milioni di abitanti

di questo Paese, che ha conosciuto uno sviluppo spettacolare, spendono un quarto del loro reddito in cibo e bevande. Sebbene la birra mantenga di gran lunga la sua posizione dominante, i polacchi tendono ad orientarsi verso alcolici meno forti e privilegiano gli abbinamenti con il cibo. Con abitudini di consumo simili a quelle dell'Europa occidentale, la popolazione polacca predilige le specialità straniere, con una marcata propensione verso l'Italia. Il consumo di vino potrebbe ancora essere descritto come un fenomeno di moda in Polonia, ma sta diventando sempre più saldamente radicato nelle abitudini. Il vino attira sempre più consumatori benestanti e istruiti nelle grandi aree urbane, categoria che afferma le proprie preferenze qualitative acquistando prodotti con un buon rapporto qualità-prezzo. Questo consumatore tipo è giovane, urbano, benestante, nato negli anni '70 e '80, con uno stile di vita occidentale. Oltre il 60% dei consumatori di vino ha meno di 40 anni. L'85% del consumo di vino avviene tuttavia in casa, con quello nella rete di bar e ristoranti che resta minoritario e limitato alle città più grandi, altrimenti si tende a bere birra nei ristoranti. Sono favoriti i vini leggeri, fruttati e poco tannici, con un interesse per i vini del nuovo mondo i cui marchi funzionano bene. Il consumatore si sposta quindi verso i vini europei salendo di gamma. Se storicamente si limitavano alle sole feste di fine anno, gli spumanti hanno avuto un deciso sviluppo, grazie all'ampia promozione portata avanti dal Prosecco italiano, molto presente nella grande distribuzione. I "NoLo" risultano essere in prima linea nell'aumento dei consumi, risultato di campagne anti-alcol, leggi più severe per gli automobilisti e attenzione al minor contenuto calorico. Il vino analcolico è quello che è cresciuto di più nel 2022 (+44% in volume di vendita, pari a 3,8 milioni di litri). L'accesso al mercato avviene attraverso una rete molto frammentata di importatori e distributori di vino.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101368-le-prometteur-marche-polo-nais-pour-les-vins-francais.html>

PERCHÉ LA DANIMARCA È UN MERCATO COSÌ DINAMICO PER I FINE WINE

I danesi bevono circa 36 litri di vino all'anno per persona maggiorenne, uno dei livelli di consumo più alti in Europa. Fino all'80% di tutto il vino viene venduto nei supermercati, dove il prezzo medio è inferiore ai 5 euro. Oltre il 20% dei vini venduti proviene da regioni italiane come Puglia e Veneto. Ma esiste anche un robusto mercato dei fine wine, sostenuto da una forte rete di importatori, rivenditori e case d'asta, e abbinato con un'eccezionale scena gastronomica. Inoltre, i clienti danesi sono estremamente informati. Il profilo del consumatore di fine wine sta cambiando. In passato, gli acquirenti erano professionisti che lavoravano nell'industria e nella finanza, che in genere avevano più di 45 anni; oggi sempre più giovani stanno entrando nel mercato e questo crea una dinamica piuttosto interessante. Ciò che non è cambiato, però, è il divario di genere: la maggioranza dei consumatori e collezionisti di vino pregiato è di sesso maschile. La Borgogna è sicuramente leader in Danimarca di questo segmento, ma non mancano presenze di vini di pregio italiani e spagnoli. Oltre ciò, i danesi hanno un forte interesse per la sostenibilità: i consumatori vogliono sapere che i loro vini sono stati prodotti con uve di alta qualità coltivate con un intervento minimo. Nonostante l'invecchiamento della popolazione, la Danimarca ha davanti a sé un brillante futuro economico. I regimi pensionistici danesi detengono pacchetti azionari di società ad alta redditività (vedi settore farmaceutico), aumentando il valore dei risparmi accantonati dai danesi in età lavorativa. Ciò significa che è probabile che il danese medio rimanga benestante negli anni a venire, avendo a disposizione un reddito disponibile da spendere in vino.

<https://areni.global/why-denmark-is-such-a-dynamic-market-for-fine-wine/>

VINI PRODOTTI UTILIZZANDO L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER PROMUOVERE LA MOLDAVIA

La Moldavia ha scelto la "rottura" per distinguersi al ProWein. È infatti difficile esistere sulla scena vitivinicola internazionale per questo piccolo Paese di 2,5 milioni di abitanti, che tuttavia conta 120.000 ettari vitati, ed è addirittura tra i primi 20 Paesi produttori al mondo. "Ci sono 4 ettari di vigneto ogni 100 abitanti in Moldavia", ha dichiarato lo scrittore di vino Robert Joseph, che ha tenuto una masterclass sui vini moldavi alla fiera di Dusseldorf. In questa occasione ha presentato due vini rossi e un bianco realizzati utilizzando l'intelligenza artificiale e le risposte di ChatGPT. Disponendo di mezzi di promozione dei suoi vini molto limitati, la Moldavia ha dunque scelto di collegare la propria produzione vinicola a un altro dei suoi punti di forza, le tecnologie digitali, mescolando così tradizione e innovazione. Per più di un mese, il team dedicato a questo progetto ha fornito le informazioni su cui l'IA avrebbe dovuto fare affidamento per costruire le 3 annate presentate, dalla determinazione della data di raccolta alle proporzioni di assemblaggio, compresi l'iter di vinificazione e i criteri analitici di equilibrio, fino alla creazione delle etichette per vestire le bottiglie. Realizzato sotto la supervisione di un enologo, per correggere possibili aberrazioni, il progetto ha portato alla produzione di due blend di vini rossi e un vino bianco a base di Feteasca bianca. Prodotte in poche centinaia di bottiglie, il livello qualitativo dei tre vini è sorprendente, come le etichette che si distinguono. Per la presentazione, i produttori moldavi hanno addirittura generato l'immagine di Chelaris, l'enologo virtuale responsabile delle annate. Poco più grande del Belgio, la Moldavia è una terra privilegiata per la viticoltura con i suoi 300 giorni di sole all'anno e i suoi paesaggi che ricordano la Borgogna. Le sue esportazioni di vino sono triplicate tra il 2022 e il 2023 fino a raggiungere i 192 milioni di dollari. L'embargo russo ha causato enormi perdite ai produttori

moldavi ed è stata avviata una grande riforma, con sforzi a tutti i livelli: tracciabilità, commercializzazione, armonizzazione con la legislazione europea. Con una diaspora di quasi un milione e mezzo di moldavi andati a lavorare all'estero, l'industria vinicola locale riesce ad esportare i propri vini in un gran numero di paesi. Sebbene sia ufficialmente candidata all'integrazione nell'Unione europea dal 2022, il settore vino ora necessita di sostegno finanziario e investimenti per rinnovare e modernizzare i propri vigneti.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101465-des-vins-produits-grace-a-lia-pour-promouvoir-la-moldavie.html>

NEL 2023 STATI UNITI, CANADA E MESSICO RIDUCONO GLI ACQUISTI DI VINO DALL'ESTERO

Gli Stati Uniti hanno ridotto le proprie importazioni di vino del 14,6% in volume e dell'8,6% in valore nel 2023, a 1.227 milioni di litri e 6.690 milioni di dollari, dopo una pessima seconda metà dell'anno. Forte calo in un mercato che si è ripreso a ritmo sostenuto dalla crisi derivante dalla pandemia di Covid-19 e dai "dazi Trump" e ha superato i record nel 2022. Il prezzo medio è aumentato del 7% a 5,45 USD/l., il più alto dal 2008. Il forte calo registrato negli Stati Uniti si è verificato anche in Canada (-10,3% in volume e -8,8% in valore) e Messico (-17,8% in volume e -14,9% in valore), dopo la buona performance post-pandemia nei tre mercati nordamericani, soprattutto in valore. Gli Stati Uniti si confermano il primo mercato mondiale in valore, anche se sono stati superati dal Regno Unito come secondo importatore in volume.

<https://oemv.es/importaciones-de-vino-en-estados-unidos-ano-2023>

<https://oemv.es/importaciones-de-vino-en-canada-ano-2023>

<https://oemv.es/importaciones-de-vino-en-mexico-ano-2023>

TENDENZE CHIAVE PER IL MERCATO DEL VINO STATUNITENSE:

NEL PERIODO 2022-2027
DIMINUIRANNO I CONSUMI
IN VOLUME, A VALORI STABILI

Il mercato del vino statunitense si trova ad affrontare continue sfide nel 2024 e oltre, a causa della contrazione della base di consumatori, del calo dei volumi a prezzi più bassi e del livellamento dei guadagni per gli spumanti. L'IWSR prevede che i volumi del mercato del vino statunitense diminuiranno a un CAGR del -2% tra il 2022 e il 2027, calo accentuato dai livelli di inventario attualmente gonfiati nella distribuzione e nella vendita al dettaglio. Questo andamento rappresenta un'accelerazione dei recenti cali (CAGR dei volumi 2017-22 del -1%), con i volumi nel 2022 in diminuzione del -3%. I cali attesi saranno guidati dal segmento dominante dei vini fermi (85% dei volumi di mercato), che secondo IWSR diminuirà a un CAGR del -3% fino al 2027. Per altri segmenti - spumanti, liquorosi, altri vini e aperitivi leggeri - è attesa una crescita da basi molto più piccole. I continui cali si verificano nonostante un miglioramento della fiducia dei consumatori nel 2023, con crescenti livelli di positività sui redditi e sulle prospettive future. Questo quadro rimane tuttavia contrastante, poiché la pressione economica sta spingendo molti consumatori statunitensi a rivalutare la propria spesa dando priorità all'essenziale. Nel recente passato, la premiumizzazione è riuscita a compensare il calo dei volumi, aumentando il valore complessivo del mercato del vino statunitense, ma non è più così. Dopo un calo del valore del -1% nel 2022, le previsioni dell'IWSR mostrano che il valore della categoria rimarrà relativamente stabile fino al 2027. Ciò riflette il declino a lungo termine del vino a prezzo standard e inferiore negli Stati Uniti (meno di 9,49 dollari a bottiglia), che rappresenta il 62% dei volumi totali del mercato. L'IWSR prevede forti diminuzioni dei volumi per i livelli di prezzo basso, "value" e standard tra il 2022 e il 2027, in contrasto con gli aumenti attesi per i prodotti premium e superiori (15-49,99 dollari USA). Sebbene l'espansione della base dei con-

sumatori abituali di vino sia in linea con la crescita della popolazione generale, la popolazione complessiva dei consumatori di vino sta invecchiando, con la Generazione Z LDA che rappresenta solo il 7% dei "regular wine drinkers" (RWD), rispetto a una quota di 36% per i Boomer. Nel 2019, il 29% dei RWD rientrava nella fascia di età LDA-34, ma nel 2023 questa percentuale è scesa al 23%. Nello stesso arco temporale, la percentuale di consumatori abituali di età superiore ai 55 anni è aumentata dal 38% al 43%. Ciò significa che la composizione demografica dei bevitori abituali di vino sta invecchiando. "I Millennial sono la fascia d'età più coinvolta nella categoria del vino, con prospettive finanziarie in miglioramento e una continua disponibilità a spendere di più per il vino", afferma Richard Halstead, COO Consumer Insights, IWSR. "Nonostante ciò, anche il loro consumo di vino si è moderato e la loro fedeltà alla categoria è stata insufficiente a compensare il declino generale". Secondo i dati IWSR sui consumatori, circa il 44% dei Millennial RWD ha un elevato coinvolgimento nella categoria vino, rispetto al 30% dei RWD nel loro insieme. Sono fortemente positivi in termini di sentimenti e sono più propensi a consumare vino in contesti on-trade. I Millennial RWD sono anche più propensi ad acquistare più vino e a spendere di più quando lo fanno. Sono consumatori di vino più assidui - il 57% beve vino due o più giorni alla settimana, contro il 46% degli RWD - e sono più avventurosi: il 73% afferma di divertirsi provando regolarmente stili di vino nuovi o diversi, rispetto al 58% di tutti i regular wine drinkers. Anche i consumatori più giovani LDA stanno sperimentando imballaggi alternativi, con quasi un terzo dei Millennial ad aver acquistato vino in piccole bottiglie e il 17% in lattina. Sebbene lo slancio di crescita dei volumi stia rallentando, con le previsioni dell'IWSR che mostrano un CAGR in volume del +1% nel periodo 2022-2027 (rispetto al +6% CAGR 2017-2022), le prospettive per il mercato statunitense degli spumanti sono ampiamente positive, grazie ad una base in espansione di consumatori sempre più coinvolti che effettuano acquisti più frequenti nella categoria. I consumatori abituali di

vino sono tornati nel canale on-trade statunitense con una frequenza maggiore rispetto a prima della pandemia di Covid-19, ma una spesa tipica inferiore in occasioni casuali riflette in particolare l'attuale tendenza alla moderazione finanziaria. A fronte di un contesto commerciale difficile e di un calo dei consumi, ci sono, tuttavia, ancora opportunità di crescita per i proprietari di marchi che si rivolgono ai consumatori di vino Millennial impegnati e avventurosi. Sebbene il gruppo LDA Gen Z sia ancora sottorappresentato nel mercato delle bevande alcoliche, tenere d'occhio come si stanno evolvendo i loro comportamenti può aiutare a pianificare anche il futuro. I livelli di prezzo premium e superiori continuano ad espandersi e la creazione di mercati di esportazione potrebbe aiutare a compensare le perdite a livello nazionale.

<https://www.theiwsr.com/key-trends-for-the-us-wine-market-in-2024/>

IL RALLENTAMENTO DELLE VENDITE DI VINO È ATTRIBUITO AL CALO DEL CONSUMO COMPLESSIVO DI ALCOL PIÙ CHE ALLE SCELTE DI BEVANDE ALTERNATIVE. AL DI FUORI DEGLI USA, I VINI ITALIANI RISULTANO ESSERE I PIÙ POPOLARI

Chi sono i consumatori di vino e cosa vogliono? Queste sono le domande a cui il Wine Market Council ha cercato di rispondere con sondaggi sui consumatori e analisi dei dati. Le vendite di vino sono diminuite, ma lo stesso vale per la maggior parte delle altre categorie di bevande alcoliche, ha affermato nei giorni scorsi il direttore della ricerca del Wine Market Council, Christian Miller, in occasione della presentazione dei risultati una nuova indagine a Napa in California. In poche parole, il pubblico ha bevuto meno alcol. "Il principale motore della crisi sembra essere una riduzione del consumo di alcol in generale", ha affermato Miller, che ha esaminato i dati del Wine Market Council risalenti al 1997 per analizzare le tendenze a lungo termine del settore vino. I fattori alla base del declino includono le tenden-

ze del benessere e la stretta economica, ha affermato. Secondo il sondaggio la concorrenza di altre categorie di bevande è un fattore secondario. I dati indicano che i consumatori hanno effettuato "alcuni cambiamenti" di acquisto, come acquistare cocktail pronti da bere e birra artigianale o importata in alternativa al vino. I dati sui consumatori indicano volatilità, ha indicato Miller. La categoria vino ha perso - e guadagnato - clienti a vantaggio di altre categorie di bevande. L'impatto della cannabis sulle vendite di vino rimane "teorico". L'indagine sulla segmentazione di mercato commissionata dal Wine Market Council, ed effettuata in settembre e ottobre, ha analizzato 4.470 consumatori statunitensi, inclusi 1.584 consumatori di vino. Circa il 34% degli statunitensi adulti beve vino. Tuttavia, secondo l'indagine, solo il 13% dei consumatori enoici consuma esclusivamente vino. Secondo il Wine Market Council, i baby boomer, che ora hanno tra i 49 e i 77 anni, e i millennial, che ora hanno tra i 27 e i 42 anni, bevono più vino negli Stati Uniti. I dati del WMC mostrano che il 19,6% dei consumatori millennial che guadagnano più di 100.000 dollari all'anno sono assidui estimatori del vino, consumandone più di una volta alla settimana. Circa il 20% dei consumatori di vino statunitensi bevono vino almeno una volta alla settimana; il 14% sono consumatori marginali di vino e ne bevono meno di una volta alla settimana ma più spesso di una volta ogni due o tre mesi. Secondo l'indagine, circa il 26% della popolazione adulta statunitense non beve alcol, mentre il 29% beve bevande alcoliche ma poco o nessun vino. Un altro 11% beve vino raramente, meno di una volta al trimestre. La Presidente del Wine Market Council, Liz Thach, ha affermato che il consumo di vino tra la popolazione della Gen Z è preoccupante. Tuttavia, solo il 33% dei consumatori della Gen Z è abbastanza grande per bere alcolici legalmente nel 2024. Gli uomini e le donne della Gen Z in età legale per bere alcolici hanno dai 21 ai 26 anni. Le rilevazioni WMC indicano che circa il 66% dei consumatori di vino sono bianchi, mentre il 15% sono ispanici, il 12% neri e il 5% asiatici. Il settore ha compiuto lievi progressi tra i consu-

matori neri e asiatici, ma non molto tra i consumatori ispanici. Il reddito delle famiglie influisce sul consumo di vino. Secondo l'indagine, circa il 53% dei consumatori che guadagna più di 100.000 dollari all'anno beve vino. In confronto, solo il 15% dei consumatori che guadagna meno di 50.000 dollari all'anno ne beve. Anche l'istruzione è un fattore che incide sui consumi: circa il 52% dei consumatori di vino è laureato. La popolazione generale comprende il 44% dei laureati. Thach, citando SipSource, ha affermato che il prezzo medio pagato per una bottiglia di vino nel 2023 è stato di 12,09 dollari. I dati riportati da [wine.com](https://www.wine.com) indicano che tra i gruppi di popolazione più giovani, Gen Z e Millennial pagano di più per il vino, rispettivamente 43 e 36 dollari. Il Wine Market Council ha informato che molti clienti hanno smesso di acquistare bottiglie di vino da 10 dollari mentre spendono più di 20 dollari a bottiglia di vino. Lo stile di vita moderato sta guadagnando slancio e l'industria del vino sostiene il consumo di alcol con moderazione. I consumatori chiedono prodotti con meno alcol, meno calorie e vini biologici. Tra i dati interessanti emersi dalla survey WMC, quelli riguardanti i paesi produttori di vino più popolari al di fuori degli Stati Uniti: il 36 per cento dei consumatori di vino dichiara di acquistare vini italiani. L'Italia è seguita da Francia (28%) e Spagna (18%).

<https://www.winebusiness.com/news/article/285083>

<https://www.wine-searcher.com/m/2024/03/the-big-us-wine-market-roundup>

GLI STATI CHE BEVONO PIÙ VINO IN USA

La California è lo Stato Usa, con la più alta popolazione e il maggior numero di vigneti, ad aver consumato più vino nel 2021: oltre 155 milioni di galloni. Al secondo posto c'è la Florida, con 83,2 milioni di galloni, e al terzo posto il Texas con 65,6 milioni di galloni. All'estremità opposta della classifica, il South Dakota, il West Virginia e il Wyoming bevono la minor quantità di vino in assoluto, sorseggiandone ciascuno solo 1,2 milioni di

litri quell'anno. Per quanto riguarda il consumo pro-capite, gli americani di Washington, DC, hanno consumato la quantità maggiore di vino nel 2021 con 1,07 galloni a persona. Delaware e New Hampshire completano i primi tre posti con, rispettivamente, 0,8 galloni e 0,76 galloni per residente. L'alto posizionamento di entrambi gli Stati è probabilmente dovuto alla mancanza di imposte sulle vendite, che spinge i consumatori degli Stati vicini ad attraversare il confine per trarne vantaggio. All'estremità opposta della classifica, gli abitanti della Virginia Occidentale hanno bevuto la minor quantità di vino, consumando solo 0,11 litri a persona. Nonostante le previsioni fosche per gran parte dell'industria vinicola globale, gli statunitensi amano ancora il vino rosso, bianco e rosato. Nel 2021, gli Stati Uniti hanno importato ben 456 milioni di galloni di vino, pari a circa il 17% delle importazioni totali a livello mondiale. E con gli Stati Uniti che ospitano oltre 11.000 aziende vinicole, i consumatori non mancano di opzioni quando si tratta di ottime bottiglie, e le loro abitudini di consumo lo dimostrano. Nel 2021, gli statunitensi hanno bevuto oltre 935 milioni di litri di vino, secondo i nuovi dati del National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (NIAAA).

<https://vinepair.com/articles/map-states-drink-wine-america-2023/>

LA FLORIDA È IL NUOVO "HOT MARKET" PER IL VINO PREMIUM

Mentre la maggior parte degli Stati Usa ha chiuso i battenti durante la pandemia di Covid, la Florida ha spalancato le sue porte. La maggior parte dei ristoranti e degli hotel erano operativi alla fine della primavera o all'inizio dell'estate 2020, rendendo lo Stato attraente per le persone in cerca di sole e rifugio dai lockdown. Nell'anno trascorso da luglio 2020, più di 220.000 persone si sono trasferite in Florida. Dal 2021 al 2022, il Sunshine State ha guadagnato 417.000 nuovi residenti, diventando lo Stato a più rapida crescita del Paese. All'epoca, la sottocategoria più visibile di migranti erano i lavoratori della tecnologia. Meno affettuosamente conosciuti come "tech

bros", questi lavoratori in remoto hanno approfittato della possibilità di lavorare da casa, al sole. Se altrove le restrizioni legate alla pandemia erano più rigide, la flessibilità adottata in Florida ha fatto sì che negozi di vino e ristoranti continuassero a lavorare e ad ampliare la propria presenza in particolare a Miami. Anche la richiesta di formazione sul vino è in aumento e questa positiva evoluzione non è passata inosservata ai produttori di vino. Le opportunità non mancano in tutta la Florida e ogni mercato si distingue per la propria personalità e le preferenze di acquisto. Anche la concorrenza per lo spazio mediatico è serrata: il programma degli eventi sta diventando affollato. E le presenze a questi eventi è sempre più nutrita.

<https://www.meingers-international.com/wine/insights/florida-hot-new-market-premium-wine>

WSWA-SIPSOURCE: CONTINUA LA DEBOLEZZA NELLE VENDITE WINE & SPIRITS USA A GENNAIO 2024

Nonostante le speranze di molti, la debolezza registrata in tutto il settore wine & spirits Usa nel 2023 è continuata nel primo mese del 2024. Gli analisti di SipSource sono cauti, tuttavia, in quanto questi primi dati non sono rappresentativi dell'anno a venire, ma piuttosto un risultato atteso comparato ai livelli elevati di gennaio 2023. Il totale di vino e bevande spiritose è diminuito del -5,9% negli ultimi 12 mesi (terminati a gennaio 2024) ed è sceso del -7,1% negli ultimi tre mesi (novembre 2023-gennaio 2024). Se i risultati in volume degli spirits a gennaio non sono stati positivi, i risultati del vino sono stati ancora più deboli, scendendo di -8,0% e -9,0% negli stessi periodi. Gli spirits ottengono buoni risultati nel canale on-premise (grazie soprattutto a cocktail superalcolici e Tequila), a differenza del dato negativo del canale off-premise. Le difficoltà nel vino sono continuate sia nel canale on-premise che off-premise, poiché entrambi hanno ceduto più volume stando ai dati SipSource più recenti disponibili. Nel mese di gennaio, il vino "on-premise" è sceso del -5,4%, due punti percentuali in meno

rispetto ai dati di dicembre, mentre il vino "off-premise" è sceso del -8,4%, mezzo punto percentuale in meno rispetto al periodo precedente. L'unico punto positivo è stato riscontrato nei cocktail a base vino on-premise, che sono aumentati del +2,3%, anche se è importante notare che rappresentano solo il 2,2% del volume totale on-premise per il vino. Osservando le fasce di prezzo e concentrandosi in particolare sul vino da tavola, poiché rappresenta oltre tre quarti del volume del settore, SipSource ha riportato perdite in ogni fascia di prezzo con il calo minore registrato nel segmento \$ 11,00-\$ 14,99 al -4,7%. Nonostante i risultati negativi di gennaio, gli analisti di SipSource prevedono una stabilizzazione nei prossimi due mesi, aiutata da un giorno di vendite in più grazie all'anno bisestile e da comparazioni favorevoli su marzo 2023 (-12,1% per il vino e -8,6% per gli spirits). C'è dunque una più ampia aspettativa di miglioramento nel 2024 che potrebbe essere leggermente compensata da due giorni di spedizione in meno quest'anno. Da segnalare anche gli ostacoli economici, tra cui la fiducia dei consumatori che rimane incerta, unita alle preoccupazioni di un cambiamento nei modelli di spesa dei consumatori. Inoltre, i tassi di interesse più elevati mantengono bassi i livelli di inventario per i retailer.

<https://www.wswa.org/news/january-data-insights-continued-industry-softness-january>

DALLA NECESSITÀ ALLA NOVITÀ, L'E-COMMERCE DI BEVANDE ALCOLICHE NEGLI STATI UNITI STA EVOLVENDO. VINO CATEGORIA PIÙ MATURA, IN FASE DI NORMALIZZAZIONE, MA PROSEGUE LA CRESCITA PER LE BOTTIGLIE PARI O SOPRA I 100 DOLLARI

Il mercato statunitense dell'e-commerce per le bevande alcoliche sta entrando in un periodo di crescita più moderata mentre le condizioni commerciali continuano a normalizzarsi, con la domanda dei consumatori che

passa dalla necessità pandemica alla novità e convenienza. Sebbene il reclutamento sul canale sia rallentato dopo la pandemia di Covid-19, c'è ancora spazio per la crescita futura, in particolare tra i consumatori Millennial e LDA Gen Z. Il canale si presta anche ad acquisti di alcolici di valore più elevato, con il vino che gode di una maggiore presenza online grazie alla sua consolidata presenza D2C (diretta al consumatore), anche se si prevede che sia gli spirits che la birra guadagneranno quota nei prossimi anni. Tuttavia, i consumatori online stanno diventando sempre più sensibili ai prezzi a causa delle continue pressioni economiche e danno sempre più priorità alle offerte speciali e ai prezzi più bassi rispetto ai tempi di consegna più rapidi. Con la normalizzazione in atto, si prevede che l'e-commerce supererà ancora la performance del mercato complessivo delle bevande alcoliche negli Stati Uniti: le previsioni dell'IWSR prevedono un CAGR in valore per il 2023-27 del +7% per le vendite di alcolici online, rispetto a un CAGR del +1% del totale vendite delle bevande alcoliche (TBA) nello stesso arco temporale. Ciò avrebbe come conseguenza un aumento della quota TBA dell'e-commerce dal 3,2% nel 2022 al 3,9% nel 2027. Gli acquirenti online di alcolici negli Stati Uniti sono sbilanciati verso il profilo composto da uomini, Millennial, persone con redditi più alti e persone con un repertorio di alcolici più ampio; il 60% ora spende di più in alcol di quanto spenderebbe in un negozio fisico, un aumento rispetto al 2022. La ricerca IWSR mostra inoltre che il 67% dei Millennials afferma di spendere di più online che in uno store, cifra significativamente superiore rispetto al campione totale. Dalla analisi IWSR emerge altresì che più di quattro intervistati su cinque dedicano almeno un po' di tempo a fare ricerche prima di acquistare una bevanda online, più che in qualsiasi altro canale di acquisto. Ciò implica che si tratti di consumatori impegnati piuttosto che di acquirenti impulsivi. I motivi principali per effettuare ricerche prima dell'acquisto includono la ricerca di ulteriori informazioni su un prodotto specifico; scoprire qualcosa di nuovo e interessante; e trovare il miglior prezzo possibile. Il vino si di-

stingue come la categoria più matura nell'e-commerce statunitense, grazie alla diffusa accettazione e utilizzo del D2C: mentre il vino ha una quota a valore del 22% del TBA negli Stati Uniti (off e on-line), la sua fetta dell'e-commerce TBA si attesta al 45%. Tuttavia, sia gli spirits che la birra/il sidro/i prodotti pronti da bere eroderanno gradualmente quote al vino nei prossimi anni. L'IWSR prevede che le vendite di vino e-commerce si ridurranno leggermente (CAGR in valore 2023-27 del -1%), mentre gli spirits (CAGR in valore del +7%) e birra/sidro/prodotti RTD (+19%) registreranno guadagni. La quota online delle vendite totali di vino in valore negli Stati Uniti ha raggiunto il picco nel 2021 al 6,6% ed è ora probabile che si stabilizzi intorno al 6,1%. Dopo una crescita significativa durante la pandemia nel 2020, il vino D2C da allora si è raffreddato con due anni consecutivi di contrazione dei volumi. I recenti cali sono attribuiti a una riduzione delle spedizioni per i marchi con un prezzo inferiore a 30 dollari, mentre la crescita rimane per i vini con un prezzo pari o superiore a 100 dollari.

<https://www.theiwsr.com/from-necessity-to-novelty-us-beverage-alcohol-commerce-is-evolving/>

USA, A FEBBRAIO CALO DELLE VENDITE OFF-PREMISE DEL 3%

Le vendite Usa di vini da tavola e spumanti attraverso i punti vendita off-premise monitorati da NIQ hanno superato gli 887 milioni di dollari nelle quattro settimane terminate il 24 febbraio, in calo del 3% rispetto a un anno fa. Il volume nel periodo è sceso del 5% a 8,2 milioni di casse. Le vendite di vino da tavola sono diminuite del 3% in valore e del 5% in volume rispetto a un anno fa, mentre quelle di vini spumanti sono arretrate di quasi il 6% in valore e del 7% in volume. Nelle ultime 52 settimane, le vendite nazionali di vini da tavola e spumanti sono diminuite del 2% a 11,8 miliardi di dollari. Quelle di vino da tavola sono risultate in calo del 2% mentre quelle degli spumanti di oltre il 3%. I volumi di vendita si sono ridotti del 5%, sempre nelle ultime 52 settimane,

a 109,3 milioni di casse, con il volume dei vini da tavola in calo del 5% e quello degli spumanti in calo del 6%. I cali sono rimasti coerenti con quelli degli ultimi periodi poiché le vendite al dettaglio si sono stabilizzate su un nuovo livello più basso rispetto all'anno precedente.

<https://www.winebusiness.com/news/article/284977>

IL VALORE DELLE SPEDIZIONI DTC È DIMINUITO DI QUASI IL 6% RISPETTO A FEBBRAIO DI UN ANNO FA. IL VOLUME È SCESO DI QUASI IL 10%

Il valore totale delle spedizioni DTC in Usa è sceso di quasi il 6% rispetto a un anno fa, arrivando a 351 milioni di dollari a febbraio. Il volume del mese è sceso di quasi il 10% a 560.978 casse. I cali hanno visto il valore delle spedizioni alla pari con quello del 2022, mentre il volume è sceso al di sotto dei livelli del 2021. Lo spostamento ha contribuito ad un aumento del 4% del prezzo medio della bottiglia per il mese a 52,15 dollari. Il canale riflette gli aggiustamenti nella spesa dei consumatori, ma coloro che continuano a spendere mostrano la volontà di ricevere spedizioni a prezzi più alti.

<https://www.winebusiness.com/news/article/284982>

ARGENTINA, VENDEMMIA 2024: STIMATA CRESCITA DEL +24%

L'Istituto Nacional de Vitivinicultura ha diffuso nei giorni scorsi la stima della produzione di uva per l'intero Paese nel 2024. Considerando l'anticipo naturale di maturazione nelle province del nord dell'Argentina, è stato presentato in primo luogo un report sui risultati ottenuti nelle province di San Juan, La Rioja, Catamarca e Salta. Allo stesso tempo, è proseguita la stima della produzione nella provincia di Mendoza e nel resto del paese. Dallo studio effettuato si evince che la produzione è maggiore del 24% rispetto al raccolto della stagione precedente. In tutte le province in cui è stata

effettuata la rilevazione si riscontra un'ottima sanità dei vigneti. Si prevede un'incertezza del +/- 5%.

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/estimacion-de-produccion-de-uvas-2024-pais>

NEL 2023 IL GIAPPONE HA ACQUISTATO MENO VINO AD UN PREZZO MEDIO RECORD

Il Giappone ha aumentato il valore delle sue importazioni di vino del 2% nel 2023, raggiungendo i 250.325 milioni di yen, un record storico. Tuttavia, il volume acquistato è sceso del 12,4% a 232 milioni di litri, il livello più basso in 12 anni, ad un prezzo medio record (1.078 yen/litro), dopo essere cresciuto notevolmente per il terzo anno consecutivo, in un periodo di forte deprezzamento dello yen rispetto ad altre valute. A segnare l'incremento globale di valore è stato esclusivamente lo spumante. Tutte le tipologie di vino hanno registrato un calo a doppia cifra in volume, in un mercato guidato dal vino confezionato. I primi 10 fornitori sono diminuiti in volume, anche se 5 sono cresciuti in valore.

<https://oemv.es/importaciones-de-vino-en-japon-ano-2023>

LA CINA HA RIDOTTO LE SUE IMPORTAZIONI DI VINO DEL 67% (-500 MILIONI DI LITRI) DA QUANDO HA BATTUTO IL RECORD NEL 2017

La Cina ha ridotto le sue importazioni di vino del 26% in volume e del 15,2% in valore nel 2023, a 249 milioni di litri e a 8,22 miliardi di yuan. Da quando hanno raggiunto il loro massimo storico nel 2017 con 751 milioni di litri e 18,85 miliardi di yuan (la Cina era fino ad allora il mercato globale a più rapida crescita dal 2000), le importazioni cinesi sono crollate; in questi 6 anni la Cina ha smesso di importare 502 milioni di litri di vino (-67%) e di spendere 10,63 miliardi di yuan (-56%). Da quando le importazioni di vino cinesi hanno toccato i massimi storici nel 2017, i fornitori che han-

no perso maggiormente in termini di vendite sono stati Australia (colpita dai dazi, in vigore dalla fine del 2020), Spagna e Francia.

<https://oemv.es/importaciones-de-vino-en-china-ano-2023>

CINA: IL FUTURO DELLE VENDITE DI VINO NON È ON-PREMISE. CONTINUA A CRESCERE L'E-COMMERCE, CANALE PREFERENZIALE PER I GIOVANI

Il Direttore Generale di Wajiu China, probabilmente l'importatore di vino più ambizioso e a più rapida ascesa in Cina, ha sottolineato che il futuro delle vendite di vino della nazione non risiede più in quelli che l'azienda definisce i tradizionali canali on-premise "highly contested". Intervenendo a un forum del Sud Australia organizzato dai media cinesi locali e dal governo del Sud Australia a Chengdu, il DG Jin Song ha minimizzato l'importanza dei canali on-premise nell'incentivare le vendite di vino nel paese. Il canale, che secondo alcuni report è ancora responsabile della maggior parte delle vendite di vino del Paese, almeno prima della pandemia, sarebbe diventato troppo affollato, lasciando così meno opportunità ai marchi di vino. Se la spesa nei ristoranti è aumentata del 20% nel 2023, essendoci relativamente pochi esercizi classificati come "stellati", la concorrenza diventa spietata. Secondo l'importatore, l'e-commerce e gli operatori regionali specializzati cresceranno per svolgere un ruolo sempre più importante nell'influenzare i consumatori di vino in Cina. "Siamo ottimisti riguardo all'e-commerce", ha affermato Jin Song, "poiché continua a svilupparsi rapidamente, diventando il canale principale attraverso il quale i giovani acquistano vino, consumando in modo significativo la quota di mercato del distributore tradizionale". I giovani si rivolgono a social media come Xiaohongshu e TikTok invece che ai tradizionali motori di ricerca come Baidu per ottenere informazioni, rendendo necessario che gli sforzi promozionali dei distributori siano più localizzati. L'importatore ritiene che mentre il canale di distribuzione si sta restringendo, i distributori locali con le risorse per offrire servizi localizzati

hanno ancora opportunità, con la trasformazione in fornitori di servizi per i marchi. La concorrenza si sta intensificando e negli ultimi anni le vendite di vini premium sono state particolarmente colpite. Tuttavia, categorie di nicchia stanno trovando spazio tra i ristoranti più piccoli e le enoteche (nel canale della ristorazione, ad esempio, i vini con un prezzo compreso tra 300 e 600 RMB stanno registrando i risultati migliori). Anche le vendite al dettaglio di vino hanno registrato un calo negli ultimi anni, con meno clienti che acquistano più di due casse di vino: più della metà dei clienti al dettaglio, infatti, ora acquista meno di sei bottiglie alla volta, principalmente per il consumo personale.

<https://vino-joy.com/2024/03/25/wajiu-china-future-of-wine-sales-is-not-on-premise/>

LA CINA CONTRASTA LA TENDENZA GENERALE DEI CONSUMI DI VINO NELLA GENERAZIONE Z

I consumatori più giovani in Occidente sono sempre più indifferenti al fascino del vino, ma in Cina le cose procedono diversamente. È il sunto di quanto si legge in un articolo pubblicato nella sezione news del portale wine-searcher, che descrive una Gen Z molto "rilassata" riguardo al vino, propensa a provare ogni tipologia, cinese o importato (sebbene cresca l'orgoglio per i prodotti made in China), da grandi o piccole aziende vinicole, dagli orange wine alle bottiglie con i tappi a vite. Insieme a questa curiosità c'è l'indipendenza e autonomia di scelta, tipica di una generazione nata e cresciuta con i social network.

<https://www.wine-searcher.com/m/2024/03/china-bucks-the-gen-z-wine-trend>

IL CAMBIAMENTO DEMOGRAFICO E L'AUMENTO DELLA SPESA TRANSFRONTALIERA RIMODELLANO LA SCENA VINICOLA DI HONG KONG

Il commercio del vino di Hong Kong è alle prese con una nuova realtà. La

scena vinicola della città, un tempo vivace, si trova ad affrontare nuove sfide senza precedenti nel contesto della recessione economica locale, dei cambiamenti demografici in seguito all'esodo degli espatriati e di un numero crescente di gente del posto che preferisce bere vino a buon mercato e cenare oltre confine. In generale, i consumatori stanno stringendo i cordoni della borsa e adottano un approccio cauto alla spesa che non comprometta la qualità. Questa sensibilità economica, unita all'inflazione e all'aumento dei costi di produzione accumulati dal settore vino, ha portato i consumatori a preferire annate più vecchie, che non hanno registrato recenti aumenti di prezzo, e a cercare valore in regioni e produttori meno conosciuti. Anche il panorama demografico del mercato del vino di Hong Kong sta cambiando. Il calo delle vendite di vino rosato funge da indice informale delle dimensioni della popolazione espatriata, tradizionalmente un segmento di consumo significativo in città. Sebbene non ci siano dati ufficiali sul numero di persone che ha lasciato la città durante l'era covid, si stima che circa il 20% degli americani presenti in città se ne sia andato dal 2021. Al contrario, con l'esodo degli espatriati, si registra un notevole aumento di professionisti cinesi benestanti, giovani, istruiti, viaggiatori che si trasferiscono a Hong Kong in seguito agli sforzi del governo di corteggiare i talenti del continente. Ma il commercio del vino a Hong Kong deve affrontare sfide che vanno oltre il cambiamento demografico e le preferenze dei consumatori. Dalla ripresa dei movimenti transfrontalieri nel gennaio 2023, i residenti di Hong Kong hanno effettuato più di 48 milioni di viaggi a Shenzhen, superando significativamente i 19,8 milioni di attraversamenti da parte dei cittadini continentali verso Hong Kong, secondo le statistiche sull'immigrazione. Questa tendenza definita "viaggio verso nord" ha implicazioni di vasta portata per le attività locali di vendita al dettaglio e di ospitalità poiché la gente del posto si riversa a Shenzhen per opzioni più economiche e di migliore valore, dai ristoranti, all'intrattenimento alla spesa. Si prevede che i residenti di Hong Kong che viaggiano verso nord spenderanno fino a 84 mi-

liardi di dollari HK (10,7 miliardi di dollari) a Shenzhen e in altre parti della provincia del Guangdong quest'anno. Secondo un rapporto di Bloomberg, questa spesa rappresenta circa il 14% delle entrate di Hong Kong derivanti dalle vendite al dettaglio, dai servizi di ristorazione e dal settore dell'ospitalità. Nonostante questi ostacoli, c'è fiducia nel ruolo continuativo di Hong Kong come attore chiave negli scambi di vino pregiato, subordinati alla politica di tassazione zero del vino della città. È importante, tuttavia, il diffondersi di prezzi ragionevoli per attirare i clienti.

<https://vino-joy.com/2024/03/05/demographic-shift-and-surgin-cross-border-spending-reshape-hong-kong-wine-scene>

IN ASIA LA RIPRESA DEL COMMERCIO È SUPPORTATA ANCHE DALL'APERTURA DI LIQUOR STORE DA PARTE DEI DUTY FREE

Macao, spesso descritta come la risposta asiatica a Las Vegas, ha ora una nuova attrazione per lo shopping duty free per tentare i turisti che altrimenti potrebbero essere attratti dai numerosi casinò dell'isola. Il mese scorso, il Gruppo DFS ha aperto una nuova boutique di vini e spirits di 300 mq all'interno di un centro commerciale di lusso ospitato negli spazi del Four Seasons Hotel Macao. Questo è solo uno dei possibili esempi che dimostrano come il livello di investimenti dei rivenditori duty free in nuovi esercizi commerciali nella regione Asia/Pacifico quest'anno è significativo e si tratta di una mossa il cui successo dipenderà in ultima analisi probabilmente dal ritorno dei viaggiatori cinesi con elevata capacità di spesa (cosa che non si è verificata nella misura prevista lo scorso anno). Inoltre, le prospettive per il 2024 sembrano molto più rosee con l'allentamento delle restrizioni sui visti per i viaggiatori cinesi internazionali e l'espansione della capacità di volo destinata ad alimentare i viaggi in uscita. E questa prospettiva favorirà gli acquisti di wine&spirits dei cinesi che si recheranno in viaggio nei Paesi

asiatici vicini, a partire da Giappone e Corea del Sud, ma anche verso destinazioni più lontane come Stati Uniti e Francia. Più preoccupante è il fatto che lo shopping sia solo il quarto motivo più popolare per scegliere una particolare destinazione, citato da meno di un quinto degli intervistati di un sondaggio condotto dalla società di ricerca specializzata in viaggi Mind-set. È incoraggiante che il 75% degli intervistati abbia intenzione di fare acquisti duty free durante i propri viaggi, ma vini e spirits non figurano tra le prime sei categorie di prodotti più popolari, una lista che ha in cima profumi, prodotti per la cura della pelle e accessori. Tentare gli acquirenti cinesi 2.0 post-pandemia a spendere i loro soldi per vini e spirits potrebbe rivelarsi una sfida, stando ai risultati dello studio Mind-set, che suggeriscono che un'attenzione maggiore ad una gamma più ampia di nazionalità di buyer in viaggio quest'anno potrebbe dare i suoi frutti.

https://drinksint.com/news/fullstory.php/aid/11080/Asia_retail_recovery_gathers_pace.html

I MAGGIORI IMPORTATORI DI VINO DELLA COREA SUBISCONO FORTI PERDITE DI PROFITTI A CAUSA DEL CALO DI VENDITE

I principali commercianti di vino della Corea del Sud si trovano ad affrontare notevoli tensioni finanziarie mentre il mercato del vino nazionale si raffredda, con i principali importatori che segnalano un forte calo delle vendite che ha ridotto il loro valore di mercato e i profitti di oltre la metà. Il mercato del vino coreano era cresciuto rapidamente durante la pandemia, raggiungendo il picco nel 2021 con 581 milioni di dollari di importazioni di vino. Alla fine del 2023, le importazioni totali di vino del Paese si sono tuttavia ridotte a 506 milioni di dollari, segnando un calo del 12,95%. Il raffreddamento ha aggiunto problemi ai wine merchant che avevano accumulato scorte di vino sperando in una crescita continua. La pressione sui commercianti è aggravata anche dalla concorrenza più agguerrita del whisky, una cate-

ria in crescita tra i giovani consumatori coreani. Le difficoltà riscontrate nelle vendite di vino, secondo gli osservatori del settore, sono attribuite all'incapacità dei venditori di attrarre i Millennial del Paese e la Generazione Z. La mancanza di opzioni a basso contenuto alcolico disponibili sul mercato e formati più piccoli hanno altresì contribuito al calo del consumo di vino tra un numero crescente di famiglie composte da una sola persona in Corea del Sud.

<https://vino-joy.com/2024/03/12/koreas-biggest-wine-importers-suffer-sharp-profit-loss-amid-wines-ailing-sales>

IL MERCATO INDIANO DELLE BEVANDE ALCOLICHE SUPERERÀ LA MEDIA GLOBALE

Secondo IWSR, il mercato indiano delle bevande alcoliche è destinato a registrare una crescita significativa, trainato da una popolazione giovane con fino a 20 milioni di nuovi consumatori ogni anno e da una crescente preferenza per i prodotti premium. Nonostante le tendenze globali mostrino una crescita modesta, il mercato indiano "sovraperforma" con notevoli incrementi in tutti i segmenti, portando la società di ricerca a prevedere una "continua traiettoria ascendente" nei prossimi anni. Nel 2022, i volumi degli spirits in India sono aumentati del +12%, con la birra in aumento del +38%, il vino in aumento del +19% e i ready-to-drink del +40%. In tutti i casi, secondo l'IWSR, il valore è cresciuto più del volume. Questa crescita si inserisce in un contesto globale di appena il +1% di performance in volume per il totale delle bevande alcoliche, evidenziando le dinamiche uniche del mercato indiano. Il profilo demografico dell'India, con un'età media inferiore ai 30 anni, la posizione vantaggiosamente rispetto a paesi come Stati Uniti e Cina, dove l'età media è più vicina ai 40 anni. Si prevede che questo vantaggio demografico introdurrà circa 15-20 milioni di nuovi consumatori in età legale per bere ogni anno. Inoltre, il paese è sulla buona strada per aggiungere 283 milioni di consumatori in più del-

la classe media tra il 2021 e il 2031, espandendo in modo significativo il mercato delle bevande alcoliche premium. Nonostante l'ottimismo, la crescita del mercato è tuttavia ostacolata dal complesso panorama normativo indiano e dall'elevata tassazione sull'alcol, che varia in modo significativo da stato a stato.

<https://vino-joy.com/2024/03/01/indias-drinks-market-to-outperform-global-average/>

<https://www.theiwsr.com/indias-growth-potential-in-2024-and-beyond/>

SI AMPLIA L'OFFERTA DI VINI IN VIETNAM

Tutti i paesi produttori di vino sono presenti in un modo o nell'altro in Vietnam e hanno identificato il paese nei loro piani strategici di promozione ed espansione. L'offerta di vini negli ultimi anni è in crescita. Nonostante sia iniziato un processo di deconcentrazione, nel 2021 il 55% dell'offerta di vino era monopolizzata da otto grandi aziende e il resto è sparso tra i distributori più piccoli. Il volume delle vendite è in crescita nel Paese dopo il forte calo subito durante la pandemia, dovuto in gran parte alla chiusura dei ristoranti. È molto raro bere vino in casa e le vendite nei negozi sono dedicate soprattutto ai regali. Nel mercato vietnamita, il canale Horeca (Hotel, Ristoranti e Bar) ricopre dunque un ruolo fondamentale nella distribuzione delle bevande alcoliche, vino compreso. In questi locali, infatti, si concentra circa il 24,2% delle vendite di vino. Hotel, ristoranti e bar sono quindi punti vendita molto importanti. Sebbene gli acquisti nei negozi rappresentino il restante 75,8% delle vendite totali di vino, è importante sottolineare che molti di questi acquisti sono destinati proprio al settore Horeca poiché le enoteche riforniscono anche strutture ricettive. Il Vietnam si presenta come un mercato molto interessante per le sue prospettive di crescita a medio termine e per una classe media giovane ed emergente. Tuttavia, il mercato presenta sfide importanti come gli sforzi legislativi per ridurre il consumo di alcol, che sono evidenti sia nelle barriere

tariffarie che non tariffarie (divieto di pubblicità, difficoltà nell'invio di campioni o ostacoli alla registrazione e all'importazione).

https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/050/documentos/2023/12/estudios-de-mercado/RE_El%20mercado%20del%20vino%20en%20Vietnam_2023.pdf

CRESCERE MENO DEL PREVISTO IL VALORE DELLA PRODUZIONE DI UVA DA VINO IN AUSTRALIA

Un nuovo report pubblicato dall'Australian Bureau of Agricultural and Resource Economics and Sciences (ABARES), riporta la previsione di un aumento dell'11% del valore della produzione di uva da vino nell'anno 2023-2024, con un valore lordo nominale previsto che raggiungerà i 947 milioni dollari. Questa stima risulta essere in calo di 14 milioni di dollari rispetto alle previsioni contenute nel report sulle materie prime agricole di ABARES pubblicato a dicembre 2023. Nel nuovo report, si prevede che i volumi di produzione saranno superiori rispetto ai dati del 2022-23, con condizioni climatiche secche che porteranno ad un aumento delle rese, anche se ci si attende che i prezzi, in particolare per le uve rosse, continueranno a scendere a causa dell'eccesso di offerta. Il documento riporta altresì una previsione di diminuzione del valore della produzione per il 2024-25, del 2% a 926 milioni di dollari, con il valore delle esportazioni di vino previsto in calo del 3%, a 1,8 miliardi di dollari, nello stesso periodo.

<https://winetitles.com.au/short-lived-increase-predicted-for-winegrape-production-value/>

PIÙ VALORE, MENO VOLUME PER I VINI SUDAFRICANI

Meno volume per più valore. Questa è in sintesi la strategia intrapresa dall'organizzazione interprofessionale dei vini sudafricani (Wines of South Africa). Dei 5,2 milioni di hl di vino esportati dal Sudafrica nel 2013, dieci

anni dopo ne restano solo 3,1 milioni di hl spediti all'estero. La tendenza consolidatasi negli anni è quella di offrire vini in grado di soddisfare tutte le tipologie di consumatori, non solo quelli che, come prima, cercavano prodotti a basso prezzo. I produttori sudafricani hanno dunque avviato un forte cambiamento qualitativo per esistere nei diversi segmenti del mercato mondiale. Ciò ovviamente è passato attraverso il riconoscimento nelle classifiche e nei rating dei critici internazionali, ma anche attraverso lo sviluppo di vari "segnali" che trasmettono fiducia e indicano qualità sulle bottiglie. Il 90% dei produttori che esportano appone sul collo delle proprie bottiglie "il sigillo", un'etichetta governativa che garantisce l'origine e la tracciabilità dei vini (dall'appezzamento), imbottigliati in Sudafrica, che rispettano standard di sostenibilità e ambientali. Esistente da quasi 50 anni, questo marchio integra la dimensione ambientale e sostenibile da circa dieci anni. Quasi il 70% dei vini sudafricani sono inoltre certificati FairTrade. Oltre alla qualità, il Sudafrica scommette quindi sull'impegno sociale e ambientale per dare valore ai propri vini. Sono inoltre in corso importanti sforzi di formazione per viticoltori, sommelier e operatori della comunità "black" per rendere l'industria vinicola sudafricana più inclusiva. In un mercato globale dove il calo del consumo di vini rossi è molto sentito, il Paese ha anche un vantaggio significativo grazie alla sua produzione maggioritaria di vini bianchi. Da diversi anni è stato inoltre lanciato un progetto per recuperare e valorizzare vitigni oltre i trentacinque anni, le cui superfici sono prevalentemente coltivate a Chenin Blanc (52%), incoraggiando così pratiche sostenibili e il riconoscimento internazionale dei vini da prodotti da queste vigne. Se la strategia di valorizzazione si orienta su numerose leve, il Sudafrica deve tuttavia affrontare la grande difficoltà della svalutazione della sua moneta che comporta costi elevati di materie prime e fattori produttivi provenienti dall'estero.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101458-plus-de-valeur-moins-de-volume-pour-les-vins-sud-africains.html>

RICERCA E INNOVAZIONE

INDICAZIONI GEOGRAFICHE E VITICOLTURA SOSTENIBILE: PROSPETTIVE EMPIRICHE E TEORICHE

La produzione del vino deve affrontare numerose sfide in termini di sostenibilità. La spina dorsale della normativa europea sul vino è lo schema delle Indicazioni Geografiche (IG), in fase avanzata di riforma come parte dell'Agenda Farm-to-Fork dell'UE. Un aspetto importante della riforma è rafforzare la prestazione di sostenibilità delle IG consentendo l'integrazione degli "impegni di sostenibilità" nei disciplinari dei prodotti IG. Un'indagine pubblicata sulla testata scientifica Sustainability valuta questo approccio politico sulla base delle valutazioni degli stakeholder della regione vinicola tedesca della Franconia e della regione italiana dell'Alto Adige. Combinando interviste semistrutturate e un'indagine quantitativa tra i produttori di vino, gli autori della ricerca hanno raccolto risultati che mostrano come la regolamentazione "dal basso verso l'alto" nel quadro normativo delle IG possa essere uno strumento praticabile per promuovere la viticoltura sostenibile. I produttori di vino sono profondamente consapevoli delle sfide legate alla sostenibilità ecologica e socioeconomica e possono dare priorità a misure adattate a livello locale che integrino le conoscenze locali e corrispondano alle capacità esistenti. Ciò potrebbe creare una "proprietà" delle misure necessarie e contribuire alla "reputazione collettiva" delle IG. La riforma dell'UE generalmente si adatta a questi risultati. Ciò corrisponde alle richieste generali di un processo decisionale più partecipativo come base per una trasformazione del sistema alimentare. Fornisce una base giuridica chiara per l'azione guidata dai produttori verso la sostenibilità, senza essere troppo rigido o tentare una definizione generale. I report di sostenibilità proposti e una piattaforma condivisa possono alleviare il rischio di utilizzare gli impegni di sostenibilità come strumento di marketing e riflettere l'obiettivo collettivo di un sistema vitivinicolo sostenibile.

Inoltre, le IG sembrano affrontare alcuni aspetti della sostenibilità meglio di altri. Gli impegni di sostenibilità nelle IG dovrebbero inoltre evitare di aggiungere oneri amministrativi al già piuttosto rigido regime delle IG e devono essere sufficientemente inclusivi e gradualmente. Nel complesso, gli impegni in materia di sostenibilità nelle IG possono essere considerati solo come parte di un policy mix più ampio.

<https://www.mdpi.com/2071-1050/15/23/16318>

I COLORI DELLE ETICHETTE ATTIRANO L'ATTENZIONE DEI CONSUMATORI

Il design di un'etichetta è una delle decisioni più importanti che prende un esperto di marketing del vino. Ciò è in gran parte dovuto al fatto che la progettazione di un'etichetta può influenzare le valutazioni e i comportamenti dei consumatori nei confronti del prodotto. Un'importante considerazione progettuale riguarda i colori utilizzati nell'etichetta del vino. Il colore è infatti uno degli elementi di design più importanti perché può influenzare il gusto percepito, l'olfatto e la consistenza di cibi e bevande, compreso il vino. Un punto importante quando si confrontano gli effetti delle etichette a colori (rispetto a quelle in bianco e nero) è che entrambe le opzioni possono influenzare l'efficacia di qualsiasi messaggio di marketing, sia che si tratti di pubblicità o di packaging. Guidata dalla teoria del livello costruttivo e impiegando un disegno sperimentale, una ricerca neozelandese ha voluto testare in che modo l'etichettatura a colori (rispetto a quella in bianco e nero) influenzi il processo decisionale dei consumatori e se il colore del vino possa incidere su tali effetti. I risultati dimostrano che l'etichettatura in bianco e nero aumenta le intenzioni di acquisto dei consumatori accrescendo il livello di coinvolgimento e curiosità del consumatore. Tuttavia, l'effetto si è verificato solo quando le etichette erano abbinata a un vino rosso.

<https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/mondo-enico/41799-i-colori-delle-etichette->

[che-attirano-l-attenzione-dei-consumatori-e-aumentano-le-vendite.htm](#)

IL 90% DEI VIGNETI DELL'EUROPA MERIDIONALE SONO DESTINATI A SCOMPARIRE ENTRO LA FINE DEL SECOLO

Circa il 90% delle regioni vinicole costiere e di pianura dell'Europa meridionale e della California rischiano di perdere la capacità di produrre vino di qualità con rese economicamente sostenibili entro la fine del secolo se il riscaldamento globale supera i 2°C rispetto al 2019. A differenza del Sud della Francia, della Spagna, dell'Italia e della Grecia, che sono afflitte da siccità estreme e frequenti ondate di caldo, altre regioni potrebbero emergere vincitrici dal cambiamento climatico. Temperature più elevate potrebbero favorire la produzione di vino nel nord della Francia, nello Stato di Washington, nell'Oregon o in Tasmania. Potrebbero anche portare allo sviluppo di nuovi vigneti in Belgio, Paesi Bassi e persino in Danimarca. Questa l'analisi condivisa sulla rivista *Nature* da Inrae, Bordeaux Sciences Agro, CNRS, Università di Bordeaux e quella della Borgogna dopo aver analizzato più di 250 pubblicazioni prodotte in 20 anni. Gli scienziati stanno elaborando la probabile futura mappa globale del vigneto basata sulle conseguenze dei cambiamenti di temperatura, precipitazioni, umidità, radiazioni e contenuto di CO₂. Si stima che gli attuali viticoltori saranno in grado di adattarsi in aree in cui il riscaldamento non supererà i 2°C, scegliendo vitigni e portinnesti più resistenti alla siccità o favorendo pratiche colturali che preservino meglio l'acqua del suolo, come una maggiore distanza tra i filari, o misure antierosione.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101585-90-des-vignobles-du-sud-de-leurope-voues-a-disparaitre-dici-la-fin-du-siecle.html>

IN FRANCIA IFV RICEVE UN FINANZIAMENTO PER PORTARE AVANTI UN PROGRAMMA DI RICERCA VOLTO A COMBATTERE GLI EFFETTI DEL RISCALDAMENTO GLOBALE IN VIGNETO

Vitilience è il nome del programma di ricerca che IFV coordinerà con la finalità di trovare modi per adattare la viticoltura al riscaldamento globale o per mitigarne gli effetti. "Finora abbiamo testato pratiche separate, come la pacciamatura o l'ombreggiamento. Con Vitilience, l'obiettivo è testare combinazioni di leve contro il riscaldamento, sia in vigna che in cantina", spiega Valérie Lemper, direttrice valorizzazione IFV. Il 27 febbraio, in occasione del Salone dell'Agricoltura di Parigi, il Ministro dell'Agricoltura ha firmato una carta di impegno a favore di questo progetto, garantendo all'Istituto e ai suoi partner un finanziamento di 7,5 milioni di euro per i prossimi due anni. Nell'ambito del progetto, si prevede di realizzare una rete di 20 "dimostratori" regionali (o luoghi di sperimentazione e dimostrazione) entro il 2025, visti anche come incubatori per l'evoluzione dei disciplinari di produzione.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101376-letat-sengage-a-aider-la-filiere-vin-a-sadapter-au-rechauffement-climatique.html>

IL CAMBIAMENTO CLIMATICO POTREBBE INFLUENZARE I MICROBI CHE FERMENTANO L'UVA E CONFERISCONO AL VINO I SUOI AROMI SPECIFICI

Le conseguenze di vasta portata del cambiamento climatico includono inevitabilmente la produzione di alimenti e bevande, compreso il vino. Molti studi hanno già suggerito che le caratteristiche della vite, come la fioritura e la maturazione degli zuccheri, potrebbero essere collegate ai cambiamenti climatici. Ma finora i microbi che fermentano l'uva hanno ricevuto poca attenzione. Una nuova ricerca condotta da ricercatori neozelandesi

esplora come lieviti, batteri e funghi possano essere influenzati da cambiamenti di temperatura e precipitazioni.

<https://theconversation.com/how-climate-change-could-affect-the-microbes-that-ferment-grapes-and-give-wine-its-specific-flavours-225997>

RESISTENTE ALLA SICCIÀ E BUONA RESA:

L'ARINARNOA, VITIGNO DEL FUTURO PER I VINI BORDOLESI

Guardare al futuro non implica il voltare le spalle al passato. "Il disciplinare di Bordeaux prevedeva più di venti vitigni a bacca rossa nel 1935, ne rimarranno solo sei nel 2024", spiega Marc Plantevin, dottorando allo Château La Tour Carnet (vigneti Bernard Magrez), che studia la diversità varietale per far fronte al riscaldamento globale. Nel 2013, questa proprietà del Médoc ha piantato 26 vitigni rossi in un unico appezzamento. Marc Plantevin li studia sotto ogni aspetto: fenologia, ricchezza dei mosti in acido malico e resistenza agli stress idrici. Tra questi, un vecchio esemplare dell'INRAE soddisfa tutte le esigenze di fronte alle nuove condizioni climatiche: Arinarnoa. Il suo germogliamento tardivo lo espone poco alle gelate primaverili, mentre l'invasatura tardiva gli permette di maturare in condizioni meno calde. Grazie alla lenta degradazione dell'acido malico, preserva l'acidità dei suoi mosti. E risulta essere resistente alla siccità. "Per non parlare delle sue ottime prestazioni", precisa Marc Plantevin. È comunque necessario che i suoi vini siano espressioni del terroir di Bordeaux. Per scoprirlo, il dottorando lo ha microvinificato come tutti gli altri vitigni nel corso di quattro annate. Ha così ottenuto 89 vini che ha sottoposto ad una giuria di professionisti bordelosi. Ancora una volta l'Arinarnoa si è distinta, la giuria l'ha ritenuta tipica dei vini bordelosi e l'ha descritta come un vitigno bordeloso. Ancora più sorprendentemente, il manseng nero ha beneficiato dello stesso apprezzamento. Infine, Marc Plantevin ha testato tutti questi vitigni in assemblaggi al 10% e al 30% in un Bordeaux molto caratteristico. Con il 30% di Arinarnoa, la giuria ha stimato che la tipicità del vino iniziale fosse addirittura migliorata.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101523-resistant-a-la-secheresse-et-bons-rendements-larinarnoa-cepage-davenir-pour-les-vins-de-bordeaux.html>

SVELARE LA DIVERSITÀ E IL PATRIMONIO CULTURALE DELLE COLTURE DA FRUTTO ATTRAVERSO LA PALEOGENOMICA

La paleogenomica fornisce nuovi modi per studiare la storia culturale e la diversità genetica delle colture di frutta autoctone. Tale disciplina ha il potenziale per sbloccare preziose informazioni genetiche da cultivar di frutta estinte o ancestrali. Queste informazioni consentono la ricostruzione di capitoli importanti nella domesticazione delle piante e possono tracciare le loro modalità di dispersione, introduzione e potenziali adattamenti. Casi di studio su viti, palme da dattero e pomodori, presentati in uno studio pubblicato sulla piattaforma "open access" Trends in Genetics, evidenziano il potere della paleogenomica nel rivelare aspetti storici. Gli esempi discussi dimostrano l'importanza delle cultivar ereditarie/patrimoniali per migliorare la sicurezza alimentare e la sostenibilità agricola in diverse condizioni ambientali nel tempo.

[https://www.cell.com/trends/genetics/fulltext/S0168-9525\(24\)00030-1](https://www.cell.com/trends/genetics/fulltext/S0168-9525(24)00030-1)

ULTIMI RISULTATI DELLA RICERCA SULLA VITICOLTURA RIGENERATIVA

Mentre le autorità statali della California lanciano un'iniziativa per definire la parola "rigenerativa" in modo più preciso, tre importanti ricercatori hanno presentato le loro ultime scoperte sulle pratiche rigenerative nei vigneti, che comprendono un'ampia gamma di azioni: dalla scoperta dei lombrichi e dagli impatti del pascolo delle pecore, alla riduzione dei fertilizzanti sintetici e diminuzione degli input chimici. Gli esperti prevedono che queste pratiche saranno utilizzate più ampiamente entro il 2050 per conformarsi ai nuovi obiettivi di gestione sostenibile dei parassiti (Sustainable

Pest Management-SPM) della California. Intervendo in una sessione intitolata "Regenerative Agriculture - Next Step in Sustainability" al recente Unified Wine & Grape Symposium a Sacramento, i tre relatori hanno evidenziato soluzioni nelle loro specifiche aree di ricerca, mostrando nuovi percorsi attuabili per i viticoltori volti a migliorare la salute del suolo, la qualità dell'uva da vino e a ridurre gli input chimici di sintesi.

<https://www.winebusiness.com/news/article/284715>

COME IL BIOCHAR POTREBBE INTRAPPOLARE IL RAME PRESENTE NEI TERRENI DEI VIGNETI

È possibile ridurre l'impatto del rame nelle viti riducendone l'utilizzo e immobilizzando quello già presente nel terreno utilizzando biochar? Questi gli obiettivi del progetto REVIVIFI appena partito e che durerà tre anni. L'obiettivo di questo programma è quello di utilizzare i sottoprodotti della vite come sarmenti, vinacce e vinaccioli per trasformarli in biochar. Una volta aggiunti al terreno, il biochar servirebbe a intrappolare il rame presente per renderlo non biodisponibile e fungere da ammendante. La trasformazione dei sottoprodotti della vite in biochar avviene mediante pirolisi e porta anche alla produzione di bio-oli. I ricercatori ne testeranno quindi l'attività antifungina contro la peronospora in modo da poterlo eventualmente utilizzare come alternativa al rame.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101492-comment-le-biochar-pourrait-pieger-le-cuivre-present-dans-les-sols-de-vigne.html>

NUOVI STRUMENTI PER LA GESTIONE DELLE FORMICHE IN VIGNA

Ridurre le popolazioni di formiche nei vigneti è importante per gestire le cocciniglie che rappresentano una minaccia significativa per la vite come vettori del virus dell'accartocciamento fogliare, oltre al loro potenziale di danneggiare il raccolto di

uva mediante l'alimentazione diretta. Alcune specie di formiche proteggono e si prendono cura delle cocciniglie per nutrirsi della "melata" zuccherina prodotta dall'attività di alimentazione delle cocciniglie nelle viti. Di conseguenza, le formiche interrompono la gestione integrata dei parassiti (IPM) interferendo con predatori e parassiti naturali che aiutano nel controllo delle cocciniglie. Inoltre, le formiche possono aiutare a diffondere le cocciniglie nei vigneti e a mantenere colonie sotterranee di cocciniglie vicino ai tronchi e alle radici delle viti. Recenti ricerche e sperimentazioni con idrogel di poliacrilamide combinati con insetticidi contro le formiche sono state finanziate da una sovvenzione del Dipartimento di regolamentazione dei pesticidi (DPR) della California. Si prevede che questo progetto porterà a nuovi prodotti per il controllo delle formiche che potrebbero ricevere l'approvazione normativa e sull'etichettatura quest'anno. Questa ricerca ha anche prodotto una nuova pubblicazione dell'Università della California per l'Agricoltura e le Risorse Naturali (UCANR): "Ants of California orchards and vineyards: an identification and management guide". La Lodi Winegrape Commission (LWC) ha ospitato un incontro educativo e una giornata sul campo, il 12 marzo scorso, per presentare i risultati di questa ricerca, informazioni sul monitoraggio delle popolazioni di formiche e come utilizzare esche in gel con insetticidi per ridurre la presenza.

<https://www.winebusiness.com/news/article/284893>

SISTEMA DI IRRORAZIONE DEL VIGNETO CHE ELIMINA LA NECESSITÀ DI DISPOSITIVI DI PROTEZIONE

Pernod Ricard Winemakers e Southern Water Engineering (SWE) hanno collaborato per sviluppare la soluzione SmartSpray, che è stata installata presso Brancott Vineyard a Marlborough. La tecnologia automatizza il processo di miscelazione dell'irrorazione nel vigneto utilizzando un sistema automatizzato di pompaggio e iniezione con programmazione

avanzata che garantisce che le unità di irrorazione del trattore ricevano esattamente la giusta quantità, composizione e diluizione della soluzione, su misura per ogni lavoro specifico. Ciò modera i rischi per la sicurezza riducendo al minimo la manipolazione manuale e chimica. La soluzione SmartSpray rappresenta un progresso significativo nella tecnologia viticola. Non solo avvantaggia gli operatori dei vigneti, ma contribuisce anche alla sostenibilità ambientale, migliorando al contempo la produttività, l'accuratezza e la tracciabilità all'interno del settore vitivinicolo, stabilendo nuovi standard per l'eccellenza operativa. La precedente pratica standard per l'irrorazione in vigneto richiedeva agli operatori di vestirsi con dispositivi di protezione individuali (DPI), indossare guanti, mescolare la soluzione chimica, inserirla nell'unità di irrorazione, quindi togliere tutti gli indumenti DPI e appenderli prima possibile per completare il ciclo di spruzzatura. In seguito, sarebbero dovuti tornare e rifare tutto da capo per il ciclo successivo. Con il nuovo processo, gli operatori dei vigneti non hanno più bisogno di indossare estesi dispositivi DPI grazie al sistema chiuso e automatizzato, il che garantisce un'esperienza di rifornimento più sicura e veloce.

<https://winetitles.com.au/vineyard-spray-system-that-eliminates-need-for-protective-gear-nominated-for-high-tech-award/>

ROBOT E INTELLIGENZA ARTIFICIALE SPERIMENTATI NEI VIGNETI NEOZELANDESI PER RILEVARE MALATTIE ONEROSE PER IL SETTORE

Durante la vendemmia, in Nuova Zelanda un nuovo lavoratore si è unito all'organico impegnato nella raccolta, sotto forma di un robot che, aiutato dall'intelligenza artificiale, viene utilizzato per rilevare una malattia onerosa per il settore. Il prototipo è il risultato di anni di ricerca e collaborazione da parte di aziende del settore. È stato progettato per rilevare la malattia dell'accartocciamento fogliare della vite che non ne provoca la

morte ma fa sì che abbia meno frutti e una qualità inferiore. Gli scienziati coinvolti nella sperimentazione in campo affermano che la nuova tecnologia sarebbe molto più efficiente rispetto ai lavoratori che cercano la malattia. Oggi il robot sta lavorando in un vigneto aziendale. È controllato a distanza e può viaggiare fino a 9 km/h. Utilizzando le telecamere a bordo, le viti vengono filmate e viene utilizzata l'intelligenza artificiale per identificare la malattia. Una volta raccolti, i dati devono essere elaborati e resi facilmente comprensibili. La tecnologia utilizzata consente di trovare facilmente la posizione della malattia su una mappa, invece di dover andare su e giù per le file. Con la manodopera specializzata che diventa un problema sempre crescente non solo per la mancanza di offerta ma anche per i costi, un robot diventa un moltiplicatore di forza, potendo ridurre il numero di persone necessarie per svolgere un compito.

<https://www.1news.co.nz/2024/03/25/robot-and-ai-trialled-in-vineyards-to-detect-costly-disease/>

L'IRRORAZIONE PWM A IMPULSI MIGLIORA LA QUALITÀ DEI TRATTAMENTI NEI VIGNETI

La PWM (Pulse Width Modulation) è una tecnica di irrorazione discontinua e pulsata, in contrapposizione al sistema di spruzzatura continua convenzionale. Conosciuto nelle colture a pieno campo, questo sistema è agli albori nei vigneti. L'emissione è prodotta da una successione ultrarapida di getti molto brevi. A differenza dei sistemi di regolazione convenzionali che agiscono sulla pressione al variare della velocità di lavoro, PWM regola una pressione ottimale e mantiene così un volume per ettaro costante, qualunque sia la velocità di avanzamento. Tra i vantaggi riscontrati, il miglioramento della qualità della spruzzatura, in particolare attraverso la precisione dell'azione. Il controllo della dimensione della goccia è l'altro argomento a favore del PWM, grazie alla sua semplicità di messa in opera. Spruzzare gocce della giusta dimensione può aiutare a raggiungere meglio la pianta

e quindi a limitare la dispersione. Uno svantaggio potrebbe essere rappresentato dal fatto che questa sofisticata attrezzatura richiede una pulizia più rigorosa degli ugelli.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101307-la-pwm-ou-pulverisation-par-impulsion-ameliore-la-qualite-des-traitements-dans-les-vignes.html>

VITI PIÙ RESISTENTI DOPO L'ILLUMINAZIONE A LED

La tecnologia leggera e compatta Boxiluminx sviluppata nella regione di Tolosa - che utilizza i LED per generare segnali luminosi a diverse lunghezze d'onda con l'obiettivo di aiutare le piante ad attivare le loro difese naturali -, dovrebbe migliorare il tasso di recupero in vigna e aiutare le viti a resistere ai rischi climatici e agli agenti patogeni. Il sistema Boxiluminx può essere utilizzato anche per attivare le difese delle piante in previsione dell'attacco di gelo o muffa.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101487-des-vignes-plus-resistantes-apres-un-eclairage-led.html>

UN NUOVO METODO PER RILEVARE LA QUANTITÀ DI BATTERI DELL'ACIDO ACETICO NEL VINO

Un nuovo metodo rivoluzionario promette di anticipare gli aumenti di batteri dell'acido acetico nel vino, prevenendo così la sua trasformazione in aceto e preservando il suo aroma. Questo sistema innovativo, basato sull'olfatto e più semplice ed efficace rispetto ai metodi attuali, è il risultato della tesi di dottorato di Alejandro Parra Manzanares, condotta presso l'Università di La Rioja e il Laboratorio Dolmar Tentamus. Le cantine sono sempre state preoccupate di controllare la presenza di questi batteri per evitare l'accumulo di acido volatile, soprattutto durante la conservazione dei vini finiti. Tuttavia, la mancanza di analisi semplici ed efficienti ha spinto Alejandro Parra a concentrarsi sulla sua ricerca, sviluppando un mezzo di coltura liquido per la rilevazione precoce basato sull'olfattometria. Fi-

nora, le cantine potevano analizzare la concentrazione di acido attraverso colture solide tradizionali, ma questi metodi spesso portavano a falsi negativi, o attraverso la Pcr, una tecnica costosa che richiedeva l'intervento di terzi. Il nuovo metodo, non ancora brevettato, è stato testato confrontandolo con i risultati ottenuti tramite Pcr ma, a differenza di quest'ultima, è semplice ed economico: la cantina ha solo bisogno di un frigorifero e una stufa per prevedere il rischio di sviluppare questi batteri nei suoi vini. Il campione di vino da analizzare viene inserito nel terreno di coltura che viene riscaldato a 30°C; attraverso un'analisi olfattiva quotidiana si individua il giorno in cui si percepisce l'odore di aceto, permettendo così di determinare la quantità di batteri presenti nel campione iniziale e prevenendo il rischio di deterioramento.

<https://www.larioja.com/lomejordel-vinoderioja/nuevo-metodo-detecta-cantidad-bacterias-aceticas-vino-20240305141401-nt.html>

LA NUOVA "SUPERFICIE INTELLIGENTE" RIMUOVE I COMPOSTI MALEODORANTI DAL VINO

Un team di ricercatori australiani ha sviluppato uno strumento di "superficie intelligente" nanoingegnerizzato per rimuovere selettivamente i composti solforati volatili indesiderati dal vino. È importante sottolineare che la tecnologia ha la capacità di eliminare gli aromi solfidrici dal vino preservando al tempo stesso gli aromi tropicali e di "pietra focaia" desiderati, oltre a mantenere le concentrazioni di anidride solforosa (SO₂). La svolta fornisce ai produttori di vino una strategia di bonifica alternativa oltre ai metodi di chiarifica con rame. La nuova tecnologia superficiale nanoingegnerizzata prevede l'applicazione di un sottile rivestimento polimerico al plasma su una superficie e quindi l'immobilizzazione di nanoparticelle sulla stessa, che legano fortemente i composti solforati volatili del vino. La superficie intelligente può essere applicata a dispositivi di filtraggio e/o coadiuvanti tecnologici. Può anche essere applicata come materiale di "smart scalping"

all'interno delle chiusure con tappo a vite o come parte del materiale di imballaggio in lattine o prodotti per l'imballaggio del vino bag-in-box. I ricercatori affermano che le sperimentazioni della nuova tecnologia hanno dimostrato di rimuovere fino all'80% dell'idrogeno solforato libero dal vino e sono state efficaci anche nel rimuovere composti solforati più complessi, come metantiolo ed etantiolo.

<https://www.wineaustralia.com/news/articles/novel-smart-surface-removes-stinky-compounds-from-wine>

UNA NUOVA RICERCA AUSTRALIANA OTTIENE FINANZIAMENTI PER ESPLORARE UN METODO MIGLIORE DI FINITURA DEL VINO

Un progetto dell'Università di Adelaide che studia un metodo più efficiente per la finitura dei vini ha ricevuto un finanziamento di 1,14 milioni di dollari dall'Australian Research Council (ARC). Guidato dal prof. Kerry Wilkinson, il progetto mira a far risparmiare all'industria vinicola australiana decine di milioni di dollari ogni anno. Lo studio esplorerà la chiarifica e la stabilizzazione dei vini per prevenire cambiamenti fisici o sensoriali indesiderati tra l'imbottigliamento e il consumo. Il finanziamento sosterrà il progetto per oltre quattro anni, consentendogli di studiare le potenziali applicazioni enologiche della filtrazione a membrana. Il processo di finitura utilizza attualmente additivi come bentonite e carbone attivo per rimuovere i costituenti del vino come i composti fenolici responsabili dell'astringenza, dell'amarezza e dell'imbrunimento. Questo processo elimina anche i composti volatili derivanti naturalmente o da deterioramento o contaminazione. Gli agenti chiarificanti come la bentonite spesso non sono selettivi. Colpiscono gli elementi del vino che creano l'aroma e il sapore apprezzati dai consumatori, causando inevitabilmente una perdita di prodotto durante il processo. L'uso della bentonite e di altri processi di chiarifica può portare alla perdita del 2-10% del vino nel processo, costando all'industria vinicola australiana circa

100 milioni di dollari ogni anno, affermano i ricercatori. Sono quindi necessari nuovi metodi che "finiscano" i vini rapidamente, con tassi di recupero più elevati e riduzione degli sprechi e dei costi di produzione. Quando il vino passa attraverso la filtrazione su membrana, si fraziona, con le molecole più grandi che rimangono su un lato della membrana e le molecole più piccole che passano attraverso. Solo una piccola quantità dei costituenti del vino che creano caratteristiche negative passano attraverso la membrana, richiedendo un minor trattamento con additivi come la bentonite, riducendo la quantità di vino persa nel processo.

<https://www.australianmanufacturing.com.au/new-research-gets-arc-funding-to-explore-better-wine-finishing-method/>

MIGLIORI PRATICHE NELLA GESTIONE DELLE AGGIUNTE DI ACIDO TARTARICO PER LE VARIETÀ A PH ELEVATO

WineBusiness ha pubblicato un articolo che raccoglie i risultati di una serie di esperimenti condotti presso due aziende vinicole della Virginia (Usa) durante le annate 2020 e 2021. Tali esperimenti hanno studiato i vantaggi e gli svantaggi dell'aggiunta di acido tartarico, durante la prefermentazione, ai vini rossi che tendono a pH elevato.

<https://www.winebusiness.com/wbm/article/283326>

NON È NECESSARIO DEALCOLIZZARE UN VINO PERCHÉ NON SUPERI I 9 GRADI

L'Unione delle cooperative Plaimont ha interrotto la fermentazione di un vino a base delle cultivar Colombard a 9% vol. alc. Non effettuando alcuna dealcolazione, bensì utilizzando il freddo. I responsabili della cantina in cui è stata effettuata la vinificazione hanno raccontato di aver raccolto il colombard appena sopra il 10% di alcol potenziale, di averlo in seguito mescolato con un po' di Sauvignon e stoppata la fermentazione a 17 gram-

mi di zucchero abbassando la temperatura dei tini a 0°C in 24 ore utilizzando una rete di acqua glicolata molto fredda. I vini sono stati addizionati di solfati nelle quantità consuete e mantenuti a bassa temperatura durante tutto il loro invecchiamento. In seguito sono stati filtrati poco prima dell'imbottigliamento per evitare ulteriori avvii di fermentazione dovuti alla presenza di zuccheri residui. Le 60.000 bottiglie ricavate sono state messe online per la vendita e hanno ricevuto anche una medaglia d'oro in un concorso enologico.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101393-meme-pas-besoin-de-desalcooliser-ce-vin-pour-quil-ne-depasse-pas-9-degres.html>

GLI SCIENZIATI STUDIANO UN METODO PER LAVARE LE BOTTIGLIE DI VINO PER IL RIUTILIZZO

Gli scienziati del vetro della Alfred University (NY-Usa), in collaborazione con lo Stato di New York e Vitricity, una società di consulenza focalizzata sulla promozione della sostenibilità nell'industria del vetro, stanno studiando modi per lavare e riutilizzare le bottiglie di vino. Il progetto potrebbe rimuovere ogni anno decine di migliaia di bottiglie di vino dal flusso dei rifiuti e aiutare i produttori a realizzare risparmi significativi. Gli esperti stanno studiando un metodo per lavare la bottiglia in cui uno strato molto sottile - piccolo come un micron, o un milionesimo di metro - della superficie del vetro viene rimosso, togliendo ogni residuo umido post-lavaggio e lasciandone uno nuovo, con una maggiore superficie interna incontaminata della bottiglia. Una volta ottenuto un metodo adeguato per il lavaggio delle bottiglie, l'attenzione sarà posta sullo sviluppo di strutture per la raccolta e il lavaggio delle bottiglie e sull'individuazione del modo in cui verranno trasportate da e verso le cantine.

<https://www.alfred.edu/about/news/pressreleases/2024/03/alfred-university-glass-scientists-pursuing-method-for-washing-wine-bottles-for-reuse.cfm>

IRRIGARE E TRATTARE LE VITI CON L'ACQUA DELLA CANTINA

Per aiutare le aziende agricole a recuperare gli effluenti del vino delle loro cantine e a recuperare la pioggia che può cadere sui tetti dei loro edifici o sui loro parcheggi, l'IFV Sud-Ouest ha ottenuto dalla regione dell'Occitania e dall'Agence de l'Eau Adour-Garonne il sostegno finanziario per lanciare diversi esperimenti sui 15 ettari del suo vigneto di Peyrole, nel Tarn. "Stiamo avviando il progetto Vin'Eau per valutare i rischi sanitari legati al riutilizzo dell'acqua di cantina trattata in tini areati da microbolle e al riutilizzo dell'acqua piovana per irrigare le viti, pulire gli atomizzatori (...) - spiega il direttore della divisione Eric Serrano durante un webinar organizzato dalla società Ecofilae lo scorso 14 marzo. - A partire da questa campagna 2024, prevediamo di inviare al laboratorio strati di foglie trattate secondo le diverse metodologie per garantire che queste due tipologie di acque non abbiano impatti negativi sull'efficacia dei trattamenti." L'IFV avrebbe voluto lavorare anche sul riutilizzo dell'acqua per la pulizia dei pavimenti e della tinaia delle cantine ma finora non ha ottenuto il via libera dai ministeri dell'Agricoltura, dell'Ambiente e della Sanità. Tuttavia, un decreto pubblicato a fine gennaio dovrebbe fortunatamente facilitare le cose.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101496-irriguer-et-traiter-la-vigne-avec-les-eaux-de-son-chai.html>

PIROGASSIFICAZIONE PER RICICLARE I CEPPI DI VITE?

Il progetto Valoceph, sviluppato da un partenariato tra produttori, centri di ricerca, camera dell'agricoltura della Loira e soggetti privati, si propone di sperimentare tutti i possibili utilizzi della massa legnosa prodotta dalle viti dopo l'estirpazione, esplorando in particolare la via della pirogassificazione: il materiale carbonioso relativamente secco viene, dunque, riscaldato ad alta temperatura (da 400 a 1.500°C) in assenza o quasi di ossigeno. La pirogassificazione consente di recuperare

diverse biomasse e rifiuti residui per produrre calore e/o energia elettrica o un gas sintetico che può essere immesso nelle reti del gas esistenti. L'evoluzione del progetto si svilupperà attorno a 3 assi: la strutturazione della raccolta (come organizzare la logistica della raccolta con i diversi attori), la valutazione dell'interesse sociale e una fase di test (in particolare attraverso un progetto di costituzione di un impianto di pirogassificazione).

<https://www.vitisphere.com/actualite-101431-la-pyrogaazification-pour-recycler-les-souches-de-vignes-.html>

IL PROBLEMA DEI RIFIUTI IN CANTINA: UN'OPPORTUNITÀ A ZERO EMISSIONI DI CARBONIO

Una startup e un'azienda vitivinicola neozelandese stanno sperimentando un metodo per convertire gli scarti dell'uva in carbonio puro all'80%. Il prodotto risultante, il biochar, trattiene umidità fino a quattro volte il suo peso, fornisce una casa ai microbi del suolo, aumenta il valore del compost e dei fertilizzanti e può essere aggiunto all'alimentazione degli animali. Nell'ambito del programma Climate Action Week Marlborough, una dimostrazione in azienda ha confermato il potenziale del corretto utilizzo degli scarti di lavorazione in cantina, che può diventare un processo efficiente laddove l'utilizzo dei rifiuti disponibili sia significativo.

<https://www.stuff.co.nz/climate-change/350187762/winery-waste-problem-zero-carbon-opportunity>

PICCOLI PIPISTRELLI PER LA BIODIVERSITÀ

L'azienda vinicola Fowles Wine ha collaborato con l'Università del New England (UNE) per uno studio innovativo sui micro-pipistrelli, che potrebbe consentire un risparmio di 50 milioni di dollari all'anno per l'industria vinicola australiana. Lo studio congiunto sta indagando se i micro-pipistrelli consumano i parassiti nei vigneti allo stesso ritmo di quanto avviene nelle piantagioni di cotone, con il potenziale di aumentare l'uso delle risorse na-

turali nel più ampio settore vinicolo. A tal proposito, sono stati installati dispositivi di registrazione del suono nei vigneti aziendali per comprendere meglio le diverse specie di pipistrelli che vi vivono, le loro abitudini alimentari e il ruolo che svolgono per mantenere la biodiversità nell'ecosistema locale. Nel primo anno dell'iniziativa 'Bats and Wine', i risultati preliminari suggeriscono che i pipistrelli svolgono un ruolo vitale nel controllo dei parassiti agricoli negli ecosistemi dei vigneti della regione di Victoria. L'azienda vinicola ha anche avviato una partnership per implementare insettari e frutteti da seme per garantire ecosistemi rigenerativi e autosufficienti, particolarmente importanti per le aree in cui sono prevalenti incendi boschivi e le piante autoctone sono a rischio. Fowles ha anche accolto gli alveari nei suoi vigneti dove le api possono operare la loro magia sulle viti e sulle colture di copertura, contribuendo a garantire che i vigneti possano prosperare e produrre l'uva che esalta il sapore in ogni bicchiere.

<https://winetitles.com.au/batty-for-biodiversity/>

UNA PIATTAFORMA WEB INNOVATIVA LANCIA UN SISTEMA PER SUGGERIRE L'ABBINAMENTO DELLE BEVANDE IN BASE ALLA PROFILAZIONE DEL GUSTO

Testtoo.com, una piattaforma web innovativa, ha annunciato il lancio ufficiale del suo esclusivo sistema di profilazione del gusto con abbinamento istantaneo di bevande alcoliche e analcoliche adatte. Tale strumento guida le persone a comprendere le loro preferenze personali in fatto di vini e spirits attraverso test semplici, divertenti e pertinenti. Grazie a domande brevi e dinamiche, il Cyber Sommelier di Testtoo capisce le preferenze di gusto del consumatore, le associa ad una tendenza e suggerisce i prodotti adatti. L'azienda lancia ora la sua prima applicazione su una categoria di prodotto: il vino.

<https://www.winebusiness.com/news/article/284641>

GLI SCIENZIATI DIMOSTRANO CHE BERE BUON VINO "RENDE PIÙ FELICI"

Bere vino di alta qualità ti fa sentire più felice. Sono le conclusioni di uno studio scientifico scaturito da un "esperimento sociale" messo in piedi durante un evento a Pisa (Internet Festival 2022), volto ad accertare se le aspettative sulla qualità del prodotto, in questo caso del buon vino, incidessero sulla "piacevolezza" di un'esperienza. La sperimentazione è stata condotta con una metodologia affidabile, attraverso sensori indossabili, mediante i quali sono state misurate le emozioni suscitate sui consumatori dall'assaggio di diverse tipologie di vino. Sono stati dunque testati cinque vini, due dei quali gli scienziati hanno descritto come "difettosi" e tre campioni di alta qualità, su 50 consumatori in un "contesto emozionante" con musica jazz dal vivo in sottofondo. Sono stati registrati sia i risultati espliciti attraverso questionari sia i risultati impliciti attraverso l'elettrocardiogramma (ECG) registrato dai sensori indossabili. L'autrice dello studio, la dott.ssa Lucia Billeci, del Consiglio Nazionale delle Ricerche italiano, ha affermato che il vino "genera senza dubbio una risposta emotiva significativa nei consumatori" e che la risposta è "multiforme e attribuibile al livello di qualità del vino degustato". "In effetti, - ha aggiunto la ricercatrice - a parità di condizioni, bevendo vino anche i consumatori non addestrati riescono a riconoscere perfettamente i vini buoni rispetto ai prodotti di qualità inferiore". "I vini di alta qualità sono in grado di indurre uno spettro di emozioni positive, come osservato dall'analisi dei segnali ECG, soprattutto quando sono abbinati a musica di sottofondo." In conclusione, gli scienziati hanno riferito che il contesto, "certamente ha giocato a vantaggio dei vini di buona qualità", e ha prodotto "caratteristiche emotive positive al palato anche di alcuni consumatori meno esperti". Inoltre si è verificato un "effetto di trascinamento" verso uno stato d'animo positivo, generato dalle condizioni circostanti, ovvero dalla buona musica in una bella location.

<https://www.thedrinksbusiness.com/2024/03/scientists-prove-drinking-good-wine-makes-you-happier/>

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38441204/#full-view-affiliation-5>

I SOMMELIER MOSTRANO UN'ATTIVITÀ NEURALE ALTERATA QUANDO DEGUSTANO IL VINO

I sommelier sfruttano la loro vasta formazione per discernere e descrivere le sfumature dei vini. Un nuovo studio pubblicato su Human Brain Mapping esplora le menti di questi esperti, rivelando che i sommelier non solo mostrano differenze strutturali nel loro cervello rispetto ai consumatori occasionali di vino, ma mostrano anche modelli unici di attività cerebrale e connettività quando valutano i vini. Questa ricerca sottolinea come la formazione specializzata nella degustazione del vino non affina solo il palato, ma rimodella il cervello stesso, migliorando l'integrazione del gusto, dell'olfatto e dell'abilità linguistica necessaria per articolare le complesse esperienze sensoriali del vino.

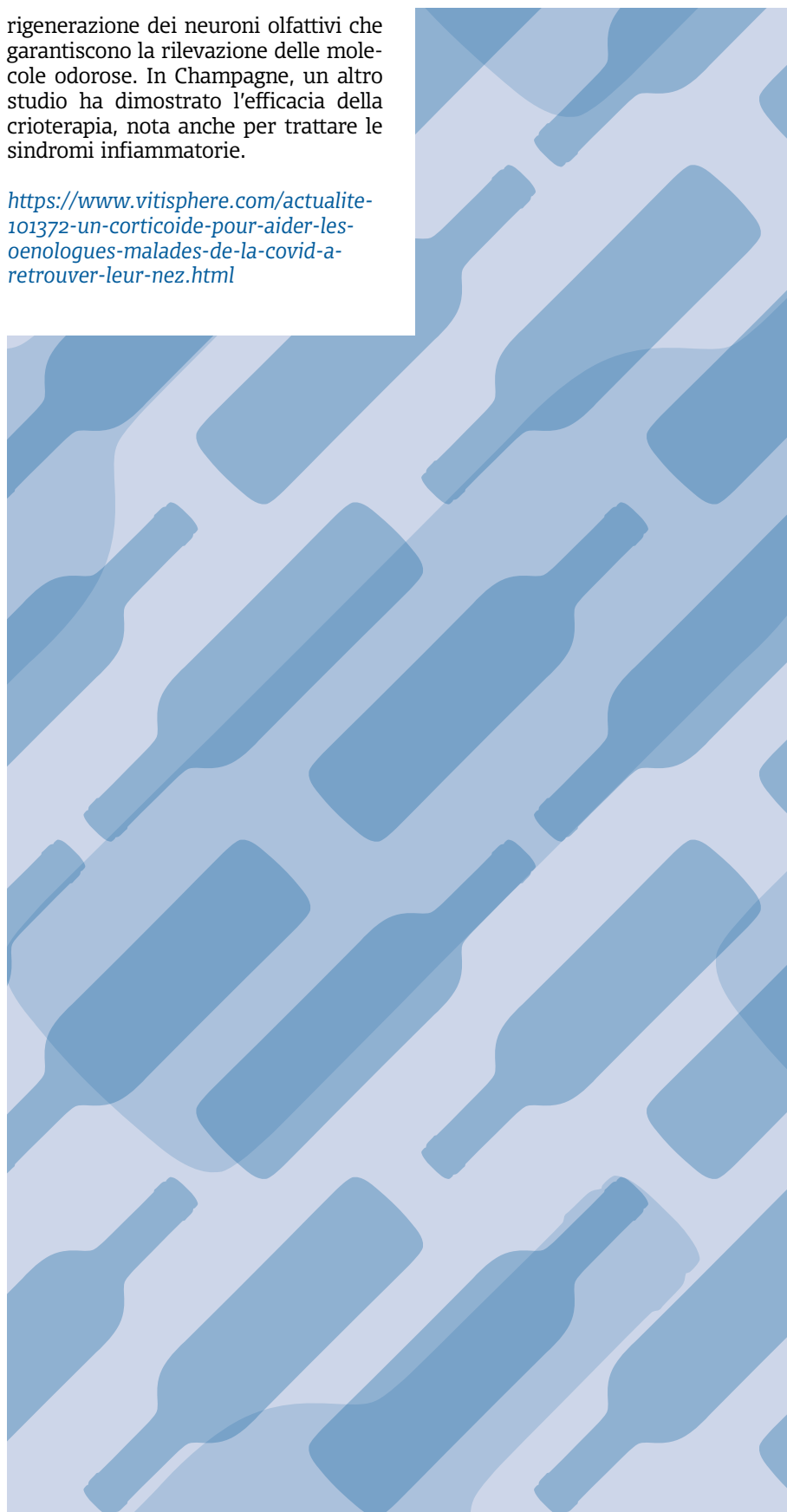
<https://www.psypost.org/wine-expertise-reshapes-the-brain-sommeliers-show-altered-neural-activity-when-tasting-wine/>

UN CORTICOSTEROIDE PER AIUTARE GLI ENOLOGI MALATI DI COVID A RITROVARE L'OLFATTO

Circa 9 casi lievi di covid su 10 sono accompagnati da anosmia. La maggior parte dei pazienti impiega da 8 giorni a un mese per riacquistare il pieno senso dell'olfatto. Dal 5 all'11% deve aspettare sei mesi e alcuni soffrono ancora di problemi un anno dopo la malattia. Il SARS-CoV-2 distrugge la mucosa nasale e provoca un'inflammatione prolungata. I ricercatori dell'Inrae e della scuola veterinaria di Alfort hanno appena scoperto che la somministrazione precoce di desametasone migliora il recupero delle capacità olfattive negli animali. Gli scienziati spiegano che questo corticosteroide comunemente usato riduce la presenza di cellule immunitarie nella mucosa e favorisce la

rigenerazione dei neuroni olfattivi che garantiscono la rilevazione delle molecole odorose. In Champagne, un altro studio ha dimostrato l'efficacia della crioterapia, nota anche per trattare le sindromi infiammatorie.

<https://www.vitisphere.com/actualite-101372-un-corticoide-pour-aider-les-oenologues-malades-de-la-covid-a-retrouver-leur-nez.html>



ACCADE IN ITALIA



NORMATIVA E ISTITUZIONI

LA POLITICA MONDIALE DEL VINO SI INCONTRA IN ITALIA

Lo aveva annunciato più volte, che, in vista di Vinitaly 2024, avrebbe portato tutta la politica internazionale del vino alla corte dell'Italia, il Ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida. E così sarà, visto che tra Brescia, in Franciacorta, e Verona, dall'11 al 13 aprile, andrà in scena la Conferenza Internazionale sul Vino ("Wine Ministerial Meeting"), organizzata insieme all'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino, guidata dal professor Luigi Moio. I dettagli saranno comunicati il 4 aprile dalla Sala Cavour del Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, alla presenza ovviamente, del Ministro Lollobrigida, oltre che del presidente e del direttore generale dell'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino, Luigi Moio e John Barker (in videocollegamento dalla sede Oiv a Digione, in Francia), e del presidente Veronafiere, Federico Bricolo. La Conferenza Internazionale del Vino è stata organizzata in collaborazione con l'Oiv per il Centenario della fondazione dell'Organizzazione: saranno presenti 28 Nazioni produttrici di vino, rappresentate da 14 Ministri, Sottosegretari e Ambasciatori provenienti da tutto il mondo. Il Wine Ministerial Meeting si articolerà in tre giorni di lavoro, prima in Franciacorta (Brescia) e poi a Verona, e si discuterà di come proteggere e valorizzare il vino sui mercati europei ed internazionali.

https://winenews.it/it/wine-ministerial-meeting-la-politica-mondiale-del-vino-si-incontra-in-italia_521754/

ETICHETTATURA VINO:

IL MASAF EMANA DECRETO CHE PROROGA FINO AL 30 GIUGNO LA POSSIBILITÀ DI USARE LE ETICHETTE RIPIORTANTI IL SIMBOLO ISO 2760 "I" ACCANTO AL QR CODE

Con DM n. 115268 del 8/03/2024 il Masaf proroga fino al 30 giugno 2024 la possibilità di etichettare i vini ed i prodotti vitivinicoli aromatizzati circolanti sul territorio nazionale con

etichette riportanti il simbolo ISO 2760 "i" accanto al QR code che rimanda alle informazioni relative alla lista degli ingredienti ed alla dichiarazione nutrizionale. Qualora non utilizzate entro la suddetta data, le etichette rimanenti possono continuare ad essere utilizzate solo se corrette mediante l'apposizione di un adesivo riportante il termine "ingredienti" accanto al simbolo "i" o ogni altra indicazione ritenuta utile.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/21144>

**AIUTI COMPENSATIVI
DESTINATI
A INDENNIZZARE I DANNI
CAUSATI DA INFEZIONI
DI PLASMOPARA VITICOLA
(PERONOSPORA)
NEL CORSO DELLA
CAMPAGNA 2023: CON
LA SUA PUBBLICAZIONE IN GURI
ENTRA IN VIGORE IL DECRETO
MINISTERIALE**

Con la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale italiana del 5 marzo 2024, è entrato in vigore il decreto Masaf 24 gennaio 2024 recante Interventi compensativi dei danni subiti nel settore agricolo, nelle aree colpite da infezione da plasmopara viticola, ai sensi dell'articolo 11 del decreto-legge 10 agosto 2023, n. 104, convertito dalla legge 9 ottobre 2023, n. 136, e del regolamento (UE) 2022/2472 della Commissione europea del 14 dicembre 2022. I contributi concessi alle condizioni previste dal DM, finalizzati alla ripresa economica e produttiva, sono erogati a favore delle micro, piccole e medie imprese attive nella produzione di uva che a causa delle suddette infezioni abbiano subito danni superiori al 30 per cento della produzione lorda vendibile.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2024-03-05&atto.codiceRedazionale=24A01168&elenco30giorni=true

ANTICIPAZIONI DATI REPORT ICQRF: IN UN 2023 A RISCHIO FRODE SONO DIMINUITI I REATI LEGATI AL VINO

In un'intervista al Settimanale Tre Bicchieri del Gambero Rosso, il capo dipartimento Icqrf Felice Assenza anticipa alcune cifre sui controlli effettuati l'anno scorso nel settore vitivinicolo. I dati, ancora provvisori, riferiscono di quasi 18.000 verifiche (tra ispezioni e controlli analitici), con irregolarità di oltre 13% per gli aspetti di etichettatura e tenuta dei registri (era del 13,4% nel 2022), mentre solo il 4% ha riguardato gli esiti dei controlli analitici dei campioni prelevati (rispetto al 5,6% di un anno fa). Il valore dei prodotti illegali sequestrati supera i 22 milioni di euro (al di sotto dei 23,2 mln dell'anno precedente) e le notizie di reato sono ferme a 30 casi (stabili sul 2022). Il vino resta dunque il settore merceologico più controllato di tutto l'agroalimentare italiano, con circa un terzo di tutte le verifiche, ma è anche meno fraudolento, in un anno in cui proprio la scarsità del raccolto poteva indurre gli operatori a violare la legge. Tra i numerosi spunti interessanti che emergono dall'intervista, le frodi sul web e l'annuncio che l'Icqrf sta lavorando allo sviluppo di un sistema di ricerca automatica di falso made in Italy agroalimentare sul web, mediante l'uso dell'intelligenza artificiale in collaborazione con alcune Università.

<https://static.gamberorosso.it/2024/02/settimanale-n8-2024stampa.pdf#page=10>

AVVISO PER LA SELEZIONE DI PROPOSTE PROGETTUALI DA PARTE DI DISTRETTI BIOLOGICI E PER LA PROMOZIONE DI FILIERE E DISTRETTI DI AGRICOLTURA BIOLOGICA

Il Masaf ha pubblicato l'Avviso per la selezione di proposte progettuali da parte di Distretti biologici per favorire le forme di produzione agricola a ridotto impatto ambientale e per la promozione di filiere e Distretti di agricoltura biologica, con relativi allegati. Le domande di accesso alle agevolazioni devono essere inviate tassativa-

mente a decorrere dalle ore 12:00:00 del giorno 15 aprile 2024 e fino alle ore 12:00:00 del giorno 29 aprile 2024.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/21120>

DAL 22 MARZO IN VIGORE IL DM RIGUARDANTE COSTITUZIONE E RICONOSCIMENTO DEI CONSORZI DI TUTELA PER LE IG DELLE BEVANDE SPIRITOSE

Con la pubblicazione sulla GURI del 7 marzo scorso, entra in vigore, a far data dal 22 marzo 2024, il decreto Masaf che regola le disposizioni generali in materia di costituzione e riconoscimento dei Consorzi di Tutela per le Indicazioni Geografiche delle bevande spiritose.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2024-03-07&atto.codiceRedazionale=24G00036&elenco30giorni=true

CONDIZIONALITÀ SOCIALE, SANZIONI SOTTO FORMA DI RIDUZIONE DI PAGAMENTI AI BENEFICIARI DEGLI AIUTI PAC: IN VIGORE LA MODIFICA DEL DECRETO DEL 28 GIUGNO 2023

Con la pubblicazione in GURI del decreto Masaf 31 gennaio 2024, è entrata in vigore (in data 10 marzo 2024) la modifica del decreto del 28 giugno 2023 con cui vengono aumentate le diverse percentuali di riduzione dei pagamenti ai beneficiari degli aiuti della politica agricola comune, a titolo di sanzioni comminate per infrazioni relative alla condizionalità sociale (violazioni disposizioni in materia di salute e sicurezza dei lavoratori).

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2024-03-09&atto.codiceRedazionale=24A01256&elenco30giorni=true

IL 10 APRILE 2024 ENTRERANNO IN VIGORE LE DISPOSIZIONI PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO DELL'IMPRENDITORIA GIOVANILE NEL SETTORE AGRICOLO

Con la pubblicazione sulla GURI del 26 marzo scorso della Legge 15 marzo 2024, n. 36, entrano in vigore, a far data dal prossimo 10 aprile, le disposizioni per la promozione e lo sviluppo dell'imprenditoria giovanile nel settore agricolo. La legge è volta alla promozione e al sostegno dell'imprenditoria giovanile nel settore agricolo e al rilancio del sistema produttivo agricolo mediante interventi per favorire l'insediamento e la permanenza dei giovani e il ricambio generazionale nel settore agricolo, nel rispetto della normativa dell'Unione europea.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2024-03-26&atto.codiceRedazionale=24G00054&elenco30giorni=true

BANDO ISI 2023, DOMANDE A PARTIRE DAL 15 APRILE

Dal prossimo 15 aprile e fino al 30 maggio successivo è possibile presentare la domanda per accedere al bando Isi 2023. Il bando prevede incentivi per realizzare progetti per il miglioramento documentato delle condizioni di salute e di sicurezza dei lavoratori rispetto alle condizioni preesistenti, nonché acquistare 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 ridurre il livello di rumorosità o il rischio infortunistico o quello derivante dallo svolgimento di operazioni manuali. È concesso un finanziamento a fondo perduto a copertura del 65% della spesa ritenuta ammissibile per le domande presentate dalla generalità delle imprese agricole che sale all'85% per i giovani. La domanda deve essere presentata sul portale Inail, utilizzando l'ap-

posita procedura informatica, dove è previsto un percorso guidato di inserimento delle informazioni richieste, secondo le modalità indicate negli avvisi regionali. Sul sito dell'Inail, nella sezione dedicata al bando Isi 2023 è indicato il calendario completo delle operazioni da svolgere per accedere ai finanziamenti.

<https://www.informatoreagrario.it/meccanica/attualita-mercati-meccanica/bando-isi-2023-domande-a-partire-dal-15-aprile/>

<https://www.inail.it/cs/internet/attivita/prevenzione-e-sicurezza/agevolazioni-e-finanziamenti/incentivi-alle-imprese/bando-isi-2023.html>

ISTAT: NEL 2020 IRRIGATO MENO DI UN QUINTO DELLA SUPERFICIE AGRICOLA UTILIZZATA

L'acqua svolge un ruolo cruciale in agricoltura, in particolare per l'irrigazione che rappresenta la maggiore pressione sulla risorsa idrica, soprattutto nei territori in cui precipitazioni e umidità del suolo non sono sufficienti a garantire il fabbisogno idrico delle colture. Nell'annata agraria 2019-2020 la superficie irrigabile delle aziende agricole italiane, ovvero la superficie attrezzata per l'irrigazione, è pari a 3.808 migliaia di ettari (il 30,6% della superficie agricola utilizzata - SAU), distribuiti su circa 484 mila aziende, il 42,8% del totale delle aziende agricole. A fronte della superficie potenzialmente irrigabile, la superficie effettivamente irrigata può variare notevolmente, di anno in anno e sul territorio, a seconda delle condizioni meteorologiche e delle colture praticate. Nell'annata agraria 2019-2020 l'irrigazione è effettuata dal 34,1% delle aziende agricole: quasi 386 mila le aziende che irrigano una superficie di 2.358 migliaia di ettari. Rispetto al 1990 la superficie irrigata registra un decremento del 12,7%, associato a una riduzione della SAU del 17,3%, da cui consegue una, seppur modesta, maggiore propensione all'irrigazione. Il numero di aziende che ha praticato l'irrigazione si riduce del 58%, per effetto di un decremento del numero complessivo di aziende del 60,2% e del relativo aumento della

dimensione media aziendale, complice anche la crisi economica degli ultimi anni. Nel complesso, nel 2020, la tendenza all'utilizzo delle potenzialità irrigue, misurata dal rapporto percentuale tra la superficie irrigata e la superficie irrigabile, è pari al 61,9% a livello nazionale, mentre la propensione all'irrigazione, valutabile rapportando la superficie irrigata al totale della SAU, è pari al 19,0%. L'analisi a livello regionale evidenzia che in Lombardia si concentra il 22,4% della superficie irrigata nazionale; seguono Piemonte (14,0%) e Veneto (13,6%). La propensione regionale all'irrigazione è più elevata in Lombardia (54,3%), seguono - con valori superiori al 25% - Veneto (39,7%), Piemonte (35,9%), Friuli-Venezia Giulia (35,5%), Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste (26,0%) ed Emilia-Romagna (25,4%). Nelle Marche, di contro, si registra la minore propensione all'irrigazione, con solo il 2,4% della SAU irrigata; valori inferiori al 10% si rilevano anche in Toscana, Umbria, Abruzzo, Molise, Basilicata e Sardegna. Lo rileva l'Istat.

<https://www.istat.it/it/files/2024/03/Report-GMA-Anno-2024.pdf>

REGIONE PIEMONTE: SCADE IL 30 APRILE 2024 IL BANDO OCM INVESTIMENTI DA 3,2 MILIONI DI EURO

Scade il prossimo 30 aprile il bando OCM Vino Investimenti per la campagna 2024/2025, aperto a febbraio dalla Regione Piemonte, con una dotazione finanziaria di 3,2 milioni di euro. Potranno essere finanziati i progetti delle aziende produttrici di vino riguardanti: la realizzazione di punti vendita aziendali per la commercializzazione dei prodotti vitivinicoli, all'interno o all'esterno delle aziende, comprensivi di sale di degustazione; l'acquisto di attrezzature informatiche e piattaforme per i punti vendita aziendali; gli investimenti per l'esposizione e la vendita dei prodotti vitivinicoli.

<https://bandi.regione.piemonte.it/contributi-finanziamenti/ocm-vino-intervento-investimenti-campagna-20242025>

REGIONE TOSCANA: 6 MILIONI IN PIÙ AI VITICOLTORI TOSCANI PER PROMOZIONE ALL'ESTERO E INTERVENTI SUI VIGNETI

La Regione Toscana aumenta il budget a disposizione dei viticoltori toscani, che sale così da 28.100.000 a 33.900.000, cogliendo l'opportunità di utilizzare un importo pari a 5.824.000 euro: si tratta di risorse che si sono rese disponibili da quelle non spese dalle altre regioni italiane per gli interventi settoriali del Piano strategico nazionale del settore vitivinicolo per la campagna finanziaria 2023/2024. Tali fondi saranno destinati a coprire le domande presentate sugli interventi settoriali della promozione sui paesi esteri e della ristrutturazione e riconversione vigneti e non finanziate per mancanza di fondi. In particolare circa 2 milioni di euro sono destinati all'intervento della promozione per finanziare gli anticipi relativi ai progetti presentati e non finanziati campagna 2023/2024 e i saldi residui delle campagne precedenti; in questo modo la Regione riuscirà a finanziare completamente i soggetti che hanno presentato domanda nella campagna 2023/2024. Circa 3 milioni e 800mila euro sono destinati all'intervento della ristrutturazione e riconversione vigneti per finanziare gli anticipi relativi alle domande dei viticoltori toscani presentate nella campagna finanziaria 2023/2024. La Regione, pertanto, procederà a dare mandato all'organismo pagatore Agea per l'intervento della promozione, e all'organismo pagatore regionale Artea per l'intervento della ristrutturazione e riconversione vigneti, così da poter procedere ai pagamenti.

<https://www.toscana-notizie.it/web/toscana-notizie/-/aumentano-di-quasi-6-milioni-le-risorse-per-i-viticoltori-toscani>

NUOVI BANDI OCM VINO IN SICILIA E PUGLIA PER AIUTI A INVESTIMENTI E NUOVI IMPIANTI VITICOLI

L'Organizzazione Comune del Mercato Vitivinicolo tiene banco al Sud per due importanti bandi lanciati rispetti-

vamente dalla Regione Siciliana e da Regione Puglia. In Sicilia il Governo regionale ha aperto il Bando da 8 milioni di euro per cofinanziare gli investimenti in cantina (termine presentazione domande: 30 aprile 2024). Intanto la Puglia ha dato il via al concorso per l'aggiudicazione di nuovi diritti di impianto per ben 900 ettari di vigneto in aree di pregio (termine presentazione domande: 31 marzo 2024).

<https://www.regione.sicilia.it/la-regione-informa/ocm-settore-vitivinicolo-investimenti-20242025>

<https://www.regione.puglia.it/web/fiere-agroalimentari/-/domande-per-autorizzazioni-nuovi-impianti-viticoli-annualita-2024>

REGIONE VENETO: COLLINE DEL PROSECCO, SIGLATO ACCORDO PER LOGISTICA SOSTENIBILE CANTINE

La Giunta Regionale del Veneto ha approvato l'accordo, siglato con gli altri firmatari interessati, per dare attuazione al progetto sperimentale per la gestione sostenibile della logistica delle cantine comprese nell'area delle Colline del Prosecco. Un progetto in coerenza con il Piano Regionale dei Trasporti - che prevede un'azione specifica sullo sviluppo dell'accessibilità dell'area delle colline di Conegliano e Valdobbiadene - che la Regione si è impegnata a sostenere con il contributo di 87.400 euro erogati al Comune di Valdobbiadene in qualità di ente capofila. Insieme al Presidente Luca Zaia per la Regione del Veneto, i firmatari dell'accordo sono: il Sindaco Luciano Fregonese per il Comune di Valdobbiadene, la Presidente Marina Montedoro per l'Associazione per il Patrimonio delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, la Presidente Elvira Bortolomiol per il Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene DOCG, il Presidente Giorgio Polegato per Coldiretti Treviso, il Presidente Mario Pozza per la Camera di Commercio di Treviso e Carlo Antiga per Banca Prealpi San Biagio Credito Cooperativo - Soc. Coop. Sulle esperienze acquisite anche con progetti precedenti, l'accordo si propone di governare e regolare le iniziative già esi-

stenti e provvedere a varare una serie di attività prioritarie per garantire un sistema logistico sostenibile e adatto alla realtà delle Colline.

<https://www.regione.veneto.it/article-detail?articleId=13979342>

APERTO BANDO DELLA REGIONE VENETO PER MISURA INVESTIMENTI NEL SETTORE VITIVINICOLO

Con DGR n. 241 del 13 marzo 2024 della Regione Veneto sono aperti i termini per la presentazione di domande di contributo per investimenti effettuati da imprese agricole e aziende di trasformazione e commercializzazione del settore vitivinicolo, per sostenere lo sviluppo del settore stesso. L'intervento di investimento del Piano strategico della Politica agricola comune 2023-2027 per il settore vitivinicolo prevede contributi a fondo perduto (40% della spesa per le aziende agricole e fino al 30% per quelle di trasformazione). Sono ammesse spese per l'acquisto di attrezzature di cantina. Le domande possono essere presentate ad AVEPA dal giorno successivo alla pubblicazione del bando nel Bollettino ufficiale della Regione del Veneto. Possono accedere a tale misura "investimenti" sia le aziende agricole che le imprese di trasformazione e commercializzazione distinguendo due azioni specifiche che trovano rispondenza nell'allegato A - "Investimenti nelle aziende agricole vitivinicole" e nell'allegato B - "Investimenti nelle aziende di trasformazione e commercializzazione" - alla deliberazione n. 241/2024. Per il bando biennale annualità 2025-2026 sono disponibili € 9.500.000,00 ripartiti equamente tra aziende agricole e aziende agroalimentari.

<https://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-foreste/dettaglio-news?articleId=13977399>

ATTUALITÀ

VINITALY 2024: RAGGIUNTI OBIETTIVI ESPOSITIVI. CRESCE POSIZIONAMENTO INTERNAZIONALE DEL BRAND FIERISTICO DI PROMOZIONE VINO ITALIANO. ATTUATO PIANO DI PROMOZIONE E CAMPAGNA INCOMING VERONAFIERE-ICE AGENZIA PER 3 MILIONI DI EURO

C'è tutto il made in Italy enologico da tutte le regioni italiane e da oltre 30 nazioni alla 56^a edizione di Vinitaly, in programma a Veronafiere dal 14 al 17 aprile prossimo. Ad oggi, infatti, il quartiere fieristico di oltre 180mila mq netti è pronto a diventare l'agorà internazionale del wine business per 4.000 cantine già confermate. Una partecipazione espositiva consolidata che conferma la centralità del Salone internazionale del vino e dei distillati sempre più targettizzato sulle esigenze delle imprese e sulla promozione del settore in Italia e sui mercati esteri, storici ed emergenti. Va in questa direzione anche il nuovo Piano strategico di Veronafiere "One 2024-2026" che contempla un rafforzamento ulteriore della mission di Vinitaly volta ad amplificare la piattaforma promozionale del brand per garantire, al contempo, investimenti per l'incoming sulla manifestazione e sul prodotto italiano nelle piazze export più strategiche, grazie a un radicamento di Veronafiere ancora più capillare proprio in quelle aree. Prosegue, inoltre, il percorso di selezione qualitativa degli operatori avviato per la 55^a edizione del 2023, con un programma straordinario di recruiting che portò a Verona 29.600 operatori internazionali da 143 nazioni (su un complessivo di 93mila presenze), di cui oltre mille top buyer scelti e ospitati da Veronafiere e Ice-Agenzia. Mentre sono stati 11mila gli appuntamenti pianificati tra espositori e buyer sulla piattaforma Vinitaly Plus a cui si sono aggiunti quelli fissati direttamente tra aziende e operatori. In contemporanea a Vinitaly 2024 anche la 28^a edizione di Sol, International olive oil trade show (area C); Xcellent Beers (area C) e il 250 Enolitec, Salone internazionale delle tecnologie per la produzione di vino, olio e birra (pad. F). Con le tre rassegne,

il numero delle aziende presenti nei 17 padiglioni della fiera sale a quasi 4.300 (dato ad oggi). Confermato Vinitaly and the city, il fuori salone per gli appassionati in calendario nel centro della città scaligera, patrimonio Unesco, dal 12 al 15 aprile 2024. Nel 2023, sono state oltre 45mila le degustazioni da parte dei winelover. Sabato 13 aprile torna anche la tredicesima edizione di Vinitaly Opera Wine, l'evento première del Salone internazionale, che ogni anno punta i riflettori sugli ambasciatori e sulle iconiche etichette del vino italiano negli States, con i 131 produttori selezionati da Wine Spectator e Veronafiere. Nel frattempo, il 19 marzo si conclude a Bruxelles il calendario degli eventi internazionali di Vinitaly-Veronafiere in collaborazione con Ice-Agenzia ripartito a settembre dello scorso anno per fidelizzare e intercettare operatori, distributori, top buyer e stampa straniera e per promuovere in maniera sistemica il vino italiano. Un giro del mondo in 17 tappe tra manifestazioni fieristiche, preview e roadshow dal Nord America all'Europa, dal Far East ai Balcani fino al Brasile per un investimento Veronafiere-Ice Agenzia di 3 milioni di euro. Intercettare le tendenze di consumo e garantire una rappresentazione evolutiva del settore in linea con le esigenze del mercato. È uno degli obiettivi delle aree tematiche di Vinitaly che, anche quest'anno, traccia diversi percorsi di matching domanda-offerta sempre più a trazione internazionale: Organic Hall, salone dedicato al vino biologico; International Wine Hall, padiglione dei paesi produttori esteri; Mixology, la sezione espositiva e che esprime l'arte dei cocktail e della miscelazione di vini, liquori e distillati sulla base dei nuovi trend internazionali; Micro Mega Wines - Micro size, mega quality, unità espositiva all'insegna di "piccolo è bello". Chiudono il programma delle attività, esclusivi Grand Tasting e masterclass guidate dalle più importanti riviste enologiche internazionali, oltre agli appuntamenti dedicati a Micro-Mega Wines, le piccole produzioni tricolori di altissima qualità fino ai consolidati walk around tasting.

<https://www.vinitaly.com/press/comunicati-stampa/vinitaly->

2024-raggiunti-obiettivi-espositivi-cresce-posizionamento-internazionale-del-brand-fieristico-di-promozione-vino-italiano-attuato-piano-di-promozione-e-campagna-incoming-veronafiere-ice-agenzia-per-3-milioni-di-euro/

VINITALY AND THE CITY:
 BRINDISI, ARTE E MUSICA
 A VERONA

Torna dal 12 al 15 aprile Vinitaly and the City, il fuori salone di Vinitaly che ogni anno trasforma Verona nella capitale dei winelover. Quattro giorni tra degustazioni, masterclass, talk, incontri e visite guidate con incursioni culturali, artistiche, musicali e geografiche per l'appuntamento più "epicureo" della rassegna fieristica veronese, che farà pulsare di passione enoica anche il cuore del capoluogo. A fare da scenografia sarà infatti il triangolo tra Piazza dei Signori (Loggia di Fra Giocondo, Loggia Antica), Cortile Mercato Vecchio e Cortile del Tribunale, punti di interesse iconici della città patrimonio Unesco.

<https://www.teatronaturale.it/tracce/gastronomia/41878-vinitaly-in-the-city-brindisi-arte-e-musica-a-verona.htm>

**ZOPPAS (ICE),
 IMPORTANTE IL 'VINITALY
 USA' DI OTTOBRE**

Il Presidente dell'Ice, Matteo Zoppas, ha definito "importantissima" la seconda edizione di una sorta di "Vinitaly Usa" che verrà organizzata a Chicago a ottobre puntando a diventare la maggiore fiera del vino italiano negli Stati Uniti. "Con Veronafiere e con la Camera di Commercio italiana a Chicago stiamo sviluppando il Vinitaly Usa", già partito l'hanno scorso con un'edizione "pilota", ha detto Zoppas parlando all'ANSA al ProWein di Düsseldorf. "Quest'anno invece cambierà sede" andando al "Navy Pier" con il "sogno di farla diventare la più importante fiera di vino italiano negli Stati Uniti": non solo per "numeri", "ma soprattutto come importanza" dei marchi, ha aggiunto. Zoppas ha precisato che questo "Vinitaly negli Usa" si terrà il "20-21 di ottobre", quindi "a ridosso del 'Wine experience' a New York della rivista 'Wine Spectator', in modo che "tutti i produttori importanti ab-

biano modo di partecipare" anche alla fiera di Chicago.

https://www.ansa.it/canale_terra-egusto/notizie/vino/2024/03/12/zoppas-ice-importante-il-vinitaly-usa-di-ottobre_od8b6cf7-458f-41ce-8f02-9ado29daoe2d.html

**FLAVESCENZA DORATA:
 INCONTRO POSITIVO AL MASAF
 PER CITTÀ DEL VINO**

"Incontro positivo, in cui è emerso interesse e che pone le basi per una collaborazione futura, su un tema quanto mai centrale come la Flavescenza dorata". A sottolinearlo è Benedetto De Pizzol, coordinatore regionale delle Città del Vino del Veneto, dopo l'incontro avuto al Ministero dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste. Il professor Carlo Duso, Università di Padova, presente all'incontro, ha illustrato il progetto triennale di ricerche nell'area della denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, dedicato alla Flavescenza dorata e alla gestione dei vettori. "Il progetto - ha spiegato Duso - è iniziato nel 2021 in seguito alle sollecitazioni di un gruppo di aziende vitivinicole del Comune di San Pietro di Feletto (Treviso), preoccupate per la recente recrudescenza di Flavescenza dorata nel territorio della denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG. L'attività progettuale è stata finanziata dal Consorzio di Tutela, da Banca Prealpi San Biagio, dal Comune di San Pietro di Feletto e, in parte, dalle aziende proponenti ed è arrivata alla fine del terzo anno di attività". Fra i risultati ottenuti e illustrati al Masaf, le tecniche di monitoraggio, le relazioni tra vegetazione boschiva e vigneti, gli effetti principali e collaterali degli insetticidi; i rapporti tra acari fitofagi e acari predatori e lo studio sui ceppi di fitoplasmi. "L'incontro al Ministero è stato interessante, il dirigente Masaf ha apprezzato i risultati ottenuti dal progetto e intende promuovere un tavolo di discussione per avviare una collaborazione più ampia, con il mondo della ricerca, le istituzioni, le aziende" commenta Duso.

<https://www.agricultura.it/2024/03/26/flavescenza-dorata-incontro-positivo-al-masaf-per-citta-del-vino/>

SOMMELIER E PAESAGGI: UN CONNUBIO VINCENTE PER IL VINO ITALIANO

Un passo avanti significativo per il vino italiano: il 14 marzo, presso la sala Cavour del Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF), è stato firmato un importante protocollo d'intesa tra Associazione Italiana Sommelier (AIS) e la Cattedra UNESCO "Paesaggi del Patrimonio Agricolo" dell'Università di Firenze. L'obiettivo? Valorizzare il ruolo del paesaggio nella comunicazione del vino e nei criteri di valutazione, per rafforzare la competitività del settore vitivinicolo italiano a livello globale. La scheda tecnica di un vino si completa, dunque, con la descrizione del suo paesaggio, e ai sommelier toccherà verificare se gli elementi di quest'ultimo influenzano le sensazioni organolettiche del vino. L'Italia si candida come il primo Paese al mondo a proporre una degustazione che valorizza il paesaggio. Il protocollo, della durata di tre anni, impegna AIS e Cattedra UNESCO a sostenere progetti e iniziative comuni per promuovere il paesaggio e la cultura enogastronomica italiana. Un connubio tra storia, cultura e territorio per elevare il vino italiano a protagonista in discussione sulla scena mondiale.

<https://www.aisitalia.it/sommelier-e-paesaggi-un-connubio-vincente-per-il-vino-italiano/>

MERCATI E PRODUZIONI

VENDEMMIA ITALIA 2023: LA PIÙ LEGGERA DEGLI ULTIMI 76 ANNI

La vendemmia 2023 è stata la più leggera dal Dopoguerra. Lo hanno certificato i dati ufficiali inviati dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste alla DG Agri che vedono la produzione vitivinicola italiana dello scorso anno ferma a 38,3 milioni di ettolitri, con un calo del 23,2% sui volumi 2022. Dato, questo, in linea con quanto previsto a fine novembre dall'Osservatorio Assoenologi, Ismea e Uiv. La contrazione, senza precedenti dal 1947, è stata determinata in particolare dagli attac-

chi della peronospora, malattia fungina provocata dalle frequenti piogge che ha colpito molti vigneti soprattutto del Centro-Sud. L'estate settembrina, se da una parte ha ulteriormente alleggerito il prodotto, dall'altra ha influito positivamente sulla qualità delle uve. Nel panorama produttivo made in Italy - osserva l'Osservatorio Assoenologi, Ismea e Uiv -, i vini DOP pesano per quasi il 52%, mentre gli IGP rappresentano il 25% del prodotto.

https://news.unioneitalianavini.it/wp-content/uploads/sites/6/2024/03/2024_03_18_CS-Aggiornamento-VENDEMMIA2023_Ismea-Uiv-Assoenologi_18.3.2024.pdf

CANTINA ITALIA, REPORT N. 3/2024 CON DATI AL 29 FEBBRAIO 2024:

56,1 MILIONI DI ETTOLITRI
IN GIACENZA, IN CALO DEL 4,2%
RISPETTO ALLO SCORSO 31
GENNAIO 2024 (-2.470.686 HL)
E INFERIORI DEL 10,9% RISPETTO
AL 28 FEBBRAIO 2023
(-6.883.304 HL)

Al 29 febbraio 2024 negli stabilimenti enologici italiani sono presenti 56,1 milioni di ettolitri di vino, 4,8 milioni di ettolitri di mosti e 178 mila ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (VNAIF). Rispetto al 28 febbraio 2023, si osserva un valore delle giacenze inferiori per tutte le categorie di prodotti: vini (-10,9%; -5,3% DOP, -14% IGP), mosti (-31,6%) e VNAIF (-27,3%). Rispetto al 31 gennaio 2024, il dato delle giacenze è inferiore per i vini (-4,2%; -4,2% DOP, -5,3% IGP), per mosti (-11,1%) e VNAIF (-27,9%). Il 59,3% del vino è detenuto nelle regioni del Nord, prevalentemente nel Veneto. Il 55,0% del vino detenuto è a DOP (30.862.937 hl), il 26,3% a IGP (14.735.602 hl), i vini varietali costituiscono appena l'1,2% del totale. Il 17,5% è rappresentato da altri vini. Le giacenze di vini a Indicazione Geografica sono molto concentrate; infatti, 20 denominazioni su 526 contribuiscono al 58,8 del totale delle giacenze.

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/21162>

ITALIA CHIUDE EXPORT 2023 A 7,8 MLD DI EURO (-0,8%). È IL TERZO CALO DEL MILLENNIO. VOLUMI, SOSTENUTI DALLO SFUSO, A -1%. IN DIFFICOLTÀ DOP, IGP E ROSSI

L'export di vino italiano chiude il 2023 con una flessione tendenziale dell'1% nei volumi (21,4 milioni di ettolitri) e dello 0,8% nei valori, a poco meno di 7,8 miliardi di euro. Si tratta, evidenziano le elaborazioni dell'Osservatorio Uiv-Ismea, del terzo bilancio annuale in negativo registrato nel nuovo millennio, dopo la crisi economico-finanziaria del 2009 e l'effetto Covid del 2020. Ma al contrario dei due precedenti, rileva l'Osservatorio, il dato di quest'anno evidenzia difficoltà determinate non solo da variabili congiunturali ma anche da fattori di ordine strutturale, che sembrano peraltro accomunare tutti i principali Paesi produttori. L'Italia conferma comunque la sua leadership nei volumi esportati con la Spagna che scende a poco più di 20 milioni di ettolitri (-4,1%). Rispetto alla leggera contrazione complessiva, si intensificano le difficoltà di quelle tipologie e aree produttive bandiera del made in Italy enologico. È il caso dei vini fermi a denominazione in bottiglia, con i volumi a -6,2% per le DOP e a -4,3% per le IGP; contrazioni più marcate rispetto alla performance complessiva italiana, ma meno evidenti se rapportate a quelle della Francia, che chiude rispettivamente a -11% e -8%. In particolare, in linea con le tendenze mondiali, soffrono soprattutto i rossi del Belpaese, che scendono dell'8% per le DOP e del 6% nel caso delle IGP, un'impasse evidenziata anche dal calo delle esportazioni di vini comuni in bottiglia (-9%). Evidenze che si riflettono anche a livello regionale: -12,5% (volume) per i rossi DOP veneti, -10,5% per i toscani, -5,5% per i piemontesi. Sul versante bianchi - che vedono i DOP a -4,7% e gli IGP a -1,3% - gli Stati Uniti chiudono a -5%, controbilanciati dal +3% del Regno Unito (dove però fanno malissimo i veneti DOP, a -10%) e dal +2% dei Paesi Bassi. Stazionaria la Germania. Per contro, il 2023 si è distinto per un forte incremento di vini sfusi

(+12%), destinati soprattutto alla Germania, la cui incidenza sulla tipologia pesa per quasi 2/3 delle esportazioni. Il quadro si fa più sfumato per gli spumanti, che dopo anni di crescita inarrestabile (+223% dal 2010 a oggi) cedono in volume il 2,3% (-1,7% per il Prosecco), con una crescita nei valori del 3,3% (Prosecco a +5,4%) in un contesto inflazionistico che ha favorito l'ascesa dei prezzi. Per lo spumante italiano il 2023 ha visto la caduta in volume nei primi due mercati mondiali (Usa a -12%, UK a -4,4%), ma anche una buona crescita nell'Est Europa e un andamento ancora più sostenuto in Francia, con un più 25%. Un exploit al quale, secondo l'Osservatorio Uiv-Ismea, ha contribuito l'effetto sostituzione dello Champagne con il Prosecco (+21%) anche dettato dal minor potere di acquisto dei consumatori transalpini. La geografia dell'export vede una divaricazione netta tra i risultati ottenuti nell'UE (+5,6% volume e +4,1% valore) ed extra-UE (-7,5% volume e -4% valore). In difficoltà i top 5 buyer fatta eccezione per la Germania che, forte del boom dello sfuso, chiude a +8,4% (volume). Negativo il bilancio delle esportazioni in Usa, con un tendenziale -9,1%, oltre che in UK (-1,8%), Svizzera (-3,6%) e Canada (-11,3%). Bene l'export in Francia (+6,7%), a fronte di una forte contrazione nei mercati giapponese (-13,4%) e cinese (-22,3%).

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/13000>

<https://www.osservatoriodelvino.it/report/b3bocfoe-6dc7-5d4c-ed09-6c66c4211a89>

NEL 2023 LE ESPORTAZIONI DI VINI DOP CONFEZIONATI SUPERANO I 5,1 MILIARDI DI EURO

Tra alti e bassi, l'Italia chiude il 2023 con una tenuta sul fronte delle esportazioni di vini DOP confezionati, superando la quota di 5,1 miliardi di euro (+0,3% rispetto all'anno precedente). Tuttavia, i volumi - pari a 1,3 milioni di ettolitri - subiscono una contrazione del -3,8% rispetto al 2022. Questo

risultato permette all'Italia di mantenere il secondo posto in Europa tra i principali esportatori di vini DOP, dopo la Francia e prima della Spagna. Alla luce delle performance negative di questi due Paesi, l'Italia allunga così il distacco sul terzo principale esportatore e accorcia quello sul primo, sebbene la distanza con la Francia rimanga ancora ampia (4,7 miliardi di euro). È questa la principale evidenza che emerge dal Report che Nomisma Wine Monitor ha dedicato all'Export di Vini DOP Italiani nel 2023. Sul fronte dei valori, per i vini italiani cresce anche il prezzo medio all'export, che raggiunge i 4,99 euro al litro (+4,3% rispetto al 2022). A guidare la classifica in termini di prezzo sono soprattutto i vini rossi del Piemonte e della Toscana, mentre agli ultimi posti si posizionano i vini Frizzanti DOP (al cui interno figura il Lambrusco) e i bianchi fermi del Veneto. Il Prosecco rimane in assoluto il vino DOP italiano più esportato al mondo, con un valore complessivo che si avvicina agli 1,7 miliardi di euro. A fronte delle performance negative degli USA, il principale mercato di destinazione, il Regno Unito e la Francia hanno fatto invece registrare ottimi risultati, con quest'ultimo mercato che ha evidenziato un aumento degli acquisti a valore di Prosecco del 31,2% rispetto al 2022. Ad eccezione di Canada e USA, le esportazioni del principale spumante "made in Italy" hanno visto una crescita trasversale in tutti i principali mercati di destinazione, con aumenti a valore a doppia cifra in Polonia, Austria e Svezia. In crescita anche il prezzo medio all'export. "Sull'onda del calo che a livello mondiale ha interessato i consumi di vino rosso, anche la maggior parte dei vini fermi DOP italiani della categoria ha sofferto, arrivando a cali superiori al 10% nel caso dei rossi veneti", evidenzia Denis Pantini, Responsabile Wine Monitor. In calo ma con percentuali più ridotte anche i rossi DOP della Toscana e del Piemonte, mentre hanno chiuso l'export 2023 in positivo i bianchi siciliani, del Trentino Alto Adige e del Friuli Venezia Giulia.

<https://www.nomisma.it/press-area/nomisma-wine-monitor-export-di-vini-dop-italiani-nel-2023/>

RICERCA NOMISMA WINE MONITOR PER ISTITUTO GRANDI MARCHI:

**COM'È CAMBIATO IL MERCATO
DEL VINO IN 20 ANNI**

Nel 2004 il principale mercato di consumo di vino al mondo era la Francia, con oltre 33 milioni di ettolitri, vent'anni dopo sono gli Stati Uniti a salire sul gradino più alto del podio, con 34,3 milioni di ettolitri di vino consumato. Inoltre, esce la Spagna dalla top 5 ed entra il Regno Unito. Nello stesso periodo gli Usa più che raddoppiano il valore del vino importato (da 2,7 a 6,2 miliardi di euro), ancora più alta la crescita in Canada (+152%). Sul fronte opposto, mantenendo la leadership mondiale, la Francia raddoppia il valore dell'export, ma meglio di tutti (tra i top 5) fa l'Italia: +174%. In controtendenza l'Australia: -22%. Il vento è cambiato, anche in Italia, e a farne le spese sono stati soprattutto i vini rossi: se 20 anni fa rappresentavano il 54% della produzione italiana e il 45% dei consumi nazionali, oggi sono scesi sotto il 40%, sia a livello produttivo che di consumi (in un contesto dove, a livello totale, sono passati da 48,3 a 37 litri pro-capite). Sono, invece, esplosi gli spumanti: il peso della categoria sul totale dei consumi interni è raddoppiato, dal 7% al 14%. Ecco i dati che emergono dalla ricerca, realizzata da Wine Monitor di Nomisma per l'Istituto Grandi Marchi. Il report, presentato a Roma, analizza l'andamento dei fine wines italiani nei mercati internazionali. Uno sguardo indietro di vent'anni nei consumi di vino a livello mondiale mostra innanzitutto un livello più alto di 6 milioni di ettolitri rispetto ai 232 attuali. Non si tratta di una grande differenza (-2,5%), ma quello che è cambiato di più è la "geografia" dei consumi. Si spostano i consumi e, di conseguenza, aumenta l'import e sulla scena globale si affacciano nuovi competitor. Ancora più alta la crescita degli sparkling nell'incidenza dell'export: dal 6% al 24%, a fronte di un calo di quelli sfusi dal 30% al 21%. Un riposizionamento qualitativo dell'export di vino italiano che si è mosso contemporaneamente su più piani. Non solo sulla riqualificazione tipologica (più spumante, meno sfuso), ma anche sulla destinazione geografica (non solo UE,

ma anche Nord America ed Asia Orientale) e sul posizionamento di prezzo, quest'ultimo derivante da un "upgrade" dei vini a denominazione, in particolare sul fronte dell'assortimento nel paniere di esportazione. Da qui - e tra le altre cose - le crescite nei prezzi medi all'export che hanno portato, ad esempio, i rossi DOP del Piemonte da 3,88 a 8,91 euro a bottiglia o i rossi DOP della Toscana da 3,55 a 7,18 euro. Incrementi che hanno trainato il totale della categoria dei vini fermi imbottigliati da 1,99 a 3,28 euro a bottiglia.

https://winenews.it/it/stati-uni-primi-per-consumi-boom-delle-bollicine-come-e-cambiato-il-mercato-del-vino-in-20-anni_521523/1/

NOMISMA WINE MONITOR:
 GLI USA SI CONFERMANO
 AL PRIMO POSTO PER CONSUMI
 DI VINO MA NEL 2023 L'ITALIA
 PERDE TERRENO

Nel 2023 gli USA ribadiscono il primato nella classifica mondiale dei consumi assoluti di vino, con un dato complessivo superiore ai 30 milioni di ettolitri, sebbene in leggero calo rispetto agli anni precedenti. Il Paese rappresenta anche il principale importatore mondiale, con un valore di acquisti di vino dall'estero superiore ai 6 miliardi di euro, per quanto nel 2023 evidenzia una riduzione di oltre l'11% rispetto all'anno precedente. È questa la fotografia scattata dal Report che Nomisma Wine Monitor dedica al Nord America analizzando le performance del vino italiano negli Stati Uniti e in Canada. La Francia si conferma il primo partner commerciale degli Stati Uniti, con oltre il 37% della quota di mercato, cui segue l'Italia, il cui valore di esportazioni nel 2023 è sceso al di sotto dei 2 miliardi di euro (-11,4% a valore rispetto al 2022). Il nostro Paese mantiene comunque una quota di mercato superiore al 30%. Nel complesso tutti i primi 5 Paesi partner commerciali degli USA cedono sul versante del valore delle esportazioni; nonostante ciò, Francia e Italia consolidano le prime due posizioni in termini di quote di mercato. Considerando il vino imbottigliato - ad esclusione dello spumante - nel 2023 le importazioni negli USA diminuiscono sia a valore

sia a volume, dopo un 2022 particolarmente brillante soprattutto sul fronte del valore. Francia e Italia si spartiscono quasi equamente i 2/3 della quota di mercato, seguite da Nuova Zelanda, Spagna e Australia. In Canada l'import del vino imbottigliato segue la tendenza generale del totale del vino, con un calo leggermente più deciso a valore (-15,2%). In questo segmento, la Francia raggiunge la prima posizione nella classifica dei partner commerciali, scalzando gli Stati Uniti: i due Paesi si spartiscono quasi il 50% della quota di mercato complessiva, con l'Italia staccata di poco. Sul fronte della categoria Sparkling si registrano marcate contrazioni sia a volume che a valore. In questo contesto, l'Italia è il Paese che performa meno peggio tra i top 5 partner degli Stati Uniti, consolidando il secondo posto in termini di quote di mercato (con il 36,4% del totale), alle spalle della Francia, che ha invece visto diminuire il valore delle esportazioni negli USA di un quinto rispetto al 2022. In Canada, invece, il segmento sparkling non riesce a confermare gli incrementi di mercato registrati nel 2022, con riduzioni nelle importazioni a valore e a volume. Nel 2023 regge il valore (+2,4%) delle importazioni di Grandi Formati, nicchia del mercato statunitense, e lo stesso accade in quello canadese, che fa segnare un +8,2% dell'import a volume di vino in contenitori tra 2 e 10 litri. In merito all'import di vino sfuso, negli USA si registrano forti cali sia a valore sia a volume. In questo scenario non positivo migliora leggermente l'Italia, che raggiunge una quota di mercato pari al 6%. Anche in Canada le importazioni di questa tipologia di vino diminuiscono a valore, pur rimanendo stabili nei volumi. Qui perde terreno l'Italia, andandosi ad affiancare alla Francia al quarto posto tra i partner commerciali, a seguito di riduzioni superiori al 30% sia a valore che a volume. In ultimo, la generale negatività registrata nel 2023 influenza anche le esportazioni di vini DOP italiani negli USA, che calano del 4,8% a valore e di oltre il 10% a volume (cumulato gennaio-novembre 2023 vs 2022). Nonostante una leggera flessione, il Prosecco rimane il primo vino italiano esportato. Trend positivi di crescita sono riscontrabili anche nei vini bian-

chi del Trentino Alto-Adige e del Friuli Venezia Giulia, così come nei bianchi siciliani. Le performance peggiori sono invece quelle registrate dai vini frizzanti (e, tra questi, dal Lambrusco). Sul fronte canadese, le esportazioni dei vini DOP registrano una contrazione sia a valore che a volume, generata in particolare dal crollo dei rossi Veneti che perdono quasi il 30% nel valore dell'export. I rossi DOP della Toscana, invece, rimangono al primo posto della classifica tra i vini a denominazione più venduti nel Paese, seguiti dal Prosecco.

<https://www.nomisma.it/press-area/nomisma-wine-monitor-gli-usa-si-confermano-al-primo-posto-per-consumi-di-vino-ma-nel-2023-italia-perde-terreno/>

**I DATI ICE CONFERMANO
 LA CRESCITA DEL
 SEGMENTO DEI VINI
 PREMIUM IN CANADA.
 GEN Z SEMPRE PIÙ
 ATTRATTA DA VINI BIO
 O "NATURALI"**

Il mercato del vino in Canada è stato tra i più dinamici del 2022 con vendite cresciute del 2,1% sull'anno precedente. Nel paese nordamericano il vino conta per il 15% nel paniere dei consumi di bevande alcoliche, la quota più alta del continente. Questi ed altri numeri sul mercato del vino in Canada provengono dall'Ufficio ICE di Toronto. Sempre nel 2022 il Canada è stato il quinto importatore di vino del mondo in termini di volume, con un importante contributo arrivato dai vini frizzanti e del Prosecco. L'Italia è il secondo fornitore del paese, con spedizioni 2022 cresciute dell'11% vs 2021. Nel 2023, tuttavia si è verificata una battuta d'arresto, ma cresce il segmento premium e lo spostamento verso i prezzi più alti appare destinato a proseguire, così come il numero di persone che acquistano vini biologici o "naturali" si dimostra in crescita. Ad essere in prima linea in quest'ultima tendenza è la Gen Z, la fascia di consumatori più giovani, per il mondo del vino tra le più difficili da coinvolgere e attrarre.

(Fonte: Il Corriere Vinicolo n.9/2024)

IN ESTREMO ORIENTE L'ITALIA PERDE PESO TRA GLI ESPORTATORI DI VINO

Prosegue anche nel 2023 la diminuzione dell'import di vino in Cina a causa del rallentamento generale dell'economia. Nello specifico, il mercato cinese, è scivolato al nono posto per valore dell'import di vino a livello mondiale dal quarto occupato nel 2018, evidenziando un calo superiore al 20% rispetto al 2022. Una tendenza negativa, questa, che ha investito anche Paesi come la Corea del Sud e il Giappone, importanti mercati di destinazione in estremo Oriente per il vino made in Italy. È questa l'evidenza che emerge dal Report che Nomisma Wine Monitor ha dedicato al Far East. La Francia si conferma il primo partner commerciale della Cina, con quasi il 50% della quota di mercato, seguita dal Cile e dall'Italia, che si colloca sul terzo gradino del ranking con il 10%. L'Australia, leader nel 2020, continua invece a rimanere esclusa dalla classifica in seguito ai pesanti dazi imposti dalla Cina negli ultimi anni, per quanto un accordo raggiunto tra i due governi dovrebbe mettere fine a tale gabbella già da quest'anno. Nel complesso tutti i primi 5 Paesi partner commerciali della Cina cedono sul versante del valore delle esportazioni ad esclusione degli USA. Per quanto riguarda la Corea del Sud, dopo cinque anni di crescita continua, nel 2023 il mercato ha registrato una battuta d'arresto nelle importazioni di vino, con una diminuzione sia a valore sia a volume rispetto all'anno precedente. Nonostante un calo significativo, anche in questo caso la Francia si conferma primo partner commerciale del Paese, seguita nell'ordine da Stati Uniti, Italia (con una quota del 13%), Cile e Spagna. Infine, anche il Giappone nel 2023 ha manifestato una flessione nelle importazioni, evidenziando un calo sia a valore sia a volume rispetto al 2022. Nello specifico, le importazioni di vino nel 2023 vedono ancora una volta la Francia al comando, con una quota di mercato che sfiora il 60%. Segue l'Italia con il 12%, in linea con il 2022. Entrando maggiormente nel dettaglio, nel 2023 le importazioni in Cina di vini fermi e frizzanti imbotigliati diminuiscono sia a valore sia a

volume. La Francia si conferma leader di mercato, seguita da Cile e dall'Italia. In Corea del Sud, dove i vini imbotigliati rappresentano circa i tre quarti dei vini importati, si registra un calo superiore al 20% sia a valore sia a volume, con l'Italia che si conferma al terzo posto alle spalle di Francia e USA. In questo specifico segmento la Francia è leader anche in Giappone, precedendo nell'ordine l'Italia, gli Stati Uniti, il Cile e la Spagna. Relativamente alla categoria Sparkling in Cina si registrano marcate contrazioni sia a volume sia a valore. La Francia mantiene saldamente la leadership di mercato, precedendo l'Italia. In Corea del Sud, si registra un aumento a valore (+3,6%), cui si contrappone un calo dell'import a volume superiore al 20%. In questo mercato, l'Italia si conferma in seconda posizione malgrado vistosi cali sia a valore che a volume. In Giappone, infine, la categoria Sparkling registra una lieve diminuzione a valore rispetto al 2022 a fronte di una riduzione a doppia cifra nelle quantità importate. In merito all'import di vino sfuso, in Cina le contrazioni sono state più consistenti rispetto all'anno precedente, con l'Italia che esce dalla classifica dei top 5 esportatori. Per la Corea del Sud, invece, quello del vino sfuso è il segmento che ha registrato sensibili aumenti nelle importazioni sia a valore sia, soprattutto, a volume. In Giappone, invece, le importazioni di questa tipologia di vino hanno subito cali vicini al 20%. In ultimo, la generale negatività registrata nel 2023 ha influenzato anche le esportazioni di vini DOP italiani. In Cina, tra le principali denominazioni importate hanno sofferto maggiormente i rossi DOP piemontesi e veneti, mentre sono cresciuti gli acquisti di rossi toscani, così come in Corea del Sud e Giappone.

<https://www.nomisma.it/press-area/nomisma-wine-monitor-in-estremo-orientale-l-italia-perde-peso-tra-gli-esportatori-di-vino/>

MERCATO DEL VINO: NUOVI TREND ALL'ORIZZONTE, FRA SOSTENIBILITÀ E PACKAGING, NELL'ULTIMA ANALISI DI NOMISMA

In un contesto non favorevole, il mercato del vino in Italia vede profilarsi all'orizzonte nuovi trend di consumo, che interessano soprattutto la Gen Z e coinvolgono la sostenibilità e il packaging. È quanto risulta dall'analisi di Nomisma "Il Mercato del vino in Italia e nel mondo: dinamiche, trend di consumo e ruolo dello screw cap" presentato da Emanuele Di Faustino, Responsabile Industria, Retail E Servizi Nomisma, all'evento Gli Svitati - promosso dal Gruppo degli "Svitati". In particolare, secondo l'indagine Nomisma: l'incertezza dello scenario congiunturale, unitamente al calo dei consumi e all'effetto overstocking, stanno impattando negativamente sulle importazioni di vino nei principali mercati mondiali; cresce l'interesse dei consumatori verso i vini che richiamano attributi green (biologici, sostenibili e con packaging eco-friendly); il 55% dei consumatori italiani ritiene che i tappi a vite siano più sostenibili dei tappi di sughero. "Il mercato del vino sta vivendo un periodo non favorevole e, al tempo stesso, caratterizzato da importanti cambiamenti. In un contesto di riduzione dei consumi di vino in Italia e nei principali mercati internazionali si stanno affermando nuovi trend di consumo, soprattutto tra la generazione Z, sempre più attenta alla sostenibilità del prodotto e agli aspetti salutistici e con un forte interesse verso i no e low alcohol wines - commenta Emanuele Di Faustino, Responsabile Industria, Retail e Servizi di Nomisma. - Tra i nuovi trend vi sono anche i tappi a vite. Lo screw cap gode, tra l'altro, di un'ottima reputazione da parte dei consumatori italiani, soprattutto sul fronte della sostenibilità visto che è riutilizzato più volte ed è prodotto dall'alluminio, materiale facilmente riciclabile".

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7170744645969285120/>

ANTICIPAZIONE DELLO STUDIO DI CIRCANA PER VINITALY: IL 2023 È STATO UN ANNO DIFFICILE PER LE VENDITE DI VINO IN GDO (-3,3% A VOLUME, +2,5% IN VALORE)

756 milioni di litri di vino e spumante venduti nel 2023 nella Grande Distribuzione ne fanno il canale commerciale più ampio. Quali sono i vini più acquistati dagli italiani in supermercati e discount nell'anno passato? Prosecco (spumante e vino frizzante) con oltre 43 milioni di litri, -1,5% sull'anno precedente; Chianti con più di 16 milioni di litri, - 4,9%; Lambrusco con oltre 15 milioni di litri, -9,5%; Montepulciano d'Abruzzo con più di 13 milioni di litri, +4%; Vermentino con oltre 10 milioni di litri, +2,3%. I vini, invece, con maggior tasso di crescita, sono: il rosato Cerasuolo dell'Abruzzo con +19%; il siciliano Grillo con +12,2%; il Pecorino, prodotto in Marche e Abruzzo, con +12%; il Lugana, prodotto in Lombardia e Veneto con +9,5%; la Ribolla del Friuli Venezia Giulia col +8,0% a volume. Questa l'anticipazione dello studio "Circana per Vinitaly" che comprende le classifiche dei primi 15 vini più venduti e dei 15 "emergenti" e verrà interamente presentato a Vinitaly il prossimo 15 aprile nel corso della tradizionale tavola rotonda su Vino e Gdo, organizzata da Veronafi. Il 2023 è stato un anno ancora difficile per il mercato del vino nella Grande Distribuzione Organizzata, anche se l'inflazione ha pesato meno che nel 2022 e il secondo semestre ha registrato un leggero incremento delle vendite. Il dato complessivo del vino è -3,3% a volume sull'anno precedente (+2,5% a valore). Meglio i vini in bottiglia a denominazione d'origine che scendono del 2,8%, mentre anche le bollicine calano, a - 1,1%. Più in dettaglio: i rosati hanno venduto meglio dei bianchi, i bianchi meglio dei rossi, i vini fermi meglio dei vini frizzanti. Il prezzo medio del vino a denominazione d'origine in bottiglia (DOC, DOCG, IGT) è di 5,4 euro al litro, con un aumento medio del 6,3% sull'anno precedente. "Le strategie per una ripresa dipenderanno dalla scelta di Cantine e Distribuzione se preservare i margini oppure recuperare i volumi - osserva Virgilio

Romano, Business Insight Director di Circana - Nel primo caso c'è il rischio di una chiusura d'anno non brillante; nel secondo, una maggiore promozionalità potrebbe favorire un recupero dei volumi".

<https://www.gdonews.it/2024/03/26/i-vini-piu-acquistati-in-gdo-lanticipazione-dello-studio-di-circana-che-verra-presentato-al-vinitaly/>

ENOTURISMO IN ITALIA PER 15 MILIONI DI VISITATORI. UN MOVIMENTO CHE VALE IL 7% DEL BUSINESS DELLE CANTINE

L'enoturismo è ormai un pilastro dell'economia viticola italiana: conta in media 15 milioni di turisti l'anno e le aziende in media ottengono dalle visite in cantina il 7% del proprio fatturato. Numeri già significativi ma che potrebbero essere ancora migliori se si investisse di più in formazione e in tecnologia. È quanto emerge da "Enoturismo 4.0 - Osservatorio Enoturismo: Evoluzione del digitale" il manuale scritto a quattro mani dalla produttrice di Brunello di Montalcino, Donatella Cinelli Colombini e dal senatore Dario Stefano e presentato a Roma. Un manuale scritto inoltre con il contributo dell'Associazione Donne del Vino, Movimento Turismo del Vino, Città del Vino, Nomisma Wine Monitor. Il manuale rappresenta una delle più ampie e documentate analisi delle destinazioni del vino italiane, cioè città e cantine, che sono state indagate da Nomisma Wine Monitor su un campione di 145 comuni e 265 imprese. La fotografia scattata da Wine Monitor di Nomisma ha evidenziato le principali categorie di cantine votate all'accoglienza. Il 39% sono piccole cantine con accoglienza familiare, nel 14% dei casi sono invece cantine con rilevanza storica, architettonica o artistica, nel 12% si tratta di brand famosi o marchi storici. Una quota dell'11% è rappresentata da cantine con rilevanza paesaggistica o naturalistica. Un altro 11% sono cantine organizzate per l'incoming. Ancora poche (anche qui appena l'11%) sono poi le cantine con un'offerta innovativa. Oltre ai dati statistici e al commento sulla fotogra-

fia delle dinamiche di settore, «Enoturismo 4.0» contiene spunti per un vero e proprio manuale d'uso del settore dedicato agli uffici turistici delle Città del Vino e alle cantine aperte al pubblico.

<https://www.ilsole24ore.com/art/enoturismo-italia-15-milioni-visitatori-AFws1WxC>

AMERICAN WINE LOVERS: LA NUOVA FRONTIERA PER L'ENOGASTRONOMIA ITALIANA

Nel vibrante panorama del turismo internazionale, gli appassionati americani di vino stanno emergendo come protagonisti chiave per il rilancio del settore enogastronomico italiano. La ripresa post-Covid-19 ha portato una ventata di ottimismo, con un'impennata di arrivi e spese da parte dei turisti statunitensi. Questa rinascita si riflette in una crescita esponenziale che ha visto gli arrivi balzare a 4 milioni nel biennio 2022-2023, con una spesa turistica che ha raggiunto i 6,49 miliardi di euro. Questo rinnovato interesse nei confronti del Belpaese si manifesta in previsioni alquanto rosee per la primavera 2024, in particolare per il periodo pasquale. Gli Stati Uniti guidano questa ondata di prenotazioni aeree, sottolineando il legame sempre più stretto tra gli americani e l'Italia. Ma cosa cerca esattamente il turista americano? La risposta risiede nell'enogastronomia, un settore che continua ad attrarre una fetta significativa di questi visitatori. Le ricerche condotte da Roberta Garibaldi dell'Università di Bergamo e Matthew J. Stone, della California State University, gettano luce su questo fenomeno, evidenziando come la cucina e il vino italiani rappresentino un potente magnete per gli americani. Da ristoranti stellati a food truck, dall'alta cucina a esperienze culinarie in locali storici, la varietà di esperienze gastronomiche ricercate è ampia e diversificata. I wine lovers americani, in particolare, dimostrano una propensione a immergersi completamente nella cultura enologica italiana, spesso combinando la passione per il vino con quella per la birra o altri distillati. L'interesse va oltre la semplice degustazione, spaziando da visite a cantine storiche a

partecipazioni ad eventi enogastronomici, mostrando un desiderio di esperienze che connettano profondamente con la terra e la tradizione italiana. La fascinazione per l'Italia non si limita a una fascia d'età specifica, anche se Generazione X e Millennials mostrano un interesse particolarmente marcato per le esperienze enogastronomiche. Questa tendenza si prevede si estenderà anche alla Generazione Z, man mano che questa crescerà in termini di disponibilità economica. Ma non è solo la passione per il buon cibo e il vino a guidare gli americani verso l'Italia. La gastronomia gioca un ruolo cruciale anche nella scelta della destinazione, con un occhio sempre vigile alla visibilità e al prestigio dell'esperienza sui social media. Attività come tour gastronomici, corsi di cucina e visite a mercati locali stanno guadagnando popolarità, ampliando il ventaglio delle esperienze cercate dai turisti americani. Questo fenomeno non si limita a un singolo profilo di viaggiatore; varia dalle famiglie alle coppie, dai gruppi di amici ai singoli avventurieri, tutti uniti dalla ricerca di autenticità e dall'amore per il cibo locale. L'Italia, con la sua ricca offerta enogastronomica, si posiziona così come una destinazione di prim'ordine per gli americani, pronta a soddisfare anche i palati più esigenti e gli enoappassionati più sofisticati.

<https://www.winemeridian.com/news/wine-lover-american-turismo-enogastronomica-food-lover-italia/>

IL BIOLOGICO ITALIANO ALLA CONQUISTA DEI CONSUMATORI DI OLANDA, BELGIO E LUSSEMBURGO. IL VINO TRA I PRODOTTI CHE TRAINANO IL BIO MADE IN ITALY IN BENELUX. CONSUMER BASE SENSIBILE ALLA SOSTENIBILITÀ

Cresce l'export di prodotti biologici Made in Italy nel mondo. Nel 2023 si registra un aumento a valore del +8% sul 2022, con un peso del biologico sull'export agroalimentare italiano del 6%. Relativamente all'Europa, la Germania si conferma al primo posto assoluto come mercato di destinazione dei prodotti BIO italiani sia per quan-

to riguarda il food (il 69% delle aziende intervistate esporta bio in questo mercato) sia per il wine (il 66%). Al secondo posto si colloca il Benelux, con il 39% delle aziende food e il 52% di quelle vitivinicole presenti in questo mercato, seguito a ruota dai Nordics, rispettivamente con il 31% e il 52%. Il Benelux, assieme a Germania e Nordics, viene nuovamente citato dalle imprese tra i mercati europei che presentano le maggiori prospettive di crescita per i prodotti BIO italiani. Queste le evidenze alla base del nuovo focus di ITA.BIO, la prima piattaforma online - www.ita.bio - di dati e informazioni per l'internazionalizzazione del biologico Made in Italy curata da Nomisma e promossa da ICE Agenzia e FederBio, che ha previsto un approfondimento proprio sui Paesi dell'area Benelux (Belgio, Paesi Bassi e Lussemburgo). L'analisi presentata in occasione del webinar "Internazionalizzazione del BIO Made in Italy: focus Benelux" ha confermato che il trend positivo del settore biologico è positivo nel lungo periodo su tutti i Paesi considerati. La survey originale sui consumatori del Benelux realizzata da Nomisma ha mostrato come la crescita degli acquisti bio in questi mercati sia guidata da una consumer base abbastanza giovane e sensibile al tema della sostenibilità, ma sempre con grande attenzione al prezzo. Valore aggiunto in termini di sostenibilità ambientale e sociale, di sicurezza alimentare e una maggiore qualità percepita (in termini organolettici ma anche di proprietà nutrizionali) sono i fattori che hanno spinto il 72% dei consumatori ad aver acquistato prodotti alimentari BIO nell'ultimo anno. L'Italia è sul podio nella classifica dei Paesi da cui provengono i prodotti alimentari di maggiore qualità nel percepito dei consumatori. Il vino e la pasta rappresentano i prodotti che trainano il bio italiano in Benelux, seguiti da formaggi e olio extravergine di oliva. Nell'ultimo anno quasi il 60% dei wine users ha consumato almeno una volta vino italiano e, di questi, uno su quattro ha privilegiato quelli a marchio bio. Per accrescere diffusione, consapevolezza e interesse verso il biologico italiano, il consumatore del Benelux richiede una maggiore tracciabilità dei nostri prodotti (il 28%

ritiene incentivante la presenza di un logo che certifichi la provenienza italiana di tutte le materie prime) ma anche maggiori informazioni rispetto alla loro sostenibilità (ambientale, sociale ed economica).

<https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/41756-il-biologico-italiano-alla-conquista-dei-consumatori-di-olanda-belgio-e-lussemburgo.htm>

NEL BIOLOGICO L'INFLAZIONE MORDE DI MENO: +5,2% LA SPESA; +0,2% I VOLUMI NEL 2023

La spesa bio nel circuito domestico ha sfiorato, nel 2023, il valore di 3,9 miliardi di euro, con un incremento sul 2022 del 5,2% che rafforza la tendenza già avviata l'anno precedente, dopo lo stop de 2021. Rispetto all'agroalimentare complessivo, che ha chiuso l'anno con un più 8,1% in valore e -1,1% in volume, sottolinea ISMEA nel report appena pubblicato, gli acquisti bio tengono anche nei quantitativi (+0,2%), registrando rincari a scaffale più contenuti. Più nel dettaglio, il confronto con la dinamica generale mette in luce, per quasi tutte le categorie, una crescita della spesa più attenuata per il bio, con particolare riferimento all'ortofrutta, ai derivati dei cereali e alle uova. Tassi di crescita più sostenuti si evincono tuttavia per alcune categorie, in particolare per oli e grassi vegetali, miele e vini (in quest'ultimo caso la variazione nel 2023 è del +6,9%, significativamente superiore rispetto al +1,9% del totale vino), mentre è negativa la dinamica della spesa bio relativa a carni e salumi. A livello territoriale, gli acquisti di alimenti e bevande biologiche restano fortemente sbilanciati, mostrando un'incidenza del 61,4% nelle regioni nord Italia, riconducibile soprattutto alla spinta del Nord-Ovest. Cresce il ruolo del Mezzogiorno, con oltre il 12% di quota, grazie anche al rafforzamento e una migliore strutturazione dell'offerta da parte della grande distribuzione. Iper e supermercati si confermano, nel loro insieme, il principale canale di approvvigionamento di prodotti biologici, veicolando il 64,6% delle vendite, quasi un punto percentuale in più

rispetto al 2022 a cui si aggiunge un altro 14,1% dei discount. Perdoni invece ancora terreno i negozi tradizionali, con due punti in meno rispetto al 2022 sia in volume sia in valore. Da rilevare, tuttavia, l'importanza del ruolo nel settore degli specializzati, che si confermano il canale più apprezzato dai consumatori sul circuito del fresco, grazie alla percezione di maggiore garanzia di qualità rispetto a queste referenze.

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/13015>

IMPORTANTE INCREMENTO DEL COSTO DEL DENARO DAL 2022 AL 2023 (+82,86%) CON MAGGIOR INCIDENZA SUI RICAVI PER LE IMPRESE ITALIANE DEL VINO

Da 125 milioni di oneri finanziari del 2022 a 230 nel 2023, agli oltre 305 previsti per l'anno in corso: il progresso dell'aumento dei costi, pagati dalle imprese vitivinicole italiane al sistema bancario per effetto dell'aumento dei tassi di interesse legati alle politiche monetarie della Banca Centrale Europea, ha più che raddoppiato l'incidenza complessiva sui ricavi. Oggetto di questi eventi, un'analisi del Centro Studi Management DiVino Impresa. Si tratta dunque di un importante incremento del costo del denaro dal 2022 al 2023 (+82,86%) che porta l'incidenza degli oneri finanziari sui ricavi delle aziende del vino dallo 0,92% all'1,68%, e un'ulteriore proiezione di crescita per l'anno in corso (fino 2,24%).

(Fonte: *Il Corriere Vinicolo* n. 9/2024)

AGRIMERCATI ISMEA: SCENDONO NEL QUARTO TRIMESTRE 2023 I PREZZI DEI MEZZI CORRENTI IN AGRICOLTURA

Migliora nel 2023 il rapporto tra i costi di produzione in agricoltura e prezzi corrisposti agli agricoltori, per effetto soprattutto del raffreddamento della bolletta energetica che ha avuto un riverbero positivo sui costi a carico del-

le aziende agricole. Per la prima volta negli ultimi tre anni, sottolinea ISMEA nell'ultimo numero di Agrimercati, l'indice dei prezzi dei mezzi correnti di produzione elaborati dall'Istituto ha registrato, nel quarto trimestre del 2023, un calo tendenziale (-4,3% sullo stesso periodo del 2022), con riduzioni soprattutto a carico di mangimi (-15%), concimi (-8%) e prodotti energetici (-3%). Mediamente, nel 2023 le quotazioni dei mezzi correnti agricoli sono rimaste comunque superiori del 3,8% sul 2022, in rallentamento rispetto al +22% del 2022. La forbice con il periodo pre-Covid resta tuttavia molto ampia. Al contrario, nel quarto trimestre del 2023 è proseguita la tendenza all'aumento dei prezzi dei prodotti agricoli nazionali, misurati sempre dall'indice ISMEA, con un incremento del 5,7% su base annua dovuto soprattutto alla componente vegetale (+16,3% la crescita media dei listini), a fronte del calo di quella zootecnica (-5,7% sul 2022). A condizionare negativamente l'anno appena concluso è stato ancora una volta il fattore climatico con condizioni meteo avverse ed eventi di natura catastrofica, che hanno fortemente danneggiato le produzioni di areali di grande importanza, determinando un calo della produzione agricola in volume e una contrazione del contributo del settore al Pil nazionale. Pur in un quadro ancora negativo, l'indagine trimestrale sulle opinioni delle aziende agricole e dell'industria agroalimentare del panel ISMEA mette in luce qualche timido segnale di ottimismo per il futuro.

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/13005>

ACQUISTI ALIMENTARI: IL CARO-SPESA ALZA DI 8 MILIARDI IL CONTO PER LE FAMIGLIE ITALIANE. LA SPESA PER IL VINO CRESCE SOLO DELL'1,5%, CON VOLUMI IN CONTRAZIONE MEDIA DEL 4%

Nel 2023 il carrello della spesa degli italiani si conferma più oneroso, ma anche più leggero, con volumi di acquisto in flessione per quasi tutte le categorie e prezzi sensibilmen-

te più elevati. Secondo gli ultimi dati dell'Osservatorio sui consumi alimentari ISMEA-NielsenIQ, la spesa delle famiglie italiane per gli acquisti di generi alimentari e bevande ha fatto segnare, su base annua, un incremento record dell'8,1% (+8,4% il food, +5,3% il beverage). Seppure in rallentamento nell'ultimo trimestre dell'anno, i prezzi alimentari hanno mantenuto un ritmo di crescita sostenuto nel 2023 (+10,1% l'aumento medio rispetto al 2022 secondo le rilevazioni dell'Istat sul capitolo alimentari e bevande analcoliche), determinando un aggravio di spesa a carico delle famiglie di oltre 8 miliardi di euro. In questo contesto, caratterizzato anche da una maggiore spinta promozionale nella grande distribuzione organizzata, è cresciuto il ruolo della marca del distributore, con uno share che si è portato a circa un terzo del fatturato, grazie a una performance migliore rispetto a quella della marca industriale. Tra i diversi canali, il supermercato mantiene il primato, con il 40% di quota in termini di fatturato e con un giro d'affari cresciuto del 9,5% sul 2022. Crescono del 7,8% le vendite negli ipermercati (al 23% l'incidenza in valore), seguiti dai discount al 22% di quota (+9,3% gli incassi), canale in cui si è avuto un forte incremento delle affluenze. Il piccolo dettaglio tradizionale (9% di share) continua invece a perdere appeal, cedendo sia per volumi sia per fatturati. È l'unico, tra i canali distributivi, che ha accusato una riduzione del giro d'affari, perdendo lo 0,6% rispetto al 2022, oltre a quello non fisico dell'e-commerce (-4,5%). Il comparto delle bevande, che pesa sullo scontrino per l'11,3%, registra un incremento di spesa complessivo del 5,7%. Sulla dinamica meno espansiva delle bevande pesa in buona parte la performance del vino, per il quale la spesa cresce solo dell'1,5%, con volumi in contrazione media del 4%; sotto la media anche l'aumento della spesa per le altre bevande alcoliche (+1% la spesa e -5% i volumi) e della birra (+6,7% la spesa e -4,5% i volumi), per le quali il consumo potrebbe essersi spostato di nuovo nel "fuori casa". Coppie e single over 55 sono apparsi meno attenti all'impatto degli acquisti sullo scontrino, registrando anche volumi superiori a quelli del 2022. I

giovani (categoria "pre-family") hanno tenuto invece a freno la spesa riducendo significativamente i volumi d'acquisto, mentre le famiglie con figli (ancor più quelle con bambini), pur affrontando rinunce, non sono riusciti a contenere la spesa, che resta comunque superiore a quella del 2022.

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12880>

ISMEA-NIELSENIQ: LARGO CONSUMO SETTORE PIÙ COLPITO DALL'AUMENTO DEI PREZZI, MA A FEBBRAIO PRIMI SEGNALE DI STOP AL CARO-CARRELLO

Nel 2023 è stato il Largo Consumo, per lo più costituito dai generi alimentari, la categoria in assoluto più inflattiva. A dirlo è l'86% dei responsabili di acquisto, come evidenzia un'indagine NielsenIQ- ISMEA, nel mese di dicembre, presso un campione rappresentativo di 3 mila famiglie italiane. Nel vortice dei rincari sono finiti anche altri capitoli del bilancio familiare - a detta degli intervistati - in particolare abitazione e fuori casa (bar, ristoranti e pizzerie), mentre l'impatto del caro-vita è stato più mite, nella percezione dei consumatori, su abbigliamento, trasporti, farmaceutico e strutture ricettive. L'aumento medio nel carrello della spesa percepito dalle famiglie è stato di quasi l'11% nel 2023. Ma i prezzi di febbraio più freddi, come certificano i dati Istat sull'inflazione alimentare al +3,8% contro il 5,8% di gennaio, aprono prospettive migliori anche sul fronte dei consumi. Un segnale importante è anche il ritorno della leva promozionale che sta aumentando in termini di incidenza sulle vendite grocery della grande distribuzione. Tornando alla fotografia di fine anno, i maggiori rincari, basandosi ancora sulle risposte degli intervistati, si sono avuti nei reparti ortofrutta e oli di oliva, seguiti da formaggi, pesce fresco, pasta e carni rosse. Se pressoché tutte le famiglie italiane riconoscono nel largo consumo il settore maggiormente soggetto agli aumenti di prezzo, di contro, poche di loro si sono dichiarate disposte a fare rinunce nei prossimi mesi su questa voce di spesa. Tra le strategie

per cercare di limitare l'impatto sullo scontrino finale, le più adottate sono state la razionalizzazione della spesa, mediante tagli al superfluo e massimizzazione del rapporto qualità/prezzo, e la preferenza accordata agli ipermercati per usufruire di promozioni, mentre relativamente meno utilizzate sono state le strategie di downgrading qualitativo del carrello o di diminuzione della frequenza/quantità degli acquisti. Al netto della variabile prezzo, la provenienza della materia prima è l'aspetto a cui si presta maggiore attenzione: indicato da quasi il 40% degli intervistati supera anche il fattore gusto, che a sua volta stacca la marca e le certificazioni di qualità e sostenibilità. Relativamente alle diverse merceologie, frutta, verdura, pasta, olio extra vergine di oliva sono i prodotti il cui consumo risulta meno comprimibile pur in presenza di rincari avvertiti come elevati. Il consumatore non è disposto a rinunciare neanche alle carni bianche, al latte e alle uova, mentre le altre proteine animali (con battute di cassa che possono essere più importanti) come formaggi, pesce, carne rossa e salumi, oltre al vino, sono state invece indicate come categorie più sacrificabili.

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/13009>

NUOVO RECORD PER IL MERCATO DELL'AGRICOLTURA 4.0: 2,5 MILIARDI DI EURO. MA LA CRESCITA DELLA SUPERFICIE ITALIANA COLTIVATA CON TECNOLOGIE DIGITALI RISULTA ANCORA MODESTA. SEMPRE PIÙ FORTE IL LEGAME TRA TRACCIABILITÀ E SOSTENIBILITÀ

Nel 2023, il settore agrifood è stato fortemente impattato dagli effetti del cambiamento climatico e degli eventi meteorologici che hanno colpito la Penisola. In questo contesto, il mercato dell'Agricoltura 4.0 ha segnato un nuovo record, raggiungendo i 2,5 miliardi di euro, +19% rispetto al 2022. Se la spesa cresce, cambiano però gli ambiti di investimento delle aziende agricole italiane. Macchinari connessi e sistemi di monitoraggio e controllo

dei mezzi rappresentano ancora circa metà del mercato, ma diversi fattori - tra cui la progressiva riduzione degli incentivi statali - ha portato un calo di queste due voci (rispettivamente -7% e -10%) a favore di software che permettono di interconnettere la parte hardware e di analizzare i dati raccolti. L'11% della spesa è data da software gestionali e FMIS (Farm Management Information Systems), l'8% da piattaforme di integrazione dati, 8% da sistemi di mappatura di coltivazioni e terreni, 5% da DSS (Software di supporto alle decisioni). Il 72% delle aziende agricole italiane utilizza soluzioni di Agricoltura 4.0 (una cifra sostanzialmente invariata rispetto al 2022), ma aumenta il numero di soluzioni medie per azienda (3,4, rispetto al 3,2 del 2022). A investire sono principalmente le aziende che hanno già intrapreso percorsi di digitalizzazione negli anni passati. Per la stessa ragione, la crescita della superficie italiana coltivata con tecnologie digitali risulta moderata, passando dall'8% del 2022 al 9% del 2023. Tra le soluzioni maggiormente adottate, dopo i software gestionali aziendali, si trovano i sistemi di monitoraggio e controllo di macchine e attrezzature e di terreni e coltivazioni, seguiti dai DSS e dalle soluzioni basate su dati satellitari per la mappatura di coltivazioni e terreni. Sono alcuni dei risultati della ricerca realizzata dall'Osservatorio Smart Agrifood della School of Management del Politecnico di Milano e del Laboratorio RISE (Research & Innovation for Smart Enterprises) dell'Università degli Studi di Brescia. In Italia, il 2023 ha segnato un nuovo aumento nell'offerta di soluzioni digitali per la tracciabilità alimentare: 225, +22% rispetto al 2022. Il primo motivo che spinge le aziende a implementare soluzioni digitali per la tracciabilità di filiera è la necessità di garantire in maniera diretta al consumatore finale la qualità, l'origine e i metodi produttivi. Diventa sempre più forte, inoltre, il legame tra tracciabilità e sostenibilità. La tracciabilità è, quindi, sempre più uno strumento per accorciare la distanza con il consumatore e valorizzare le produzioni. Queste soluzioni consentono di digitalizzare le varie fasi del processo di tracciabilità e sono abilitate da diverse tecnologie: Internet of Things

(23%), Mobile App (23%), Cloud (20%) e tecnologie Blockchain E Distributed Ledger (17%).

<https://www.teatronaturale.it/tracce/italia/41838-oltre-l-innovazione-in-agricoltura-vale-2-5-miliardi-di-euro.htm>

RICERCA E INNOVAZIONE

L'EFFETTO DELLA DEFOGLIAZIONE DELLA VITE O TRATTAMENTI ANTITRASPIRANTI NEL RITARDO DELLA MATURAZIONE DELL'UVA

Le temperature più elevate causate dai cambiamenti climatici sono responsabili di un processo di maturazione precoce, spesso legato a una bassa qualità delle uve e dei vini. L'Università di Bolzano ha testato e confrontato diverse tecniche di gestione della chioma per tre anni consecutivi (2017-19) con l'obiettivo di valutare la loro capacità di ritardare la maturazione delle uve Sauvignon blanc/SO4. Si trattava di una defogliazione eseguita all'invaiaatura e di applicazioni di antitraspiranti (contenenti pinolene), caolino e chitosano alla chiusura dei grappoli e all'invaiaatura. Gli effetti dei trattamenti sugli scambi gassosi fogliari della vite, sul contenuto di clorofilla e sullo stato idrico generale sono stati misurati durante le tre stagioni vegetative. Inoltre, il contenuto di solidi solubili e l'acidità titolabile degli acini sono stati monitorati dall'invaiaatura fino alla raccolta, quando sono state valutate la resa finale e la composizione degli acini. Tra i risultati ottenuti dalla sperimentazione, è emerso che il pinolene ha ridotto transitoriamente il tasso di assimilazione del carbonio e, indipendentemente dal periodo vegetativo, ha ridotto significativamente la concentrazione di zucchero negli acini alla raccolta. La defogliazione ha ridotto la resa della vite del 10-15%, senza influenzare significativamente le concentrazioni di zuccheri e acidi totali alla raccolta rispetto al controllo. Il caolino e il chitosano hanno aumentato significativamente l'acidità delle bacche alla raccolta rispetto agli altri trattamenti (defogliazione e pinolene), ma non rispetto al controllo. Nelle condizioni di coltiva-

zione temperate e piovose dell'Italia nord-orientale, il prodotto antitraspirante ha dimostrato il suo potenziale come ritardante di maturazione su una cultivar di vite bianca. L'elevata frequenza degli eventi piovosi durante le stagioni considerate ha parzialmente ostacolato la piena efficacia potenziale dei prodotti considerati irrorati sulla chioma, mettendo in dubbio la loro efficacia complessiva in tali condizioni e modalità di applicazione.

<https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/mondo-enoico/41686-l-effetto-della-defogliazione-della-vite-o-trattamenti-antitraspiranti-nel-ritardo-della-maturazione-dell-uva.htm>

“PILLOLE” DI VINO NELLO SPAZIO, PER CONTRIBUIRE AL BENESSERE DEGLI ASTRONAUTI NELLE LUNGHE MISSIONI

Creare pillole per nutrirsi nello spazio contenenti vino, contribuendo grazie alla sperimentazione del suo incapsulamento e all'innovazione tecnologica al superamento di diverse sfide, come garantire la conservazione del gusto e della qualità in una forma compatta, affrontare potenziali implicazioni per la salute e considerare gli effetti della microgravità, ma anche introducendo nuove possibilità per i sistemi di consegna di cibo e bevande nell'esplorazione spaziale, e vantaggi come il controllo delle porzioni e la convenienza logistica. È l'idea lanciata nel mondo del vino, per conquistare non più solo i mercati sulla terra ma anche l'universo, dalla dottoressa Elena Luciani dell'Università Campus Bio-Medico di Roma, con un progetto innovativo presentato nei giorni scorsi all'Agenda Spaziale Italiana di Roma, nel Simposio "A tavola nello Spazio: produzione, conservazione e preparazione di cibo", per fornire agli astronauti una varietà di cibi piacevoli e culturalmente familiari, comprese bevande come il vino, contribuendo al loro benessere durante le lunghe missioni. Un panel di degustazione eterogeneo, composto da tecnici dell'Università Campus Bio-Medico di Roma, lo chef stellato Gianfranco Vissani ed

esperti del settore, ha cercato di individuare come cambia la percezione di vini differenti al variare della quantità degustata.

https://winenews.it/it/pillole-di-vino-nello-spazio-per-contribuire-al-benessere-degli-astronauti-nelle-lunghe-missioni_521330/

STUDIO CREA: IL TURISMO RURALE FA CRESCERE IL TERRITORIO

"Il panorama multiforme del turismo rurale. Politiche e interventi", questo il titolo della pubblicazione curata dalle ricercatrici del CREA Politiche e Bioeconomia, Catia Zumpano e Annalisa Del Prete nell'ambito delle attività della Rete Rurale Nazionale e che tratta quelle forme di turismo con cui vivere appieno le aree rurali nelle loro molteplici dimensioni, in un'ottica di salvaguardia e valorizzazione delle risorse locali. Un turismo che si contraddistingue per la multifunzionalità e la diversificazione delle attrattività dei territori. L'agriturismo in Italia continua a rappresentare l'attività di diversificazione più praticata dalle aziende agricole italiane (38%) con un valore di produzione di circa 1,5 miliardi di euro che, unito alle altre attività multifunzionali (fattorie didattiche, agricoltura sociale, ecc.), costituisce più di un quinto del valore della produzione del settore primario nazionale. In crescita del 40% rispetto al 2013 la presenza di turisti nelle aziende agrituristiche (di cui il 49% stranieri). Ma la crescita delle attività turistiche nelle aree rurali può contare su un panorama molto più ampio di possibilità di sviluppo, sia in termini di dimensioni che di risorse finanziarie. Secondo l'Istituto Nazionale di Ricerche Turistiche (ISNART) il 49,2% dei turisti ha scelto mete naturalistiche, alla riscoperta e rivitalizzazione di una parte rilevante delle cosiddette aree interne e marginali del Paese. Nel nuovo Piano Strategico della PAC 2023-27, infatti, il turismo è concepito sia in termini di attrattività dei territori che di diversificazione: per il potenziamento delle attività turistiche sono state stanziati ad hoc risorse per 118 Milioni di euro, di cui il 64% destinate agli agrituri-

smi, il 21% per investimenti finalizzati ad aumentare l'attrattività delle aree rurali e il 18% per sostenere le attività di cooperazione per il turismo rurale nell'ambito del Leader. Il turismo rurale beneficerà anche degli investimenti della PAC per valorizzare e salvaguardare la risorsa acqua e le foreste. Il volume, raccontando esperienze di successo, in cui il turismo si è posto come leva per lo sviluppo territoriale e la crescita economico-sociale delle aree rurali, ambisce ad essere uno spunto di riflessione per i policy maker, una panoramica di ambiti da approfondire per i ricercatori e uno stimolo alla collaborazione per gli stakeholder locali.

<https://www.crea.gov.it/-/il-turismo-rurale-fa-crescere-il-territorio>

ONLINE LA BIBLIOTECA VIRTUALE DEL CREA: PIÙ DI 70.000 RECORD INFORMATIZZATI E 23.000 PAGINE DIGITALIZZATE DALLE COLLEZIONI STORICHE. AGRICOLTURA, SCIENZE, ECONOMIA E DIRITTO DAL 1499 AI GIORNI NOSTRI

Agronomia, botanica, piante officinali, pedologia, olivicoltura, viticoltura, agrumicoltura, zoologia, idrobiologia, entomologia, sismologia, vulcanologia, diritto tributario, dal XV secolo ad oggi, tutto a portata di un click: sono queste le principali discipline trattate dai libri della Biblioteca virtuale del CREA, che è finalmente realtà. Una digitalizzazione dell'imponente patrimonio librario cartaceo - tra i più ricchi e antichi d'Italia - portata avanti dalla Direzione Generale con l'Ufficio Relazioni Internazionali ed Affari Istituzionali dell'Ente e presentata a Roma, presso la Biblioteca Storica "Corrado Nigro" della Sede Centrale del CREA. Un evento per illustrare caratteristiche e peculiarità della piattaforma digitale creata per rendere consultabile le rilevanti collezioni di volumi del CREA, accedendo semplicemente al sito istituzionale. Il Catalogo Unico, in via di completamento e in continuo aggiornamento, si configura come uno strumento straordinario che aggrega e valorizza più di 70.000 record informatizzati relativi a ben 32 biblioteche specialistiche

disseminate, da nord a sud, sull'intero territorio nazionale, il cui carattere tematico rispecchia esattamente la specializzazione dei Centri di ricerca del CREA ai quali afferiscono.

<https://www.crea.gov.it/-/online-la-biblioteca-virtuale-del-crea-pi%C3%B9-di-70.000-record-informatizzati-e-23.000-pagine-digitalizzate-dalle-collezioni-storiche.-agricoltura-scienze-economia-e-diritto-dal-1499-ai-giorni-nostri>



VITA ASSOCIATIVA

Aggiornamenti
sulle attività
Federdoc



USA, MERCATO IN CONTINUA E RAPIDA EVOLUZIONE. LE IMPRESSIONI DEI PROTAGONISTI DELLA TAPPA DI MIAMI DEL SIMPLY ITALIAN GREAT WINE AMERICAS TOUR

La testata WineNews propone un reportage video della tappa di Miami del Simply Italian Great Wine Americas Tour, che ha visto la partecipazione di FEDERDOC impegnata in attività di informazione sui vini italiani a DO. Ciò che emerge dalle interviste raccolte, a partire da quella al past-president di FEDERDOC Riccardo Ricci Curbastro, è la continua e rapida evoluzione di un mercato, quello statunitense, molto composito, in cui la ricerca di spazi per le aziende vinicole implica un attento studio dei canali distributivi e dei principali trend in atto, ma soprattutto la necessità di formare il trade e gli operatori della ristorazione - a maggior ragione considerando l'elevato turnover del personale - su quanto proposto nelle wine list e su come proporre l'abbinamento con il cibo.

https://winenews.it/it/il-vino-italiano-vuole-tornare-a-crescere-in-usa-con-ottimismo-in-un-mercato-complesso_520151

SICCITÀ: FEDERDOC SI APPELLA ALLE ISTITUZIONI PER UNA STRATEGIA DI MEDIO-LUNGO TERMINE

Nonostante le piogge di queste settimane anche per l'estate 2024 e in vista della raccolta delle uve emergono già le prime preoccupazioni e le incognite per la carenza d'acqua. E mentre Piemonte e Sicilia, due regioni ai poli opposti dello stivale, si sono viste costrette a chiedere entrambe lo stato di calamità, da più parti piovono inviti ed appelli alle Istituzioni ad affrontare con serietà e rapidità il problema. A denunciare una certa superficialità nell'affrontare il tema della carenza idrica per il vino italiano è FEDERDOC. Nell'ultimo anno, come ricorda il Presidente Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi, il settore ha vissuto un momento di grave difficoltà causato, oltre che per la crisi economica legata

all'aumento del costo di materie prime ed energia, dal susseguirsi di una lunga serie di calamità. "Il cambiamento climatico sta creando molte problematiche, dannose per il settore come la proliferazione di patologie della vite (flavescenza dorata e peronospora). Il legislatore - sottolinea - con gli interventi normativi dell'ultimo anno, come il decreto per i danni da peronospora, non sta considerando la situazione in cui versa il settore vino nel suo insieme". Se, pertanto, la matrice dei problemi è il cambiamento climatico, il Governo e le Istituzioni devono, secondo la FEDERDOC, adottare strategie di medio e lungo termine "per fronteggiare le conseguenze generate dal mutare delle condizioni ambientali, come la siccità".

<https://static.gamberorosso.it/2024/03/settimanale-n12-2024stampa.pdf#page=19>

EQUALITAS E FEDERBIO: INSIEME NEL PROTOCOLLO D'INTESA PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE DELLE IMPRESE VITIVINICOLE

È stato siglato oggi il protocollo d'intesa tra Equalitas (standard-owner guidato da FEDERDOC) e FederBio, l'organizzazione a vocazione interprofessionale che valorizza e tutela l'agricoltura e la produzione biologica italiana. L'accordo intende sostenere un approccio integrato e condiviso da istituzioni, imprese e operatori del settore vitivinicolo sul tema della sostenibilità del biologico. Al centro dell'intesa, firmata durante un evento a Roma, la promozione di un approccio che integri la certificazione Bio con lo standard Equalitas Vino Sostenibile come modello per la tutela ambientale e sociale e sfida costante per le imprese vitivinicole, sempre più attente e sensibili a queste tematiche. Infatti, il comparto vitivinicolo italiano sta dimostrando di essere un'eccellenza, con già il 18% della produzione certificata biologico e oltre un miliardo di bottiglie di vino provenienti dalle imprese certificate sostenibili secondo lo standard Equalitas. Nel corso dell'incontro, moderato da Francesca Romana Barberini, sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini - Presiden-

te Federbio, Riccardo Ricci Curbastro - Presidente Equalitas e Luigi D'Eramo - Sottosegretario MASAF. A partire dall'impegno congiunto a una corretta e trasparente comunicazione verso il consumatore, il protocollo intende da una parte formare ed assistere le imprese vitivinicole che vogliono integrare entrambi i modelli di gestione, Biologico ed Equalitas Vino Sostenibile, in un approccio completo e avanzato alla responsabilità d'impresa, anche facilitandone, dove possibile, i controlli congiunti. Dall'altro lavorare al rafforzamento dei requisiti che caratterizzano il biologico, quale risorsa strategica dell'UE, nel disegno della gestione sostenibile del vino, su temi come la tracciabilità di prodotti e processi, la tutela della biodiversità e della salute di consumatori e operatori. "La certificazione rappresenta un valore aggiunto dei prodotti italiani. Con il protocollo siglato oggi da Equalitas e FederBio si punta ad integrare e valorizzare i tre pilastri alla base della sostenibilità, quello ambientale, sociale ed economico. Attraverso formazione, ricerca e un'adeguata comunicazione si darà ulteriore slancio a nostri settori di eccellenza come il comparto vitivinicolo", ha affermato Luigi D'Eramo, sottosegretario al Ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste. "Integrando i principi di due delle più importanti certificazioni sostenibili, l'accordo con Equalitas rappresenta un passo significativo per la valorizzazione a 360 gradi della viticoltura agroecologica. Unisce, infatti, la qualità della certificazione biologica, garanzia di tecniche agronomiche rispettose dell'ambiente, con lo standard Equalitas, che attesta la sostenibilità dell'intera filiera, valutando la carbon footprint e le buone pratiche sociali. Inoltre, il tavolo di lavoro permanente che verrà attivato assicurerà formazione, ricerca e comunicazione per fare della viticoltura bio e sostenibile italiana sempre più un'eccellenza a livello internazionale", sottolinea Maria Grazia Mammuccini, Presidente FederBio. "Con questa intesa, che Equalitas sigla con l'obiettivo di fare sistema, contiamo che anche le istituzioni rilevino la richiesta di razionalizzazione che proviene dalle imprese, riconoscendo e sostenendo le varie modalità di avvicinamento alla sosteni-

bilità ma anche definendo la stessa in maniera completa, seria e trasparente" ha dichiarato Riccardo Ricci Curbastro, Presidente di Equalitas.

<https://www.facebook.com/equalitas3E/videos/653925140159571>

E l'eco della sottoscrizione del protocollo d'intesa tra Equalitas e FederBio ha varcato i confini nazionali, con la notizia riportata dalla testata spagnola *noticiasdelvino* che ha dato ampio spazio alla conferenza stampa di presentazione dell'intesa volta a promuovere lo sviluppo sostenibile delle aziende vitivinicole italiane.

<https://www.noticiasdelvino.com/internacional/2024/03/22/equalitas-y-federbio-fomentan-desarrollo-sostenible-en-empresas-vitivincolas-italianas-5446/>

A WINE HUB L'INTERVENTO DI VINCENZO GERBI, PRESIDENTE DEL COMITATO TECNICO SCIENTIFICO ETICO EQUALITAS

Il podcast di Wine Hub ospita l'intervento del Prof. Vincenzo Gerbi, Presidente del Comitato Tecnico Scientifico Etico di Equalitas, che parla di sostenibilità a tutto tondo entrando poi nel merito dell'implementazione di pratiche sostenibili a 360 gradi (ambientali, sociali ed economiche) adottate dalle aziende vitivinicole che conducono, in maniera sfidante, ad ottenere certificazioni come Equalitas.

<https://player.captivate.fm/episode/8715b24c-5831-46c9-915b-37c29b54db3a>

ARGIANO RAGGIUNGE LA CERTIFICAZIONE EQUALITAS

Dopo il primo posto nella classifica di Wine Spectator con il Brunello di Montalcino 2018, e dopo aver già ottenuto, prima a Montalcino, lo "status" di azienda plastic free, Argiano, cantina di Brunello di proprietà della famiglia Esteves, raggiunge un altro traguardo ottenendo la certificazione Equalitas - Standard Sopd per il Modulo "Or-

ganizzazione Sostenibile - Os", che si basa sui tre principi fondamentali della sostenibilità (ambientale, etica ed economica), esaminando attentamente ogni aspetto, dall'impatto ambientale alle pratiche etiche e al bilancio economico di un'azienda vinicola.

<http://www.montalcinonews.com/2024/02/argiano-raggiunge-la-certificazione-equalitas/>



LE BUONE PRATICHE

Notizie dai
 Consorzi di Tutela
 delle IG vitivinicole
 e agroalimentari



CONSORZIO TUTELA VINI D'ABRUZZO: IL CONSORZIO PRESENTA FOCUS MONTEPULCIANO D'ABRUZZO

Nuova data e nuove suggestioni per il 2024 per il Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo che ha scelto di spostare parte della sua Wine Experience a marzo, per esaltare le denominazioni rossiste della regione. Un appuntamento dedicato al Montepulciano D'Abruzzo nelle sue declinazioni territoriali ha aperto le attività consortili del 2024, con due degustazioni tecniche dedicate alla stampa nella giornata del 1° marzo, presso Borgo Spoltino a Mosciano Sant'Angelo. La mattinata è stata dedicata alla DOCG Colline Teramane, mentre nel pomeriggio si sono potute degustare le nuove annate del Montepulciano d'Abruzzo DOC che usciranno nel corso del 2024. "Abbiamo voluto differenziare il consueto grand tasting proponendo un momento dedicato al vino principe della nostra regione il Montepulciano d'Abruzzo", spiega Franco D'Eusanio, vice presidente del Consorzio Tutela Vini D'Abruzzo, "abbiamo voluto anticipare il nostro appuntamento per dare la possibilità alle nostre aziende di presentare i loro prodotti in un momento strategico per i buyer nella scelta delle referenze nelle carte vini". "Questa Anteprima 2024 è l'ultima di un percorso cominciato nel 2020 e la prima sotto l'egida del Consorzio Vini d'Abruzzo", sottolinea Enrico Cerulli Irelli, former president del Consorzio Colline Teramane, "ecco perché, per quest'anno, abbiamo mantenuto la formula precedente, una degustazione in anteprima dei vini Colline Teramane, con un ulteriore approfondimento dedicato al Montepulciano DOC. L'occasione di questo confronto permetterà di definire ancora meglio l'identità di Colline Teramane." All'evento hanno partecipato 60 giornalisti delle principali testate nazionali italiane e un gruppo di giornalisti da importanti magazine degli Stati Uniti e Canada arrivati in Abruzzo per l'occasione.

<https://hg6h.mailupclient.com/f/rnl.aspx?mlh=ww1vw1dalj=s3el=:yyxy1oe8bb=i:EtX=pvEtLkoj:jb6EtX=ppEtV2--9ojEtH85ogf1EtX=pvEtLk=wswx/NCLM>

IL NEW YORK TIMES CELEBRA L'ABRUZZO E I SUOI VINI

"Ciò che sta succedendo nella scena vitivinicola abruzzese è entusiasmante e non solo per quanto riguarda i vini rossi. L'Abruzzo produce tra i migliori vini bianchi d'Italia e i suoi Cerasuolo d'Abruzzo hanno grande personalità". Con queste parole Eric Asimov, uno dei più importanti scrittori enoici del panorama statunitense e riconosciuto in tutto il mondo, ha aperto il suo articolo dedicato all'Abruzzo intitolato "To Find Great Values in Italian Wine, Look to Abruzzo", che ben sintetizza i grandi passi avanti in termini di qualità fatti dalla regione. Nel suo articolo celebra alcune delle tante famiglie che, con grande coraggio e innovazione, stanno apportando un cambiamento all'interno del panorama enologico della regione, esprimendo - al contempo - identità e coerenza con quelle che sono la storia e le tradizioni. Un ritratto che esprime tenacia ma anche attaccamento al territorio e la voglia di emergere con vini che possono esprimere il carattere delle uve autoctone, dal Montepulciano D'Abruzzo al Trebbiano D'Abruzzo, con vini moderni e profondamente identitari. "Questo genere di endorsement conferma che stiamo andando nella giusta direzione - dichiara Alessandro Nicodemi, Presidente del Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo - la spinta verso la qualità, la definizione delle sottozone e la revisione dei disciplinari con l'introduzione della menzione superiore aiuteranno i nostri produttori a specializzarsi sempre di più. Auspichiamo una grande crescita per il nostro territorio e siamo contenti che anche Oltreoceano si stiano sempre più interessando ai nostri progetti vitivinicoli."

(Fonte: Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo)

CONSORZIO ALTA LANGA: SUCCESSO PER LA PRIMA DELL'ALTA LANGA 2024

Un'altra edizione da record quella che si è svolta lunedì 18 marzo 2024 al Teatro Regio di Torino de La Prima dell'Alta Langa. Sessantacinque produttori presenti con più di 150 diverse cuvée in degustazione, dal millesimo

più recente tra quelli in commercio, il 2020, a quelli più storici, come il 2006; un pubblico composto in larga parte da operatori horeca e giornalisti, oltre 1500 persone presenti a una manifestazione esclusiva, sold out da giorni, con ospiti provenienti da tutta Italia e dall'estero (Brasile, Polonia, Usa, Giappone, Francia, Portogallo, Principato di Monaco, Venezuela). "Il Teatro Regio è stata la cornice perfetta per la nostra degustazione annuale - commenta con soddisfazione la Presidente del Consorzio Alta Langa Mariacristina Castelletta -. Il Regio è uno dei templi della cultura italiana, con cui il Consorzio Alta Langa ha stretto una partnership dalla scorsa estate. Luogo con un design unico al mondo per la sua eleganza e maestosità, rispecchia ciò che desideriamo per la nostra denominazione: un profilo e uno stile altissimi, un'eccellenza con una grande storia, di cui essere orgogliosi". Grande successo anche per le due masterclass, guidate dall'enologo Donato Lanati: 60 persone hanno seguito l'approfondimento dedicato ai vini Alta Langa dal più lungo affinamento scoprendo così a fondo la denominazione e potendo apprezzare la grande longevità e piacevolezza dell'Alta Langa. Questa era la sesta edizione della grande degustazione di tutte le cuvée dei soci del Consorzio Alta Langa, organizzata dopo quella del 2023 nella Galleria Grande della Reggia di Venaria, quella del 2022 nel Museo di Italdesign, quella dell'autunno 2019 a Palazzo Serbelloni a Milano e le due primissime edizioni (primavera 2019 e primavera 2018) al Castello di Grinzane Cavour. Un crescendo continuo in questi anni, che descrive il percorso dell'Alta Langa DOCG. Una scommessa vinta da quando, all'inizio degli anni Novanta, le prime sette case produttrici pioniere unirono le forze con i viticoltori locali per creare un metodo classico in grado di rappresentare l'orgoglio enologico del Piemonte. Quel "patto tra gentiluomini" sta ormai dando i suoi frutti. Dopo anni di sperimentazione, l'ottenimento della DOC nel 2002 e quello della DOCG nel 2011 (retroattiva al millesimo 2008).

(Fonte: Consorzio Alta Langa)

CONSEGNATO AI SOCI DEL CONSORZIO IL VOLUME "ALTA LANGA IL RACCONTO DI UNA DENOMINAZIONE"

Il Consorzio Alta Langa ha presentato a tutti gli associati il volume "ALTA LANGA - Il racconto di una denominazione" nel corso di un incontro che si è svolto nell'Aula Magna dell'Università di Scienze Gastronomiche a Pollenzo il 29 febbraio scorso. Il volume è frutto di un lavoro di ricerca lungo e meticoloso, che ha avuto l'obiettivo di delineare la più profonda identità della denominazione, per offrire un valido strumento di approfondimento tecnico, storico e culturale sull'Alta Langa. Un prezioso patrimonio di tutti coloro che fanno parte del Consorzio, che si desidera condividere perché non se ne perda la memoria e, soprattutto, per porre le basi di un sapere che unisca tutti i produttori e i viticoltori. Per accrescere in tutti la consapevolezza del privilegio e della responsabilità di dover gestire e valorizzare una grande denominazione che ha bisogno di essere rispettata e preservata. Dopo l'introduzione della Presidente Mariacristina Castelletta e del ex Presidente Giulio Bava, sono intervenuti gli autori dei diversi saggi che compongono il libro, proponendo ciascuno un contributo che è stato un vero e proprio invito alla lettura. C'è stato così modo di spaziare così tra quattro diverse sezioni del volume che raccontano il terroir e il metodo, la storia, la degustazione e il servizio, il genius loci dell'Alta Langa.

<https://www.altalangadocg.com/consegnato-ai-soci-del-consorzio-il-volume-alta-langa-il-racconto-di-una-denominazione/>

CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'ASTI: IN GURI L'APPROVAZIONE DELLE MODIFICHE ALLO STATUTO DEL CONSORZIO

Sulla Gazzetta Ufficiale italiana del 2 marzo scorso è stato pubblicato il decreto Masaf di approvazione delle modifiche allo statuto del Consorzio per la Tutela dell'Asti.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2024-03-01&atto.codiceRedazionale=24A01116&elenco30giorni=true

ALLA COPPA MILANO-SANREMO SI BRINDA CON L'ASTI DOCG. LA RIEVOCAZIONE STORICA DELL'ICONICA CORSA AUTOMOBILISTICA FA TAPPA A CANELLI

Ha fatto tappa a Canelli la rievocazione storica della Coppa Milano-Sanremo (14-17 marzo) che venerdì 15 marzo ha portato le auto d'epoca in gara a fermarsi per un pit stop alle cattedrali sotterranee patrimonio Unesco, dove è stato inventato lo spumante italiano, in compagnia dell'Asti DOCG. La denominazione spumantistica più antica d'Italia si conferma così l'unico partner beverage della leggendaria corsa automobilistica che quest'anno - per la sua quindicesima edizione organizzata dall'Automobile Club Milano - ha visto al via cento equipaggi nazionali e internazionali. Dopo le prime prove cronometrate del mattino, i piloti hanno sostato nelle cattedrali di Canelli per la visita e il pranzo a base di piatti della tradizione piemontese abbinati all'Asti Spumante e la nuova DOCG Canelli prima di ripartire lungo il percorso che tocca il paesaggio vitivinicolo patrimonio Unesco di Langhe, Roero e Monferrato - tutte aree rientranti nella produzione delle bollicine aromatiche astigiane -, per concludersi in giornata al Principato di Monaco. Una partnership, quella tra l'ente consortile piemontese e la corsa, che ha visto anche i vincitori della rievocazione brindare con le bottiglie brandizzate Asti e Moscato d'Asti; i vini della denominazione hanno riempito poi i calici dei pranzi e le cene di ogni tappa della competizione, da Milano a Montecarlo passando per il Piemonte e la Liguria.

(Fonte: Consorzio per la Tutela dell'Asti)

**CONSORZIO BARBERA
D'ASTI E VINI DEL
MONFERRATO: MONFERRATO
IDENTITY, LA BARBERA
D'ASTI VOLA AD AMSTERDAM
E ANVERSA**

Prosegue l'importante collaborazione tra il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato e il Consorzio I Vini del Piemonte per la promozione dei grandi vini del Monferrato nell'Unione europea. Dopo il grande successo della tappa di Monaco di Baviera a ottobre 2023 dedicata al trade tedesco, il tour promozionale "Monferrato Identity: the great Barbera d'Asti and unique Monferrato appellations" è proseguito, il 18 e il 19 marzo 2024, alla volta di altri due mercati fortemente strategici per i vini piemontesi: i Paesi Bassi e il Belgio. Gli eventi, dedicati alle cantine del Monferrato socie dei due enti, hanno toccato le città di Amsterdam e Anversa, con due importanti walk around tasting rivolte al trade (importatori alla ricerca di nuove aziende, sia rappresentanti del settore *Ho.re.ca*, ristoratori, stampa, sommelier, ecc), arricchite da due master class di approfondimento dedicate alla Barbera d'Asti DOCG e ai grandi rossi del Monferrato. Data l'importanza che questi due Paesi rivestono per l'eno-turismo piemontese, le iniziative hanno aperto le porte anche a selezionati e preziosi wine lovers con l'obiettivo di supportare il business delle cantine anche nel settore dell'accoglienza. Gli eventi erano dunque rivolti sia ai produttori in cerca di un importatore in Olanda e Belgio, ma anche alle aziende già presenti nel mercato e agli importatori che desiderano ampliare il proprio business.

<https://www.viniastimonferrato.it/news/monferrato-identity-la-barbera-dasti-vola-ad-amsterdam-e-anversa/>

**CONSORZIO DI TUTELA
BAROLO BARBARESCO
ALBA LANGHE
E DOGLIANI: BAROLO
& BARBARESCO WORLD
OPENING, UN SUCCESSO SENZA
PRECEDENTI NEGLI STATI UNITI**

Il 19 e 20 marzo a New York City, oltre 1.000 operatori del settore e 500 con-

sumatori hanno preso parte alla terza edizione statunitense di Barolo & Barbaresco World Opening (BBWO), organizzata dal Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani che ha riunito 200 produttori delle Langhe. Il trionfo di questa edizione - che conferma il successo della prima a New York nel 2020 e della seconda a Los Angeles nel 2022 - consolida l'evento come la più grande attivazione internazionale del Consorzio e apre la strada ad un piano triennale che includerà Stati Uniti e Canada, con due eventi programmati negli Stati Uniti nel 2025 e nel 2027, ed uno in Canada nel 2026. "Mi piace spesso paragonare i produttori di Barolo e Barbaresco agli elefanti: non ci muoviamo frequentemente e quando lo facciamo, lo facciamo lentamente, ma abbiamo una memoria lunga e un'ampia esperienza alle spalle. Per questo, quando iniziamo a correre tutti insieme, ci sentono arrivare anche dall'altra parte della foresta" ha affermato Matteo Ascheri, Presidente del Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani. "Per il terzo anno consecutivo negli Stati Uniti, il nostro principale mercato di esportazione, siamo estremamente orgogliosi del successo raggiunto con BBWO, che vede aumentare ogni anno il numero di partecipanti." L'edizione di quest'anno si è concentrata sull'evidenziare ciò che rende unici il Piemonte e i suoi vini rispetto al resto del mondo, con particolare attenzione al Nebbiolo, uno dei vitigni più affascinanti nel panorama enologico. I partecipanti sono stati coinvolti in una serie di attività volte a celebrare i rinomati vini delle Langhe, Sito del Patrimonio dell'Unesco. Il 19 marzo, le celebrazioni sono iniziate con una Welcome Dinner allo Shed, a cui ha fatto seguito l'evento principale il 20 marzo al Center 415 sulla Fifth Avenue, vero e proprio fulcro dell'evento. Il momento principale della giornata è stato il Grand Tasting, durante il quale sono state presentate oltre 400 etichette di Barolo DOCG e Barbaresco DOCG, insieme a interpretazioni meno conosciute della varietà Nebbiolo, evidenziando così il suo potenziale. I partecipanti hanno potuto incontrare direttamente oltre 200 produttori ed esplorare varie espressioni di Nebbiolo, tra cui Langhe DOC

Nebbiolo, Langhe DOC Rosato e vini frizzanti a base di Nebbiolo. Inoltre, la Dott.ssa Anna Schneider, ex ricercatrice del Consiglio Nazionale delle Ricerche italiano, ha condotto il seminario intitolato 'Nebbiolo, an Icon', dedicato al Nebbiolo. Durante queste due sessioni, sono stati forniti approfondimenti su questa antica varietà d'uva, risalente alla fine del 1200, che rappresenta l'essenza della tradizione vinicola del Piemonte. Approfondendo la sua storia, le origini e la diversità genetica, la Dott.ssa Schneider ha esplorato l'adattabilità del Nebbiolo e le sue espressioni uniche al di là della sua associazione con i rinomati vini Barolo e Barbaresco. Per coinvolgere un pubblico più ampio, nella seconda parte della giornata sono state aperte le porte ai consumatori, offrendo loro l'opportunità di incontrare direttamente i produttori delle due rinomate denominazioni. Gli ospiti sono stati deliziati con creazioni culinarie tutte italiane preparate da Eataly, e ogni eccellenza dell'evento è stata donata al Charity Partner del Consorzio Food for Soul. In aggiunta, una parte dei proventi dei biglietti ha sostenuto l'organizzazione non-profit fondata dallo chef Massimo Bottura e da Lara Gilmore, impegnata nella riduzione degli sprechi alimentari e nella promozione della sicurezza alimentare. L'edizione di quest'anno è stata celebrata anche sul ledwall di One Times Square sulla rinomata Times Tower, mostrando il tema di BBWO ispirato alla metropolitana di New York City.

(Fonte: Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani)

**CONSORZIO
DEL VINO BRUNELLO
DI MONTALCINO:
IL CONSORZIO VOLA A PROWEIN
DAL 10 AL 12 MARZO**

Torna la collettiva del Consorzio del vino Brunello di Montalcino alla ProWein di Düsseldorf (10-12 marzo) e lo fa con una presenza cospicua di alcune tra le maggiori aziende della DOCG toscana. Erano infatti 47 le cantine rappresentate nell'area del Consorzio di cui 30 con stand in collettiva. In degustazione i vini in uscita: Brunello di Montalcino 2019, Brunello di Montalcino

no Riserva 2018, Rosso di Montalcino 2022, Moscadello e Sant'Antimo. "Andiamo in Germania con la consapevolezza di avere una ricca rappresentanza del nostro territorio - ha detto il Presidente del Consorzio, Fabrizio Bindocci -, ed è quello che serve per raggiungere gli obiettivi di crescita e posizionamento. Per noi - ha aggiunto - la Germania rappresenta il primo mercato UE, ma l'obiettivo sono anche altre aree della domanda da quelle di sbocco come Usa e Canada - che da sole rappresentano circa la metà del nostro export - alla vicina Svizzera, che si conferma una piazza molto importante. Ma soprattutto ci interessa lavorare bene con i buyer del Far-East Asiatico: siamo sempre più convinti dell'importanza di allargare la platea di fruitori di vini di alta gamma, e il futuro non potrà che passare da lì". ProWein è la prima tappa fieristica della staffetta di promozione dell'ente consortile toscano che approderà poi a Verona in occasione di Vinitaly (14-17 aprile). Seguiranno gli eventi strategici sul territorio a partire da Red Montalcino (21 giugno) e Benvenuto Brunello dal 15 al 19 novembre. Alla 30ª edizione della manifestazione enologica tedesca, in programma degustazioni e incontri b2b per un evento che attende oltre 50mila operatori e 5.700 espositori provenienti da oltre 60 Paesi. Tra i temi principali, la sostenibilità nel mondo vitivinicolo.

(Fonte: Consorzio del vino Brunello di Montalcino)

CONSORZIO DI TUTELA DEL VINO CERASUOLO DI VITTORIA DOCG E VITTORIA DOC: GUGLIELMO MANENTI È IL NUOVO PRESIDENTE DEL CONSORZIO

È stato eletto Guglielmo Manenti, titolare dell'azienda Manenti Vini, alla guida del Consorzio di Tutela dei vini Cerasuolo di Vittoria DOCG e Vittoria DOC per il prossimo triennio. L'elezione è avvenuta l'8 marzo, nella prima riunione del CdA del Consorzio eletto lo scorso 26 febbraio. Vicepresidente è stato eletto Alessio Planeta (Planeta Vini) mentre consiglieri sono Francesco Ferreri (Donnafugata), Beniamino Fede (Azienda Agricola Fede)

e Marco Parisi (Feudi del Pisciotto). Manenti succede ad Achille Alessi che, grazie alla preziosa collaborazione dei suoi consiglieri e il contributo dei vari associati, ha saputo rilanciare l'immagine dell'unica DOCG della Sicilia attraverso numerose azioni di promozione e comunicazione. Ed è su questa strada già tracciata che il nuovo Presidente intende proseguire con l'obiettivo di raggiungere nuovi ed importanti traguardi, riflesso di un Consorzio dinamico e coeso. "Continueremo ed evolveremo la linea tracciata dal precedente CdA - dichiara il neopresidente, Guglielmo Manenti -. Abbiamo molti progetti e idee in cantiere che vanno dalle attività promozionali, come CeraSoul e la presenza in alcune fiere di settore, al sostegno di progetti di ricerca riguardanti la difesa fitosanitaria e la valorizzazione delle cultivar locali. Importante sarà il coinvolgimento ed il contributo di tutti i soci del Consorzio, parte attiva delle decisioni che questo CdA prenderà nei mesi a venire, così come sarà fondamentale la sinergia stretta con l'Enoteca Regionale con sede a Vittoria e con la Strada del Vino del Cerasuolo di Vittoria dal Barocco al Liberty per avviare progetti comuni di promozione del territorio". Il CdA tornerà a riunirsi a breve per calendarizzare una serie di attività promozionali dei vini Cerasuolo di Vittoria DOCG e Vittoria DOC e definire gli ultimi dettagli per la partecipazione alla prossima edizione del Vinitaly a Verona.

(Fonte: Consorzio di Tutela del Vino Cerasuolo di Vittoria DOCG e Vittoria DOC)

CONSORZIO VINO CHIANTI: IN MESSICO QUARTA EDIZIONE DELLA CHIANTI ACADEMY LATAM

Con la quarta edizione della Chianti Academy Latam 2024, il Consorzio Vino Chianti è volato in Messico. Apuntamento il 4 e 5 marzo a Città del Messico, il 7 e 8 invece a Cancun. La Chianti Academy, programma professionale di formazione, è nata nel 2018 con le prime edizioni in Cina, si è poi sviluppata in vari paesi latino americani diplomando oltre 700 studenti, tra Panama, Cuba, Colombia, Perù, Venezuela, e Messico. Il corso consiste

in un vero e proprio master dedicato agli operatori di settore e si articola in quattro giornate a loro volta suddivise in due sessioni, che culminano in un esame finale. Le lezioni riguardano tutti gli argomenti tecnici, culturali, storici ed antropologici della Denominazione Chianti, dagli Etruschi fino ai millennials, naturalmente caratterizzando le giornate con degustazioni di oltre trenta diversi vini. Per fornire tutti gli strumenti di comprensione ai propri studenti, sono state esaminate batterie di tutte le categorie facenti parte del Chianti: l'annata, il Superiore, la Riserva, il Vin Santo. A loro volta rappresentate in ciascuna delle sette diverse declinazioni territoriali ricadenti nella DOCG. "Grazie alla Chianti Academy, il vino Chianti continua a o spingersi laddove il comparto italiano fatica ancora ad inserirsi - ha commentato Giovanni Busi, Presidente del Consorzio Vino Chianti -. Storia, marchio, formazione: i nostri biglietti da visita sui mercati mondiali".

(Fonte: Consorzio Vino Chianti)

IL CONSORZIO VINO CHIANTI IN GERMANIA CON 100 PRODUTTORI

Quasi 200 etichette in rappresentanza di oltre un centinaio di produttori del territorio e 21 desk aziendali erano presenti a "ProWein 2024". La fiera tedesca rappresenta un'importante vetrina in Europa. Oltre ai produttori dotati di stand personalizzato, il Consorzio Vino Chianti era presente con un bancone istituzionale dedicato alla denominazione: un centinaio di etichette in rappresentanza di oltre 40 aziende del territorio. "Guardiamo ai mercati nuovi come quelli del Sudamerica, ma non ci dimentichiamo di un mercato strategico come quello europeo, di cui quello tedesco è il numero uno per la denominazione vino Chianti - ha commentato il Presidente del Consorzio Vino Chianti, Giovanni Busi -. Bisogna anche dare la possibilità alle aziende aderenti al Consorzio di farsi conoscere e creare nuovi rapporti commerciali con clienti tedeschi, e più in generale, europei".

(Fonte: Consorzio Vino Chianti)

VINITALY, UNA NUOVA CASA PER IL CONSORZIO VINO CHIANTI

Spazi completamente rinnovati e uno stand tutto nuovo per il Consorzio Vino Chianti, che è pronto a prendersi la scena alla 56esima edizione del Vinitaly in programma a Verona dal 14 al 17 aprile. L'area espositiva sarà grande come non mai e ospiterà più di 30 aziende, ognuno con una propria postazione, oltre al nuovo bancone istituzionale, pensato come una vera e propria isola monumentale del Chianti, che presenterà per l'occasione la cifra record di oltre 300 etichette. La rappresentanza del Consorzio Chianti sarà nel padiglione 9, stand C11 e C12, con una superficie totale che sfiora i 300 metri quadri dedicata alla Denominazione e alle aziende partecipanti. L'area istituzionale è stata completamente ridisegnata e concepita come il cuore pulsante dello stand, con elementi grafici e narrativi in stile Chianti, immediatamente riconoscibili e fruibili dal pubblico. Il nuovo bancone istituzionale sarà un inedito monumento al vino Chianti e consisterà in un grande quadrilatero, di cui ogni faccia sarà dedicata alle quattro categorie di produzione della Denominazione: Annata, Superiore, Riserva e Vin Santo. Un nuovo wine bar dai numeri record disponibili all'assaggio di tutti i Chianti lovers: 108 etichette di Chianti Annata, 90 etichette di Chianti Riserva, 43 etichette di Chianti Superiore e 60 etichette di Vin Santo del Chianti, per un totale di 301 etichette. Inoltre sarà presente una esclusiva "Chianti Lounge" brandizzata e personalizzata al servizio delle aziende espositrici e del Consorzio per incontrare i propri ospiti e visitatori. Spazio anche per i consorzi di sottozona, il Consorzio Chianti Colli Fiorentini ed il Consorzio Chianti Colli Senesi, entrambi presenti con una propria area istituzionale dedicata e di rappresentanza. "Il Consorzio Vino Chianti torna al Vinitaly con grandi novità - commenta Giovanni Busi, Presidente del Consorzio Vino Chianti - a conferma del nostro impegno e di quello delle aziende per la promozione della denominazione e dell'ampia offerta che ci contraddistingue. Dal 14 al 17 aprile avremo una nuova meravigliosa casa

a Verona, dove siamo pronti ad ospitare tutti gli appassionati del Chianti".

(Fonte: Consorzio Vino Chianti)

CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO: IL GALLO NERO AL FLORENCE KOREA FILM FESTIVAL 2024

Le star del cinema coreano Lee Byung-hun, presente nel cult "Squid Game", la star Song Kang-ho, volto noto e attore nel film premio Oscar "Parasite", l'eccentrico regista Kim Jee-woon, uno dei talenti più puri del nuovo cinema coerano, e ancora il compositore Jung Jae-il, autore delle colonne sonore degli ultimi successi internazionali sono stati ospiti delle visite organizzate nelle location più esclusive del Chianti Classico in occasione della loro presenza a Firenze per il programma stellare del 22esimo Florence Korea Film Fest dal 21 al 30 marzo. Il Consorzio Vino Chianti Classico è stato infatti sponsor ufficiale della 22a edizione del festival di cinema dedicato alla cinematografia sud coreana, il più importante in Europa: una scelta che suggella l'interesse dei produttori del Gallo Nero per un Paese e un mercato con ottime prospettive di crescita. Dopo un triennio di grandi successi sul mercato sud coreano, i vini del Gallo Nero hanno registrato una buona performance anche nel 2023 in questo Paese: in particolare si segnala un aumento delle vendite della tipologia Chianti Classico Gran Selezione (+8% in valore). A 10 anni dal suo primo ingresso sul mercato, si conferma il grande interesse per questa tipologia di altissima qualità. Questo anche grazie all'entrata in vigore del nuovo disciplinare di produzione del vino Chianti Classico (dal 1 luglio 2023) che permette l'utilizzo delle Unità Geografiche Aggiuntive in etichetta (per la tipologia Gran Selezione), legando ancora più indissolubilmente il vino al suo territorio di produzione. "Siamo fiduciosi nel fatto che la relazione con la Corea del Sud possa consolidarsi ulteriormente, - ha affermato Giovanni Manetti, Presidente del Consorzio Vino Chianti Classico - in particolare in un anno speciale come il 2024: l'anno del Centenario del Consorzio. Cento anni fa, 33 viticoltori decisero di creare il

Consorzio: la loro visione fu quella di credere nell'unità di intenti, nella forza della collettività. Questi 33 "padri fondatori" furono lungimiranti anche nel pensare per primi alla necessità di rendere visibile e riconoscibile la qualità del loro prodotto, del loro vino, scegliendo un'immagine, un emblema del territorio: il Gallo Nero divenuto il simbolo identitario della denominazione. A distanza di un secolo, i soci del Consorzio sono diventati 500, ma gli obiettivi che ci accomunano sono gli stessi del 1924. Proteggere il vino che nasce da un territorio altamente vocato e di rara bellezza e accompagnare i viticoltori nell'affrontare i mercati di tutto il mondo sotto l'insegna comune del Gallo Nero. Un animale e un simbolo, quello del gallo, molto amato ed apprezzato anche in varie culture orientali, come quella Coreana. Poter essere presenti, con i nostri vini, al Florence Korea Film Fest, è quindi per noi un grande onore e ci auguriamo che questa liaison possa crescere e svilupparsi ulteriormente nel corso del tempo."

(Fonte: Consorzio Vino Chianti Classico)

IL CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO FESTEGGIA IL SUO 100° ANNIVERSARIO CON LA CAMPAGNA "100 VOCI DEL CHIANTI CLASSICO" E UN GRANDE EVENTO DI DEGUSTAZIONE A NEW YORK CITY

Quest'anno il Consorzio Vino Chianti Classico si appresta a segnare un traguardo significativo in quanto celebrerà il suo centenario il 14 maggio 2024. Per commemorare questa storica occasione, il Consorzio ha annunciato il lancio di una speciale campagna social, le "100 Voci del Chianti Classico". La campagna riunisce 100 tra gli individui più influenti del settore vinicolo, che sono stati invitati a condividere il loro legame personale con la denominazione Chianti Classico attraverso una varietà di accattivanti contenuti sui social media. Nell'ambito di questa celebrazione epocale, il Consorzio è inoltre entusiasta di annunciare il suo ritorno a New York City il 29 aprile per un prestigioso Grand Tasting

Event presso The Pool. Le 100 voci del Chianti Classico comprendono stimati giornalisti, rinomati chef, sommelier, Masters of Wine, educatori del vino e altri appassionati di Chianti Classico da tutto il mondo. La campagna fungerà da piattaforma per queste importanti personalità del settore per esprimere il loro intimo apprezzamento per il Chianti Classico attraverso foto coinvolgenti, video appassionati, aneddoti sinceri e riflessioni penetranti. Dopo l'annuncio ufficiale del 4 marzo, i loro contributi saranno pubblicati sulla pagina Instagram del Chianti Classico e rimarranno una testimonianza delle diverse esperienze che definiscono il Chianti Classico, preservando e celebrando queste voci uniche nella ricca storia della denominazione. La campagna 100 Voci, insieme ad altre importanti informazioni e video sulle celebrazioni del centenario, saranno presto presenti in una sezione dedicata sul sito del Consorzio Chianti Classico. "Mentre celebriamo un secolo di Chianti Classico, celebriamo non solo i nostri successi passati, ma anche l'eredità duratura di questa straordinaria regione vinicola", ha commentato Giovanni Manetti, Presidente del Consorzio del Chianti Classico. "La campagna 100 Voci ci permette di ascoltare le diverse storie ed esperienze che rendono speciale il Chianti Classico. Siamo davvero grati a tutti i partecipanti per il loro straordinario supporto e attendiamo con impazienza il nostro evento a New York che riunirà i leader del settore per brindare alla nostra storia condivisa e futuro." Oltre alla campagna sui social media, l'attesissimo evento del 29 aprile a New York City presenterà 52 dei più iconici e storici produttori di Chianti Classico, presentando le loro selezioni di Chianti Classico Annata, Riserva e Gran Selezione. L'evento si terrà presso The Pool, situato all'interno dello storico Seagram Building, dalle 13:30 alle 17:00, e offrirà un'opportunità esclusiva per i media e i professionisti del settore di degustare le ultime annate, interagire con i rappresentanti delle aziende vinicole e prendere parte a questa celebrazione storica. Fondato nel 1924, il Consorzio del Chianti Classico è stato un devoto custode e promotore della denominazione Chianti Classico, simboleggiata

dall'iconico Gallo Nero. Nel corso di un secolo, il Consorzio ha supervisionato l'evoluzione dei vini Chianti Classico, elevandoli all'attuale status di fama mondiale. Questo centenario non solo onora la loro ricca eredità, ma segna anche un futuro entusiasmante per i vini del Chianti Classico.

<https://www.winebusiness.com/news/article/284690>

CONSORZIO TUTELA DEL VINO CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO: IL 16 MARZO È TORNATA LA PRIMAVERA DEL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO

Il territorio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG è tornato ad accogliere l'itinerario culturale e gastronomico che, dal 16 marzo al 9 giugno, racconterà l'Alta Marca, i suoi piccoli borghi, i vigneti che decorano i pendii e le Cantine che hanno reso celebre questo vino. È la "Primavera del Conegliano Valdobbiadene Prosecco", fino all'anno scorso "Primavera del Prosecco Superiore", che, giunta alla 29esima edizione propone 16 Mostre del vino che hanno preso il via da Santo Stefano di Valdobbiadene con "Il Cartizze e il Valdobbiadene DOCG" (16-26 marzo), e si concluderanno a San Pietro di Feletto con "I Vini di Collina" (25 maggio-9 giugno). "La modifica del titolo del festival è una scelta che le Mostre del Vino hanno preso all'unanimità accogliendo i suggerimenti arrivati dal Consorzio: con questa variazione siamo convinti che, agli occhi del visitatore, sarà ancora più evidente il legame tra le Mostre del Vino e il territorio su cui si sviluppa la manifestazione" ha spiegato il Presidente del Comitato organizzatore della manifestazione, Giovanni Follador, parlando di "un segno inequivocabile di appartenenza che racchiude anche la volontà di comunicare a tuttotondo l'unicità di un vino che ha saputo conquistare il mondo e l'eccezionalità delle terre dove da secoli viene prodotto". "Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco non è solo un vino, ma un legame che unisce le persone attraverso momenti di convivialità e gioia, e la 'Primavera'

rappresenta un'opportunità unica per approfondire la conoscenza di questo straordinario spumante e per esplorare il territorio che lo ospita" ha aggiunto la Presidente del Consorzio, Elvira Bortolomioli, sottolineando che "crediamo fermamente nell'importanza di eventi come questo, che non solo promuovono il nostro prodotto, ma anche contribuiscono alla formazione e all'educazione degli appassionati e dei professionisti del settore, facendo scoprire loro le caratteristiche di ogni sottozona della Denominazione. Il 2023 è stato l'anno dell'affermazione della tipologia Rive che registra una crescita del 10% in volume - ha concluso - e questo dato, assieme alla crescita del valore della produzione, sottolinea il posizionamento di qualità raggiunto dal Prosecco DOCG nel corso degli anni". Compito del Comitato organizzatore è quello di evidenziare la migliore produzione enologica del territorio e premiare le aziende vitivinicole: per questo motivo, il Comitato provinciale Unpli Treviso, d'intesa con Assoenologi, ha ottenuto l'approvazione ministeriale per istituire il concorso enologico "Fascetta d'oro", il primo ed unico concorso nazionale dedicato esclusivamente al Conegliano Valdobbiadene ed alle sue eccellenze vitivinicole.

<https://askanews.it/2024/03/11/il-16-marzo-torna-la-primavera-del-conegliano-valdobbiadene-prosecco/>

IL CONEGLIANO VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG INSERITO NEL PERCORSO DI VIA SENSORIA

Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG è tra i quattro vini scelti a livello mondiale che interpretano le stagioni nel percorso espositivo di Via Sensoria, il progetto di Cité du Vin che caratterizzerà il 2024. Via Sensoria è un'esperienza totalizzante, che in una struttura multisensoriale, creata grazie a una scenografia che si fonde con un'architettura di suoni e luci, stimola i sensi dei visitatori. L'esperienza è progettata da GEDEON Programmes per la Cité du Vin, con l'assistenza artistica dello scenografo

e designer Sylvain Roca. "Come Consorzio da anni siamo presenti alla Cité du Vin, un amplificatore incredibile di conoscenza ed esperienza enologica a livello internazionale che ad oggi ha accolto 2,7 milioni di visitatori, il 51% di provenienza internazionale" afferma Elvira Bortolomiol, Presidente del Consorzio di Tutela. "Via Sensoria è un progetto innovativo, che cavalcando le caratteristiche del nostro prodotto porta i visitatori a coglierne l'anima. Degustare un calice di Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG conduce, attraverso il gusto, a sensazioni che richiamano la primavera dalla freschezza ai sentori di fiori bianchi. Inoltre, il nostro paesaggio, che proprio in primavera esprime in pieno la sua bellezza, è parte integrante dell'identità di noi produttori e viticoltori e contribuisce a definire le sfumature di gusti che portiamo in ogni bottiglia". Il concept della mostra sviluppa l'idea del trascorrere di un intero anno attraverso le quattro stagioni, ognuna delle quali è messa in scena grazie alle sensazioni che stimolano i nostri sensi: dai suoni, ai profumi, ai colori. Insomma, la natura che si manifesta e che "comunica" con il visitatore. Il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG è inserito nel percorso in rappresentazione della primavera perché i suoi sentori, il perlage e la freschezza evocano il risveglio, il profumo dei fiori appena sbocciati, la croccantezza dell'aria del mattino che in poche ore sfuma nel tepore del sole di aprile. Il percorso di degustazione sensoriale che completa l'esperienza e proposto da fine marzo, coinvolgerà il visitatore in un mix di arte digitale e degustazione, portando a cogliere la complessità nascosta in un calice.

<https://www.agenfood.it/bevande/conegliano-valdobbiadene-prosecco-sup-docg-e-inserito-nel-percorso-di-via-sensoria/>

CONSORZIO TUTELA VINI ETNA DOC: ETNA SEMPRE PIÙ BIANCHISTA

Etna DOC sempre più bianchista: ormai è testa a testa tra carricante e nerello. Un cambio di passo abbastanza recente se si pensa che solo

nel 2018 l'Etna Rosso valeva il doppio del bianco (2 milioni di bottiglie contro un milione) e la produzione cresceva del 59% rispetto al 28% dei bianchi. Il bilancio 2023 mostra uno scenario radicalmente cambiato: le bottiglie di rosso sono 2 milioni e 700mila a fronte dei 2 milioni e 400 mila di bianchi, comprensive dell'Etna Bianco Superiore localizzato a Milo. Quest'ultima tipologia, che fa ancora numeri modesti, è comunque triplicata, anche perché i produttori che all'inizio erano appena tre pionieri oggi sono diventati più di una ventina. "Se prima la superficie era sbilanciata a favore del rosso, ora la crescita maggiore riguarda l'Etna Bianco a base di uva carricante" rivela il Presidente del Consorzio Tutela Vini Etna DOC Francesco Cambria. "Freschezza, sapidità, le sensazioni della montagna sono la base del loro gradimento". Intanto, lo scorso novembre l'assemblea dei soci del Consorzio ha avviato il percorso per ottenere la DOCG. Oltre all'innalzamento all'interno della piramide qualitativa, sono previsti alcuni cambiamenti all'attuale disciplinare di produzione. Per quanto riguarda la tipologia spumante, verrà aggiunta la possibilità di utilizzare la varietà carricante, oltre al già presente nerello mascalese e sarà possibile produrre la versione pas dosé. Inoltre, la resa della tipologia Etna Rosso con unità geografica aggiuntiva verrà diminuita, mentre il numero delle contrade (attualmente 133) riconosciute a partire dal 2011 e legalmente equiparate a unità geografiche aggiuntive, aumenterà a seguito della richiesta di produttori presenti in aree non ancora delimitate in contrade. Ultimo punto, nel futuro disciplinare DOCG sarà possibile indicare come unità geografica aggiuntiva il nome di uno dei 20 comuni se le uve provengono interamente da quel territorio. Nessuna modifica, invece, ai confini della denominazione. Tra i prossimi step quello di incrementare la comunicazione, anche attraverso un grande evento consortile, sul modello delle anteprime delle principali denominazioni italiane. La scommessa è su Etna Days, l'evento che il Consorzio organizza nel mese di settembre. "Da un paio di anni organizziamo gli Etna Days, l'evento consortile nato grazie ai Psr e Ocm (che puntano alla

internazionalizzazione) e rivolto soprattutto alla stampa statunitense e, dal 2023, a quella svizzera e britannica. L'evento si allargherà nel tempo anche alle testate europee e nazionali", assicura Francesco Cambria. Intanto, però, il futuro prossimo è Vinality: "Quest'anno ci presenteremo in un'unica area dedicata all'Etna con 50 produttori uniti da un'immagine coordinata: un unico produttore da 6 milioni di bottiglie", dice il Vicepresidente del Consorzio Seby Costanzo, che poi annuncia un nuovo progetto: inserire Catania, nella cui provincia insistono i 10 comuni dell'Etna DOC, tra le città del vino per poi candidarla a Città del Vino 2025. Un'altra occasione di promozione per una delle denominazioni più promettenti del panorama vitivinicolo italiano.

<https://static.gamberorosso.it/2024/03/copsettimanale-n7marzosing-compres-sed.pdf#page=10>

CONSORZIO FRANCIACORTA: IL 16 E 17 MARZO IN FRANCIACORTA IL FESTIVAL DI PRIMAVERA TRA CULTURA, CIBO E VINO

Il 16 e 17 Marzo 2024 la Franciacorta ha celebrato l'arrivo della Primavera con pranzi e cene a quattro mani realizzati dai talentuosi ristoratori locali e da rinomati chef provenienti da tutta Italia. Immersi nel cuore della Franciacorta, è stato possibile sperimentare un'esperienza gastronomica indimenticabile e fare un viaggio culturale attraverso le visite guidate di alcuni luoghi rappresentativi, che hanno aperto le porte ai visitatori proponendo approfondimenti sulla storia e l'identità del territorio affidandosi al racconto di docenti e studiosi dell'Accademia Treccani. Un'opportunità unica per conoscere e riscoprire il meraviglioso patrimonio della Franciacorta.

<https://franciacorta.wine/it/festival-primavera/>

IN GURI LA MODIFICA DISCIPLINARE DELLA DOC «CURTEFRANCA»

Sulla Gazzetta Ufficiale italiana del 22 marzo scorso, è stato pubblicato

il decreto Masaf recante la modifica ordinaria al disciplinare di produzione della Denominazione di Origine Controllata dei vini «Curtefranca».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2024-03-22&atto.codiceRedazionale=24A01510&elenco30giorni=true

CONSORZIO DI TUTELA VINI FRIULI COLLI ORIENTALI E RAMANDOLO: IN GURI LA PROPOSTA DI MODIFICA DEL DISCIPLINARE DELLA DOCG «RAMANDOLO»

Sulla Gazzetta Ufficiale italiana del 2 marzo scorso è apparso il comunicato del Masaf recante la proposta di modifica ordinaria, che modifica il documento unico, del disciplinare di produzione della denominazione di origine controllata e garantita dei vini «Ramandolo».

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2024-03-02&atto.codiceRedazionale=24A01121&elenco30giorni=true

CONSORZIO TUTELA DEL GAVI: NASCE L'ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE SOCIALE GAVI GIOVANI

Nasce Gavi Giovani, l'Aps Associazione di promozione sociale che promette di portare un vento fresco di energia e vitalità nella denominazione del Gavi DOCG: sono 32, tra produttori e operatori di filiera, età media 29 anni – i più giovani classe 2005 – e hanno eletto lunedì 11 marzo il loro primo presidente, Lorenzo Bisio, a seguito dell'Assemblea costituente che si è svolta venerdì 8 marzo 2024 nella sede del Consorzio Tutela del Gavi. A fianco di Lorenzo Bisio opera il vicepresidente Tiziano Arecco e i consiglieri Filippo Gemme, Mattia Gemme, Giada Lava, Matteo Maccagno, Chiara Massone. Fondata sull'aggregazione dei giovani che credono fermamente nella valorizzazione del patrimonio enologico e territoriale di cui sono

parte, Gavi Giovani si propone di mettere in primo piano l'identità del Gavi attraverso la promozione e la comunicazione del territorio, la salvaguardia del paesaggio agrario, l'ospitalità e la cultura enogastronomica. L'obiettivo primario è quello di coinvolgere attivamente la comunità creando sinergie con altri enti e soggetti del territorio e facendo rete tra aziende agricole e cantine, sfruttando al massimo gli strumenti digitali. Il neopresidente Lorenzo Bisio commenta così l'Assemblea costituente: "È stato sorprendente vedere così tante persone presenti richiamate dalla volontà di creare Gavi Giovani che nasce quindi sull'onda di uno slancio di passione e dedizione: non vediamo l'ora di cominciare a creare eventi, incontri e occasioni per far conoscere il più possibile il nostro vino e la nostra terra". "Grazie all'entusiasmo e alla determinazione dei suoi membri – dichiara il Presidente del Consorzio Tutela del Gavi, Maurizio Montobbio – Gavi Giovani si prospetta come un importante punto di riferimento per il futuro della denominazione. Siamo orgogliosi che il gruppo, già attivo, si sia dato una struttura e siamo convinti che, attraverso questa esperienza, ciascuno di loro maturerà la consapevolezza dell'impegno e della responsabilità indispensabili per accompagnare la crescita continua del territorio e dei suoi prodotti tipici e eccellenti. A tutti i membri del Consiglio il nostro augurio per un buon lavoro e la massima disponibilità del Consorzio a supporto delle iniziative che realizzeranno".

<https://www.consorziogavi.com/nasce-gavi-giovani/>

CONSORZIO TUTELA VINI LESSINI DURELLO E CONSORZIO TUTELA VINI SOAVE: PROWEIN 2024, SOAVE E LESSINI DURELLO INSIEME SOTTO IL SEGNO DEL VULCANO

Il Soave e il Lessini Durello sono tornati protagonisti al recente ProWein, per raccontare, ancora una volta insieme, la potenza e la distintività dei vini bianchi da suolo vulcanico. Novità della 30esima edizione di ProWein per i due consorzi è stato lo stand, rinnovato nella forma e nella disposizione:

un'area decisamente più aperta ed ariosa dove le aziende erano immediatamente riconoscibili; interattività per la parte dell'enoteca dove i visitatori, oltre a dialogare coi produttori presenti, hanno potuto degustare in autonomia i vini e collegarsi alle aziende tramite i QR predisposti; forte spinta all'apertura e all'accoglienza di operatori e visitatori in generale. Etichette in bella mostra, bottiglie in primo piano, informazioni immediatamente reperibili. Questi gli elementi scelti per raccontare le donne e gli uomini che producono Soave e Lessini Durello ai giornalisti e agli operatori di settore che potranno degustare liberamente e a loro agio per tutta la durata della fiera. Il Consorzio del Soave e del Lessini Durello erano presenti al ProWein nell'ambito del progetto Heva, Heroese of Europe: Volcanic Agriculture, il progetto di promozione e valorizzazione dei prodotti vulcanici, finanziato dall'Unione Europea nell'ambito della misura 1144 - assieme al Consorzio del Formaggio Monte Veronese e al consorzio greco Union of Santorini Cooperatives - Santo Wines. Grazie al progetto HEVA, il Consorzio del Soave e del Lessini Durello, si prefiggono di promuovere, evidenziare e far conoscere ai consumatori le straordinarie caratteristiche di una viticoltura che fonda la sua differenza sull'origine vulcanica dei suoli. Terroir diversi che hanno sviluppato una medesima propensione alla qualità, basata su simili caratteristiche pedoclimatiche, storia geologica, esposizioni e altimetria.

(Fonte: Consorzio Tutela Vini Lessini Durello e Consorzio Tutela Vini Soave)

ISTITUTO MARCHIGIANO DI TUTELA VINI (IMT): COLLETTIVA MARCHIGIANA A PROWEIN, OBIETTIVO DOMANDA EUROPEA E ASIATICA. BERNETTI (PRESIDENTE IMT): ASSECONDARE CRESCITA DEL VALORE IN BOTTIGLIA

Obiiettivo ProWein per i vini delle Marche, a partire dalla presenza in Germania delle cantine socie dell'Istituto marchigiano di tutela vini (Imt). 21 le aziende Imt concentrate in una collettiva regionale e tra i padiglioni in fiera, in rappresentanza del Verdic-

chio dei Castelli di Jesi, del Matelica e delle altre principali denominazioni dell'area. "Dopo Wine Paris E Vinexpo Paris in Francia - ha detto il Presidente del Consorzio, Michele Bernetti, in vista dell'evento - questo è il secondo grande appuntamento business per le nostre imprese, in attesa del Vinitaly di aprile a Verona, dove saranno presenti complessivamente 80 soci. L'obiettivo prioritario in Germania sarà rivolto ovviamente al mercato tedesco ma anche a quello del Nord Europa e asiatico, che nel complesso rappresentano circa il 35% del totale export del Verdicchio. Servirà in particolare assecondare e spingere sul mercato la crescita del valore del nostro prodotto in bottiglia". Ammontano complessivamente a oltre 2 milioni di euro gli investimenti in promozione per l'anno in corso previsti dalle aziende afferenti all'Istituto marchigiano di tutela vini. Da una parte, con i fondi Ocm destinati alla promozione presso i Paesi terzi, il plafond di quasi 800 mila euro sarà investito in iniziative - degustazioni, press tour, seminari, masterclass, eventi e incontri B2B - nei mercati obiettivo Stati Uniti, Canada, Regno Unito, Svizzera e Giappone. Attraverso la dotazione dei piani di sviluppo rurale (Psr Marche Misura 3.2) di 1,4 milioni di euro, i progetti Imt messi in campo riguardano invece attività come la partecipazione a fiere di settore, incontri B2B e B2C, degustazioni, workshop, eventi dedicati a buyer ed esperti di settore nazionali e europei, il rafforzamento dell'incoming dai Paesi UE. Su questo fronte i mercati target, oltre all'Italia, sono Germania, Francia, Paesi Bassi, Belgio, Polonia, Estonia, Lituania, Lettonia, Svezia, Austria e Danimarca. Alla ProWein erano attesi circa 50 mila operatori professionali provenienti da oltre 60 Paesi in un matching commerciale con 5.700 espositori in 71.000 metri quadrati. Il focus di quest'anno è stato dedicato al vino green e sostenibile, tipologia che vede il territorio marchigiano tra i più virtuosi in Europa con un'incidenza del vigneto biologico sul totale della superficie vitata prossima ormai al 40%.

(Fonte: Istituto Marchigiano di Tutela Vini)

IN GURI LE PROPOSTE DI MODIFICA DEI DISCIPLINARI DELLA DOP «COLLI MACERATESI» E DELLA DOP «CASTELLI DI JESI VERDICCHIO RISERVA»

Sulla Gazzetta Ufficiale italiana del 23 marzo scorso, sono stati pubblicati i comunicati del Masaf recenti la proposta di modifica ordinaria del disciplinare di produzione della Denominazione di Origine Protetta dei vini «Colli Maceratesi» e la proposta di modifica unionale del nome della Denominazione di Origine Protetta dei vini «Castelli di Jesi Verdicchio Riserva» in «Castelli di Jesi» e del relativo disciplinare di produzione.

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2024-03-23&atto.codiceRedazionale=24A01513&elenco30giorni=true

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/carica-DettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2024-03-23&atto.codiceRedazionale=24A01514&elenco30giorni=true

CONSORZIO TUTELA VINI DELLA MAREMMA TOSCANA: LA DOC MAREMMA TOSCANA AVRÀ IL CONTRASSEGNO DI STATO DA GENNAIO 2025

Arriva il via libera al Contrassegno di Stato per i vini della DOC Maremma Toscana, con l'approvazione all'unanimità nel corso dell'Assemblea dei soci del Consorzio di Tutela andata in scena il 23 febbraio a Grosseto. In questa occasione, sono stati presentati e approvati all'unanimità il bilancio consuntivo 2023 e quello previsionale 2024 e sono stati illustrati i programmi previsti per l'anno in corso. Al vertice nell'ordine del giorno, dunque, anche l'approvazione del Contrassegno di Stato, che entrerà in vigore dal 1° gennaio 2025. "Per una Denominazione comunque in espansione, anche in un anno complicato come quello che si è appena concluso, è or-

mai diventato fondamentale avvalersi delle fascette che consentono migliore tracciabilità e un controllo più efficace della Denominazione", ha spiegato il Presidente Francesco Mazzei soddisfatto dell'approvazione della proposta del CdA da parte dell'Assemblea. "È giunto il momento per la nostra DOC di fare anche questo salto che ci renderà più performanti sui mercati: oltre ad ottenere così una migliore tracciabilità del prodotto sarà anche l'immagine della Denominazione ad uscirne rafforzata, dando al consumatore certezza e migliorando al tempo stesso il posizionamento dei nostri vini, soprattutto all'estero". Approvato anche il nuovo marchio figurativo che verrà presentato nei prossimi mesi e che va a rafforzare il connubio vino-territorio. Territorio straordinario, quello della Maremma Toscana, attorno al quale ruoteranno per il 2024 tutta una serie di iniziative - editoriali e promozionali - a cui il Consorzio sta lavorando per poter ampliare ulteriormente il target di riferimento: non più solo operatori del settore e wine lover ma anche amanti del bello e del buono che non possono che apprezzare questa terra con tutto ciò che può offrire - dall'enogastronomia allo sport fino al turismo slow. Dopo le Anteprime Toscane, che si sono appena concluse e che hanno visto il Consorzio Tutela Vini fare da capofila e da regista de L'Altra Toscana andata in scena a Firenze, due momenti fieristici internazionali più importanti, ProWein a Düsseldorf e Vinitaly, ma ancora prima la quinta edizione di mareMMMa la Natura del Vino - con oltre 500 vini che attendono operatori e pubblico il 4 marzo ad Alberese presso il Granaio Lorenese - assieme ai Consorzi Tutela Vini Morellino di Scansano e Montecucco. E subito dopo, l'8 Aprile, saranno i Vermentini della DOC a sfilare di fronte alla giuria del Vermentino Grand Prix che decreterà la Top 10 del 2024.

<https://winecouture.it/2024/02/25/doc-maremma-toscana-contrassegno-di-stato-da-gennaio-2025/>

I VINI DOC MAREMMA TOSCANA VOLANO IN GERMANIA

Dal 10 al 12 marzo, il Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana è tornato in Germania, in occasione di Pro-Wein, una delle più importanti fiere per il settore dei vini e delle bevande alcoliche. Al bancone consortile 31 etichette di 21 diverse Aziende: dagli autoctoni come Vermentino, Ciliegio, Alicante e ovviamente Sangiovese fino ai blend a base di vitigni internazionali con una bella panoramica dei vini bianchi, rosati e rossi della Denominazione. "La Germania continua a rappresentare uno dei nostri principali mercati e, insieme agli altri Paesi nordeuropei, vale circa il 50% della quota export della Denominazione; il consumatore qui è da sempre sensibile al fascino del Belpaese e - in questo particolare momento - anche a tematiche come la biodiversità e alla ricchezza di offerta - culturale, gastronomica e turistica - di un territorio, la Maremma Toscana risponde appieno a questi criteri", spiega Francesco Mazzei, Presidente del Consorzio, riflettendo però anche sugli scenari degli appuntamenti fieristici che si stanno sempre più evolvendo. "Abbiamo deciso di esserci anche quest'anno, l'obiettivo è incontrare buyer locali e internazionali, vediamo se torneremo soddisfatti. Il mercato evolve in fretta, negli ultimi anni, come sappiamo, si sono sempre più affermate anche altre manifestazioni internazionali di settore, e il Consorzio - come tutti - sta valutando possibili alternative con l'obiettivo di scegliere solo eventi che sappiano dare dei riscontri importanti nel medio periodo, lato visibilità ma soprattutto per la parte commerciale."

(Fonte: Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana)

NUOVO MARCHIO CONSORTILE PER LA DOC MAREMMA TOSCANA

Il Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana si presenta con un nuovo logo per rafforzare la comunicazione dei vini della DOC. Al centro del progetto la volontà di mettere in luce la particolarità e l'unicità di questo ter-

ritorio per questo la scelta grafica è ricaduta sul cavallo maremmano, uno degli elementi maggiormente identificativi della Maremma Toscana, in grado di esprimere la natura forte e incontaminata, caratteristica principale del territorio maremmano. "L'idea di rinnovarci - spiega Francesco Mazzei, Presidente del Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana - nasce dall'esigenza di dare alla nostra DOC un'immagine ancora più immediata che riporti subito alla connessione con il territorio. I cavalli maremmani moderni, forti ma con uno stile più raffinato, sono il risultato dell'incrocio con razze di cavalli arabi, purosangue inglesi, spagnoli e berberi. Così come la viticoltura in Maremma, inizialmente basata sulle varietà più tradizionali, via via ha visto l'introduzione di nuovi vitigni internazionali che hanno consentito un miglioramento qualitativo diffuso della produzione dei nostri vini". Il progetto parte quindi dallo studio del cavallo maremmano e della sua evoluzione. La sua presenza, fin da epoche remote, è testimoniata da affreschi, sculture e decorazioni etrusche, che lo collocano tra i protagonisti di questa realtà. Le particolari condizioni ambientali della Maremma e l'intervento dell'uomo hanno concorso a selezionare un cavallo dalle caratteristiche eccezionali come eccezionali vogliono essere i vini della Denominazione, in tutte le loro sfaccettature. Il colore verde scelto per il logo vuole invece richiamare il concetto di integrità e naturalità del territorio poiché la Maremma è uno dei territori più green della Penisola, con la pressoché assenza di attività industriali e bassissima antropizzazione. Per tanti anni, uomo e cavallo insieme, hanno fatto la storia. Fino ai primi del 900 in cui iniziò un lavoro di selezione e miglioramento delle razze italiane, in particolare della razza maremmana, nota appunto per la sua rusticità, longevità e robustezza. Con l'introduzione poi a Pinerolo della scuola fondata dal capitano livornese Federico Caprilli, l'uomo che rivoluzionò l'arte di cavalcare in tutta l'Europa inventando le moderne discipline sportive su ostacoli, si iniziò a selezionare quel maremmano migliorato, addestrandolo per i neonati concorsi ippici. I famosi Crispa, Derna, Nasel-

lo, vincitori di concorsi internazionali, uscirono proprio dagli allevamenti di Maremma. Il colore verde del logo, inoltre, richiama l'integrità del territorio e il suo carattere "green", tanto che circa il 44% dei vigneti maremmani sono condotti col metodo biologico o sono in conversione, un dato al di sopra della media toscana che si attesta al 38%. Inoltre, in Maremma quasi il 45% del territorio è occupato da superfici boscate in un contesto ambientale variegato dove la biodiversità è un fattore acclarato. I mari della costa sono riconosciuti come i più puliti d'Italia, inoltre in Maremma si trova il cielo notturno più puro e stellato dell'Italia peninsulare, per via delle caratteristiche rurali del territorio che determinano una quasi totale assenza di inquinamento luminoso. Insomma, la Maremma è un esempio vivente di natura conservata. Ad occuparsi della realizzazione del logo è stata l'agenzia Angelini Design.

(Fonte: Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana)

CONSORZIO TUTELA VINI MONTEFALCO: UN 2024 INTENSO PER IL CONSORZIO

Un programma intenso, quello che si preannuncia nel 2024 per il Consorzio Tutela Vini Montefalco. Un anno che sarà caratterizzato da momenti di alta formazione e approfondimento, eventi, attività sul territorio (ma non solo) e sempre maggiore incisività nel lavoro di valorizzazione delle denominazioni tutelate. Si parte dai due momenti principali dedicati ai vini del territorio: il 12 e 13 giugno 2024 si terrà "A Montefalco", presentazione riservata alla stampa nazionale e internazionale di settore ed agli operatori del settore delle nuove annate dei vini prodotti nei territori delle denominazioni di Montefalco e Spoleto. Dal 20 al 22 settembre si terrà invece "Enologica Montefalco", l'evento per tutti: appassionati e famiglie possono già segnare a calendario l'iniziativa dedicata al vino in abbinamento al cibo, all'arte e alla musica organizzato dal Consorzio e La Strada del Sagrantino. Saranno questi i due pilastri di un anno di grande importanza per il Consorzio Tutela Vini Montefalco che

continua nel suo impegno di valorizzazione di tutte le denominazioni tutelate, dal Montefalco Sagrantino alla Spoleto DOC, comprendendo tutte le altre denominazioni. È questo il panorama su cui si incentra il lavoro di promozione e valorizzazione delle denominazioni che contribuiscono a creare quella che è insieme una visione ed una strategia, ovvero "Montefalco Terra per il Vino", il claim che bene interpreta tutto l'impegno messo in campo per fare del territorio del Consorzio Tutela Vini Montefalco un polo di eccellenza vitivinicola a livello nazionale ed internazionale. Non più solo Sagrantino, dunque, ma anche Spoleto DOC Trebbiano Spoletino, una denominazione in cui il Consorzio crede fortemente e per la quale da tempo ha messo in campo numerose azioni di promozione e valorizzazione. Come ogni anno A Montefalco sarà aperta, oltre che ai giornalisti, anche agli operatori del settore, che saranno presenti con un programma a loro riservato. Tra i momenti attesi A Montefalco c'è la sedicesima edizione del Gran Premio del Sagrantino, concorso nazionale per sommelier promosso dall' AIS - Associazione Italiana Sommelier, in cui 18 sommelier provenienti da varie regioni italiane si disputeranno le ambite Borse di Studio in una finale pubblica tra i migliori tre della semifinale. Un'occasione unica per ammirare sommelier professionisti all'opera con degustazioni, abbinamenti, carte dei vini e tutto quanto riguarda la corretta comunicazione del Sagrantino all'interno di un ristorante. L'altro atteso appuntamento è il concorso per la realizzazione dell'Etichetta d'Autore, opera celebrativa dell'annata 2020 del Montefalco Sagrantino DOCG. Il 2024, dunque, sarà molto importante anche sotto il fronte dell'alta formazione, con momenti specifici di approfondimento guidati da firme di punta della stampa nazionale e internazionali, come quelli che si terranno durante "A Montefalco", dedicati a rafforzare la conoscenza delle caratteristiche dei vini e dei vitigni che caratterizzano quest'area.

<https://www.consorziomontefalco.it/un-2024-intenso-per-il-consorzio-tutela-vini-montefalco-dall11-al-13-giugno-torna-a-montefalco-a-settembre>

[grande-attesa-per-enologica-attenzione-puntata-su/](#)

CONSORZIO DI TUTELA DEL VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO:

IL CONSORZIO A DUSSELDORF PROTAGONISTA ALLA PROWEIN. GERMANIA PRIMO PAESE PER L'EXPORT DEL VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO

Il Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano è tornato alla ProWein di Dusseldorf con uno stand collettivo (Halle 16 Stand D57), in rappresentanza di gran parte della denominazione, con oltre 50 etichette in degustazione al banco consortile e numerose aziende presenti in forma diretta. Nella giornata inaugurale, inoltre, il Vino Nobile di Montepulciano è stato protagonista del seminario guidato dal giornalista Christian Eder, tra i più apprezzati esperti di vino in Europa, presso lo stand di Vinum. "A pochi giorni dalle conferme dell'Anteprima del Vino Nobile di Montepulciano, torniamo a confrontarci con il mercato in una delle piazze più importanti a livello internazionale e naturalmente europeo - ha dichiarato il Presidente del Consorzio del Vino Nobile, Andrea Rossi - la Germania nel 2023 è tornata a recuperare quote di mercato, oltre a essere un Paese da cui si muove ancora gran parte di turismo verso la Toscana". Quelli di ProWein sono stati tre giorni di contatti diretti pronti a scoprire le ultime annate in commercio, il Nobile 2021 e la Riserva 2020. Il 2023 è stato un anno di ulteriore crescita in valore per il mercato del Vino Nobile di Montepulciano. Per quanto riguarda l'export lo scorso anno ha rappresentato il 66% (negli anni passati si era arrivati al 78%), mentre il restante 34% viene commercializzato in Italia. Se la torta del mercato estero è divisa a metà tra Europa e paesi extra UE, è la Germania che resta il mercato di riferimento per la prima DOCG italiana con il 38% della quota esportazioni. In crescita continua, anche rispetto al 2022, è poi il mercato degli Stati Uniti arrivando a rappresentare il 27,5% dell'export del Vino Nobile di Montepulciano. Successo anche per i mercati asiatici, balcanici ed extra UE con oltre il 3% delle

esportazioni. Continua la tendenza di crescita del Canada che da solo vale circa 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 44,7% delle vendite, mentre a livello internazionale rappresenta oltre il 70%. Continua la tendenza di crescita degli ultimi anni la vendita diretta in azienda che nel 2023 ha ormai superato il 30%. Per quanto riguarda il mercato nazionale, inoltre, le principali vendite sono registrate in centro Italia (61%) e in particolare in Toscana per il 42%. Al nord viene venduto il 33% e al Sud il 6,30%.

(Fonte: Consorzio di Tutela del Vino Nobile di Montepulciano)

CONSORZIO TUTELA VINI OLTREPÒ PAVESE: FRANCESCA SERALVO ELETTA PRESIDENTE DEL CONSORZIO

Il Consiglio d'Amministrazione del Consorzio Tutela Vini Oltrepò Pavese ha eletto all'unanimità la nuova Presidente che è Francesca Seralvo (Tenuta Mazzolino). Alla vicepresidenza sono stati eletti: Renato Guarini (Losito e Guarini srl per la categoria imbottigliatori), Cristian Calatroni (Calatroni di Calatroni Cristian per la categoria viticoltori) e Massimo Barbieri (Torrevilla Vit. Associati Soc. Coop Agr per la categoria vinificatori). Francesca Seralvo ha commentato: "È per me un grande onore l'elezione a presidente del Consorzio. Desidero ringraziare per la fiducia che mi è stata accordata. Guardiamo con ottimismo ai prossimi tre anni, durante i quali ci impegneremo per promuovere un lavoro costruttivo e sinergico, mantenendo sempre aperto un dialogo quotidiano con tutti gli attori coinvolti. Il nostro obiettivo primario è quello di costruire insieme un percorso di valorizzazione del nostro meraviglioso territorio che porti benefici e opportunità a tutti. Porteremo avanti proposte e iniziative che puntino sempre all'eccellenza. Grazie a tutti, sono orgogliosa di poter supportare - con passione e determinazione - il lavoro del Consorzio". Da nove anni alla guida di Tenuta Mazzolino, 40 anni, Francesca Seralvo è la terza generazione della famiglia

proprietaria dell'azienda di Corvino San Quirico sulle colline del Pinot nero nel Casteggiano, cuore dell'Oltrepò Pavese. Il nonno di Francesca, Enrico Braggiotti, fondò l'azienda negli anni Ottanta, dopo aver acquistato un appezzamento di terreno nel paese. Nel 2015 Francesca Seralvo ha raccolto il testimone della madre Sandra, rinunciando alla carriera da avvocato e assumendo la responsabilità dell'impresa di famiglia, nella quale era cresciuta fin da bambina.

<https://www.conorzioviniooltrepo.it/5306/francesca-seralvo-eletta-presidente-del-consorzio-tutela-vini-oltrepo-pavese/>

CONSORZIO TUTELA VINI

SOAVE: CRISTIAN RIDOLFI
 È IL NUOVO PRESIDENTE DEL
 CONSORZIO - È CRISTIAN RIDOLFI,
 DIRETTORE DI CANTINA SANTI

Gruppo Italiano Vini, il nuovo Presidente del Consorzio di Tutela Vini del Soave. Ridolfi, eletto all'unanimità dal consiglio di amministrazione riunitosi a Soave giovedì 28 marzo, succede a Sandro Gini, storico interprete del Soave, che ha presieduto l'organo consortile per due mandati consecutivi a partire dal 2018. Cristian Ridolfi, classe 1971, veronese di nascita, diplomatosi in viticoltura ed enologia all'Istituto Agrario di Conegliano, matura capacità ed esperienza in molti anni di appassionata attività in alcune tra le più prestigiose cantine scaligere. In particolare negli anni ha potuto approfondire le peculiarità dei terroir che caratterizzano l'intero areale veronese, tra i più vocati in Italia per la produzione vitivinicola d'eccellenza, ha sviluppato una grande competenza in tema di denominazioni, ha maturato una profonda conoscenza della storia dei singoli terroir, dei versanti che li contraddistinguono e dei vitigni che da sempre lì sono coltivati. "Quella del Soave è una denominazione che da sempre porto nel cuore - evidenzia Cristian Ridolfi, neo eletto Presidente - e sono onorato di poter rappresentare questo eccellente vino bianco, simbolo dell'Italia nel mondo. La denominazione del Soave ha moltissime cose da raccontare a cominciare dalla bellezza del suo paesaggio per

proseguire con la qualità indiscussa delle sue produzioni. Gli uomini e le donne che ogni giorno coltivano con passione queste terre sono i primi testimoni e artefici di questa meraviglia tutta italiana che da oggi avrà l'onore di rappresentare". Il Consorzio Tutela Vini del Soave nasce nel 1970 e rappresenta al suo interno aziende vinicole, viticoltori, imbottiglieri e cooperative. La denominazione - riconosciuta con Regio decreto nel 1931, tra le più antiche d'Italia - è costituita da circa 7000 ettari vitati e insiste su 13 comuni situati nell'Est Veronese. Attualmente sono una novantina le aziende associate al Consorzio che, con una rappresentatività che sfiora il 90%, si occupa di tutela, promozione, valorizzazione della denominazione e di vigilanza.

(Fonte: Consorzio Tutela Vini Soave)

CONSORZIO DI TUTELA VINI DEL TRENTINO:

NOMINA VICEPRESIDENTE E
 INCONTRO CON ISTITUTO TUTELA
 GRAPPA DEL TRENTINO

Il Consorzio Vini del Trentino consolida i legami con l'Istituto Tutela Grappa del Trentino attraverso un incontro di importanza strategica tra il Presidente Albino Zenatti e il suo omologo Alessandro Marzadro. La collaborazione tra il Consorzio Vini del Trentino e l'Istituto Tutela Grappa del Trentino non è una novità, ma l'incontro tra i due Presidenti ha messo in luce la volontà di intensificare gli sforzi congiunti per la valorizzazione delle produzioni locali. Entrambe le parti hanno sottolineato l'importanza di unire le forze per far conoscere e apprezzare il patrimonio, la ricchezza e la qualità dei prodotti trentini, simboli di eccellenza e di un legame profondo con il territorio. Il consolidamento di questa partnership evidenzia la determinazione del Consorzio Vini del Trentino nel promuovere e valorizzare le sinergie territoriali e rafforzare le relazioni tra il mondo vitivinicolo e quello dei distillati trentini. Questo impegno comune mira a garantire una maggiore visibilità a livello nazionale e internazionale, contribuendo così al continuo sviluppo e alla crescita sostenibile di due comparti di eccellenza.

za. In parallelo a questo importante incontro, il Consiglio di Amministrazione del Consorzio Vini del Trentino, riunito per la sua prima seduta guidata dal Presidente Zenatti, ha preso una decisione significativa, nel solco della continuità. È stato confermato all'unanimità Goffredo Pasolli come Vicepresidente dell'ente. Pasolli, già Presidente di Assoenologi del Trentino e referente di Vinicola Valdadige, rappresenta una figura di spicco nel panorama enologico regionale e la sua conferma ribadisce l'impegno del Consorzio nel coinvolgere ai vertici professionisti di valore. Il Consorzio Vini del Trentino guarda al futuro con fiducia, consapevole che la collaborazione con partner come l'Istituto Tutela Grappa del Trentino costituisce un elemento strategico per il successo e la prosperità futura.

(Fonte: Consorzio di Tutela Vini del Trentino)

CONSORZIO TUTELA VINI DOC DELLE VENEZIE:

IL CONSORZIO DOC DELLE
 VENEZIE APPLAUDE ALLA
 RIFORMA DEL SISTEMA EUROPEO
 DELLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE

Dopo l'approvazione in plenaria della riforma delle Indicazioni Geografiche - con 520 voti favorevoli -, il Consorzio di Tutela DOC Delle Venezia accoglie con favore e soddisfazione il nuovo sistema delineato dal regolamento europeo che disciplina, in un'unica base normativa, il settore vitivinicolo, delle bevande spiritose e dei prodotti agricoli. Un nuovo quadro legislativo che, pur mantenendo le specificità del settore vitivinicolo, rafforza le misure di protezione delle Indicazioni Geografiche, anche online, semplifica il processo di registrazione e consolida il ruolo centrale dei Consorzi di Tutela fornendo strumenti più efficaci e utili per rispondere alle variabili dettate dal mercato e dal cambiamento climatico. "Si tratta di un passo avanti rispetto alla capacità di valorizzazione e di tutela delle IG - ha dichiarato Albino Armani, Presidente del Consorzio DOC Delle Venezia - ottenuto grazie all'impegno dell'On. Paolo De Castro che, in qualità di relatore, ha guidato, con il supporto e la collaborazione

del Ministro Francesco Lollobrigida, il percorso ed i negoziati fino all'approvazione in sede di Parlamento europeo del regolamento. Una sfida importante per i Consorzi – ha concluso Armani – che dovranno cogliere le opportunità fornite dal nuovo sistema regolamentare". "La posizione del Consorzio DOC Delle Venezie non può che essere favorevole di fronte a un sistema che rafforza la tutela delle specificità e delle nostre eccellenze agroalimentari" – commenta Stefano Sequino, Direttore del Consorzio DOC Delle Venezie e aggiunge "la riforma risponde positivamente alla necessità di sviluppare spazi di lavoro fondamentali per il futuro del settore vitivinicolo, come la sostenibilità, l'enoturismo, la capacità di vigilanza e di tutela, estesa anche ai domini online che utilizzano impropriamente i nomi protetti DOP e IGP. Rimane di fondamentale importanza – conclude Sequino – il ruolo dei Consorzi nella gestione dell'offerta e delle produzioni". Sarà importante proseguire con il lavoro di attuazione della riforma europea, per cogliere le opportunità fornite dal regolamento e consolidare il ruolo centrale dei Consorzi nel sistema delle Indicazioni Geografiche.

<https://4jogt.r.ag.d.sendibm3.com/mk/mr/sh/1t6AVsd2XFniGKAEAV2UgxfqiXCQoQ/dhLGB9VJHV4Y>

IL CONSORZIO DOC DELLE VENEZIE IN SCENA A PROWEIN 2024

Il Consorzio DOC Delle Venezie – la seconda più grande denominazione italiana che riunisce gli operatori della filiera produttiva di Pinot grigio di Veneto, Friuli Venezia Giulia e Provincia Autonoma di Trento – si è presentato alle migliaia di visitatori della ProWein 2024 in uno spazio espositivo completamente dedicato dove è stato possibile approfondire la conoscenza del territorio viticolo, stile, peculiarità e modalità di certificazione del Pinot grigio Delle Venezie, assaggiare diverse referenze e ricevere indicazioni sulla posizione delle aziende socie presenti alla manifestazione. Per il suo grande richiamo internazionale e lo sguardo rivolto verso tutti i mercati mondiali, ProWein rappresenta per la

DOC delle Venezie un appuntamento immancabile ed estremamente significativo in termini di comunicazione, promozione e creazione di nuovi network. La denominazione interregionale oggi svela una quasi totale vocazione all'export, che si attesta intorno al 95% del consumo, con la Germania che si colloca sul podio dei principali paesi di destinazione, con circa il 10% delle esportazioni totali, preceduta solo da USA e Regno Unito. "La DOC Delle Venezie oggi è il bianco fermo più esportato a livello nazionale e continua ad essere apprezzata e richiesta a livello globale", commenta Stefano Sequino, Direttore del Consorzio di Tutela e continua "Il Consorzio non perde certamente di vista le operazioni di visibilità all'estero più importanti e strategiche per la nostra DOC. Abbiamo al contempo avviato un percorso di promozione volto a fidelizzare il mercato domestico con l'obiettivo di valorizzare le potenzialità espressive e lo stile iconico del Pinot Grigio DOC Delle Venezie e replicare lo straordinario successo conseguito all'estero". Al Salone di Düsseldorf la Denominazione d'Origine Delle Venezie è stata inoltre protagonista di un seminario inserito nel programma di degustazioni di ITA Italian Trade Agency a cura del giornalista e sommelier Sebastian Bordthäuser.

<https://4jogt.r.ag.d.sendibm3.com/mk/mr/sh/1t6AVsd2XFniGBr1z4zHwzY6sP7rLm/h2BLb8bB1FUF>

IL 4 APRILE CONFERENZA STAMPA DI PRESENTAZIONE DELLA RICERCA DI MERCATO SUL PINOT GRIGIO DELLE VENEZIE DOC

Il 4 aprile viene presentata una ricerca di mercato, in collaborazione con l'Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare (ISMEA), che mette in luce gli indicatori, il posizionamento ed il livello di internazionalizzazione del primo vino DOC bianco fermo per volumi di esportazione nonché il più grande modello di integrazione interregionale che include in un'unica denominazione le Regioni Veneto e Friuli Venezia Giulia e la Provincia

autonoma di Trento. Segue una tavola rotonda su criticità, opportunità e prospettive del commercio estero.

<https://4jogt.r.a.d.sendibm1.com/mk/mr/sh/1t6AVsd2XFniGBr1z4zHwzY6sP7rLm/uoX-fbSskrPC>



AGENDA APPUNTAMENTI

8-9-11 APRILE 2024

ONLINE

SI RINNOVA L'APPUNTAMENTO
CON IL CORSO DI FORMAZIONE
EQUALITAS PER SUSTAINABILITY
MANAGER & LEAD AUDITOR

8, 9 e 11 aprile sono le tre date in cui si terrà il corso di formazione per Sustainability Manager E Lead Auditor ai sensi dello standard SOPD Equalitas rev. 4. Il corso ha l'obiettivo di formare i partecipanti rispetto alla sostenibilità nel settore vitivinicolo secondo la nuovissima versione del suddetto standard, permettendo l'ottenimento della qualifica di Sustainability Manager per coloro che partecipano ai primi due giorni e mezzo di corso e la qualifica aggiuntiva di Auditor di terza parte ai sensi di SOPD Equalitas per coloro che partecipano anche all'ultima mezza giornata di corso.

<https://www.equalitas.it/2024/02/29/sustainability-manager-lead-auditor-9/>

17 MAGGIO 2024

AUSTIN (TEXAS - USA)

CONVEGNO INTERNAZIONALE OIV
SULLE MALATTIE
EPIDEMICHE DELLA VITE

L'Organizzazione internazionale della vigna e del vino (OIV), in collaborazione con il dipartimento di Agricoltura del Texas (TDA), celebrerà il primo "Convegno internazionale sulle malattie epidemiche della vite: malattia di Pierce e flavescenza dorata" il 17 maggio 2024 ad Austin (Texas, USA). Questo evento vedrà la partecipazione di affermati studiosi e specialisti internazionali del settore vitivinicolo.

<https://www.oiv.int/it/press/save-date-Convegno-internazionale-texas>

DAL 4 AL 7 GIUGNO 2024

CORSO ONLINE OIV
SU BLOCKCHAIN APPLICATA
AL SETTORE VINO

Dal 4 al 7 giugno 2024 (13:30 - 17:30 CEST) si svolgerà il corso online dell'OIV sulla blockchain applicata al settore della vigna e del vino. Il corso di quattro giorni offre un'esplorazione approfondita dell'argomento ed è progettato per partecipanti con background professionali diversi, desiderosi di approfondire le proprie conoscenze sulle applicazioni di questa tecnologia all'avanguardia nel settore. Il programma coprirà un'ampia gamma di temi e casi di studio, tra cui la tracciabilità nelle filiere del vino, i contratti intelligenti, gli NFT e l'economia dei token, il metaverso e altro ancora, nonché le sfide politiche e normative. Gli approfondimenti a cura di stimati relatori ospiti, si propone di fornire ai partecipanti una profonda comprensione di come la blockchain può migliorare la trasparenza, la tracciabilità e l'efficienza operativa nel settore vitivinicolo. Il corso è rivolto ad un massimo di 50 partecipanti e prevede una quota di iscrizione. La scadenza per la presentazione delle domande è il 15 aprile 2024.

<https://www.oiv.int/press/exploring-blockchain-applied-vine-and-wine-sector-join-our-online-course>

