

TUTTO WINE
FIERA MILANO
22-26 OTTOBRE 2021



IL CORRIERE VINICOLO RIMANE
ON LINE GRATUITO PER TUTTI
WWW.CORRIEREVINICOLO.COM

Per informazioni:
02 7222825/26/28
tuttowine@uiv.it

Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

ASSOCIAZIONE PER LA TUTELA GENERALE DELLE ATTIVITÀ DEL CICLO ECONOMICO DEL SETTORE VITIVINICOLO

UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26
Abbonamento Italia: 120,00 euro (Iva assolta);
Abbonamento estero: 150,00 euro - arretrati 6,00 euro - Area internet: www.corrierevinicolo.com

Registrazione Tribunale di Milano n. 1132 del 10/02/1949 Tariffa R.O.C.: Poste italiane spa, spedizione
in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano
Stampa: Sigraf, Treviglio (Bergamo) - Associato all'Uspi, Unione Stampa Periodica Italiana.

PREZZI E SHORTAGE

INCHIESTA ESCLUSIVA A TUTTO CAMPO. L'IMPATTO SULLE FILIERE DEL VINO

L'AUTUNNO NERO DI MATERIE PRIME E TRASPORTI

Il mondo
delle forniture
fa da cuscinetto.
Ma per quanto ancora?

Le testimonianze del presidente Anformape, Marzio Dal Cin (DAL CIN GILDO SPA), di Albano Vason (GRUPPO VASON), Stefano Stefanello (GRUPPO BERTOLASO), Giuliano Boscaro (MBF SPA), Marco Tandetti (NORTAN), Michele Moglia (ENOPLASTIC), Filippo Peroni (VINVENTIONS), Piero Garbellotto (GARBELLOTTO) e Bruno Lischetti (CONSORTIUM) **A pagina 12**

DA PAGINA 4

L'accelerazione dovuta alle riaperture è stata così forte che ha generato una tempesta su gran parte delle materie prime utilizzate dalle filiere del vino e delle forniture viti-enologiche - dal vetro al legno passando per la carta e i metalli - influenzando severamente sul sistema dei trasporti via mare, con ricadute pesantissime sul settore vitivinicolo. Il punto della situazione attraverso l'analisi geopolitica dell'Ispi e le testimonianze dei responsabili delle associazioni di categoria degli importatori e trasformatori delle singole materie prime e di alcuni tra i principali fornitori delle aziende vitivinicole

INTERVISTA A FELICE ASSENZA

Oltre la sanzione: un nuovo Icqrf tra controlli e dialogo con le imprese

A circa un anno dal suo insediamento, il nuovo capo dipartimento dell'Icqrf fa il punto sul lavoro e gli sviluppi dell'Ispettorato mettendo in primo piano il confronto con le imprese. Al centro dell'intervista, il forte impegno nel settore vino (27 mila controlli nel 2020), l'attenzione al periodo vendemmiale e le novità normative che attendono ruolo e funzioni dell'Icqrf. Ad iniziare dalla riforma del decreto sui controlli (con la discussa proposta sulle ispezioni a sorpresa in vendemmia), le nuove tappe (ad ostacoli) della dematerializzazione, la semplificazione del decreto 2018 sulle verifiche, per finire con il nuovo ruolo dell'Icqrf in materia di pratiche sleali **A PAGINA 2**



a pag. **18**

BOLLICINE DI GERMANIA: SEKT, MA NON SOLO
Geografia economica della spumantistica tedesca

Gocce di cultura

LA TERZA PAGINA DEL VINO

B.E.V.I. la serie TV dedicata al vino
IL VINO SI SCOPRE TRA ARCHITETTURA, ARTE E DESIGN

a pag. **22**

SYNCRONCAP™ SERIES

Noi siamo già nel futuro... E tu?

Passione, tecnologia, innovazione...

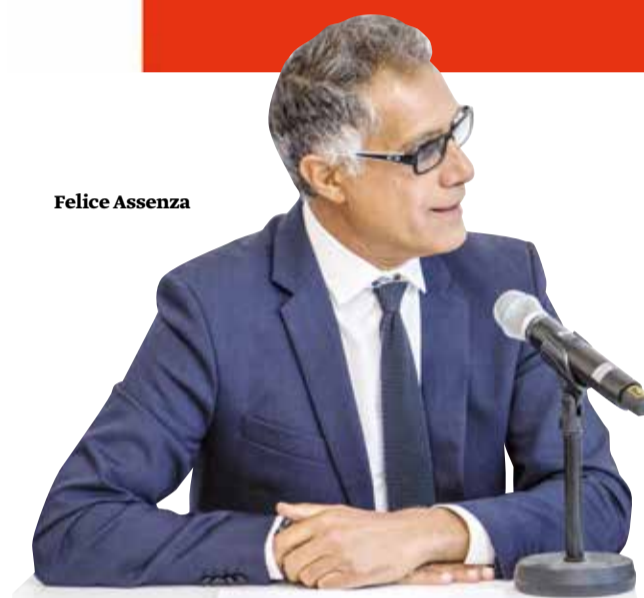
www.nortan.it



OLTRE LA SANZIONE

Un nuovo Icqrf tra controlli e dialogo con le imprese

INTERVISTA AL NUOVO CAPO DIPARTIMENTO DELL'ISPettorATO ANTIFRODE DEL MIPAAF SULLE STRATEGIE FUTURE DELL'ISTITUTO



Felice Assenza

A circa un anno dal suo insediamento, Felice Assenza fa il punto sul lavoro e gli sviluppi dell'Ispektorato mettendo in primo piano il confronto con le imprese. Il forte impegno nel settore vino (27 mila controlli nel 2020), l'attenzione al periodo vendemmiale e le novità normative che attendono ruolo e funzioni dell'Icqrf al centro dell'intervista. Ad iniziare dalla riforma del decreto sui controlli (con la discussa proposta sulle ispezioni a sorpresa in vendemmia), le nuove tappe (ad ostacoli) della dematerializzazione, la semplificazione del decreto 2018 sulle verifiche per finire con il nuovo ruolo dell'Icqrf in materia di pratiche sleali

di GIULIO SOMMA

Al giro di boa del primo anno nel suo nuovo incarico, incontriamo **Felice Assenza**, che il mondo del vino italiano ancora è ricordato quale direttore generale delle Politiche generali e dell'Unione europea del MipAAF e che, oggi, intervistiamo nella sua funzione di capo dipartimento Icqrf. Passato dai corridoi e dalle diplomazie europee alla direzione del sistema dei controlli e repressione frodi alimentari, Assenza cambia radicalmente lavoro passando da un ruolo più propriamente politico a una funzione di carattere più "operativa".

È soddisfatto di questo suo nuovo incarico, certamente ben diverso dal precedente?

Piuttosto che un radicale cambiamento, vedo questo nuovo incarico come una virata di prua per mantenere la rotta, se mi consente la metafora velistica. Ho assunto questo importantissimo compito con spirito di grande responsabilità e la necessaria attenzione e lo ritengo il completamento di un percorso che avevo già iniziato in passato: dall'esperienza decennale come direttore generale MipAAF nella difesa e valorizzazione del settore agroalimentare nazionale in tutte le sedi, in particolare in campo europeo e internazionale. Rispetto ai miei ruoli passati, questo nuovo all'Icqrf mi consentirà di dare un contributo ulteriore nella valorizzazione e difesa delle produzioni agricole e agroalimentari italiane con la consapevolezza che la funzione ispettiva e di controllo si inserisce in questo contesto, è a quel fine che dobbiamo lavorare.

Il mondo del vino italiano condivide in pieno l'importanza dei controlli nel sostenere la qualità e l'immagine del nostro prodotto, come lei ha dichiarato di recente in occasione della conferenza stampa sulle previsioni vendemmiali. Ma quando si parla di controlli potremmo dire che "non basta la parola". Innanzitutto tengo a dire che al mio arrivo nell'Icqrf ho trovato una macchina perfetta e ben oliata e per questo voglio ringraziare il mio predecessore, Stefano Vaccari. Ringrazio anche tutto il personale dell'Icqrf, che quotidianamente svolge un lavoro importante e sensibile a favore del mondo produttivo e dei consumatori. Si tratta, voglio sottolinearlo, di personale altamente professionale, qualificato e che dimostra uno spirito di attenzione e dedizione al lavoro che svolge, che costituisce una preziosa risorsa per l'intero settore agroalimentare nazionale. Poi, è bene ricordare che l'Icqrf non si occupa solo di controlli. Sarebbe un errore pensare questo. Le sue competenze vanno dalla vigilanza sugli organismi di controllo al rilascio delle autorizzazioni e al coordinamento degli uffici periferici, che sono 10 ma diventano 30 con gli uffici di zona. I sei moderni laboratori di analisi sono oggi un punto di riferimento per tutte le problematiche analitiche dell'agroalimentare e lo sono anche per altre strutture deputate ai controlli come Carabinieri, Guardia di finanza, Polizia di Stato, Capitanerie di porto. Con quasi 800 addetti, l'organico è lievemente sottodimensionato, ma ci auguriamo di porre rimedio con la prossima legge di Stabilità. Quindi, a monte delle attività dell'Icqrf c'è un grande lavoro di coordinamento, con l'obiettivo di eseguire controlli, migliorare l'efficienza ed effettuare verifiche più mirate e puntuali.

Ci sono due atteggiamenti opposti nel gestire le relazioni con le imprese su questo delicato e cruciale tema: dialogante e preventivo o sanzionante e punitivo. A quale filosofia lei si sente di aderire e cosa state facendo in concreto per portarla avanti e renderla operativa a livello generale dell'Icqrf, cioè non solo come direzione centrale ma in tutte le sue articolazioni periferiche?

Reputo entrambi i punti di vista condivisibili e complementari. Ritengo molto importante avere un dialogo costruttivo con operatori e mondo delle imprese. In primis nel settore del vino. Vogliamo puntare su una maggiore informazione e trasparenza verso gli operatori, un po' come, ad esempio, è avvenuto col recente "vademecum per la campagna vendemmiale 2021". Poi, ovviamente, viene la parte sanzionatoria. In questo contesto, faccio notare che proprio durante il periodo pandemico sono emerse situazioni poco piacevoli e, per certi versi, preoccupanti, nell'ambito di diverse operazioni eseguite sui territori, dal Lazio alla Sicilia alla Campania. In questi casi, occorre agire con fermezza e determinazione, operare con tolleranza zero e aumentare i controlli per la difesa del settore e la sicurezza dei consumatori. Quindi, rispetto a comportamenti fraudolenti e criminali, l'atteggiamento dovrà essere fermo e punitivo in un contesto di dialogo costante e continuo con le imprese, comunque.

In tema di vendemmia, quali sono le azioni dell'Icqrf per assicurare il corretto svolgimento in sicurezza delle fasi di raccolta e quale ruolo hanno, in questo ambito, gli strumenti informatici a vostra disposizione, a iniziare dal registro telematico?

Abbiamo rafforzato i controlli, intensificandoli con controlli alla movimentazione ed alle importazioni dei prodotti vinosi, anche nelle ferrovie e nei porti lavorando unitamente alla Gdf, ai Carabinieri per la tutela agroalimentare e alle Capitanerie di porto. L'attenzione al settore rimane sempre elevata; ricordo che il 37% dei nostri controlli annui è dedicato al vino, che sono arrivati nel 2020 a circa 27mila. Il trend è analogo nel 2021 e ciò dimostra la grande attenzione al settore. Ma ribadisco: il controllo non va letto come qualcosa di punitivo ma come uno strumento che contribuisce a rafforzare e garantire un sistema di qualità e la credibilità delle produzioni italiane. Sono garanzia per operatori e consumatori. Mentre ai produttori dico: dovete avere pazienza. È vero che i controlli sono troppi e su questo si può migliorare, cercando di semplificare rendendoli mirati e più efficaci. Ma va anche detto che il numero degli operatori controllati è sceso, proprio grazie ai miglioramenti seguiti all'applicazione e utilizzo del registro telematico, usato attualmente su vino e olio, e che presto estenderemo anche al settore cerealicolo.

Parliamo adesso della riforma del decreto sui controlli. Alla luce dell'audit e del conseguente giudizio positivo espresso

dalla Commissione europea sul nostro sistema, a quali miglioramenti sta lavorando l'Ispektorato, soprattutto sulla delicata questione di come bilanciare la duplice esigenza di una maggiore attenzione ispettiva e l'altrettanto preziosa necessità di assicurare agli operatori un corretto e ordinato svolgersi delle operazioni produttive, soprattutto in certe fasi dell'anno come il periodo vendemmiale?

L'Icqrf ha avviato il confronto e il dialogo con gli operatori, condividendo i contenuti anche con gli Organismi di certificazione, per migliorare e semplificare gli allegati al Decreto ministeriale del 2 agosto 2018. Sappiamo di poter intervenire con un semplice decreto del capo dipartimento e per la campagna 2022 dobbiamo riuscirci assolutamente. L'audit in Commissione Ue sul sistema dei controlli in Italia è andato benissimo, anche se l'Europa ha espresso alcune raccomandazioni per migliorare il meccanismo. Tra queste, il fatto che molte verifiche si svolgono al di fuori del momento considerato più critico, la vendemmia, in cui gli operatori, però, sono più impegnati. Gli obiettivi che ci siamo posti nel riformare gli allegati del decreto vanno tutti nella direzione di trovare il giusto bilanciamento tra semplificazione e rigore. Ovvero semplificare mantenendo alti livelli di efficacia dei controlli, come la Commissione Ue ha attestato. Per questo, abbiamo proposto di effettuare alcuni controlli mirati nel periodo di raccolta. Ma di questo ne ripareremo con le rappresentanze della filiera.

Quali sono le proposte del Ministero rispetto alla riforma del decreto sui controlli e sono prevedibili nuove misure per rendere più stringenti certe operazioni come, ad esempio, lo svolgimento dei controlli senza preavviso, una misura che, soprattutto durante la fase vendemmiale, risulterebbe particolarmente ostica ai produttori?

So bene che il tema del preavviso è particolarmente sensibile per le aziende, in particolare durante le frenetiche attività del periodo vendemmiale. È una questione della quale avremo modo di confrontarci. E comunque voglio sottolineare che la modifica degli allegati tecnici del decreto va letta nel senso appena indicato. Gli obiettivi che ci siamo proposti vogliono migliorare la qualità dei controlli, fornire indicazioni uniformi agli OdC e semplificare, ma senza banalizzare i controlli. Il decreto, infatti, contiene anche altri aspetti molto positivi e diversi miglioramenti. Tra questi, una sistema di stima della resa di Dop e Igp che è molto più preciso rispetto a prima. I controlli che vengono svolti per l'accertamento e verifica della resa risultano essere molto dispendiosi ma con un minimo impatto sull'efficacia di quel controllo e poche garanzie per gli operatori. Il sistema che proponiamo è tale per cui attraverso indicazioni univoche e l'individuazione di un intervallo di resa e la previsione di verifiche aggiuntive, che possono essere fatte in una seconda fase, il quadro delle stime di produzione risulta più preciso e più garantista per l'operatore. Puntando a evitare situazioni favorevoli a creare della "carta" in occasioni di rese molto basse.





E in tema di dematerializzazione proseguirà e come il cammino della digitalizzazione degli adempimenti? In particolare, è prevista l'integrazione col Registro telematico dei diversi strumenti quali la dichiarazione di produzione e di vendemmia o lo schedario vitivinicolo?

È una domanda che coinvolge sia le nostre competenze sia quelle di altre Direzioni del Ministero. Vorrei evidenziare che come Icqrif intendiamo garantire la massima disponibilità in questo senso. È importante pervenire ad un risultato che vada nella direzione di una maggiore semplificazione degli obblighi e degli oneri per le nostre aziende. Quindi, se questo è l'obiettivo, per raggiungerlo dobbiamo sfruttare le risorse esistenti, migliorando la parte informatica del Sian che va assolutamente rivista.

C'è necessità di un rinnovamento serio, ma attenzione: non bisogna fare passi indietro. Vale a dire che se dobbiamo mettere mano al Registro telematico dobbiamo evitare di dare ulteriori incombenze ai produttori, da un lato, e senza andare a detrimento dei dati che già possediamo, dall'altro lato. Su questo l'Icqrif è pronto a fare la sua parte.

Entrando nel concreto rispetto al tema controlli i produttori, oggi continuano a soffrire i costi onerosi di un sistema che potrebbe trovare economie importanti, come ad esempio il coordinamento degli OdC. A distanza di 5 anni dall'approvazione del Testo Unico, le imprese si trovano ancora con la mancanza di un coordinamento nazionale degli OdC tale per cui chi deve imbottigliare vini di denominazioni afferenti a più regioni non può appoggiarsi all'ente di certificazione del territorio, ma deve continuare a viaggiare attraverso il Paese per entrare in contatto - e sottoporsi al controllo (a spese dell'impresa) - con gli OdC di ogni regione, dove insistono le Do prodotte. Gli OdC, intervistati dal nostro giornale sull'argomento, si dicono d'accordo nel fare questo passaggio e attribuiscono al Mipaaf la responsabilità della mancata attuazione stabilita dal Testo unico. Cosa risponde? E cosa intende fare per venire incontro a questa richiesta?

Recentemente ho incontrato una delegazione dei principali orga-

nismi di certificazione e sappiamo che c'è un problema ma che non è di facile soluzione. Tuttavia, ci sono alcuni aspetti che possiamo considerare per risolverlo in buona parte. Una soluzione è il maggiore coordinamento sia da parte dell'autorità centrale sia da parte delle associazioni di rappresentanza degli OdC. Quindi, la soluzione dipende sia dal Mipaaf sia dalla capacità degli organismi di garantire un coordinamento tra loro. Approfitto, quindi, per invitare sia i produttori sia gli organismi di certificazione ad avanzare delle proposte concrete. Noi valuteremo se sia il caso di emendare la parte giuridica e, inoltre, verificheremo la compatibilità con la legislazione comunitaria. Le proposte costituiranno, di fatto, una base di partenza per migliorare il quadro attuale. Le attendiamo.

Rimanendo in tema di coordinamento, ma stavolta degli Istituti antifrode, cosa si sta facendo per rafforzare il dialogo con gli organismi europei che si occupano di repressione frodi e per sviluppare la rete europea dei controlli?

Il coordinamento europeo è ormai istituzionalizzato. Lo strumento della protezione ex officio, ad esempio, che deriva dal Pacchetto qualità contenuto nel Regolamento Ue 1151 del 2012, rappresenta un sistema che sta procedendo molto bene, in relazione agli interventi a protezione di tutti i prodotti Ue a Dop e Igp. Come autorità italiana ex officio, abbiamo risolto oltre il 90% dei casi e lo stesso si può dire per quanto riguarda l'attività Icqrif come organismo di contatto sul settore vitivinicolo. All'interno del nostro Dipartimento, abbiamo un'unità specifica che opera bene e che sta dando ottimi risultati.

Parliamo, infine, di pratiche commerciali sleali dove il Decreto Legislativo attuativo delle direttive europee attribuisce all'Icqrif un ruolo

importante di controllo. Quale sarà la funzione e come interverrà concretamente l'Icqrif nel contrastare e prevenire i fenomeni di concorrenza sleale tra i diversi attori della filiera vitivinicola?

È oggi la sfida più importante dell'Ispettorato. L'attuazione della Direttiva 633 Ue è in fase di finalizzazione a livello nazionale; il relativo decreto legislativo è stato approvato dal Governo e si trova in discussione presso le commissioni camerale del Parlamento.

Il 1° novembre la Direttiva impone l'attuazione a livello nazionale delle nuove regole in materia di pratiche sleali. L'Icqrif diventa Autorità di contrasto con compiti importantissimi che vanno dalla gestione delle denunce presentate all'attivazione di verifiche di iniziativa, per finire all'irrogazione delle relative sanzioni.

Non è un compito del tutto nuovo per noi. In questi anni, infatti, abbiamo svolto indagini importanti ai sensi della vigente normativa nazionale (articolo 62 DL 1/2012) in particolare nel settore lattiero caseario, dove è stata verificata la regolarità della contrattualistica, la tempistica dei pagamenti e il livello dei prezzi fissati. Di ciò abbiamo informato puntualmente l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che ha accolto i nostri rilievi e applicato le dovute sanzioni. Sul fronte dei contenuti e previsioni della Direttiva, ci siamo già attrezzati: dallo scorso giugno, in particolare, abbiamo attivato un corso di formazione sulla Direttiva in materia di pratiche sleali, che sarà ultimato per metà ottobre.

Inoltre, siamo in contatto coi colleghi europei, nella fattispecie con l'Aic, l'Agenzia di contrasto delle pratiche sleali in Spagna, ma anche con altri organismi. Si tratta, per noi, di un'attività del tutto nuova. La stiamo organizzando con la massima attenzione, perché su questo argomento c'è molta sensibilità. Come Icqrif, sentiamo forte il senso di responsabilità e siamo consapevoli che dovremo svolgere al meglio questo nuovo ruolo.



Chiusure Bacchus e Titan.
Quando protezione e bellezza
si uniscono per esaltare il tuo vino.

Sistemi di chiusura Astro:
la qualità del tuo vino a prova del tempo.

ASTRO
CLOSING TECHNOLOGIES

astrogroup.it

Astro Bacchus significa una gamma completa di chiusure e liner per il settore enologico, divenuti lo standard di riferimento assoluto in termini di protezione e mantenimento delle qualità organolettiche dei vini, sia fermi che frizzanti. Per le bollicine, gli speciali liner Saturn offrono un incastro ottimale nella capsula e una tenuta perfetta senza cessione di odori o sapori al prodotto. E, in caso di piccoli formati di spumanti e champagne, Astro Titan è la sovracapsula in plastica che simula perfettamente il classico effetto fungo del tappo in sughero. Risultato: massima valorizzazione dell'immagine di marca e del prodotto.





Prezzi e shortage: l'autunno nero di materie prime e trasporti

L'onda lunga della drammatica congiuntura mondiale di materie prime e trasporti sta travolgendo anche il nostro settore. L'effetto combinato del blocco produttivo dovuto alla pandemia e di una ripartenza a doppia cifra, ha mandato in corto circuito un sistema globalizzato con crescenti fattori di rischio già noti prima dell'emergenza sanitaria. L'accelerazione dovuta alle riaperture è stata così forte che ha generato una tempesta su gran parte delle materie prime utilizzate dalle filiere del vino e delle forniture viti-enologiche - dal vetro al legno passando per la carta e i metalli - influenzando severamente sul sistema dei trasporti via mare, con ricadute pesantissime sul settore vitivinicolo. Il punto della situazione attraverso l'analisi geopolitica dell'Ispi e le testimonianze dei responsabili delle associazioni di categoria degli importatori e trasformatori delle singole materie prime e di alcuni tra i principali fornitori delle aziende vitivinicole. Pure con numeri che possono variare a seconda dei punti di vista, il quadro complessivo che emerge è chiaro e introduce bene le interviste che faremo, in una prossima puntata conclusiva dell'inchiesta, all'ultimo anello della catena: le cantine



L'IMPATTO
SULLE FILIERE DEL VINO

INCHIESTA ESCLUSIVA
A TUTTO CAMPO

di GIULIO SOMMA e FABIO CIARLA

I nodi di una crisi geopolitica che viene da lontano ed è precipitata con la pandemia, arrivano al pettine in questi mesi con un aumento generalizzato di tutte le materie prime utilizzate dalla filiera viti-enologica, che sta erodendo le marginalità sia delle aziende fornitrici di macchinari e prodotti per vigneto e cantina sia delle imprese vitivinicole. In questa ampia e articolata inchiesta - che svilupperemo in questo e in un prossimo numero del giornale - siamo andati ad esplorare quanto l'aumento dei costi di alcune tra le più importanti materie prime utilizzate tra vigna e cantina (principalmente legno, vetro, metalli, plastica e carta) - aggravato in questi ultimi giorni dalla vorticosa crescita dei costi energetici e dalla persistente crisi dei container - stia impattando sui bilanci delle imprese del settore. Cercheremo di capire quanto questi rincari potranno trovare compensazione, seppur parziale, in un aumento dei prezzi del prodotto finito sul mercato (considerato anche il lievitare dei valori delle uve di questa vendemmia) e quali sviluppi sono prevedibili per le filiere delle materie prime e per il sistema dei trasporti.

Questa ampia inchiesta si articola in tre blocchi: nella prima ascolteremo le testimonianze degli operatori di importazione e trasformazione delle materie prime inquadrando in una analisi geopolitica svolta da un esperto dell'Ispi; nella seconda - che pubblichiamo sempre nelle pagine seguenti - abbiamo intervistato alcune aziende leader nelle forniture di prodotti e macchinari per vigneti e cantine, che per primi hanno sofferto la crisi dei rincari delle materie prime. Per completare l'indagine, in un numero successivo del giornale, ascolteremo gli imprenditori vitivinicoli che sono a valle di questa catena di forniture, per capire come stanno affrontando questo momento difficile. E come prevedono di gestire una

complessa campagna di commercializzazione, quale quella che si prospetta nei prossimi mesi, dovendo fare i conti con l'aumento dei costi industriali e dei trasporti, nonché con l'incremento dei prezzi dell'uva e dei vini.



Mettiamo al sicuro segreti. Senza segreti.

Imbottigliare è molto più di un'azione: è un processo da cui dipende la qualità finale di ogni bevanda. Soprattutto del vino, che se non viene imbottigliato correttamente può risentire della presenza di ossigeno e di contaminazioni, e rischia di perdere la qualità e le caratteristiche organolettiche che il duro lavoro degli enologi ha permesso di trovare.

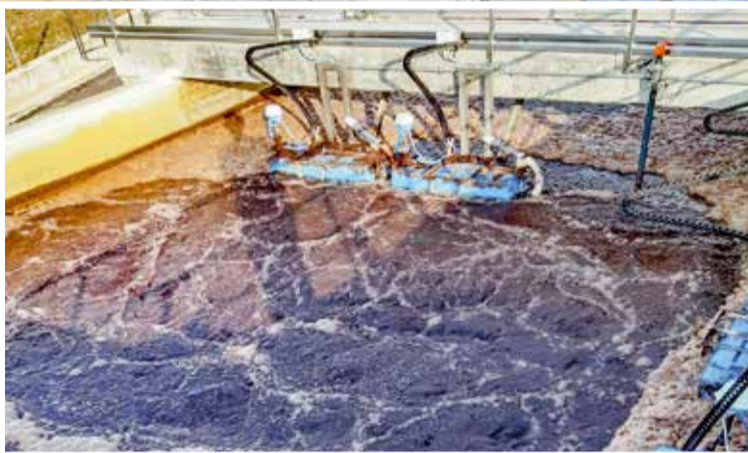
STORMIX®

Sistemi di ossigenazione a servizio impianti di depurazione biologici



PRINCIPALI CARATTERISTICHE STORMIX®

- Soluzione alternativa all'abbinamento compressore + tappeto a dischi ossigenatori, per la fornitura di ossigeno in vasche di ossidazione biologica
- Lavorando appena sotto il livello dell'acqua è facilmente installabile e accessibile per manutenzione, in caso di bisogno, anche a vasca piena
- Non necessita di particolare manutenzione e/o pezzi di ricambio e i costi di revisione generale sono molto bassi, anche dopo anni di funzionamento
- **2 anni di garanzia e con disponibilità in pronta consegna**



TIAGO®

Unità di disidratazione fanghi di depurazione



PRINCIPALI VANTAGGI DI TIAGO® RISPETTO A SOLUZIONI ALTERNATIVE

- Funzionamento semplice, anche h24, senza presenza dell'operatore
- Non necessita di pezzi di ricambio e manutenzione
- Consumi di corrente elettrica estremamente bassi
- Macchina molto silenziosa e priva di vibrazioni
- **3 anni di garanzia e con disponibilità in pronta consegna**



L'ANDAMENTO
DEI MERCATI DELLE
MATERIE PRIMEDALLA CINA CON FURORE.
MA È TUTTO IL SISTEMA
AD ESSERE A RISCHIO...

di FABIO GIBELLINO

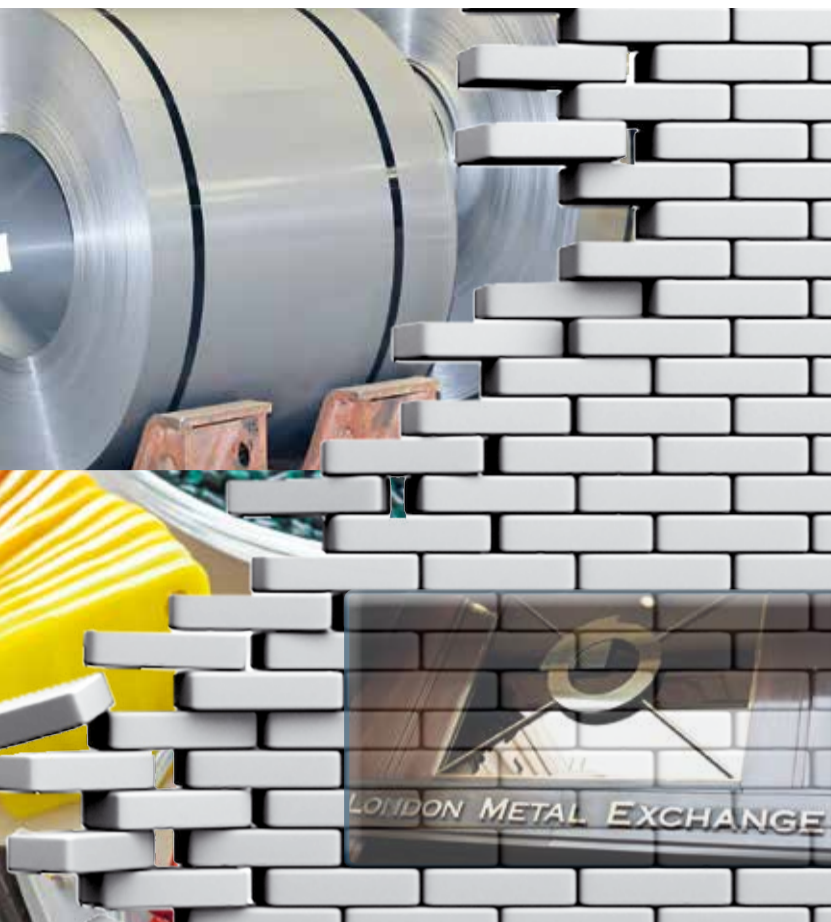
Il gigante asiatico è il fulcro di una crisi esplosa in questo ultimo anno ma che ha radici lontane. Difficoltà globali di un sistema che sta dando segni di cedimento, nonostante o forse per colpa della ripresa, anche in Cina. Andando ad esplorare da vicino come questi fenomeni geopolitici ed economici impatteranno sulla produzione di vino abbiamo fatto il punto sulle singole materie prime con Libero Cantarella (Unionplast - Federazione Gomma Plastica), Ezio Daniele (Assoimballaggi - FederlegnoArredo) e Massimo Medugno (Assocarta), senza dimenticare le quotazioni di vetro e metalli

La nuova speranza per l'economia reale di tutto il mondo si chiama Li Keqiang e di mestiere fa il primo ministro della Repubblica popolare cinese. Di fatto è il braccio operativo del presidente Xi Jinping. È per questo che le sue parole contano più di altre. Soprattutto se pronunciate durante una visita nella provincia del Guangxi, dove miniere (ferro, carbone, bauxite, antimonio e tungsteno) e manifatture (tessili e meccaniche) rappresentano le prime voci produttive. La neonata celebrità di Li Keqiang, almeno per le grandi platee, è esplosa una decina di giorni fa quando ha annunciato che il governo cinese ricorrerà a una serie di misure per stabilizzare i prezzi delle materie prime che, come tutti noi sappiamo fin troppo bene, negli ultimi mesi sono andati completamente fuori controllo. Quali saranno le misure che intenderanno usare a Pechino non è ancora dato a sapere, se non che saranno impiegati quelli che, all'ombra della Grande Muraglia, sono definiti strumenti di mercato. A oggi, l'unica certezza è che Xi Jinping e Li Keqiang hanno dato il via libera per la messa all'asta di 7,38 milioni di barili di petrolio della riserva strategica proprio per abbassarne il prezzo di mercato. Un prezzo che sta corrompendo oltremodo i già alti costi energetici necessari per la produzione di qualsiasi manufatto. E qualcosa ne sappiamo anche qui in Italia, dove proprio in questi giorni il governo Draghi è intervenuto per assorbire almeno un terzo di quei rincari sulle bollette che il ministro della transizione ecologica, Roberto Cingolani, ha quantificato nel 40%. Un balzo che renderebbe ancor più grave una situazione già abbondantemente stressata dall'iniziale crisi pandemica e dalla successiva crisi imputabile proprio all'aumento sconsiderato delle materie prime. Aumenti che se in principio sono stati generati dal lockdown, poi sono stati esasperati proprio dall'ex Celeste Impero, che tanto ha fatto per accaparrarsi materie prime a prezzi irragionevoli pur di mettere sotto scacco l'intero sistema produttivo internazionale. Strategia che si ha pagato, nell'immediato, ma che già sul breve periodo ha dato segni di cedimento. Perché oggi, anche in Cina, il caro prezzi sta mettendo sotto pressione la filiera interna e, conseguentemente, anche la stessa ripresa economica, frenata dall'aumento dell'inflazione e dal rischio rallentamento delle esportazioni, che del prezzo ne

fanno un vessillo. Le crisi di colossi come Suning (quella che controlla l'Inter) e soprattutto di Evergrande, ne sono testimonianza e probabilmente anche la punta di un iceberg (ma questo è un altro discorso). È per questo motivo che la Cina ha bisogno, tanto quanto l'Occidente, di invertire la rotta.

D'altronde, come spiegato nei dettagli da Davide Tentori dell'Ispi (vedi intervento a pag. 7), il problema è di natura ancora più ampia del gigante cinese. Riguarda il sistema nel suo complesso, la mancanza di alcune vie di fuga durante le crisi, di qualsiasi tipo e in qualsiasi parte del mondo, e la "finitezza" di alcuni apparati, come quello del trasporto marittimo ad esempio, che mettono a rischio quotidianamente l'economia e lo sviluppo globali.

Nel frattempo, però, e guardando alle imprese europee, italiane e, ancor più nel dettaglio, della filiera enologica nella sua vasta complessità, bisogna continuare a far quadrare i bilanci con quello che si ha a disposizione, sia in magazzino che nei sempre cari e sforniti mercati. Perché prima che la speranza si trasformi in realtà un po' di tempo ci vuole. Dunque, venendo ai numeri, e iniziando proprio dall'energia, vignaioli, imbottiglieri, distributori e consumatori del vino dovranno ragionare e operare sapendo che allo stato attuale delle cose, già solo i carburanti hanno toccato i prezzi record del 2014. Questo perché un barile di petrolio oggi è quotato oltre i 75 dollari americani, cioè quasi il 30% in più di quanto non valeva il 30 gennaio 2020, data in cui l'Organizzazione mondiale della sanità aveva dichiarato lo stato di emergenza di sanità pubblica di rilevanza internazionale. E ben peggiori sono le notizie che riguardano il gas naturale, che in questi mesi ha quasi triplicato il proprio valore sfondato quota 4,8 dollari per Mmbtu (Million British thermal unit). Termini che nel corso dell'anno, e conteggiando anche l'elettricità, hanno portato il Prezzo unico nazionale dell'energia elettrica a un +138% sul 2020 e a +58% rispetto al 2019. Se a tutto questo aggiungiamo il caro materie prime, ecco allora che l'ultima fotografia di Istat sui settori più colpiti sono le piccole e medie imprese e l'artigianato. Ovvero la maggior parte delle imprese del made in Italy. I manufatti in legno pagano le tensioni più alte +53,3%, seguiti da quelli in metallo, +44,1%, quindi da quelli in gomma e materie plastiche, +42,5, e infine da quelli tessili e carta, +40,7.



ISPI ISTITUTO PER GLI STUDI
DI POLITICA
INTERNAZIONALE

CAPIRE IL CONTESTO GEOPOLITICO PER ANDARE ALLA RADICE DEL PROBLEMA

Una crisi che viene da lontano, la pandemia solo fattore scatenante

di FABIO CIARLA



Davide Tentori dell'Ispì (Istituto per gli studi di politica internazionale) analizza l'origine delle problematiche economiche che stanno stravolgendo il mercato dei container e delle materie prime. Problematiche connesse e in parte già attive prima dell'avvento di un fenomeno, tanto inaspettato quanto violento, come la diffusione del Covid-19 e tutto quello che ne è conseguito. Ma che per la loro risoluzione...

e che, all'avvio della ripresa con ritmi molto sostenuti, si è manifestata subito con una crescente scarsità di container, il cui costo è per questo aumentato in alcuni casi anche del 500% su base annuale. D'altronde l'offerta, soprattutto in certi settori e nello specifico la tecnologia, nel breve periodo non riesce in nessun modo a rispondere alle crescenti richieste. Parliamo di catene del valore sempre più globalizzate, che subiscono pesanti stress a causa di una domanda che era già in crescita, come quella per i beni ad alta tecnologia, e che risulta ulteriormente accelerata dalle conseguenze della pandemia".

Un tema, quello della modernizzazione delle infrastrutture, che secondo Tentori si collega anche a un'altra dinamica già nota prima della crisi dovuta al Covid-19: "Da anni stiamo assistendo a una crescita delle commodities, soprattutto per quelle che sono indispensabili per la produzione di semiconduttori, che sono ormai parti fondamentali nella realizzazione dei componenti di prodotti informatici così come dell'automotive. Dobbiamo quindi arrivare a monte delle catene del valore, così facendo potremo notare come si tratti a tutti gli effetti di un trend di medio-lungo periodo dovuto in larga parte alla transizione ecologica, che comprende da vicino anche il mondo della mobilità. Sappiamo di dover fare i conti anche in futuro con una crescente domanda per questa tipologia di prodotti e per le materie prime collegate alla loro realizzazione, una problematica per la quale al momento non ci sono soluzioni definitive e già pronte".

Inflazione e trasporto marittimo ai limiti

Mentre a livello prettamente economico l'aumento dei prezzi delle materie prime e di alcuni prodotti sarebbe dovuto anche alla crescita dell'inflazione, fenomeno riscontrato maggiormente negli Usa e dovuto appunto all'eccesso di domanda rispetto a un'offerta che non riesce a soddisfare pienamente le richieste, si affaccia anche un'altra questione geopolitica sullo scenario, i limiti del commercio marittimo. "Partendo dalla crisi dei container - dice ancora Tentori -, dobbiamo aver presente che le aziende produttrici non sono molte, parliamo dunque di pochi player con capacità di realizzazione che

non possono essere aumentate in breve tempo. La Cina, ad esempio, si è già attivata per aumentare la propria produzione ma comunque non si potrà rispondere immediatamente alle crescenti richieste. Sul tavolo c'è, inoltre, il tema delle grandi navi portacontainer, che negli ultimi anni grazie a importanti innovazioni sono diventate sempre più grandi, così da sfruttare importanti economie di scala trasportando più container e riducendo, in questo modo, tempi e costi. Ma il recente incidente del canale di Suez, nella sua banalità, ha messo a nudo i limiti di un sistema globalizzato, ramificato e super-efficiente, nell'ottica del 'just in time' che per questi stessi motivi è anche sottoposto a fragilità e vulnerabilità che possono mettere a rischio l'intero funzionamento della rete. Operando sempre al limite basta poco per far inceppare il meccanismo, con il rischio di ricadute rapidamente amplificate in ogni angolo del mondo".

Le aree più calde: il Pacifico e l'Uk della Brexit

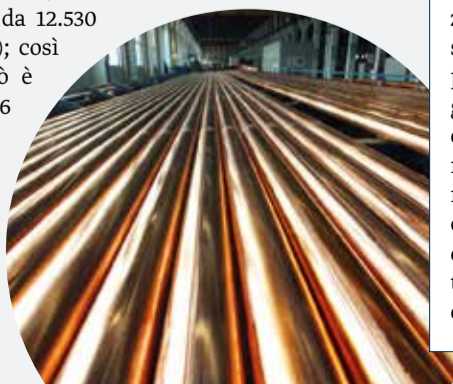
Analizzando gli scenari mondiali, Tentori individua un'area a maggiore criticità: "Il Sud-Est asiatico, con una forte competizione geopolitica ed economica, sarà sicuramente terreno di scontro tra Usa e Cina nei prossimi anni. Tuttavia questo ha solo in parte ricadute sulla situazione attuale, essendo soprattutto un tema di medio periodo mentre al momento avremmo bisogno di risolvere urgenze a breve termine. Quello che è evidente, tuttavia, è che in questo scenario l'Unione europea continua ad avere una posizione di secondo piano. Non avendo una propria politica estera univoca, l'Ue continua ad essere in posizione subalterna rispetto a Usa e Cina. Il recente Discorso sullo stato dell'Unione della presidente della Commissione europea, Ursula von der Leyen, ha affrontato anche queste problematiche, parlando di produzione di semiconduttori ma anche di industria della Difesa che sono temi importanti per il futuro dell'Ue, ma bisogna capire cosa ci sarà effettivamente di concreto dopo gli annunci mentre l'orizzonte temporale è comunque molto ampio e arriva al 2030". Sollecitato sul tema Brexit, Tentori conferma come il Regno Unito stia facendo i conti con la realtà rispetto ai procla-

mi iniziali. "Certo la situazione attuale, resa oltremodo complicata dalla pandemia - precisa Tentori - non ha giocato a favore dei britannici, va anche detto però che il maggiore problema attualmente è legato alla carenza di autotrasportatori dovuto soprattutto a questioni burocratiche e alle minori richieste di beni provenienti dal resto dell'Europa. Quello che sta accadendo tuttavia mette in luce soprattutto quanto la Gran Bretagna sia ancora estremamente dipendente dall'integrazione economica con l'Unione europea, si tratta infatti di legami che non possono essere sostituiti in pochi mesi. I loro sforzi si stanno orientando a costruire una propria rete commerciale in Asia in particolare, ma questo non può bastare a soppiantare a breve termine la struttura e l'integrazione economica, e produttiva, costruita con la vicina Ue".

Le soluzioni a medio e lungo raggio

Tentori dal suo osservatorio privilegiato offre anche una visione di insieme della questione, forse meno drammatica di quanto si potrebbe pensare a guardare solo il breve termine. "Tutto sommato penso non si tratti di una crisi particolarmente grave, come quelle del passato anche recente per capirci, o che ci possano essere peggioramenti significativi con scarsità di prodotti. Certo potranno esserci ulteriori picchi di domanda sotto Natale, quando le richieste crescono, ed è quindi possibile che questa dinamica di aumento dei prezzi e scarsità di materie prime non torni sotto controllo entro la fine dell'anno. Nei primi mesi del 2021 però, con l'aumento delle forniture e la stabilizzazione della domanda, la situazione potrebbe tornare normale. Il sistema dunque non è da ripensare totalmente, bisogna però trovare soluzioni 'tampone' che aiutino in casi simili all'attuale. Per esempio sono allo studio nuove rotte ferroviarie per alleggerire l'importanza del trasporto via mare, come sta facendo la Cina sulla Via della Seta. Detto questo, si dovranno comunque trovare soluzioni per l'approvvigionamento delle materie prime che saranno sempre più alla base di prodotti chiave per l'economia moderna. Vedremo come si muoveranno i vari blocchi dei Paesi più industrializzati nello scacchiere geopolitico".

Tra le commodities più importanti per il settore naturalmente c'è il vetro. Valutarne le oscillazioni è materia controversa, sia per la complessità delle ricette (soprattutto per il vetro cavo, quello che interessa le bottiglie), sia perché, ogni anno sempre più, l'importanza del materiale riciclato è maggiore, portando con sé anche una riduzione dei prezzi. Basti pensare che nel 2020 la quantità di prodotto recuperato ha raggiunto il 78,6% del totale, per una massa di oltre 2,1 milioni di tonnellate, +3,6% rispetto al 2019, per un tasso di crescita più alto sia delle quantità raccolte che degli imballaggi in vetro immessi al consumo. Detto questo, comunque i listini hanno fatto segnare aumenti del 15/20%. Valori ben distanti da quelli che riguardano i metalli, elementi preziosi in vigna come a tavola. Qui la speculazione non ha lasciato scampo. A raccontarlo sono i grafici della London metal exchange nel periodo compreso tra il 30 gennaio 2020 e il 22 settembre 2021. Qui le quotazioni dell'alluminio, che non accennano a rallentare, sono passate da 1.721 dollari Usa per tonnellata a 2.863,5 (+66,4%); quelle dello zinco, che almeno sta rallentando la corsa, da 2.460 a 3.002 dollari (+22%); il nichel, che sembra essersi stabilizzato, da 12.530 a 18.905 dollari (+50,9%); così come il rame, che però è cresciuto da 5.600 a 9.106 dollari (+62,6%); mentre l'acciaio, sembra aver iniziato la sua discesa, dopo essere passato da 260 a 441 dollari (+69,6%).



Continua a pagina 8 ➡



Segue da pagina 7 ➡

PLASTICA

FEDERAZIONE GOMMA PLASTICA
Unionplast



Per quanto riguarda la plastica invece, a tratteggiare il momento e le previsioni future, è intervenuto **Libero Cantarella**, direttore Unionplast di Federazione Gomma Plastica, che ha spiegato come: "L'attuale momento di shortage ha una serie di gravi concause. Valutando le conseguenze, la situazione è simile a quella già verificatasi nel 2015, ma il nesso eziologico è di natura diversa". Questo perché, ha aggiunto: "Lo scenario attuale infatti non è determinato come allora solamente da un elevatissimo numero di forze maggiori invocate dai produttori di polimeri, ma da una serie di contingenze concatenate". Fattori che, oltre ai già citati periodi pandemici, con importanti conseguenze nello specifico in Cina e in India per quel che riguarda i polimeri, "hanno visto i costi per noleggiare una nave per trasportare merci aumentati fino a 8 volte il prezzo del periodo pre-pandemico e, se questo non bastasse, i containers sono introvabili". Non solo, ha continuato Cantarella: "Altro fattore determinante è l'ondata di gelo che ha colpito il Texas qualche mese fa e che ha mandato in tilt l'industria petrolchimica del Paese, inducendo gli Usa a trattenere per la produzione interna nazionale e, analogamente, le stesse conseguenze le ha provocate l'uragano Ida". E questo in una situazione in cui "l'Europa ormai ha quasi rinunciato a produrre polimeri e dipende da Usa e Medio Oriente", per questo si trova ora in condizioni di approvvigionamento disastrose. Il risultato è "una filiera che comincia a risentire fortemente l'impatto della carenza di materie prime e le consegne diventano più lente e complesse, con qualche impianto che comincia a fermarsi". Detto questo, continua il numero uno di Unionplast, "permane il senso di responsabilità dell'industria nel garantire le filiere più sensibili come il farmaceutico e l'alimentare, allo stesso tempo però, con la scarsità delle materie prime e i conseguenti aumenti, la situazione diventa insostenibile, anche in relazione alla impossibilità, spesso, di aumentare il prezzo a valle". E, infine, nonostante "la preoccupazione cresca di giorno in giorno, perché non si sa come la situazione possa risolversi - chiude Cantarella - si avverte qualche timido segnale di ritorno alla normalità". Anche se, guardando all'Italia, "rimane tutt'altro che risolta la questione Plastic Tax".



LEGNO

Non va meglio nel comparto legno, come ha spiegato **Ezio Daniele**, presidente di Assoimballaggi di FederlegnoArredo: "Innanzitutto devo dire che il discorso che posso fare in questi termini non può essere applicato ai legni da botte, che sono nobili e viaggiano su criteri di prezzo diversi da tutto il resto. Detto questo posso sottolineare, con riguardo a ciò che può essere utilizzato per cassette o bancali per la spedizione, che dopo aver avuto uno stress notevole nel corso della primavera-estate, sia in termini di approvvigionamento che di prezzi, a partire dalla fine del mese di agosto si sta assistendo a un ritorno alla normalità sui flussi di fornitura, risolvendo il grosso problema della reperibilità delle pedane". Per quel che riguarda i prezzi invece: "Nello stesso periodo

abbiamo raggiunto l'apice, con aumenti compresi tra il 120 e il 150%, criticità che ora sembrano rientrate". Alla base di tutto, spiega Daniele: "C'è da una parte una politica di acquisti massicci adoperata da cinesi e americani, e dall'altra la ripartenza della nostra economia, che hanno creato la tempesta perfetta. A questo poi va aggiunta la scarsità di tronchi, in merito in Italia abbiamo un problema strutturale così importante che nei prossimi anni rischiamo di non avere più risorse adeguate. Considerando che il consumo in Cina sarà inevitabilmente destinato a crescere - prosegue il presidente di Assoimballaggi - e che già oggi noi siamo costretti a importare l'80% del nostro fabbisogno di legno, sappiamo già che il futuro non sarà così semplice da affrontare, soprattutto se, come oggi, continueremo ad avere

una politica forestale inadeguata. Basti pensare che in Italia non abbiamo una strategia di reimpiantamento". Il tutto considerando che il pioppo, che tra gli alberi presi in esame è quello a crescita più rapida, può essere tagliato dopo 8/12 anni. Detto questo, per Ezio Daniele: "Le prospettive per il futuro sono positive, perché i prezzi sembrano indirizzati sulla via dell'assestamen-

to, anche perché la richiesta americana di legno, soprattutto per l'edilizia, è rallentata. Alla luce di tutto questo prevedo una discreta crescita e una congiuntura favorevole per il 2022, certo il recente passato ci ha insegnato a stare più attenti, quindi dovremmo sempre considerare con attenzione le variabili dell'alta volatilità delle materie prime e dei relativi approvvigionamenti".



FLA
FEDERLEGNOARREDO



FILTRAZIONE PER IL VINO

Cartucce filtranti CLAROX™

Alta efficienza nella prefiltrazione e filtrazione sterile.

Strati filtranti FIBRAFIX®

Affidabili per tutte le fasi della filtrazione.

FILTROX



DEPTH FILTRATION FOR VALUABLE LIQUIDS. SINCE 1938.

FILTROX Southern Europe | 08930 Sant Adrià de Besòs, Spagna | Tel: +39 331 575 5592 | filterox@filterox.es
www.filterox.com



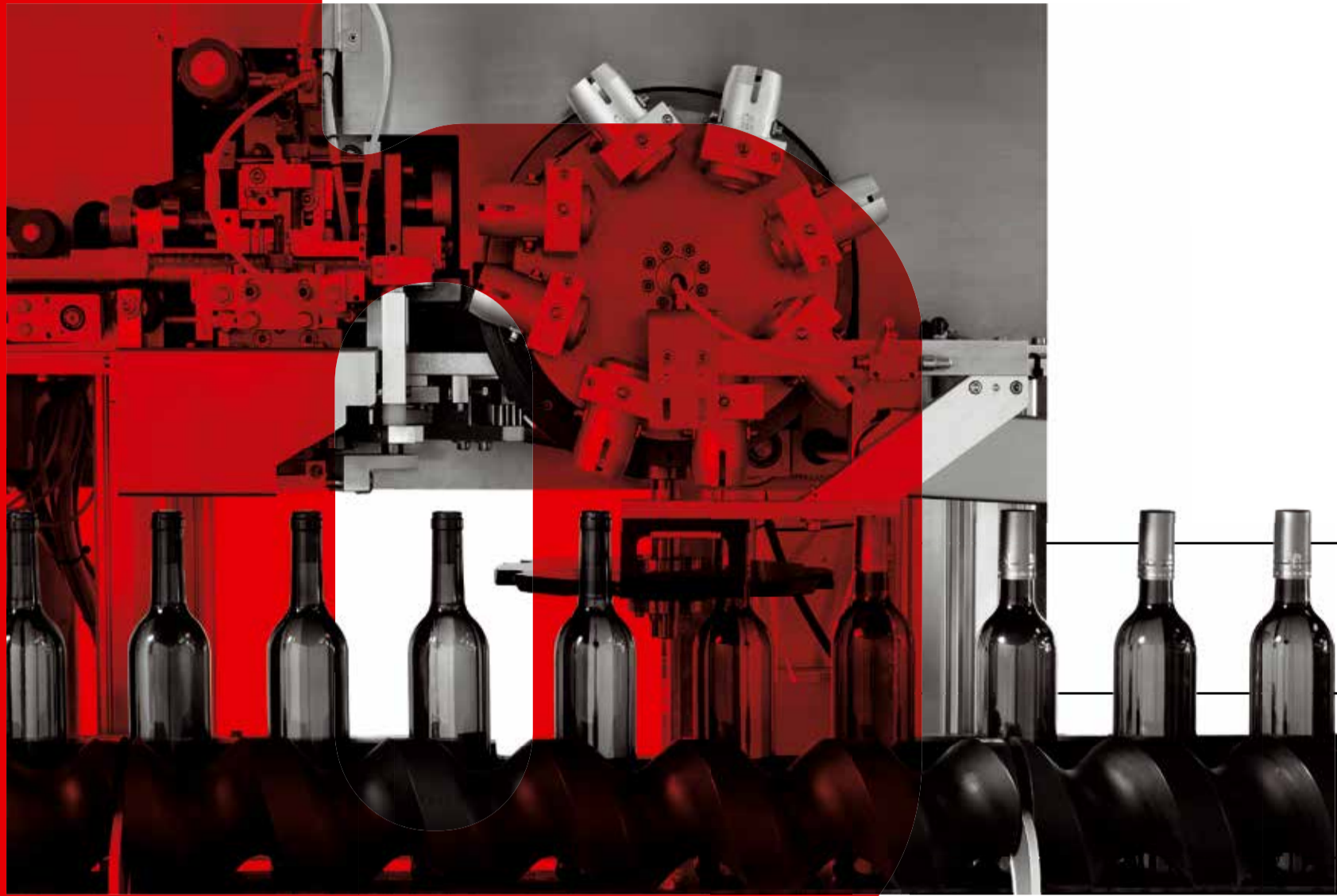
ASSOCARTA

CARTA



Infine, per quel che riguarda il mondo della carta, è intervenuto **Massimo Medugno**, direttore generale di Assocarta, che ha spiegato come "le cellulose per produrre carta e cartone dal mese di giugno hanno subito rincari del 60% (fibra lunga Nbsk) e del 70% (fibra corta eucalipto) rispetto ai valori pre-rincari di fine 2020, raggiungendo prezzi, rispettivamente, di 1.350 e 1.150 dollari per tonnellata. Ancora più marcate sono state le oscillazioni, nonostante il crollo della domanda asiatica nella prima metà dell'anno, delle quotazioni della carta da riciclare, quella da cassetto e del cartone per interderci, che hanno toccato rispettivamente i 155 e i 170 euro per tonnellata, per crescita del +138% e del +143% rispetto ai livelli pre-

rincari di ottobre 2020". A trainare il caro prezzi, ha continuato Medugno: "Sono stati l'elevata domanda europea, anche connessa all'entrata in funzione di nuove capacità produttive che utilizzano prevalentemente queste tipologie di materia prima, quindi una raccolta ancora insufficiente, bassi livelli di magazzino, sia presso le cartiere che presso i venditori, cui, anche in questo caso, si aggiungono problemi logistici". Congiuntura che paga "la forte incidenza sui costi di produzione della carta del settore energy intensive, con particolare riferimento al gas naturale", al punto da rendere azzardata ogni tipo di previsione.



INNOVAZIONE È

COLLABORARE

La vera innovazione va oltre la tecnologia. Le soluzioni che creiamo in Bertolaso si basano sui bisogni specifici di ogni cliente, alle sue esigenze pratiche.

Per questo i nostri impianti portano benefici reali. Per noi non esiste sviluppo senza un rapporto dedicato e attivo nel tempo. Per noi innovazione significa relazione.



L'80% DELLE MERCI
DI TUTTO IL MONDO
VIAGGIA(VA)
SU NAVI CARGO

di OMAR BISON

Porti piccoli e navi sempre più grandi, tempi di attesa e costi raddoppiati. Il sistema si è inceppato e per risolvere la situazione non basta aspettare. Steven Polmas (The International Air Cargo Association) evidenzia l'aumento di richieste per il trasporto aereo, mentre Andrea Arluna e Gabriele Calabrese (Gruppo MBE Worldwide) confermano gli aumenti dei prezzi e prevedono una stabilizzazione non prima di 12/18 mesi

La più grande crisi dalla nascita del trasporto marittimo in container

Bei tempi quando in economia e geopolitica si parlava di come un battito d'ali di una farfalla in una parte del mondo fosse in grado di generare un uragano dalla parte opposta. Dalla Brexit allo scoppio della pandemia, fino all'incagliamento a marzo scorso della nave portacontainer Ever Given nel Canale di Suez e alla chiusura per Covid-19 dei porti cinesi di Yantian e Ningbo-Zhoushan, i battiti si sono moltiplicati, addirittura sincronizzati, e gli effetti hanno assunto le sembianze di una tempesta perfetta e continuano a ripercuotersi sull'intera catena di spedizione e approvvigionamento delle merci rivelatasi impreparata ad assorbirne l'impatto. Nel frattempo crescono i costi di energia e materie prime e sale l'inflazione in diversi Paesi, proprio mentre stanno aumentando i consumi e di conseguenza la domanda di servizi di trasporto. Il Financial Times l'ha recentemente definita "la più grande crisi dall'inizio delle spedizioni via container", considerata la forza con cui è stato colpito il trasporto marittimo a livello globale: mancano i container, i prezzi per noleggiarli sono esplosi, il traffico nei porti più importanti è intasato e le navi accumulano giorni di ritardo. Se consideriamo che sulle navi cargo viaggia più dell'80% del volume delle merci trasportate in tutto il mondo (che poi proseguono su treno o camion), controllato da 10 armatori organizzati in 3 alleanze, si ha l'esatta dimensione del fenomeno considerato che da tempo si parla di porti tendenzialmente troppo piccoli, per navi sempre più grandi. Secondo i dati recentemente divulgati dalla società di ricerche IHS Markit, infatti, il tempo medio di attesa in rada delle navi per un approdo è più che raddoppiato dal 2019 a oggi, e anche il tempo passato nei porti in attesa di essere scaricate e caricate è aumentato considerevolmente. E gli spedizionieri si trovano sempre più spesso a fronteggiare cancellazione di ordini, e incertezze continue.

Steven Polmas, presidente della Tiaca (The International Air Cargo Association) ha evidenziato in questi giorni l'aumento della domanda di trasporto aereo delle merci dopo lo scoppio della pandemia, spinta anche dai ritardi e dall'aumento dei costi per il noleggio dei container nel trasporto marittimo. "Gli spedizionieri devono coordinarsi con i loro collaboratori internazionali - ha sottolineato Polmas - per assicurarsi la capacità di trasporto, mentre i Governi dovrebbero accelerare i permessi per voli charter e collaborare con i rappresentanti degli operatori per identificare in anticipo possibili blocchi del sistema per intervenire prima che colpiscano la supply chain. Le risorse e la capacità saranno un problema, la movimentazione e lo spazio delle strutture saranno un problema, la consegna e gli autisti saranno un problema".



Andrea Arluna ▶

LA SITUAZIONE VISTA DAGLI OPERATORI

Il Gruppo MBE Worldwide, network di distribuzione di servizi e prodotti, opera sotto diversi marchi: Mail Boxes Etc., Alpha-Graphics, PostNet, Spedingo.com, Print Speak, Pack & Send e Multicopy e la sua rete globale conta attualmente più di 2.800 Centri Servizi in 53 Paesi, con oltre 11.000 addetti e un fatturato aggregato nel 2020 pari a 879 milioni di € (1.004 milioni di \$). Abbiamo chiesto ad **Andrea Arluna**, Product Development Sr. Manager Packaging, Shipping and Logistics MBE, una lettura sulla situazione contingente considerato che anche la loro azienda ha risentito della generale impennata dei prezzi di materie prime ed energia dell'ultimo anno.

Quanto è aumentato il costo dei trasporti (o prevedete aumenterà) per la vostra azienda?

Il costo dei trasporti per MBE è legato anche al costo del carburante, che è normalmente una voce variabile che impatta percentualmente sulla tariffa base del corriere. Ma ancora più impatto l'hanno avuto la pandemia da Covid-19 e la Brexit, che hanno obbligato corrieri e spedizionieri a effettuare investimenti in infrastrutture e in sicurezza. Tali costi sono stati evidentemente ribaltati in toto o in parte sui clienti business, sia dealer come la Rete MBE che offre servizi in formula multi-corriere, che sui clienti finali.

Come conseguenza dell'aumento generale dei costi, avete dovuto aumentare i prezzi

finali dei vostri prodotti e servizi da gennaio a oggi? Di quanto?

Per il momento siamo riusciti a contenere questi aumenti. I centri servizi adottano normalmente dei contratti annuali per la clientela business quindi, nel 2021, i costi per i clienti non sono aumentati. Naturalmente, come conseguenza di un mercato che vede costi e prezzi in crescita, leggeri aumenti per il 2022 sono verosimili, ma lo sforzo sarà sempre quello di trovare la soluzione migliore per i nostri clienti.

Per i trasporti si pone anche il problema dei tempi di consegna, in aumento. È un problema che state vivendo anche voi? In che misura?

Questo è un problema di cui non risentiamo in modo particolare. MBE può vantare una partnership con diversi corrieri, nazionali e internazionali, cosa che ci garantisce ampia flessibilità tra i diversi fornitori.

Come pensate possa evolvere lo scenario nel prossimo futuro?

È difficile fare previsioni, anche perché gli aumenti non sono solo legati a cause naturali, ma anche alle politiche economiche di paesi come Usa e Cina, o dell'Opec per il petrolio, le cui decisioni impattano a livello globale. Provando a guardare un po' più in là e con un po' più di ottimismo, la fine della pandemia dovrebbe riportarci almeno in parte a una situazione pre-Covid, mitigando fenomeni accaduti nell'ultimo anno in conseguenza di lockdown e altre limitazioni; mi riferisco all'azzeramento delle scorte presso i fornitori, alla scarsità di materiale riciclato dati i minori consumi, a un e-commer-

ce cresciuto in modo imprevedibile con impatti improvvisi sulla filiera logistica e sul last mile in particolare.



Il focus sui problemi del trasporto marittimo è stato affrontato con **Gabriele Calabrese**, Product Manager Packing Shipping Logistics MBE (nella foto qui sopra), al quale abbiamo chiesto di andare nello specifico della situazione dei porti e dei container: "Sulla base delle richieste ricevute da parte dei nostri clienti - spiega - in questi ultimi mesi abbiamo potuto osservare un aumento vertiginoso dei noli marittimi, sia per full container che per servizi groupage, che sono arrivati ad essere quattro volte superiori al periodo pre-pandemia e alla crisi legata all'episodio avvenuto nel canale di Suez".

Quali sono le aree maggiormente interessate da questi rincari e a cosa sono dovuti nello specifico?

A subire gli incrementi maggiori sono state le richieste di importazioni dalla Cina, mentre altre lanes come gli Usa o l'Australia hanno registrato crescite del 150%. L'aumento dei noli marittimi, oltre alle ragioni citate in precedenza è sicuramente da ascrivere a un'ormai cronica mancanza di container,

alla congestione dei porti principali e ai maggiori costi dovuti all'adeguamento alle normative per l'utilizzo di carburanti che diminuiscano l'impatto di CO₂ ed altri gas serra. Oltre all'aumento dei noli, la difficile situazione operativa ha allungato le normali rese. Per la Cina, ad esempio, si è passati da transit time di 35 gg circa a quasi 60 in alcuni casi, mentre per gli Usa i ritardi su New York sono di circa 10 giorni sui precedenti 18. Tutti questi fattori fanno presagire che la situazione si protrarrà ancora per diverso tempo e che potrebbe rientrare verso una nuova normalità nell'arco di 12-18 mesi.

Qualcuno avrà cercato delle alternative, quali sono i tentativi in corso per sopperire a queste difficoltà?

L'impatto subito dai noli marittimi ha indotto i nostri clienti a cercare alternative di trasporto via aerea che allo stesso modo, data la maggiore domanda e l'ancora ridotta capacità dei voli e quindi di stiva a causa della pandemia, ha registrato aumenti simili inducendo anche alcuni nostri partner nel mondo del corriere espresso a sospendere alcuni dei loro servizi, perché non sostenibili essendo concordati a listino, o a introdurre importanti maggiorazioni di prezzo. Un altro punto di attenzione riguarda il mercato del trasporto su gomma ed in particolare la direttrice UK, dove i rallentamenti delle operazioni doganali al confine dovute alla Brexit, unite al più ampio shortage di autisti e mezzi hanno innescato un aumento nel prezzo dei carichi completi che in alcuni casi raggiunge livelli doppi rispetto al periodo antecedente alla pandemia e alla Brexit.



Per amore della natura

Sapevi che il vetro, principale componente del tappo Vinolok, è riciclabile all'infinito senza perdere alcuna proprietà? Può essere fuso ripetutamente e trasformato in nuove chiusure Vinolok o altri prodotti in vetro. Anche l'anello di tenuta è riciclabile allo stesso modo del polietilene a bassa densità (utilizzato nei cartoni dei succhi di frutta e del latte). Il risultato è una chiusura completamente riciclabile. [vinolok.com/sustainability](https://www.vinolok.com/sustainability)



BOHEMIAN CRYSTAL TOP

**MACCHINARI, BIOTECNOLOGIE
E COADIUVANTI, BOTTI,
CHIUSURE E ATTREZZATURE
PER IL VIGNETO,
NESSUNO È IMMUNE
DALL'AUMENTO
DEI COSTI**



RINCARI, il mondo delle forniture vitenologiche fa da cuscinetto. Ma per quanto ancora?

di ROSSELLA CONTATO

I fornitori di prodotti per vigna e cantina tracciano un quadro preoccupante, con aumenti a uno o due zeri per moltissime materie prime, per l'energia e i trasporti. Il quadro generale è molto chiaro seppur con differenti valutazioni delle singole problematiche da parte dei vari imprenditori. Pochi e limitati, al momento, i ritocchi ai listini ma se la situazione non troverà una definizione in tempi brevi anche loro saranno costretti - come in parte hanno già dovuto fare - a trasferire una quota dell'incremento dei costi sui clienti finali. Come tutte le crisi però anche questa offre spunti di innovazione, dal fotovoltaico all'apertura a nuovi fornitori di prodotti intermedi, fino alla rivalutazione di alcune linee di approvvigionamento interne, oggi più convenienti rispetto a quelle di dimensione globale. Le testimonianze del presidente Anformape, Marzio Dal Cin (Dal Cin Gildo Spa), di Albano Vason (Gruppo Vason), Stefano Stefanello (Gruppo Bertolaso), Giuliano Boscaro (MBF Spa), Marco Tandetti (Nortan), Michele Moglia (Enoplastic), Filippo Peroni (Vinventions), Piero Garbellotto (Garbellotto) e Bruno Lischetti (Consortium)



MARZIO DAL CIN

L'industria manifatturiera di tutto il mondo si trova a fare i conti con la forte impennata dei prezzi di materie prime, energia e trasporti. Tra i fornitori del settore enologico, che si tratti di produttori di attrezzature per i vigneti, macchinari per la vinificazione, ingredienti e coadiuvanti, impianti e accessori per l'imbottigliamento, la risposta delle aziende da noi intervistate alla domanda se stanno risentendo anche loro del generale aumento dei prezzi è unanime: "Assolutamente sì". Secondo quanto ci riferisce il presidente di Anformape (Associazione Nazionale Fornitori Macchine Accessori e Prodotti per l'Enologia) **Marzio Dal Cin**, uno dei comparti più colpiti è quello meccanico: il robusto aumento dei prezzi di acciaio, rame e alluminio, in alcuni casi superiore al 50% in pochi mesi, si è abbattuto sul costo finale di macchine e impianti, portando a una riduzione delle marginalità con conseguenti contrazioni degli investimenti. "La Cina sta assorbendo tuttora il 40% di tutto l'acciaio del pianeta e ciò ha fatto lievitare i prezzi considerevolmente, in particolare quello dell'inossidabile 304, che è il più usato. Anche i comparti che impiegano materie plastiche, solventi e inchiostri (utilizzati per capsule, colle ed etichette delle bottiglie) hanno subito aumenti considerevoli, dato che le materie prime da sole rappresentano quasi la metà dei costi totali. Gravi disagi ci sono inoltre per le centraline elettroniche (i "microchip"), imputabili alla crisi di reperibilità di silicio e semiconduttori che ha messo al tappeto per esempio l'industria automobilistica, ma che ha influenzato anche la produzione delle linee di imbottigliamento o di filtrazione. L'aumento dei costi di trasporto via mare ha poi colpito soprattutto chi importa o esporta extra-Ue,

limitando i danni solo per quelle imprese associate che operano prevalentemente sul mercato nazionale o europeo". Dalle nostre interviste, che trovate di seguito, e dalle parole di Dal Cin emerge chiaramente come molti produttori, non potendo sostenere da soli gli aumenti, hanno dovuto rivedere i propri listini al rialzo, e ulteriori aumenti sono previsti a breve. Difficile stimare questi rincari perché le situazioni variano non solo da filiera a filiera ma anche tra aziende concorrenti. L'aumento dei costi preme ma la necessaria ricerca di equilibrio sul mercato impone strategie di pricing su cui le imprese stanno ancora riflettendo. Al di là delle percentuali di aumento, "l'idea che questa situazione dei prezzi sia solo temporanea e legata a fenomeni speculativi o passeggeri ha indotto molte aziende ad attendere tempi migliori per pensare a investimenti rilevanti, soprattutto nell'impiantistica - sottolinea il presidente di Anformape -. Segnali provenienti da più parti indicano, però, che la bolla dei prezzi non sta ancora rallentando. Difficile quindi dire in quanto tempo si tornerà alla normalità: bisogna restare all'erta e organizzare la propria attività di conseguenza. Le proiezioni dei vari Centri Studi (Confindustria, Confcommercio, Cna, ecc.) parlano di normalità dei prezzi recuperata entro il 2022, sempre che non intervengano ulteriori fattori esterni, che potrebbero nuovamente peggiorare, o comunque rallentare, la ripresa post-pandemica". Nell'immediato, comunque, la problematica in assoluto più spinosa per tutte le imprese, forse anche più dei prezzi aumentati, sembra essere la scarsa reperibilità di materie prime, componenti e anche container per il trasporto delle merci, probabilmente legata alla brusca ripartenza dell'economia dopo l'esplosione della pandemia, ma che ora sta mettendo un freno allo sviluppo.

Nel caso della DAL CIN GILDO SPA, azienda chimica specializzata nella produzione di additivi e coadiuvanti per enologia, le materie prime per cui gli aumenti dei costi incidono maggiormente sono sostanze di base per semplici miscele o reazioni chimiche vere e proprie, come fosfato ammonico,

acido citrico, acido malico, cellulose, proteine vegetali, PVPP (polivinilpolipirrolidone), carboni, colle e altri composti, con aumenti che vanno dal 10 fino al 50% nelle situazioni più critiche. "Per noi al momento questo problema non è all'ordine del giorno - dichiara il presidente **Marzio Dal Cin**

- poiché, grazie alla nostra capienza finanziaria e alle filiali distribuite in Italia, ci siamo organizzati con largo anticipo rispetto alla vendemmia dell'emisfero Nord e questo ad oggi ci ha permesso di contenerne

Anformape (Associazione nazionale fornitori macchine, accessori e prodotti per l'enologia) è un organismo associativo costituito in seno alla Confederazione Italiana della Vite e del Vino - Unione Italiana Vini che riunisce le aziende italiane produttrici di macchine, accessori e prodotti per l'enologia e l'imbottigliamento ed è l'unica espressione associativa di tale settore merceologico. Guidata da un Consiglio direttivo e presieduta, oggi, da Marzio Dal Cin, presidente dell'omonima azienda, l'associazione è costituita principalmente da imprese operanti nel comparto meccanico (filtri, linee di imbottigliamento, serbatoi, gabbietatrici, pigiatrici, presse, tappatrici ecc.) e degli accessori (tappi, etichette, capsule, gabbiette, bottiglie ecc.), essa ha inoltre al suo interno un "Gruppo Prodotti Chimici" che raccoglie la quasi totalità delle imprese operanti nell'ambito degli additivi e coadiuvanti per l'enologia e l'industria alimentare in Italia, svolgendo attività più direttamente interessate a tale settore.

Via San Vittore al Teatro, 3 - 20123 Milano - Tel. 02-7222281 - Fax 02-866226 www.unioneitalianavini.it/anformape - segreteria.anformape@uiv.it

CHI È ANFORMAPE



gli effetti. Abbiamo da tempo avviato un monitoraggio frequente delle quotazioni e della disponibilità di materie prime, unitamente alla verifica delle capienze economiche disponibili, per poter effettuare rapide azioni di acquisto sul mercato a condizioni vantaggiose, in grande collaborazione ovviamente con i fornitori. Anche una gestione più attenta delle giacenze ha dato i suoi frutti, contenendo gli stock a quanto necessario. Solo su alcuni articoli siamo stati costretti ad applicare aumenti, anche se piuttosto contenuti, almeno per ora. In generale i listini hanno assorbito i maggiori costi delle materie prime senza girarli a

valle, contenendo i costi su altri fronti o scaricandoli su altri prodotti”.

Passando ai costi dell'energia, le stime parlano di un aumento del 40%, ma Dal Cin sottolinea che le accise o gli oneri di sistema rimangono però stabili, pertanto secondo lui gli aumenti da qui a fine anno si limiteranno al 5-15% totale in bolletta, “in ogni caso gravosi per le imprese manifatturiere come la nostra, che l'anno scorso ha utilizzato 2,5 GW di potenza elettrica equivalente complessiva. Fortunatamente, proprio nel 2020 è entrata in funzione la nostra centrale fotovoltaica, che ha in parte assorbito i costi dell'energia elettrica”. Sul fronte dei trasporti, l'intervistato fa un distinguo tra terrestri e marittimi: “Per i trasporti via terra i costi hanno subito aumenti alquanto contenuti, mentre per quelli via mare sono letteralmente esplosi, addirittura quintuplicati in alcune circostanze, anche se l'impennata registrata soprattutto nella prima parte dell'anno pare si sia fermata e potrebbe flettere nei prossimi mesi. Dipende molto dal commercio in-

ternazionale con la Cina, che sta impegnando gran parte delle rotte commerciali di importazione di materie prime, generando di conseguenza anche una certa penuria di container reperibili sul mercato. Oltre che sui costi il problema si riflette ovviamente anche sui tempi di carico e consegna delle merci, che vanno quindi calcolati bene per evitare, ad esempio, di fornire il cliente in Australia o Canada a vendemmia finita”. Come osserva Dal Cin, si stanno creando situazioni di dipendenza dalla Cina, che è il maggior produttore mondiale di container e sta pure monopolizzando gran parte delle materie prime mondiali. “Non ci sono indicazioni chiare che facciamo pensare a un miglioramento della situazione nei prossimi 3-6 mesi - conclude - comunque bisogna considerare che la scarsità delle materie prime e il loro maggiore costo sono dovuti a situazioni contingenti che presumibilmente dovrebbero normalizzarsi nel medio termine”.

Le criticità rilevate dal GRUPPO VASON, che produce biotecnologie e coadiuvanti enologici (con la divisione Enologica Vason) oltre a macchine per la chiarifica dei mosti e tecnologie per il beverage (divisione Ju.Cla.S.), sono ascrivibili principalmente alla scarsa di-

sponibilità di materie prime e prodotti provenienti dall'Oriente. “Per quanto riguarda le macchine, abbiamo osservato un aumento del costo dell'acciaio, ma ciò che ci sta creando più problemi è riuscire a reperire le membrane e la componentistica ad alta tecnologia, come valvole e componenti elettrici e informatici - riferisce il direttore generale **Albano Vason** -. Sul fronte di additivi e coadiuvanti abbiamo riscontrato impennate dei prezzi degli acidi (acido citrico, acido ascorbico) e fosfati, che tendenzialmente vengono importati dalla Cina. Trattandosi tuttavia di prodotti a basso costo, un loro aumento (che è arrivato anche a +100%) non va a incidere sensibilmente sulla spesa complessiva delle aziende vitivinicole nostre clienti, per le quali pertanto, nonostante se ne utilizzino cospicue quantità, non rappresenta una criticità. Il problema, piuttosto, è nel reperimento dei prodotti: in questo momento c'è poca disponibilità perché dopo il blocco causato dalla pandemia, tutta l'economia è ripartita in maniera esponenziale, con un boom di richieste anche per questi prodotti. Parallelamente osserviamo la mancanza di container, dovuta anche al fatto che quelli che arrivano in Europa dall'Oriente non tornano più indietro ➡



ALBANO VASON e nelle immagini qui sopra alcuni dettagli dell'attività del Gruppo Vason



Una veduta della Dal Cin Gildo Spa a Concorezzo (MB)



MADE TO BE OPENED

Progettiamo piccoli capolavori di design dedicati al premium beverage combinando sostenibilità ambientale, innovazione, bellezza e esclusività. Creazioni studiate per conservare e personalizzare l'eccellenza, rendendola memorabile. Chiusure esclusive, fatte per essere aperte, “Made to be opened”.

Tapi | UNIQUENESS INSIDE
BEAUTY ON TOP

COLLECTION | SIGNATURE | REVÒ

tapigroup.com



perché il flusso delle merci nel senso opposto è fermo. Considerando tutto questo, nel momento in cui ordiniamo i prodotti, non sappiamo quando e se arriveranno. Anche per il PVPP, un coadiuvante di filtrazione, si inizia a vedere un aumento di prezzo e una diminuzione della disponibilità. Probabilmente si arriverà a un allineamento di prezzi fra il PVPP importato dall'Oriente e quello prodotto in Europa e negli Stati Uniti. I prodotti biotecnologici come lieviti, nutrienti ed enzimi, invece, che sono più costosi, il prezzo è fortunatamente abbastanza stabile per ora. Quali riflessi avranno questi rincari dei costi delle materie prime per gli utilizzatori? "È difficile ammortizzare quando c'è poca marginalità, essendo prodotti che costano poco - risponde Vason -. Su alcune di queste referenze abbiamo dovuto aumentare i prezzi dei nostri prodotti anche del 40-50% rispetto all'anno scorso, rimanendo comunque in un range di prezzo contenuto. Sui nostri listini, però, non abbiamo ancora trasferito l'incremento dei costi dell'energia, stiamo valutando se farlo l'anno prossimo". La penuria di container è ovviamente una criticità non solo per le materie prime in ingresso, ma anche per i prodotti finiti in uscita: "Per le esportazioni verso Stati Uniti, Sudamerica e Australia i tempi ri-

sultano dilatati - osserva Vason -. Per essere sicuri che la merce arrivi in tempo per la prossima vendemmia nell'emisfero australe, a gennaio, siamo pronti a consegnare adesso, un mese e mezzo prima rispetto al solito. I costi sono più che raddoppiati, ma noi non ne risentiamo perché sono a carico degli acquirenti". In conclusione, per l'azienda veronese il 2021 è stato un anno "strano": "Di solito ci dobbiamo concentrare sulla vendita, mentre quest'anno abbiamo dovuto indirizzare molti sforzi anche sugli acquisti", rivela il direttore generale. Difficile poter fare previsioni future: "Nemmeno i grossi gruppi che ci forniscono riescono ad avere le idee chiare sull'andamento dell'anno prossimo. Mi aspetto ancora tanta confusione per i primi mesi del 2022, ma mi auguro che per la prossima estate possa essere tutto più calmierato".

"L'aumento del costo delle materie prime e dei relativi prodotti trasformati è uno dei maggiori problemi presenti sul mercato, anche noi ne abbiamo percepito gli effetti e dobbiamo quotidianamente affrontare il problema", afferma **Stefano Stefanello**, responsabile acquisti del GRUPPO BERTOLASO. Producendo macchine per l'imbottigliamento, l'azienda tratta prevalentemente acciaio inossidabile, il cui prezzo è cresciuto

indicativamente del 40%. "Risentiamo anche del problema dei componenti elettronici, sia per gli effetti degli aumenti del rame, che si riversano soprattutto sui motori, sia per l'allungamento dei tempi di approvvigionamento. In questo momento il materiale elettronico si trova solo su ordinazione, con consegne molto dilatate nel tempo e non affidabili nella determinazione degli arrivi. Anche i magazzini di intermediari a volte sono vuoti". Approfondendo il discorso dei trasporti delle merci, l'intervistato ci spiega che il Gruppo Bertolaso si avvale di due distinti servizi, a seconda che si tratti di approvvigionamento di materiali o di consegna di macchine ai clienti. I primi non hanno risentito di aumenti perché sono legati a contratti fissi, mentre i secondi vengono gestiti con crescente attenzione scegliendo di volta in volta il miglior servizio in termini di tempo e costo. "Legato ai trasporti, ha assunto un peso importante in termini di costi il servizio di realizzazione della casse di imballaggio per le macchine - aggiunge l'ingegnere -. Il costo del legno ha avuto un incremento importantissimo. Gruppo Bertolaso ha sempre cercato di coltivare con i fornitori non solo rapporti commerciali ma anche partnership che si sviluppano con reciproca soddisfazione da decenni. Questo rapporto di



Veduta aerea dello stabilimento del Gruppo Bertolaso a Zimella (VR)

continuità e di reciproca collaborazione ci ha permesso di contenere comunque i costi". Oltre a fare leva sui rapporti di lunga data con i fornitori, per mitigare il problema dell'aumento dei costi delle materie prime, l'azienda sta anche sfruttando al meglio i contratti a lungo termine e, dove non ci sono altre possibilità, sta cercando nuovi fornitori, anche al di fuori del proprio abituale bacino di interesse. "Nel nostro settore la scelta di alcune materie prime è vincolata dalle norme sulla sicurezza alimentare - sottolinea Stefanello -. Sicuramente nel settore dell'elettronica al servizio dei nostri macchinari si sta già verificando uno spostamento di attenzione verso fornitori più aggressivi a danno di chi invece resta meno sensibile

ai problemi dei costruttori. La ricerca di fornitori e materiali differenti, ma comunque idonei, è diventata una necessità sia per calmierare gli aumenti di prezzo sia per fronteggiare le difficoltà di reperimento dei materiali. In questa ottica è chiaramente avvantaggiato chi ha una conoscenza diffusa degli attori sul mercato e ha competenze interne flessibili e pronte a recepire le novità". Cercando di ipotizzare un possibile scenario nel prossimo futuro, Stefanello presume (o meglio, si augura) che da ottobre/novembre ci sarà una stabilizzazione dei prezzi che nella prima metà dell'anno prossimo avranno ottimisticamente una correzione al ribasso. "In questo senso - dice - qualcosa già sembra intravedersi nel settore del legno

M2X

CHIUSURE ITALIA

VERTICAL

COSPAK

Scatolificio
Abruzzese

FEDERFIN TECH

Pelliconi

CCi

Sagrera & C'ie

FORTIS

SOLUZIONI DI TAPPATURA M2X

M2X Chiusure Italia è una realtà distributiva tecnica e specializzata in **Chiusure & Packaging** per il settore del vino e degli spumanti. Opera da oltre **25 anni** con competenza e professionalità ed ha sviluppato nel tempo una capillare e specifica **organizzazione a carattere nazionale**.

Via Rosina Storchio, 5 | 25020 DELLO (BS) | T +39 030 8089860

m2x@m2xchiusureitalia.it | www.m2xchiusureitalia.it



Lo stabilimento di Nortan a Veronella (VR)

(utilizzato per gli imballi, ndr) secondo quanto ci riferisce qualche nostro partner”.

Rimanendo nel settore delle macchine per l’imbottigliamento, anche la MBF SPA sta riscontrando un netto incremento dei prezzi generalizzato di tutte le materie prime. Entra nel merito **Giuliano Boscaro**, direttore operativo: “In particolare, nel nostro ciclo di produzione evidenziamo un aumento del 30% per l’acciaio inossidabile nei vari formati, tra il 20 e il 40% per le materie plastiche e del 50% per il legno, che utilizziamo come materiale da imballo. Parliamo di aumento medio, poiché l’incidenza sul prodotto finito varia

a seconda del caso specifico”. A Boscaro abbiamo anche chiesto se l’incremento dei costi verrà riversato sui clienti: “Finora abbiamo cercato di mantenere il più possibile i prezzi invariati - ha chiarito - ma visto il trend saremo costretti a breve ad adeguare i nostri listini. Stiamo tuttavia attuando anche altre azioni per cercare di arginare le difficoltà del momento. Innanzitutto abbiamo cercato di ottimizzare ulteriormente i costi di lavorazione dei pezzi ottimizzando i lotti di produzione in modo da ridurre al minimo i costi dovuti ai tempi di attrezzaggio delle macchine utensili. Poi puntiamo ad avviare trattative continue e puntuali con i fornitori per gestire la variazio-

ne di prezzi e il carico di lavoro. Infine stiamo valutando l’insediamento di nuovi fornitori da cui approvvigionarci”. MBF è riuscita ad assorbire l’aumento del costo dell’energia elettrica (anch’esso considerevole) grazie a contratti più vantaggiosi stipulati in precedenza, avendo previsto tale aumento già a marzo 2021. Per quanto riguarda i trasporti, Boscaro riferisce che quelli stradali e aerei (servizio express), salvo eccezioni, ad oggi non registrano più ritardi significativi, né stanno avendo innalzamenti di costi superiori alla norma, limitandosi mediamente al +5%. Diversamente, per i trasporti via mare (porto-container) il costo è aumentato tra il 60 e il

120%, così come sono aumentati sensibilmente i tempi: “Al livello marittimo rileviamo un aumento dei transit time porto-porto, oltre a una maggiore incertezza circa le future date disponibili di carico, incertezza che rende anche più difficile la previsione della data di arrivo della merce presso il cliente. Di fronte a un mercato decisamente imprevedibile e mutabile quale quello attuale, cerchiamo di essere tempestivi negli ordini e nei processi in generale”.

Specializzata nella produzione di capsulatrici, gabbiettatrici e sleeveratrici, NORTAN ha iniziato a vedere una prima impennata dei prezzi delle materie prime sin dall’inizio di settembre del 2020, e una seconda quest’anno nel periodo dopo Pasqua. Ce ne ha parlato il direttore **Marco Tandetti**,

entrando nello specifico della tipologia di materiali: “All’inizio erano solo le materie plastiche a far registrare incrementi dei prezzi, arrivati a +50%. Successivamente sono subentrati i materiali ferrosi, il cui costo è raddoppiato, le leghe e i componenti elettrici. Anche i costi delle forniture energetiche e quelli dei trasporti sono raddoppiati, da ciò che abbiamo potuto vedere”. Come si tradurrà tutto questo in termini di prezzi praticati ai clienti? “A gennaio non abbiamo aumentato i prezzi, vista la lentezza della ripartenza - dichiara -. Successivamente, dopo le vacanze estive, abbiamo ritoccato il listino del 7% in più, ma solo per le macchine vendute l’anno prossimo. Non possiamo chiedere altri soldi ai clienti, quindi tutto è a carico dell’azienda, pertanto siamo costretti a ridurre i nostri mar-

gini di profitto”. In merito ai trasporti, dalla nostra indagine emerge la problematica dei tempi che si allungano, mentre Tandetti più che un problema di aumento di tempo avverte la difficoltà a trovare disponibilità del trasporto a causa della mancanza di operatori. Cercando di fare qualche pronostico sulle possibili evoluzioni della situazione nei prossimi mesi, Tandetti non prevede altri importanti aumenti dei costi di energia e trasporti (“o almeno speriamo”, dice), e secondo lui i prezzi delle materie prime si stabilizzeranno ma resteranno comunque alti, senza nessun calo. Inoltre, “stiamo iniziando a considerare, nella ricerca di fornitori, altre aziende, più piccole, che prima erano messe in ombra da quelle di grandi dimensioni, non riuscendo più, queste ultime, a fornire i materiali”. ➔



GIULIANO BOSCARO e a fianco una veduta delle stabilimento MBF a Veronella (VR)



INCREMENTA LA FRESCHEZZA NEI VINI BIANCHI E ROSATI



MANNOLEES BLANC™, una nuova mannoproteina specifica per apportare freschezza ai vini bianchi e rosati

MANNOLEES BLANC™



Lallemand Italia - Via Rossini 14/B - 37060 Castel D'Azzano - VR - Tel: +39 045 512 555 - lallemanditalia@lallemand.com

www.lallemandwine.com

Bollicine o liquidi fermi, bottiglie o lattine

Macchine imbottigliatrici progettate sulle vostre esigenze.



- ✓ Custom-made
- ✓ Innovazione tecnica
- ✓ Produzione interna di componenti
- ✓ Cura del dettaglio

Qualità senza compromessi

Bormanus è prodotto da SVS Sandri s.r.l. azienda con più di 30 Anni di esperienza nella produzione di componentistica per il settore alimentare.

BORMANUS
filling systems

SVS Sandri s.r.l. | Via Lago di Levico, 3 | 36015 Schio (VI) ITALY
T +39 0445576442 | E info@bormanus.com

➔ Passando al settore "chiusure", uno scenario piuttosto articolato ci viene delineato da **Michele Moglia**, ad dell'azienda ENOPLASTIC, che produce capsule per vini e spumanti realizzate con diversi materiali, esportandole in tutto il mondo. "Abbiamo iniziato a vedere un aumento dei prezzi delle materie prime già alla fine del 2020, e nel 2021 c'è stata una netta impennata per tutte le materie prime che utilizziamo: alluminio, acciaio, polietilene, PVC, e tutta una serie di prodotti chimici come inchiostri e solventi per la decorazione. L'entità degli aumenti è stata dal 50 all'80%, non sembra neanche di parlare delle stesse materie dell'anno scorso!". Aumenti che Enoplastic è costretta a gestire chiedendo purtroppo dei contributi al mercato a partire dal prossimo novembre. "Rimarremo però molto flessibili - assicura il nostro interlocutore -. Se questa bolla, come è probabile, esploderà e le materie prime torneranno a prezzi ragionevoli provvederemo a diminuirli. Il nostro lavoro non è vendere materie prime ma produrre prodotti, dare servizio, fare cose belle. Con alcuni grossi clienti abbiamo già accordi di flessibilità che ci permettono di adeguarci ai costi delle materie prime più importanti e concentrarci sulla creazione di valore attraverso i nostri prodotti e servizi. Ad ogni modo, se i prezzi dei materiali



MICHELE MOGLIA

aumentano è perché c'è poca disponibilità, ed è questo il problema più grande. Tutta la filiera deve rendersi conto che in questo momento il rischio non è tanto di pagare di più il materiale, ma di non averlo affatto. Fortunatamente siamo un'azienda solida con alle spalle rapporti commerciali storici con fornitori strategici". Moglia poi aggiunge: "Sebbene il nostro prodotto incida molto marginalmente sul costo della bottiglia, sarebbe un peccato e vorremmo scongiurare che si prendano decisioni volte allo svilimento dell'immagine di eccellenza che l'Italia si è costruita negli anni". Per quanto riguarda i trasporti, le problematiche sono identiche: aumento dei prezzi e, prima ancora, difficoltà di reperimento.

"Se per le spedizioni in Europa non abbiamo risentito in maniera importante, per gli Stati Uniti stiamo pagando due volte e mezzo rispetto a prima - riferisce Moglia -. Sono i container il nostro grosso problema, soprattutto quelli che devono raggiungere la costa Ovest degli Usa, dove spesso stazionano anche fino a tre settimane dopo l'arrivo a causa di mancanza di manodopera e organizzazione". Considerando che le difficoltà potrebbero protrarsi ancora per mesi, in che modo Enoplastic pensa di riuscire a reagire? "Con la vicinanza geografica al cliente - risponde l'intervistato -. In più cerchiamo di offrire sempre un 'piano B' a livello industriale: spostando, se necessario, le produzioni all'interno del gruppo da uno stabilimento all'altro in modo da sopperire tempestivamente a eventuali indisponibilità. Per essere ancora più efficienti vorremmo anche assumere del personale in più ma facciamo fatica a trovarlo, e questa è un'altra grande difficoltà con cui ci troviamo paradossalmente a fare i conti".

Rimanendo in tema di chiusure, anche da **Filippo Peroni**, direttore commerciale Europa di VINVENTIONS, arriva la conferma di un quadro preoccupante: "Abbiamo visto chiaramente un aumento dei prezzi delle materie prime, come tut-

te le aziende del nostro settore. Riferendomi a quelle che utilizziamo per la nostra attività, i prezzi sono cresciuti tra il 10 e il 20% mediamente, arrivando a +30% per il legno e +25% per il cartone nello specifico. Il costo dell'energia sta esplodendo e questo andamento continuerà fino alla fine dell'anno per aumentare del 50% nel 2022, secondo le informazioni di cui siamo a conoscenza. Il prezzo del trasporto è influenzato dal prezzo del gasolio e dalla disponibilità di camion e container. Nel 2021 abbiamo notato un aumento del 6% e la previsione per il 2022 dovrebbe superare il 5%. Di tutti questi costi aggiuntivi che dobbiamo sostenere, una piccola parte siamo costretti a trasferirla ai nostri clienti, i quali comunque si fidano delle prestazioni delle nostre chiusure pertanto non crediamo che ciò influirà sulla loro scelta". Riflettendo sul fatto che il sughero al momento sembra immune dalla generale impennata dei prezzi delle materie prime, abbiamo chiesto a Peroni se a suo avviso i tappi realizzati con questo materiale potrebbero guadagnare terreno rispetto ai competitor. "È importante tenere presente - ha chiarito - che, per esempio, i tappi 100% naturali rap-

presentano meno del 10% del mercato e che tutti gli altri sono tappi tecnici, la cui composizione include sughero e materiali sintetici, e anche questi ultimi sono soggetti ad aumenti". Tornando ai trasporti, il problema dei tempi più lunghi non sta toccando Vinventions: "Lavoriamo da tanti anni con partner leali e contrattualizzati e quindi riusciamo a evitare questi problemi di tempi di consegna ai nostri clienti", spiega il direttore commerciale. E prosegue: "Anche con i nostri fornitori abbiamo instaurato rapporti di fiducia, per dare loro le migliori previsioni di acquisto. Pensiamo che la situazione rimarrà tesa e difficile fino all'inizio del 2022, successivamente speriamo come tutti di vedere un miglioramento".



FILIPPO PERONI

DELLA TOFFOLA GROUP

WE NEVER STOP INNOVATING

Anche oggi disegniamo il futuro dell'enologia. Presentando un sistema di pressatura rivoluzionario, gestito da un software con intelligenza artificiale, che permette ingresso e uscita continui del prodotto. E, in più, sistemi di riempimento isobarico elettropneumatico e etichettatrici di ultima generazione. Non smettiamo di innovare.

Centro di pressatura continuo



Riempimento isobarico elettropneumatico & Etichettatrice



DELLA TOFFOLA



Zitalia

Primo FOOD TECHNOLOGIES

omb

SIRIO ALIBERTI

GIMAR

www.dellatoffola.it



Anche i produttori di botti in legno, come la GARBELLOTTI, si trovano a fare i conti con l'impennata dei prezzi delle materie prime. L'ad dell'azienda, **Piero Garbellotto**, parla di incrementi del 20-25% per il rovere, il re dei legni, pregiatissimo e insostituibile, mentre il prezzo dell'acciaio (impiegato per realizzare i cerchi) è raddoppiato e quello delle travi lamellari per fare i supporti di botti e barrique è addirittura quasi triplicato. "In parte questi aumenti sono calmierati dalla nostra organizzazione - sottolinea -. Questo grazie al fatto che in Slavonia abbiamo una segheria con concessione di taglio, e in Francia un company agreement consolidato con il principale gruppo forestale. Ciononostante, ci siamo trovati costretti, per la prima volta dopo 20 anni, ad aumentare i prezzi finali dei nostri prodotti per due volte nello stesso anno! Il rincaro dei prezzi ha riguardato anche le forniture energetiche, fino a un raddoppio, ma crediamo che nei prossimi mesi si calmerà. Devo anche fare presente che nel nostro nuovo stabilimento di Sacile (Pd), inaugurato a luglio 2020, sono entrati in funzione 1.500 mq di pannelli fotovoltaici, che ci aiutano". Considerando il costo dei trasporti, l'azienda anche in questo ambito ha rapporti trentennali con le case di spedizione del nostro territorio, perciò riesce a gestire gli aumenti per il merca-

to italiano. "Cosa diversa sono i mercati internazionali - spiega Garbellotto - dove abbiamo deciso di vendere ex works, ossia con accordi per cui noi mettiamo a disposizione i nostri prodotti e l'acquirente si assume tutti i costi e rischi del trasporto. In questo modo non deludiamo le attese del cliente perché diventa chiaramente dimostrabile che l'eventuale ritardo non è da imputare a noi". Attraverso il punto di vista dell'intervistato cerchiamo di prefigurare un possibile scenario per i prossimi mesi: "Crediamo che questa tensione sia dovuta in parte all'inflazione e in parte alla speculazione e ci aspettiamo un assestamento dei prezzi verso fine anno. Comunque, la nostra organizzazione è già abbastanza strutturata ed elastica per reagire al problema".

Infine, andiamo nel vigneto per cercare di capire se il generale aumento dei prezzi di materie prime, trasporti ed energia stia incidendo anche sulla viticoltura. Abbiamo intervistato **Bruno Lischetti**, amministratore delegato dell'azienda CONSORTIUM di Soave (Vr) specializzata nella produzione di pali metallici per vigneto. "Da diversi mesi l'aumento delle materie prime

sta segnando profondamente l'andamento di mercato di ogni settore, incluso quello che ci riguarda - afferma -. Il costo dei materiali per ottenere i nostri prodotti ha conosciuto una inarrestabile avanzata, arrivando al 70-100% per il ferro (che impieghiamo per realizzare i pali) e fino al 30% per lo zinco (necessario per il trattamento galvanico). Questi aumenti, che tuttora non accennano a rallentare la loro corsa, hanno stravolto e stanno continuando a stravolgere le quotazioni di vendita al punto di dover rivedere i listini più volte, con le conseguenze che si possono immaginare, provocando una inevitabile contrazione della domanda dovuta allo smarrimento degli acquirenti sul da farsi. Il capitolo prezzi è perennemente in divenire, ovvero non si conosce, ad oggi, quale possa essere il termine di questa costante ascesa. Le quotazioni attuali vengono staccate con ampi margini di discrezione: la parola d'ordine è 'prezzo aperto',

ovvero un prezzo a convenire al momento della consegna, data l'estrema volatilità di ciò che necessita alla costituzione del prodotto finito. Tutto ciò porta inevitabilmente alla impossibilità di allestire un listino prezzi nel medio termine che possa

reggere di fronte a questa straordinaria situazione". Al di là dei prezzi, attualmente il problema principale per le imprese manifatturiere è la scarsa disponibilità di materie prime e la conseguente preoccupazione di dover interrompere la produzione in attesa della consegna dei materiali. "La mancanza di materia prima è il vero nodo cruciale del nostro lavoro - dichiara Lischetti -. Il problema è legato anche alla rarefazione della disponibilità dei container per lo stoccaggio e agli aumenti dei noli, con una conseguente dilatazione dei tempi di consegna sulle commesse. I produttori si trovano così davanti all'impossibilità di ottenere i materiali non prima di svariati mesi dal nuovo ordine. Acciaierie e manifatture si trovano a loro volta davanti a un'impennata di richieste, finalizzate ad accaparrarsi ciò che rimane. La disputa coinvolge ogni settore produttivo con conseguenti riflessi sulle tempistiche, ormai fuori controllo. Tutto ciò ha comportato un ritardo che va via via sempre più allargandosi a ogni referenza, con la conseguente rarefazione dei materiali necessari alla realizzazione dei prodotti". L'ad di Consortium si aspetta che l'ascesa dei prezzi e l'allungamento delle tempistiche di consegna proseguiranno nel medio periodo, con sempre maggiori difficoltà per l'ottenimento delle materie prime. "Considerato tutto questo - conclude - le contromisure da prendere non riescono a fare fronte a quanto esposto. Una programmazione, per quanto avveduta e regolata nel tempo viene resa vana dall'imponderabile stato dell'economia attuale".

Rossella Contato

PIERO GARBELLOTTI

BRUNO LISCHETTI
e la sede
di Consortium
a Soave (VR)



IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE
ERNESTO ABBONA

DIRETTORE RESPONSABILE
GIULIO SOMMA g.somma@uiv.it

CAPOREDATTORE
CARLO FLAMINI c.flamini@uiv.it

REDAZIONE
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it

HANNO COLLABORATO
Fabio Gibellino, Fabio Ciarla, Omar Bison, Rossella Contato, Joel B. Payne, Ketty Magni

GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI,
ALESSANDRA FARINA

SEGRETARIA DI REDAZIONE
tel. 02 7222 281, corrierevinicolo@uiv.it

PROMOZIONE & SVILUPPO

LAURA LONGONI (desk), tel. 02 72 22 28 41, l.longoni@uiv.it
GIORGIO GORIA, cell. 346 7867907, g.goria@uiv.it
GIORDANO CHIESA, cell. 335 1817327, g.chiesa@uiv.it
grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

ABBONAMENTI
NOEMI RICCO, tel. 02 72 22 28 48
abbonamenti@corrierevinicolo.com

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana



aderisce al progetto europeo
WINE MODERATION
CHOOSE | SHARE | CARE

Il titolare del trattamento dei dati e responsabile del rispetto del reg. 679/UE è Unione Italiana Vini Servizi soc. coop. Sede legale: via San Vittore al Teatro, 3, 20123 Milano, a cui ci si può rivolgere per i diritti previsti dal REGOLAMENTO UE 2016/679 sulla protezione dei dati. Per ogni chiarimento scrivi a privacy@uiv.it. Informativa completa sul sito <https://www.unioneitalianavini.it/privacy-policy/>

Informazione pubblicitaria

DIAM

distributore per l'Italia
Gruppo ARALDO:
- PAOLO ARALDO
- DIAM SUGHERI
- BELBO SUGHERI

L'azienda francese produttrice di tappi Diam Bouchage, avvalendosi del suo importante reparto R&S, da 4 anni lavora ad una nuova ricetta per il tappo Mytik Diam, per soddisfare le esigenze del mercato dello Champagne in termini di durata meccanica e di permeabilità della chiusura.

LE INNOVAZIONI TECNICHE:

Mytik Diam 10 è stato progettato per mantenere proprietà meccaniche elevate e costanti per oltre 10 anni. Come per la nostra gamma Vini Fermi, i test di invecchiamento accelerato hanno potuto confermare l'eccezionale durata di questo tappo. Le sue proprietà meccaniche consentono un migliore mantenimento della pressione di CO₂ nel tempo. Il controllo dell'ossigeno è la seconda proprietà innovativa del **Mytik Diam 10**. I parametri della quan-

«Molti dei nostri clienti negli ultimi anni hanno manifestato l'esigenza di un tappo con una durata maggiore di quello attualmente sul mercato. Oltre ai molti laboratori indipendenti con i quali lavoriamo sui test di permeabilità, era importante per noi poter effettuare test presso i produttori vinicoli per convalidare i risultati organolettici. I nostri clienti più fedeli ci hanno assecondato in tutto il processo, facendo propria l'idea di uno sviluppo comune».

Alain Schmitt
Direttore regionale
Est-Champagne,
Diam Bouchage

tità di O₂ rilasciata dal tappo - che noi chiamiamo OIR (Oxygen Initial Release) - sono definiti nella ricetta di fabbricazione ad un livello molto inferiore rispetto ai tappi tradizionali e sono omogenei da un tappo all'altro. Questo permette all'enologo di conoscere e scegliere il rilascio di O₂ al "dégorgement".

Infine, **Mytik Diam 10** presenta un OTR (Oxygen Transfer Rate = apporto di O₂) molto basso per una migliore

evoluzione del vino in bottiglia. Tali caratteristiche tecniche sono particolarmente adatte per i produttori che intendono proporre vini "metodo classico" da invecchiamento o vini spumanti con pochi o niente solfiti. **Mytik Diam 10** offre inoltre molti vantaggi ai vini di na-

tura più sensibili all'ossidazione, come gli Champagne rosé o le mezze bottiglie.

UN TAPPO IN SUGHERO FRANCESE:

Diam Bouchage lavora da molti anni per rilanciare le sugherete francesi e offre in opzione ai suoi clienti tappi di sughero francese provenienti dalle regioni dei Pirenei Orientali, dal Var o dalla Corsica. **Mytik Diam 10** è stato appositamente sviluppato per il mercato dello Champagne ed è interamente prodotto in Francia, pertanto l'azienda ha deciso di proporre esclusivamente in sughero francese.

LA GAMMA MYTIK DIAM:

Mytik Diam 10 è un tappo con tutte le garanzie della gamma Diam Bouchage: sicurezza organolettica, omogeneità e controllo dell'ossigeno. Come per la sua gamma di Vini Fermi, Diam Bouchage dà così la possibilità ai produttori vinicoli di scegliere la loro chiusura in base al risultato dell'evoluzione che intendono trovare dopo diversi anni in bottiglia.

«Abbiamo lavorato sulla resistenza meccanica dei nostri tappi. Più un tappo dura nel tempo, più la sua permeabilità deve essere controllata e lo sviluppo di questo nuovo prodotto comportava necessariamente anche un buon controllo dello scambio di gas, che oggi è la questione centrale dell'enologia moderna!»

Dimitri Tixador
Responsabile del progetto
permeabilità, R&S Diam
Bouchage

DIAM BOUCHAGE: Azienda francese situata nei Pirenei Orientali, Diam Bouchage da più di quindici anni è impegnata a trovare soluzioni innovative per soddisfare le esigenze e rispondere alle sfide dei produttori vinicoli. L'azienda ogni anno produce e commercializza quasi 2,3 miliardi di tappi e ha costruito il suo successo sul procedimento Diamant®, che consente di estrarre dal sughero la molecola di TCA (≤ limite di quantificazione di 0,3 ng/l), causa del gusto di tappo, oltre ad altre 150 molecole responsabili di deviazioni sensoriali. Propone una gamma di tappi di sughero in grado di soddisfare le diverse esigenze del mercato in termini di apporto di ossigeno, per un invecchiamento ottimale. Nella Champagne la sede storica dell'azienda è situata a Cumière, dove offre un servizio specifico al mercato dello Champagne. I numeri: una bottiglia di Champagne su quattro oggi è tappata con Mytik Diam.

GEOGRAFIA ECONOMICA DELLA SPUMANTISTICA TEDESCA

A livello mondiale, una bottiglia di vino spumante ogni quattro, è consumata in Germania. Si tratta di oltre 400 milioni di bottiglie, ma molte di queste, in particolare le etichette tedesche che valgono ben oltre metà del volume totale, vengono vendute a prezzi con marginalità quasi azzerate. Storia e presente dei principali gruppi produttivi di bollicine teutoniche: Henkell Freixenet, Rotkäppchen, Carl Reh. E poi, il mondo dei "metodo classico" nelle parole di Volker Raumland, leader di mercato in questa tipologia e presidente di Flaschengärer, l'associazione dei produttori di "classico"

Bollicine di Germania: SEKT, MA NON SOLO

di JOEL B. PAYNE

In Germania, durante la stagione natalizia non è raro vedere dépliant, poster o anche qualche spot televisivo, promuovere il "Sekt" (così viene genericamente indicato lo spumante) per soli 2,49 euro a bottiglia. Occasionalmente qualche discount può anche riposizionare tale asticella, già pericolosamente bassa, a valori quali 1,99 euro a bottiglia. Considerando che il prezzo include non solo il 19% di Iva, ma anche l'accisa dovuta dai vini spumanti e pari a 1,02 euro, si realizza velocemente che la bottiglia viene venduta con etichetta, capsula e chiusura per meri 65 centesimi. Dato che i costi di produzione e trasporto entrano anch'essi nell'equazione, non è necessario essere un fine matematico per capire che il vino base costa pressoché nulla e che i margini sia per il produttore che per il distributore sono estremamente ridotti.

Ora, queste offerte scontate possono, ovviamente, essere destinate a prodotti civetta, ma mostrano chiaramente che è possibile attirare clienti nel proprio punto vendita con l'illusione di "affari speciali" di questo genere. Infatti, tanti clienti sono ora purtroppo abituati a prezzi estremamente bassi e, nella pratica, molti brand muovono oltre metà del loro volume totale attraverso le promozioni.

Dato che l'associazione dei produttori afferma che il prezzo medio al commercio di un vino spumante tedesco ancora non supera i 3,50 euro, pare sorprendente che l'aura del vino spumante quale drink per le feste e le occasioni speciali non abbia ancora veramente sofferto a causa di queste promozioni. Ciò detto, certo vi sono pochi dubbi sul fatto che nessun altro mercato al mondo, relativamente ai vini spumanti, sia così competitivo; è questa è una delle ragioni per cui i principali produttori si stanno espandendo all'estero.

Henkell compra Freixenet

Uno di questi produttori è appunto Henkell, ora chiamato Henkell Freixenet, parte del più grande Dr. August Oetker Group. La stessa Henkell, che venne acquisita come brand nel 1952, ora funge da "ombrello" per la "wine and spirits division", dove le bollicine giocano un ruolo importante. Sotto la direzione dell'attuale ceo, **Andreas Brokemper**, Henkell ha continuato la propria espansione come player globale, ruolo che iniziato con la caduta della Cortina di Ferro. Tramite l'acquisizione di primari brand di vini spumanti, quali Törley in Ungheria, Bohemia nella Repubblica Ceca, Hubert in Slovacchia e Scharlachberg in Austria, Henkell stabilì la propria testa di ponte nell'Europa dell'Est, area che continua a giocare un ruolo importante nelle operazioni internazionali del gruppo. Henkell entrò inizialmente sul palcoscenico dell'Europa Occidentale alla fine del secolo scorso tramite l'acquisizione dello Champagne Alfred Gratien, quindi aggiunse un'altra medaglia al proprio petto nel maggio del 2008 quando acquisì Mionetto, etichetta italiana del Prosecco. Due anni fa, nel marzo del 2018, l'azienda finì ancora al centro dell'attenzione allorché Henkell firmò un accordo con i rimanenti azionisti familiari di Cava Freixenet, ovvero José Ferrer Sala e José Luis Bonet Ferrer; il gruppo acquisì il 50,67% delle azioni della compagnia spagnola unitamente a un accordo internazionale di cooperazione. Unendo le proprie forze, i due sono divenuti il

gruppo di vini spumanti leader al mondo, posizione mantenuta nel 2020, nonostante una caduta del 7,9% nella rendita netta, a 972 milioni di euro, dovuta principalmente alle perdite nell'on trade generate dai lockdown da Coronavirus. A livello mondiale quindi il gruppo detiene oggi una quota di mercato, relativamente ai vini spumanti, pari all'8,5% nelle vendite e al 9,7% nei volumi. Inoltre, il loro vasto portfolio di prodotti e le rispettive presenze nei mercati internazionali, sembrano essere complementari, completandosi assai bene. Con Freixenet di fatto il gruppo gestisce il colosso mondiale del Cava, mentre Henkell è il vino spumante tedesco più ampiamente esportato e Mionetto rimane uno dei Prosecco leader a livello globale. All'epoca della fusione Brokemper disse: "Henkell e Freixenet condividono una forte visione imprenditoriale. Come partner, possiamo ora offrire ai nostri clienti non solo una competenza

globale, ma anche una selezione unica di brand di prima classe". Henkell & Co. è attualmente rappresentata dalle proprie filiali in trenta nazioni ed esporta in oltre 120 altri mercati in tutto il mondo. Ben prima che il gruppo iniziasse ad acquisire brand stranieri, tuttavia, Henkell aveva già venduto il proprio "Sekt" all'estero per oltre un secolo. "La prima esportazione risale al 1857 - spiega Brokemper - appena poco dopo che la compagnia fu fondata". Tale strategia iniziale è stata ripagata profumatamente. Infatti, secondo il Dipartimento di statistica tedesco, lo scorso anno sono stati esportati 32 milioni di bottiglie di Sekt. Ciò, seppur con una caduta del 4,8% sul 2019, rappresenta ben l'11% della produzione totale e la maggior parte di questi 32 milioni di bottiglie era appunto di Henkell Trocken. "Vendiamo più Sekt all'estero che non in Germania - chiosa Brokemper - e siamo rappresentati in più di cento mercati esteri."

La tassa sui vini spumanti tedesca

L'accisa tedesca sui vini spumanti fu inizialmente introdotta nel 1902 per finanziare le navi da guerra della marina del Kaiser. Nonostante venne brevemente rimossa nel 1932 durante la Grande Depressione, fu reintrodotta nel 1939 dal Terzo Reich per finanziare i sottomarini. Quindi, dopo la guerra, fu mantenuta dal nuovo governo per sostenere la ricostruzione di un Paese distrutto. Oggi è meramente una delle tante tasse imposte federalmente nel tentativo di far tornare i conti.

ANDREAS BROKEMPER, CEO HENKELL SEKT: LA SFIDA DELL'EXPORT



"Nonostante la famiglia fondatrice di Henkell abbia iniziato ad esportare il proprio Sekt nel 1857, denominandolo 'Champagne made in Germany', è stata la caduta della Cortina di Ferro a creare per noi nuove opportunità. Infatti, acquisire azioni di brand leader mondiali dei vini spumanti, quali Törley in Ungheria, Boemia nella Repubblica Ceca o Hubert in Slovacchia, ci ha conferito un immediato accesso a quei mercati". Esordisce così **Andreas Brokemper**, nel raccontare il processo di espansione oltre i confini tedeschi del gruppo di cui è ceo.



Eravate in pole position anche nel 2008, con il vostro acquisto di Mionetto. Secondo voi il Prosecco ha ancora potenzialità di ulteriore crescita?

Vedo il Prosecco come il Pinot grigio dei vini spumanti. Non solo è facile da bere, ma può essere consumato quotidianamente, oltre che essere solamente una bottiglia per occasioni speciali. Questo è probabilmente il motivo per cui le vendite di Prosecco sono cresciute del 3,9% nel 2020, cioè in un anno particolarmente difficile. In questa luce, il futuro sembra brillante. Sì, i mercati europei possono essere ormai saturi, ma la maggior parte dell'Asia non ha ancora nemmeno iniziato ad apprezzarne il gusto.

Vede simili possibilità anche per Alfred Gratien?

In Champagne abbiamo optato per la qualità piuttosto che la quantità e abbiamo scelto di rimanere piccoli. Ci concentriamo sui nostri millesimati e sulle nostre etichette Riserva piuttosto che cercare di competere con i leader di mercato.

La vostra fusione con Freixenet nel 2018 ha colto un po' tutti di sorpresa. Cosa ha imparato da questa partnership durante gli ultimi due anni?

Entrambi avvicinavamo il mercato con prospettive leggermente differenti allora, ma

ciò si è rivelato essere complementare. Inoltre, loro erano forti in alcuni mercati dove noi invece eravamo deboli, e viceversa. Come partner ora possiamo offrire ai nostri clienti non solo una competenza globale, ma anche una selezione unica di brand di prima classe.

Tutti in Germania conoscono Henkell Trocken. Vendere Sekt all'estero, tuttavia, deve rappresentare una sfida.

Adam Henkell iniziò a vendere il proprio Sekt fuori dal Paese più di un secolo fa. Oggi noi siamo presenti in oltre 100 mercati all'esportazione. In alcuni di questi, quali Austria, Canada o Australia, siamo addirittura il maggior player e rimaniamo di gran lunga il maggior esportatore di vini spumanti tedeschi. E vediamo che molti mercati sono, perlomeno all'inizio, più ricettivi verso le nostre offerte di Cava e Prosecco, che non di Sekt.

Attualmente ha qualche altro progetto importante in vista?

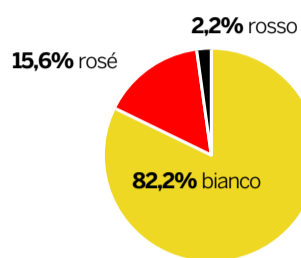
Siamo sempre alla ricerca di nuove opportunità, ma il nostro focus è ora sul consolidamento, assottigliamento e sviluppo di quelle che noi definiamo le nostre specialità globali. Tutti conoscono Henkell, Freixenet e Mionetto, quindi ora dobbiamo parlare maggiormente di Gratien & Meyer, Segura Viudas, Gloria Ferrer, e, naturalmente, qui nel Rheingau, di Schloss Johannisberg.

Quanto vino spumante tedesco si è venduto in Germania nel 2020?

L'Associazione dei produttori di spumanti tedeschi rappresenta circa il 98% del totale della produzione nazionale. Molte delle più piccole aziende vitivinicole che vendono anche botticine le fanno produrre conto terzi e non sono incluse in questi numeri. Tutte insieme, tuttavia, esse aggiungerebbero solo due o tre milioni di bottiglie a questi dati.

2020	251.331.530 bottiglie
2019	265.454.447 bottiglie
2018	270.936.219 bottiglie
2017	275.247.612 bottiglie

Fonte: Verband deutscher Sektellereien



Il colore dei vini spumanti tedeschi nel 2020

Fonte: Verband deutscher Sektellereien

Quote di mercato degli spumanti in Germania

L'Associazione dei produttori di spumanti tedeschi rappresenta circa il 98% del totale della produzione nazionale. Molte delle più piccole aziende vitivinicole che vendono anche botticine le fanno produrre conto terzi e non sono incluse in questi numeri. Tutte insieme, tuttavia, esse aggiungerebbero solo due o tre milioni di bottiglie a questi dati.

01) Rotkäppchen	36,2%
02) Freixenet	7,4%
03) Mumm	6%
04) MM Extra	4,3%
05) Söhnlein	4,2%
06) Fürst von Metternich	3,2%
07) Jules Mumm	2,5%
08) Faber	1,6%
09) Henkell	1,6%
10) Cinzano	1,5%
11) Altri	32,5%

Fonte: Iri Liquid Data



Rotkäppchen, il leader di mercato

Le due etichette di vino spumante più forti nel mercato nazionale tedesco sono, tuttavia, Rotkäppchen, con un'invidiabile quota di mercato del 36,2%, seguita, al secondo posto seppur distanziata, da Freixenet, con il 7,4%. Nell'annuale conferenza stampa, **Christof Queisser**, chief executive officer di Rotkäppchen Mumm, ha fieramente ricordato come il successo del loro brand più iconico, (letteralmente "Cappuccetto Rosso" in tedesco), ha rappresentato solo una parte del positivo sviluppo del gruppo lo scorso anno. A dispetto del Coronavirus, il loro fatturato totale è cresciuto del 7,7%, arrivando a 1,2 miliardi di euro. In volume, le vendite sono salite fino a 330 milioni. Ovviamente minimizzando, in perfetto "british style", Queisser ha affermato: "Siamo felici di condividere questi risultati positivi in quello che rimane, per tutto il resto, un anno molto difficile". Il gruppo è stato più che capace di compensare le comprensibili perdite causate dai lockdown del settore degli hotel e ristoranti, con un aumento delle vendite attraverso le catene dei supermercati. "Dato che i tedeschi non hanno potuto viaggiare - ha proseguito Queisser - hanno trascorso più tempo nelle loro cucine e scoperto le gioie del preparare i pasti a casa". Ciò nonostante vini e superalcolici sono cresciuti più velocemente di quanto abbiano fatto le botticine.

Mentre nel gruppo le vendite di vini sono incrementate di quasi un quarto fino a raggiungere 228 milioni di euro e i superalcolici sono saliti dell'8,9% toccando i 378 milioni di euro, la categoria dei vini spumanti si è espansa solo dell'1,7%, arrivando a 594 milioni di euro. Ciò, tuttavia, non è poi così sorprendente, perché, con la propria quota di mercato nel settore nazionale delle botticine, il gruppo già contava una ogni due bottiglie di spumanti venduti in Germania. Dato che l'universo dei vini spumanti si è ridotto leggermente nel 2020 e il consumo totale tedesco è diminuito dell'1,3%, questa modesta progressione deve essere vista sotto una luce più che positiva.

In totale, lo scorso anno, Rotkäppchen-Mumm ha prodotto 193 milioni di bottiglie di vino spumante, inclusi 7 milioni di "metodo champenoise". In aggiunta ai 120 milioni di bottiglie di Rotkäppchen da Friburgo sull'Unstrut, in quella che era allora la Germania dell'Est, la parte Mumm del gruppo ne ha realizzati altri 66 milioni a Eltville sul Reno, dove, oltre a Mumm, vengono imbottigliate anche le etichette MM Extra, Jules Mumm e diverse altre.

Un tempo parte della dinastia Mumm che nel 1827 fondò il famoso brand che oggi appartiene a Pernod Ricard, la proprietà familiare venne espropriata allo scoppiare della Prima Guerra Mondiale. I loro eredi tornarono in Germania e iniziarono a produrre vini spumanti a Francoforte con Matheus Müller, il cui brand fa ora parte del gruppo e prende il nome di MM Extra. Oggi, il Sekt "prestige" del gruppo è Geldermann, che fu un tempo parte di un'altra azienda tedesca di Champagne, Deutz, allora un'etichetta classica in Germania e ora recentemente rilanciata da Rotkäppchen. Il nuovo enologo, Marc Gauchey, ha poi introdotto una selezione speciale chiamata "Les Grands" per la distribuzione di alto livello e i ristoranti.

Rotkäppchen è di gran lunga il brand di vino spumante tedesco più diffusamente venduto. Attraverso la sua filiale, Eggers & Franke, è anche il maggior importatore e distributore di vini e superalcolici. Con l'acquisto di Ruggeri nel 2017, il gruppo ha iniziato, sotto la guida di **Stefan Nienaber**, a perseguire seriamente la propria espansione internazionale.



Come sono stati prodotti i vini spumanti tedeschi nel 2020

Come per i dati della produzione, le aziende vitivinicole più piccole che producono anche spumanti non sono incluse in questa statistica. Visto che gran parte della loro produzione impiega il metodo classico il loro apporto rimane minimo in termini numerici. Volker Raumland ritiene che non oltre il 2% della produzione nazionale sia fatta utilizzando la rifermentazione in bottiglia.

Metodo Charmat	96%
Travaso*	2,7%
Metodo Champenoise	1,3%

Fonte: Verband deutscher Sektellereien

*Il "travaso" è un metodo conosciuto e tradizionalmente utilizzato nello Champagne per garantire una qualità standard dello champagne nelle mezze bottiglie e nei grandi formati, che non fermentano con la stessa regolarità delle bottiglie standard o magnum, mentre in Germania viene adottato per tagliare i costi di produzione. Terminata la rifermentazione in bottiglia, si utilizza una macchina per prelevare il contenuto dalle diverse bottiglie, travasarlo in un grande serbatoio dove viene filtrato e, dopo l'aggiunta del liquer de dosage, reimpastigliato. Per i tedeschi questo è - ma soprattutto era - un modo efficiente per aggirare i costi di remuage e sboccatura permettendo, comunque, di indicare in etichetta il metodo Flaschengärung (fermentato in bottiglia). È molto meno comune di una volta, ma è ancora impiegato da due o tre produttori.

Il dosaggio dei vini spumanti tedeschi nel 2020

Anche i più preparati operatori del trade sono spesso sorpresi nel riscontrare quanto dolci siano attualmente, in gran parte, gli spumanti tedeschi. La versione Brut rappresenta solo una minuscola parte del totale della produzione.

Brut (0-15 g)	2,2%
Extra Dry (12-20 g)	4,6%
Sec (17-35 g)	55,8%
Demi Sec (35-50 g)	31,8%
Altri	4,8%

Fonte: Verband deutscher Sektellereien



Carl Reh con Faber e Schloss Wackenheim

Il terzo più grande gruppo spumantistico in Germania è quello di Carl Reh, i cui brand Faber e Schloss Wackenheim sono ben noti a tutti i consumatori nazionali. Il loro presidente, Olivier Gloden, ammette che le vendite di vini spumanti sono leggermente calate nel 2020, mentre i loro vini e i drink a bassa gradazione hanno performato molto meglio. Questi ultimi infatti paiono essere parte di un trend al quale, come nel settore della birra, i consumatori stanno guardando, alla ricerca di prodotti più salutistici ma purtroppo in grado di ricordargli le bevande di cui un tempo godevano. Mentre fusioni e acquisizioni sono una via per i business in crescita, le etichette possono anche generare importanti flussi di cassa. Nel settembre dello scorso anno, Henkell ha venduto Deinhard, una volta solido brand nazionale, a Pe-

ter Mertes, un altro dei maggiori player nel mercato locale. Con le etichette Lila e Cabinet, Deinhard ha anche goduto di una ricaduta positiva in certi mercati all'esportazione. Per Peter Mertes, il cui focus prima era maggiormente sui vini fermi, le nuove etichette hanno permesso l'accesso al mercato dei vini spumanti "premium". Per Henkell, ciò ha portato a un ritorno al loro originale focus sull'etichetta "premium" Fürst von Metternich.

Il Sekt, i "metodo classico" e la querelle sull'origine

La maggior parte di tutti i vini spumanti venduti in Germania è prodotta in grandi contenitori usando il metodo Charmat, considerevolmente più economico della classica fermentazione in bottiglia usata in Champagne, per il Cava o, da ➔

STEFAN NIENABER, GENERAL MANAGER ROTKÄPPCHEN MUMM'S

IL FUTURO TRA PROSECCO E IL "NUOVO RACCONTO" DEL SEKT

Oggi, Rotkäppchen è, senza dubbi, lo spumante tedesco più popolare. Le sue origini, tuttavia, sono nell'Est. Come erano le cose al tempo della riunificazione delle due Germanie?

Fino al 1989 Rotkäppchen era considerato come lo "Champagne del Blocco Orientale". Dopo la riunificazione, i cittadini della Germania dell'Est vollero "bere la propria libertà" e si rivolsero ai marchi occidentali. I primi anni furono dunque difficili, ma la nostra storia di successo velocemente si

tramutò in una profezia che si autorealizzava.

Cosa è cambiato da allora?

La Germania è sempre stata una grande consumatrice di Sekt. Negli anni 90, tuttavia, la produzione era altamente frammentata, con marchi quali Deinhard, MM Extra, Rüttgers Club, Mumm e Kupferberg tutti in competizione per una quota di mercato. Negli ultimi trent'anni c'è stato un processo di consolidamento. Alcune etichette sono scomparse, altre si sono fuse. Oggi, Rotkäppchen Mumm distribuisce tre dei sei top brand tedeschi.

le competenze di vendita e di marketing per far sì che ciò accada, e, appena l'attuale crisi terminerà, vedo un brillante futuro soprattutto in mercati quali il Nord America.

Il vostro maggior competitor in Germania possiede anche marchi di Champagne e Cava. È un'opzione che anche Rotkäppchen Mumm ha considerato?

Attraverso Eggers & Franke il nostro gruppo già vende il Cava von Cordoniu e gli Champagne sia di Charles sia di Piper Heidsieck. Nel nostro sviluppo dell'export internazionale, stiamo tuttavia posizionando il focus sull'Italia, dove, oltre a Ruggeri, Doppio Passo sta cominciando a mostrare buone promesse.

Tutti nel mercato domestico conoscono Rotkäppchen, ma i vini spumanti tedeschi hanno un futuro all'estero?

Lei dice correttamente che il percepito, in relazione al vino tedesco, sia una sfida in molti mercati all'esportazione, ma ci sono opportunità che dobbiamo cogliere. Nonostante la Germania possieda dei Sekt di qualità estremamente elevata, pochi consumatori realizzano che Rotkäppchen matura sei mesi in serbatoio d'acciaio prima dell'imbottigliamento.

Avete acquistato Ruggeri nel 2017. Il Prosecco ha ancora potenziali di crescita?

Noi pensiamo certamente di sì, ma la categoria subirà dei cambiamenti. Oggi il brand è Prosecco. Pochi consumatori sanno veramente identificare le varie etichette e spesso comprano in base al prezzo. Noi crediamo che, in funzione di questo, ci sia un ulteriore potenziale di crescita per i Prosecco di qualità premium. Il nostro lavoro è perciò parlare di Valdobbadiene, i vecchi vigneti nel cuore della denominazione, e, ovviamente, di posizionare Ruggeri sotto ai riflettori. Abbia-



L'ETICHETTA FA LA DIFFERENZA

Operiamo nel settore dell'etichetta fin dal lontano 1953, specializzati nel settore vini e liquori, dove l'elemento essenziale è la qualità delle realizzazioni.

Possiamo fornire ai nostri clienti lavorazioni sofisticate con la massima flessibilità nelle tirature, mantenendo prezzi competitivi sia per le grandi che per le piccole quantità. Siamo in grado di svolgere internamente tutte le fasi di studio, pre-stampa, stampa e imballaggio: dalla progettazione dei bozzetti e delle bozze a colori, alla stampa su carte tecniche antispappolo e antimuffa, con lavorazioni particolari di finitura come oro in polvere, oro lamina a caldo, in rilievo, e verniciature lucide e opache antigraffio. Le nostre attrezzature e macchinari per ogni fase della lavorazione sono sempre all'avanguardia e costantemente aggiornati per seguire lo sviluppo tecnologico.

Mettiamo a disposizione della nostra clientela tutta l'esperienza maturata in oltre cinquanta anni di attività.

PROGETTAZIONE

PRE-STAMPA

STAMPA

IMBALLAGGIO



gb

gb grafiche baglio srl

soluzioni per il progetto e la stampa di etichette

www.grafichebaglio.it

Via Melegnano, 22 - 20019 Settimo Milanese
Tel. 02.48920060 r.a. Fax 02.47996377 - info@grafichebaglio.it



➔

aziende vitivinicole quali Raumland, Griesel o Reinecker, per vini nazionali premium. Tuttavia, un Sekt deve fermentare per sei mesi in acciaio prima dell'imbottigliamento e ciò gli conferisce pedigree più prestigioso. Per i puristi, tuttavia, la corrente legislazione lascia un retrogusto amaro, dato che permette ai produttori tedeschi di fare vino spumante a partire da uve straniere. Pochi consumatori, verosimilmente, notano la differenza nella scritta a piccoli caratteri in etichetta, fra un "Deutscher Sekt" (Sekt tedesco) e "Sekt hergestellt in Deutschland" (Sekt prodotto in Germania). Il primo deve essere prodotto da uve ottenute in Germania, il secondo deve solamente essere prodotto in Germania. Ai critici che sostengono che ciò inganna quei consumatori che pensano che tutto il Sekt sia prodotto da uve tedesche, i produttori rispondono che quanto accade non è differente da quello che avviene per il cioccolato svizzero e belga.

Nonostante molte altre etichette abbiano una lunga tradizione nella produzione di vini spumanti fermentati in bottiglia, Volker Raumland

è, con Reinecker e Griesel, il più conosciuto e certamente più largamente ammirato dei Flaschengärer, come i produttori di "méthode champenoise" vengono chiamati in Germania. Egli è anche il presidente della loro associazione (vedi intervista). Inoltre, Volker Raumland produce bollicine per altri famosi produttori di vino quali Rebholz e Wehrheim, che sono parte di quelle aziende vitivinicole tedesche che vogliono offrire un Sekt alla propria clientela. Tale gruppo di aziende ora include anche Steffen Christmann, il presidente del "Verband deutscher Prädikatsweingüter" (Vdp), che, con Mathieu Kauffmann, un tempo winemaker presso Bollinger, sta attualmente lanciando un suo proprio brand. Infatti, quasi ogni azienda vitivinicola ora possiede almeno un vino spumante nel proprio listino. Mentre molto di quanto bevono i tedeschi è abboccato o addirittura dolce, la maggior parte di questi Sekt non solo sono fermentati in bottiglia, ma sono anche piuttosto secchi, con i Brut Nature o anche i Dosaggio Zero che divengono via via più modaioli.

VOLKER RAUMLAND, PRODUTTORE E PRESIDENTE FLASCHENGÄRER VOGLIAMO RIDARE LUSTRO ALL'IMMAGINE DEI VINI SPUMANTI TEDESCHI

Volker Raumland è largamente visto come un produttore tedesco leader nei vini spumanti elaborati secondo il metodo classico.

Raumland è anche il presidente di Flaschengärer, l'associazione dei produttori tedeschi concentrati su quello che una volta era chiamato "metodo champenoise".



La maggioranza dei Sekt prodotti in Germania contiene poco o nulla di vino tedesco. Questo rappresenta un inganno per i consumatori?

Certamente, perché nessuno nota la differenza nelle parole stampate in piccolo sull'etichetta fra "Deutscher Sekt" (spumante tedesco) e "Sekt hergestellt in Deutschland" (spumante prodotto in Germania). Il Deutscher Sekt, o vino spumante tedesco, deve essere fatto con uve coltivate in Germania. Per il "Sekt hergestellt in Deutschland", o vino spumante prodotto in Germania, non ci sono restrizioni. Non solo molti consumatori non capiscono la differenza, ma addirittura in genere non notano nemmeno la scritta sull'etichetta.

Il vino spumante fatto con il metodo tradizionale conta poco più dell'1% della produzione totale. Quindi, se lei usa solo le uve coltivate in azienda, allora è la "nicchia della nicchia". Vi sentite come Sisifo che spinge una pietra su per la collina?

No, in realtà, come per molti al-

tri miei colleghi nell'associazione, noi ci vediamo come ambasciatori di vini artigianali di alta qualità. Tutti i nostri associati sono impegnati a usare solo uve tedesche e a rispettare il metodo classico. La maggior parte di questi sono Sekt imbottigliati in azienda (all'origine, n.d.t.), ma noi nemmeno abbiamo un termine ufficiale per questa "sfumatura".

La gran parte dei tedeschi beve vini abboccati o anche dolci, ma la categoria Brut sta crescendo. Come vede questo sviluppo?

La sua analisi è corretta. Ora anche Extra Brut e Brut Nature sono termini ben conosciuti da quei clienti che optano per prodotti di maggior qualità. Ad essere onesti, tuttavia, il riscaldamento globale sta rendendo più facile compensare un bilanciamento più secco con l'acidità.

I vostri Sekt hanno una rispettata reputazione nel Paese, ma sono venduti allo stesso prezzo di alcuni Champagne. Esiste un mercato all'export per queste

vostrre etichette?

Dato che partiamo da una base piccola, ovviamente, il nostro export è cresciuto, principalmente nei Paesi europei più vicini. L'anno scorso abbiamo aperto il mercato norvegese per la prima volta. Curiosamente, sono le linee Réserve e Grande Réserve a essere maggiormente richieste, incluso il 2008 Mon-Rosé che viene venduto al retail in Germania a 86 euro la bottiglia.

Ora lei è anche il presidente del Verband der traditionellen Sektmacher (Vts), che voi chiamate Flaschengärer. Quali sono i suoi progetti?

Vogliamo riportare l'immagine dei vini spumanti tedeschi dove era cento anni fa, quando il Sekt era costoso tanto quanto lo Champagne. Se l'impiego del termine Sekt fosse limitato solo a quei vini spumanti fatti a partire da uve tedesche e utilizzando il metodo classico, noi saremmo ben più vicini al nostro obiettivo. Sfortunatamente, la reputazione del Sekt quale "economico e dolce" è, oggi, difficile da rimuovere.



AL MIB TRIESTE SCHOOL OF MANAGEMENT

WINE BUSINESS MANAGEMENT

Alta formazione sul vino al via

Managerialità, competenze trasversali, innovazione, apertura a nuovi mercati e segmenti di consumatori, network tra professionisti. Questo il bagaglio che gli studenti in Wine Business Management di MIB Trieste portano con sé dopo aver frequentato il Corso di alta formazione, giunto ora alla IX edizione. Il percorso quest'anno prenderà avvio il 18 novembre in modalità part-time (1 weekend al mese), per un totale di 27 giornate d'aula e 6 online. La nuova edizione, accanto alle lezioni in aula nella sede di Trieste, nel rispetto delle norme di contenimento del Coronavirus, apre alla fruizione con formula ibrida, offrendo la partecipazione in modo sincrono online alle sessioni in presenza. Condivisione dello schermo, telecamere e lavagne digitali garantiscono un'interazione perfetta e una conversazione fluente tra le persone in classe, i docenti e gli studenti in video. I partecipanti potranno cambiare modalità di frequenza in ogni momento.

In attesa di questa nuova edizione, abbiamo tracciato un bilancio dell'esperienza compiuta con alcuni partecipanti che si sono avvalsi della convenzione tra MIB e UIV: **Nicoletta Pala** (azienda Audarya in Sardegna), **Giacomo Manzoni** di Chiosca (chief agronomist Zonin 1821) e **Alberto Stella** (enologo al Castello di Meleto in Toscana). Se il Corso approfondisce i principali temi della gestione organizzativa ed economica dell'azienda vinicola, gli intervistati hanno evidenziato come, oltre alle competenze funzionali apprese (marketing, vendite, comunicazione, controllo di gestione...), siano risultati di grande importanza gli aspetti trasversali e relazionali. Per Nicoletta Pala questi sono fondamentali, "a partire dal problem solving, specialmente nel nostro settore dove bisogna essere pronti a lottare con madre natura, con i fornitori, i clienti, i turisti". Le soft skills risultano sempre più strategiche anche per Giacomo Manzoni, assieme al network tra colleghi di corso e all'acquisizione di maggiore sicurezza nelle proprie capacità in generale. Nel suo caso, le competenze trasversali richieste vanno al di là dell'ambito specifico tecnico di lavoro: "Per questo una preparazione ampia e articolata, l'attitudine ad imparare velocemente e la flessibilità manageriale sono fondamentali". Sulla trasversalità concorda Alberto Stella che, come responsabile di produzione, deve confrontarsi sempre

più spesso con i responsabili commerciali e amministrativi "in un'azienda in pieno cambiamento che sta rilanciando il suo brand".

Riguardo ai temi affrontati in aula, abbiamo chiesto quali input si siano portati in azienda e come li stiano mettendo a frutto. "La nostra azienda ha deciso di puntare da subito su un packaging nuovo, fiabesco e originale che si pone in maniera differente rispetto al classicismo sardo" dice Nicoletta. Per quanto riguarda la comunicazione digitale, è fondamentale sempre avere dei contenuti al passo con il momento che si vive in vigna o in cantina, ma soprattutto connessi all'attualità. "Un grande errore che in tanti facciamo - prosegue - è comunicare spesso sempre le stesse cose, specialmente durante la vendemmia, mentre è necessario differenziarsi e cambiare rotta. In questo il Corso mi ha aiutato a riflettere su nuovi contenuti e idee che stiamo mettendo in piedi proprio ora. Uno degli spunti più grandi e su cui stiamo lavorando è la sostenibilità, cui i mercati ormai sono sempre più attenti". Questo è un argomento chiave anche

per Manzoni: "Nel mio ambito specifico stiamo agendo nella comunicazione della sostenibilità, un tema molto sentito nella nostra azienda. Penso sia giusto che anche il consumatore finale ne percepisca l'importanza. Per questo motivo con la collega Chiara Bressani, communication & sustainability director, cerchiamo di promuovere ancora di più ciò che facciamo nelle Tenute".

Vista l'età dei partecipanti - mediamente tra i 25 e i 35 anni - abbiamo raccolto il loro punto di vista anche sull'evoluzione che sta subendo il segmento dei consumatori loro coetanei. "Tra le novità che possono attirare consumatori nel mondo delle bevande alcoliche, il gin sta crescendo molto come immagine e come apprezzamento presso le categorie dei più giovani. Interessante anche il mondo delle birre dal punto di vista del packaging, della premiumizzazione dei prodotti e della comunicazione", afferma Manzoni. "Oggi - dice Pala - i giovani consumatori sono attenti e hanno tanta cultura, siamo una generazione cresciuta tra digitale e viaggi. Ciò permette di informarsi, ricercare le peculiarità

delle diverse zone (un esempio può essere il nostro autoctono Nuragus) e cogliere velocemente quanto succede nelle diverse parti del mondo. Dobbiamo quindi investire sempre più nel digitale e nell'ospitalità per far sentire il vino sempre vicino a loro". Secondo Stella, se i giovani sono meno interessati al consumo tradizionale, legato ai pasti, "il vino può trovare spazio negli usi più disparati e informali. Molte aziende potrebbero interpretare in maniera più fresca la tradizione o, parallelamente, proporre vini di un uso più ampio e facile". Allo stesso tempo segnala come nuove categorie di vino, quali quello in lattina o a zero alcol, possano essere un esempio, per molti estremo, "che dovrebbe stimolare le idee per studiare nuove opzioni da proporre".

La IX edizione del Corso si terrà quest'anno in presenza e online in simultanea. Focus sull'esperienza di alcuni studenti che hanno potuto usufruire della convenzione con Unione Italiana Vini e il riflesso sulle loro attività



CONVENZIONE MIB - UIV

Anche quest'anno MIB e UIV hanno definito una convenzione che prevede la disponibilità di alcuni posti riservati ad associati ordinari UIV, Agivi e Ass. Donne del Vino, con una quota di partecipazione scontata del 20% rispetto al prezzo previsto (5.200 € invece di 6.500 € + IVA). Il termine per le pre-iscrizioni è il 31 ottobre 2021.

Info <https://mib.edu/it/programmi/formazione-executive/wine-business-management>



Gli annunci del Corriere Vinicolo

per inserimento annunci contattare Laura Longoni, tel. 02 7222841- l.longoni@quiv.it



SCAMPERLE

VINI VERONESI

Marchio storico® zona Valpolicella Classica.

Per informazioni inviare e-mail a info@studiochesini.it



FT SYSTEM
ANTARES VISION GROUP

CONCENTRAZIONE DELL'OSSIGENO NELLO SPAZIO DI TESTA

MISURA NON DISTRUTTIVA

IN LINEA



www.ftsystem.com
commercial@ftsystem.com





LA TERZA PAGINA DEL VINO



B.E.V.I., LA SERIE TELEVISIVA DI SKY ARTE, DOPO L'ITALIA APPRODERÀ IN VENTI CANALI TV INTERNAZIONALI

Un progetto originale che punta a valorizzare il vino, le cantine e i produttori sotto una luce particolare. Grande successo di pubblico che ha vissuto in video le storie e la passione di quattordici aziende vitivinicole del nostro Paese. Il racconto e le testimonianze di alcuni produttori partecipanti

Il vino si scopre tra architettura arte e design

di KETTY MAGNI

Il binomio tra arte e vino ha caratterizzato i dieci episodi della prima serie televisiva B.E.V.I. (acronimo di Bacche, Enologi e Vinattieri d'Italia) - L'Arte del Vinificare -, andata in onda con cadenza settimanale al mercoledì su Sky Arte (canali 120 e 400 di Sky) dalla fine di maggio alla fine di luglio, nella fascia più ambita del palinsesto preserale, alle ore 20,40.

Un viaggio di scoperta, tra creatività, architettura e design, che ha coinvolto da nord a sud, isole comprese, alcune eccellenze vitivinicole italiane, dove le cantine stesse sono diventate le nuove cattedrali, a conferma del rapporto profondo esistente tra arte e vino. Per molti produttori il vino stesso è una creazione, un'opera personalissima, frutto della propria sensibilità e della cultura di riferimento. La serie televisiva, che vede coinvolto come main sponsor UniCredit, nella versione sottotitolata in inglese, è già stata opzionata da oltre venti canali tematici e generalisti nel mondo: Canada, Germania, Svizzera, Regno Unito e molti altri Paesi interessati hanno contribuito a rendere B.E.V.I. un prodotto vincente.

Questo successo ha portato Federico Di Giambattista, produttore alla guida di Artlouder di Roma, con Chiara Panzieri, autrice di questa produzione dal taglio internazionale ma profondamente ricca di italianità, a ideare una seconda serie, sempre narrata in episodi e già in fase di realizzazione, e a programmare una terza serie. La regia è affidata a Mirko Melchiorre e la fotografia è firmata da Alessandro Pezza. Condivide il progetto anche Winelivery - L'App per bere!

- una delle piattaforme di successo dell'e-commerce specializzato nel vino.

Abbiamo idealmente ripercorso alcune tappe del tour proposto dalla serie televisiva, intervistando alcuni tra i produttori protagonisti di questa prima stagione della serie.

CHIARA PANZIERI
E FEDERICO DI GIAMBATTISTA



JOSÉ RALLO

FEDERICO LOMBARDO DI MONTE IATO

DALLA SICILIA...

Nella puntata dedicata alla Sicilia, si raccontano due aziende protagoniste del rinascimento enologico dell'isola: DONNAFUGATA e FIRRIATO. Un percorso visivo e percettivo all'insegna della qualità, ricco di vibrazioni ed emozioni evocative, che rende omaggio all'arte delle illustrazioni e alla letteratura, ai colori della terra e del cielo, al carattere del vino. "Il vino, per noi produttori è un'opera d'arte. Creatività, rigore stilistico, autenticità, fedeltà e rispetto della materia prima sono concetti che il nostro mondo condivide con l'arte, e apprezzati da chi ama il vino. Abbiamo sempre perseguito questi valori in azienda - spiega José Rallo che, con il fratello Antonio è alla guida di Donnafugata -, mio padre Giacomo e mia madre Gabriella hanno impresso questa visione sin dagli esordi, aprendo nuovi orizzonti e affermando una cultura di impresa che è diventata, nel tempo, un nuovo modello di riferimento nel vino di qualità, per la capacità di generare innovazione. In tal senso, la Sicilia, ha saputo davvero imprimere una visione di largo respiro. In dialogo con l'arte è, per noi - conclude - fonte di ispirazione ultra trentennale, tanto da abitare l'anima stessa di Donnafugata. L'episodio di B.E.V.I. dedicato alla Sicilia coglie in pieno questa dimensione immateriale e immaginifica. Un bell'esempio di televisione di qualità che fa bene al Paese".

Nella "Sicilia innovativa", vi è grande attenzione per i temi della sostenibilità ambientale. Ed entusiasta è Federico Lombardo di Monte Iato, chief operating officer dell'azienda di famiglia Firriato, uno dei primi grandi brand siciliani a convertire tutta la sua produzione in agricoltura biologica certificata, intraprendendo - nel 2007

- il processo di Carbon Neutrality attraverso un attento e continuo calcolo delle emissioni. Tanto che oggi, nel 2021, ha ottenuto il Sustainable Viticulture Award, il podio più alto del Gambero Rosso in ambito vitivinicolo, divenendo la prima cantina certificata in Italia a impatto zero. Una storia di viticoltura di alta montagna, condotta sull'Etna, il più grande vulcano attivo d'Europa. Un racconto di scoperta e di meraviglia nel quale la natura in equilibrio con l'uomo definisce il paesaggio, tra sciare laviche, vigneti, muretti a secco e boschi, e crea un habitat di biodiversità straordinario, dove la coltivazione della vite si perde nella notte dei tempi. "L'Etna, un'arte prodotta dalla natura che con la sua straordinaria energia interiore riesce sempre a regalarti qualcosa", ci svela Federico Lombardo di Monte Iato, il quale riesce proficuamente a coniugare la sua attività in azienda con la passione per la fotografia notturna e le passeggiate ad alta quota. Un panorama mitico rintracciabile - forse - in una descrizione omerica in cui cielo e terra si avvolgono senza soluzione di continuità all'ombra del vulcano. "Cavanera 1882" è l'iscrizione che svetta sul cancello di un tesoro protetto e curato come un giardino delle meraviglie: un vigneto prefillossera con piante anche di 150 anni di vita. Vere e proprie sculture vegetali, espressione di un tradizionale sistema di allevamento della vite ad alberello, oltriché simbolo di una straordinaria capacità di resilienza a grandi eventi distruttivi, come fu quello della fillossera. Da qui, l'idea di infondere l'anima enologica più pregiata del vulcano in bottiglia, una sorta di sigillo che Firriato ha voluto denominare - per l'appunto - "Signum Aetnae", eccellenza di una storia secolare finalmente riscoperta.

MAXIGUM PLUS

Elevata efficacia stabilizzante e facilità d'uso

Maxigum Plus è uno stabilizzante a base di gomma arabica Verek e mannoproteine creato per assicurare la stabilizzazione del colore in modo semplice e sicuro. L'efficacia e la facilità d'uso di Maxigum Plus dipendono dal processo di lavorazione della gomma resa microfiltrabile grazie ad un sistema innovativo di filtrazione che modifica la struttura tridimensionale della molecola senza diminuirne le dimensioni. Le mannoproteine potenziano l'effetto stabilizzante della gomma e contribuiscono all'equilibrio organolettico del vino.

enartis

Inspiring innovation.



...ALLA SARDEGNA

Il racconto delle eccellenze vitivinicole italiane prosegue alla volta della Sardegna dove il territorio del Mandrolisai, a metà strada tra il mare e le montagne più alte, è impegnato nello sviluppo di una produzione enologica rispettosa dei principi ambientali e di eco-sostenibilità, eliminando quasi totalmente ogni intervento fito-sanitario. Una filosofia produttiva alla costante

ricerca della qualità dove il biologico fa da cornice a un modo "artistico" di interpretare la natura. Passione per la cura delle vigne, condizioni climatiche particolari, poche precipitazioni e una lunga estate, vigne secolari. Storie di luoghi che si intrecciano con la storia delle persone, come i longevi centenari di Sardegna. Un'identità, quella del Mandrolisai, che le sapienti mani dei viticoltori conducono dalle vigne sin dentro le bottiglie distribuite in tutto il mondo. "La lavorazione del vino è di per sé un'arte intesa come la capacità, accumulata attraverso secoli di esperienza, di trasformare un bene preziosissimo, l'uva in un prodotto altrettanto

prezioso. Tutto questo costituisce, ovviamente, un grande bagaglio culturale che continua ad aumentare con il passare degli anni e dei secoli", ci racconta **Giovanni Dessy**, presidente del Cda, COOP.AGRICOLA CANTINA DEL MANDROLISAI. E continua: "Prendo in prestito una citazione di Luigi Veronelli, uno dei personaggi più eclettici e provocatori dell'enogastronomia e della letteratura italiana 'Il vino è un valore reale che ci dà l'irreale'. Ecco appunto, facendoci guidare da questa citazione, che possiamo definire il vino come un elemento che rappresenta il punto di unione tra l'uomo e la terra e da questo valore reale scaturisce l'universo irreale di valori, suggestioni e leggende. Possiamo tranquillamente affermare che il vino è una forma d'arte in quanto racchiude, in un semplice calice, sensazioni, storia, filosofia, musica e letteratura. Sicuramente la magia della trasformazione dell'uva nel nettare che conosciamo ha ispirato e stregato uno degli ambiti culturali più sviluppati nel Mandrolisai: la pittura. Cito, a titolo di esempio, uno dei più famosi e affermati artisti nati in questa zona, Antonio Corriga".



SI PROSEGUE ALLA VOLTA DELLA TOSCANA

Il viaggio nella filiera del mondo enologico "made in Italy" prosegue alla volta dei vini nobili della Toscana. Dal CASTELLO DI MONTEPÒ in Maremma, **Tancredi Biondi Santi** si fa portavoce dell'azienda di famiglia, impegnata a proseguire una storia secolare ma sempre pronta a rigenerarsi con l'apporto delle nuove generazioni, e ci racconta: "Il rapporto tra arte e vino è simbiotico e molto importante. Un'artista rappresenta e firma la sua opera nello stesso modo in cui un produttore di vino crea la sua bottiglia, legando indissolubilmente il proprio volto, la propria storia e la propria tradizione con quella che diventa la sua "opera d'arte". Riconoscere un'opera d'arte tra tante è difficile tanto quanto riconoscere un grande vino tra tanti. In entrambe i casi, valore e bellezza emergono come sintesi fra la percezione momentanea e il patrimonio espe-



TANCREDI BIONDI SANTI

rienziale di chi sta ammirando, o degustando. Da qui la nostra volontà di far conoscere il Castello di Montepò, la sua tenuta e il territorio della Maremma attraverso un format come B.E.V.I.: il contesto naturale e culturale in cui i nostri vini nascono e si affinano è un unicum che merita di essere scoperto. Possibilità che garantiamo agli appassionati anche tramite visite guidate e dedicate, che possono congiungersi ad esperienze presso altre eccellenze del territorio con cui collaboriamo. Il mondo dell'arte e delle eccellenze del vino si eguagliano nei processi di ricerca, studio e passione durante le fasi di produzione e creazione e per questo trovano spesso l'interesse dello stesso pubblico. Ecco perché si possono, e si devono, creare sinergie guidate dalle emozioni da far vivere attraverso esperienze uniche e irripetibili."

nei processi di ricerca, studio e passione durante le fasi di produzione e creazione e per questo trovano spesso l'interesse dello stesso pubblico. Ecco perché si possono, e si devono, creare sinergie guidate dalle emozioni da far vivere attraverso esperienze uniche e irripetibili."

LUIGI RUBINO E ROMINA LEOPARDI



PASSAGGIO IN PUGLIA

Durante la settima puntata di B.E.V.I., entriamo nella "Casa del Susumaniello", pochi chilometri a nord di Brindisi, dove la famiglia Rubino custodisce un contesto produttivo unico e irripetibile. Un racconto narrativo vissuto intensamente e rivelato a "piccoli sorsi", per una totale immersione nell'animo enologico della Puglia, dove si respira un amore puro e sincero per il vino. Una passione che ha permesso all'azienda brindisina TENUTE RUBINO - grazie alle capacità e al "fare imprenditoriale" di Luigi Rubino e Romina Leopardi - di investire con lungimiranza e determinazione sul rilancio di alcune varietà autoctone (Primitivo, Negroamaro) ma, soprattutto, sulla rivalutazione del Susumaniello, il vitigno-reliquia della tradizione pugliese che trova, nella tenuta di Jaddico, il contesto produttivo ideale. "La progettualità avviata negli ultimi anni, tesa a valorizzare il paesaggio, in generale, e le storiche varietà della tradizione enologica brindisina in particolare, sta dando i frutti sperati - sottolinea **Romina Leopardi**, responsabile comunicazione di Tenute Rubino -. Far parte di una serie televisiva così importante come quella di B.E.V.I. è per noi motivo di orgoglio e immensa soddisfazione e avvalorare il percorso di crescita che colloca la nostra azienda in un posto di primordine tra le eccellenze vitivinicole italiane". B.E.V.I. celebra dunque il sistema-vino pugliese, attraverso lo sguardo, i sogni e gli obiettivi futuri di Tenute Rubino, puntando a valorizzare - con un sentimento moderno e avanguardistico - il patrimonio ampelografico di un lembo di terra dove la civiltà della vite e del vino si legano indissolubilmente a una

tradizione agricola millenaria. "Far conoscere al grande pubblico le tappe più emblematiche della storia di famiglia all'interno di un format televisivo incentrato sul connubio tra arte e vino italiano, rappresenta una grande opportunità - spiega **Luigi Rubino**, winemaker di Tenute Rubino -. Questa iniziativa garantirà, finalmente, alle migliori realtà vitivinicole del nostro territorio, una grande vetrina per raccontarsi in un modo del tutto inedito, attraverso un viaggio di scoperta tra arte, cultura e design". Tra le varietà simbolo della tradizione pugliese, il Primitivo rappresenta il vitigno la cui storia si perde nella notte dei tempi. A rivelarla, i PRODUTTORI DI MANDURIA: una cooperativa di viticoltori, che, con amore e dedizione per la propria terra, sono oggi i paladini di questo straordinario nettare nel Salento, terra di sole, mare e vento. La spiaggia si affaccia sullo splendido Mar Jonio, la vegetazione incontaminata offre uno dei migliori aspetti della Macchia Mediterranea, lasciandoci in eredità un patrimonio dall'inestimabile valore dove perdersi per ammirare una delle più belle espressioni del sud Italia.

CANTINA PRODUTTORI DI MANDURIA



APPRODO IN UMBRIA



Approdiamo quindi nella verdeggianti Umbria, nello scenario stimolante delle CANTINE LUNGAROTTI, dove le donne risultano protagoniste. "Arte e vino sono un connubio che da sempre caratterizza l'identità di Lungarotti - sottolinea **Chiara Lungarotti**, ad della storica cantina Umbra - a partire dall'impegno della Fondazione Lungarotti Onlus che gestisce il Museo del Vino e il Museo dell'Olio e dell'Olio di Tor-

giano, dedicati alla storia millenaria di questi due alimenti simbolo della cultura mediterranea. Due percorsi museali ormai noti in tutto il mondo, fondati su una ricerca storica, archivistica e museografica di esemplare rigore. Nato da un'idea di mio padre Giorgio Lungarotti, il Museo del Vino è stato creato da mia madre Maria Grazia ed aperto al pubblico nel 1974, quando ancora nessuno parlava di enoturismo. Essi avevano capito infatti che il binomio vino-cultura avrebbe potuto rappresentare la chiave di volta per promuovere l'Umbria e renderla attraente dal punto di vista turistico. Perché la valorizzazione di un territorio non passa solo dalla viticoltura di qualità, ma anche dalla capacità di costruire intorno al vino un circuito virtuoso fondato su ospitalità d'eccezione, esperienze autentiche a contatto con la natura tutela e valorizzazione del patrimonio storico e culturale locale. L'enoturismo è fondamentale per fare innamorare il visitatore della nostra realtà perché l'ospite che vive un'esperienza stimolante, rilassante e ricca di contenuti diventerà il migliore ambasciatore dei nostri prodotti e della nostra splendida terra".



CHIARA LUNGAROTTI

In sintesi



In sintesi, "Il vino è arte". È questo il messaggio potente di B.E.V.I., la serie televisiva - che ha visto coinvolti anche i produttori CA' DEL BOSCO, CERETTO, MASOTTINA, FEUDI DI SAN GREGORIO, CANTINA TRAMIN, ALOIS LAGEDER, CANTINA FONTERUTOLI - che invoglia alla scoperta e prepara lo spettatore a un sequel. Infatti, la seconda serie di dieci episodi andrà in onda a ottobre, sempre su Sky Arte alle 20,45 in prima serata, per scelta del direttore Roberto Pisoni, che conferma l'importanza del posizionamento del tema vino, con un format originale e dal taglio internazionale. E sempre in ottobre inizia il lavoro di candidatura delle cantine e dei territori per realizzare i dieci episodi della terza stagione, le cui riprese cominceranno ad aprile 2022.

Un programma, nel quale si alternano le interviste a enologi e artisti, ma anche una riflessione profonda sulle difficoltà di quanto l'arte possa ripagare l'esistenza e indicare una strada, un cammino da percorrere. Una serie televisiva vincente, che brilla per la cura al dettaglio e valorizza le opere d'arte, sia architettoniche che del settore vitivinicolo, racchiuse in cantina. E offre allo spettatore un sussulto emotivo.

L'INFLAZIONE IN ITALIA DI ALIMENTI E BEVANDE (variazione dell'indice Nic Istat rispetto allo stesso mese dell'anno precedente)

Mese	Generale (con tabacchi)	Alimentari e bevande analcoliche	Pane e cereali	Pasta	Carni	Pesci e prodotti ittici	Latte formaggi e uova	Oli e grassi	Frutta	Vegetali	Generale bevande analcoliche	Acque minerali	Generale bevande alcoliche	Alcolici	Vini	Birre
ago-20	-0,5%	1,1%	0,3%	1,0%	2,3%	1,7%	0,7%	-3,2%	7,2%	-1,4%	-0,6%	0,2%	-0,3%	1,2%	-0,1%	-1,2%
set-20	-0,6%	1,2%	0,2%	1,5%	1,9%	1,9%	0,5%	-3,2%	9,0%	-0,2%	-0,8%	0,0%	-0,8%	0,8%	-1,1%	-0,6%
ott-20	-0,3%	1,4%	0,2%	0,2%	1,5%	1,9%	0,0%	-2,8%	8,7%	3,0%	-1,0%	0,0%	-0,9%	0,8%	-1,1%	-1,3%
nov-20	-0,2%	1,3%	0,3%	1,2%	1,4%	1,2%	0,1%	-3,9%	5,0%	5,2%	-0,3%	1,1%	-1,0%	0,7%	-1,5%	-0,4%
dic-20	-0,2%	0,8%	0,6%	1,6%	1,3%	1,3%	0,2%	-3,8%	3,3%	1,2%	0,2%	1,8%	-1,3%	-0,3%	-1,9%	-0,1%
gen-21	0,5%	0,7%	0,6%	2,1%	1,2%	0,6%	0,0%	-3,3%	2,5%	0,6%	0,2%	1,8%	-1,4%	-0,6%	-1,9%	-0,7%
feb-21	0,6%	0,4%	0,2%	1,5%	1,0%	0,8%	-0,2%	-1,8%	1,5%	0,0%	0,0%	1,0%	-1,2%	-0,3%	-2,0%	0,0%
mar-21	0,8%	0,2%	-0,1%	0,3%	0,8%	0,3%	-0,7%	-2,8%	2,9%	0,2%	-0,6%	0,4%	-2,4%	-1,1%	-3,3%	-0,9%
apr-21	1,1%	-0,5%	-0,5%	1,0%	0,4%	1,1%	-1,0%	-1,2%	-0,7%	-1,2%	-0,7%	0,8%	-2,0%	0,1%	-2,4%	-1,6%
mag-21	1,3%	-0,7%	-0,8%	-1,4%	0,3%	0,9%	-1,2%	-0,3%	-1,8%	-1,5%	-1,0%	0,3%	-2,5%	-0,8%	-3,1%	-1,6%
giu-21	1,3%	-0,6%	-0,4%	-1,1%	0,5%	1,2%	-0,4%	1,1%	-4,6%	-1,2%	-0,5%	0,8%	-1,8%	-0,5%	-2,5%	-0,7%
lug-21	1,9%	0,1%	0,1%	-0,2%	0,8%	1,6%	-0,1%	3,0%	-4,4%	0,9%	0,3%	1,4%	-1,2%	-0,5%	-1,8%	0,1%
ago-21	2,0%	0,8%	0,4%	0,6%	0,9%	2,0%	0,1%	4,7%	-2,4%	2,5%	0,6%	1,7%	-1,2%	-0,2%	-2,2%	0,7%

AGOSTO IN ATTESA RIPRESA DELLE SPINTE DEFLAZIONISTICHE

Vini e spumanti mediamente cedono il 2,2% su base annua, aggiungendo 4 decimi di punto a tendenziale negativo di luglio (-1,8%)



Fonte grafici e tabelle: elaborazioni Corriere Vinicolo su dati Istat

Sale ad agosto la temperatura dei prezzi, con l'inflazione balzata a 2%, massimo da gennaio 2013. In Europa la situazione è quasi ovunque più tesa. L'Eurozona è al 3% di media e oltre Manica il caro-vita è già schizzato ai massimi da dieci anni. Ancora più allarmanti gli sviluppi inflazionistici in Usa, dove la Federal Reserve ha recentemente annunciato un prossimo graduale rientro degli stimoli monetari, con la dinamica dei prezzi al consumo tornata ai massimi da trent'anni. In Italia l'impennata dei prezzi del comparto energetico si sta propagando ad altri settori. Un effetto contagio che ha già portato a un'accelerazione del-

Vinificatori in legno 4.0





Richiesta di Brevetto 10202000012844

**Credito
d'imposta
al 50%**



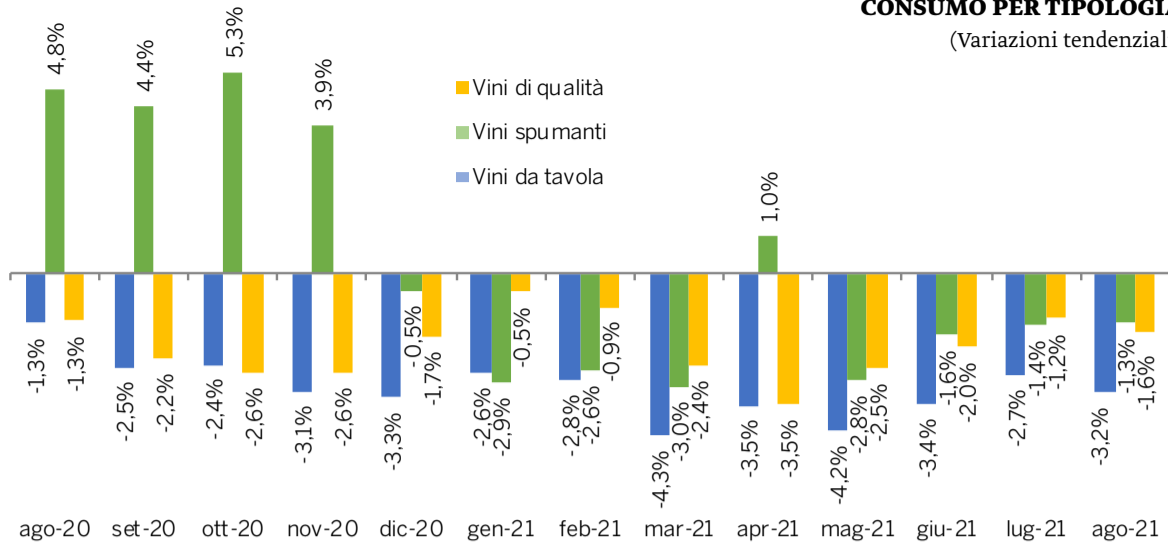
**Vinificatori disponibili
in vari formati con tecnologia 4.0**

**Funzionano anche senza impianto
di termocondizionamento centralizzato**

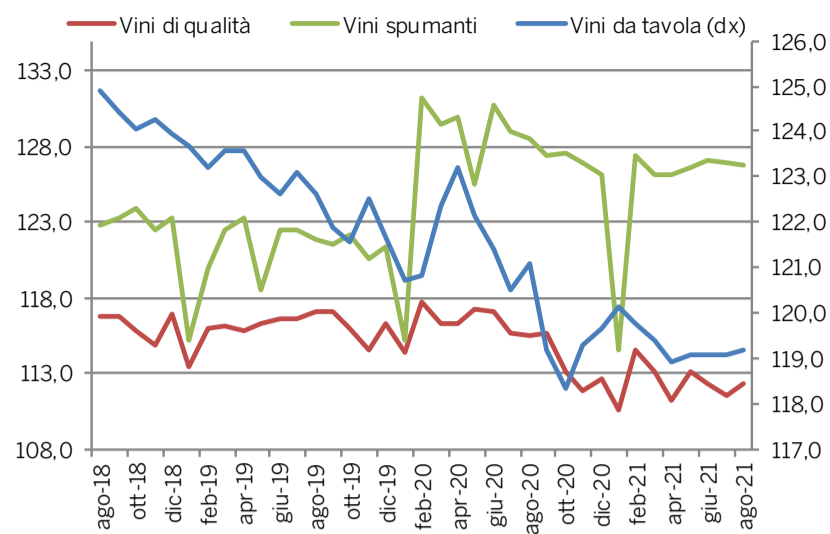


www.garbellotto.com - info@garbellotto.it

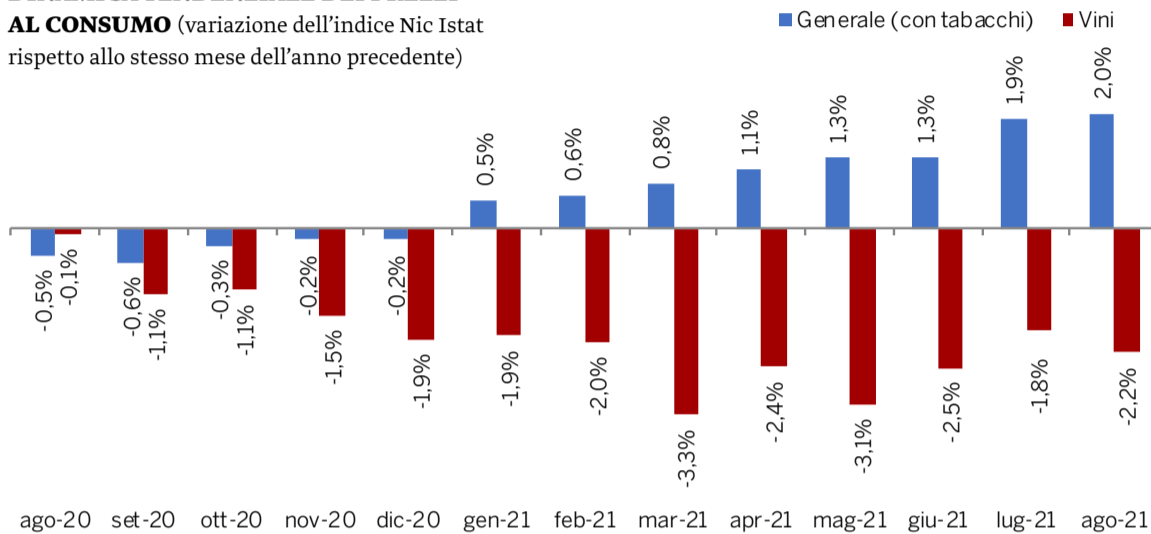
VINI, INDICI ISTAT DEI PREZZI AL CONSUMO PER TIPOLOGIA (Variazioni tendenziali)



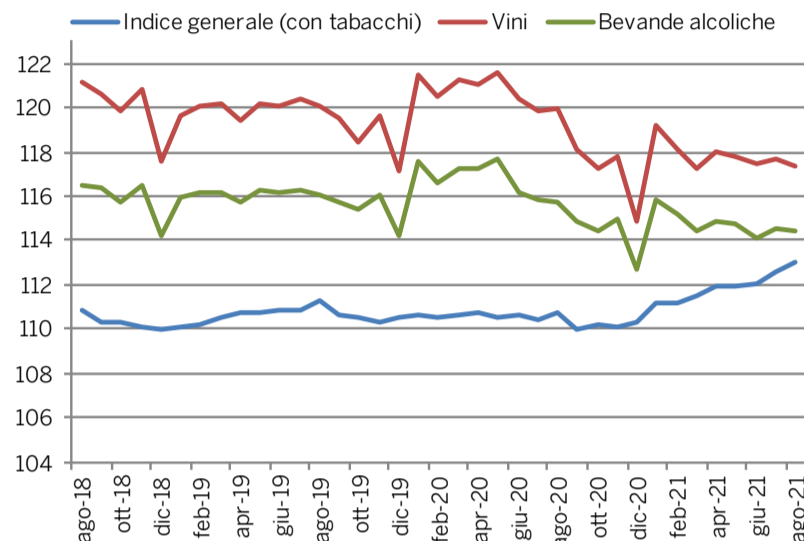
VINI, INDICI ISTAT DEI PREZZI AL CONSUMO PER TIPOLOGIA



DINAMICA TENDENZIALE DEI PREZZI AL CONSUMO (variazione dell'indice Nic Istat rispetto allo stesso mese dell'anno precedente)



TRE ANNI DI INDICI ISTAT DEI PREZZI AL CONSUMO (Nic)



la dinamica inflazionistica nel food, con i beni alimentari e le bevande analcoliche che viaggiano adesso a un ritmo annuo dello 0,8%, contro il più 0,1% di luglio. In questo contesto spicca l'assenza di qualsiasi accenno di risveglio nel segmento degli alcolici, già in deflazione. Il sotto indice di reparto ha confermato, nelle rilevazioni di agosto, il meno 1,2% di luglio, ma i sottostanti, a fronte di un'attenuazione della dinamica negativa degli spirits (da -0,5 a -0,2%), mostrano un'inattesa ripresa delle spinte deflazionistiche sul circuito di vini e spumanti, che mediamente cedono il 2,2% su base annua, aggiungendo 4 decimi di punto a tendenziale negativo di luglio (-1,8%).

L'ulteriore ripiegamento delle referenze enologiche, in deflazione ormai da oltre un anno, riflette le condizioni di debolezza di un reparto ancora in difficoltà nel retail, anche in considerazione di un lento destoccaggio soprattutto sul circuito delle denominazioni d'origine. Da un'analisi di maggiore dettaglio emerge un significativo peggioramento per le etichette di pregio e i vini da tavola, con i rispettivi tassi attestati ad agosto al -3,2% e al -1,6%. In deflazione anche gli spumanti, che decelerano però all'1,3% contro il meno 1,4% di luglio, mentre le birre rincarano anno su anno di un frazionale 0,7%, confermandosi l'unica referenza inflazionistica tra gli alcolici.

Tornando alle dinamiche generali, si tratterà di valutare quanto il fenomeno inflattivo potrà mostrarsi persistente e diffuso, considerando la stagnazione dei salari e la contrazione dei margini industriali, fattori entrambi che hanno tenuto finora a freno le componenti interne del caro-vita. L'inflazione di fondo - informa l'Istat - senza energetici e freschi alimentari, è rimasta stabile al più 0,6%, mentre quella al netto dei soli beni energetici ha accelerato al più 0,5%, da +0,4% di luglio.

p.f.



VENDITE IN GDO
4 settimane al 22/8/2021



Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	Litri	Var. % rispetto anno prec.	Euro	Var. % rispetto anno prec.	Euro/litro	Var. % rispetto anno prec.
Totale vino confezionato	35.039.488	-1,5	134.292.368	3,7	3,83	5,3
Totale fino a 0,75	19.329.606	1,7	107.795.080	6,6	5,58	4,8
Vetro 0,375	50.110	0,5	481.093	5,8	9,60	5,3
Vetro 0,75	19.238.356	1,7	107.002.688	6,6	5,56	4,8
da 0,76 a 2	2.643.702	-11,5	6.620.200	-10,5	2,50	1,2
altri formati	1.275.954	-9,9	2.193.690	-10,6	1,72	-0,8
brik	9.199.677	-1,9	13.426.381	-4,2	1,46	-2,4
Bag In Box	1.399.830	-7,1	2.581.158	-4,4	1,84	2,9
plastica	1.190.721	-6,3	1.675.850	-6,6	1,41	-0,2
Vermentino 0,75	932.488	30,0	7.167.940	32,7	7,69	2,1
Chardonnay 0,75	736.005	-5,1	3.632.286	-1,6	4,94	3,6
Chianti 0,75	554.628	-12,3	2.875.342	-7,6	5,18	5,4
Traminer 0,75	239.937	-12,8	2.464.130	-2,7	10,27	11,6
Muller Thurgau 0,75	349.480	-6,7	2.077.794	-6,8	5,95	-0,1
Montepulciano d'Abruzzo 0,75	475.755	0,0	2.039.856	5,0	4,29	5,0
Barbera 0,75	400.091	-10,7	1.900.554	-4,9	4,75	6,4
Primitivo 0,75	272.455	9,1	1.810.828	14,7	6,65	5,1
Pinot grigio 0,75	256.151	6,4	1.730.203	12,2	6,75	5,4
Altro 0,75	6.139.024	5,0	32.076.086	9,3	5,22	4,1
Totale frizzante	4.925.162	-1,7	17.866.412	-1,9	3,63	-0,2
Prosecco	317.349	-3,8	2.186.357	-2,8	6,89	1,1
Lambrusco	1.304.314	-5,4	4.204.340	-4,6	3,22	0,9
Totale private label	4.962.174	-4,1	12.167.193	-0,6	2,45	3,6
Totale spumanti	5.777.700	10,1	41.050.552	13,0	7,10	2,6
Prosecco	3.327.988	13,5	23.424.850	14,4	7,04	0,9
Asti	106.803	-4,8	799.184	-3,9	7,48	0,9
Metodo Classico italiano	370.731	19,3	6.967.057	22,1	18,79	2,4
Totale spumanti private label	397.292	24,4	2.748.596	19,6	6,92	-3,9

Mese	Abbigliamento e calzature	Abitazione acqua, elettricità e combustibili	Mobili, articoli e servizi per la casa	Servizi sanitari e spese per la salute	Trasporti	Comunicazioni	Ricreazione, spettacoli e cultura	Istruzione	Alberghi, ristoranti e pubblici esercizi	Altri beni e servizi
ago-20	0.8%	-3.9%	0.8%	0.6%	-3.9%	-5.8%	-0.7%	1.2%	0.4%	1.8%
set-20	0.5%	-4.0%	0.6%	0.7%	-3.3%	-6.4%	-0.2%	1.1%	-0.7%	1.7%
ott-20	0.7%	-2.1%	0.8%	0.7%	-4.0%	-5.1%	0.3%	-3.5%	0.0%	2.0%
nov-20	0.7%	-2.0%	0.4%	0.8%	-3.7%	-4.9%	0.2%	-3.7%	0.8%	1.9%
dic-20	0.6%	-2.0%	0.6%	0.9%	-2.8%	-5.1%	0.7%	-3.7%	0.8%	1.9%
gen-21	0.6%	-0.4%	0.8%	0.9%	-1.8%	-3.9%	1.4%	-3.7%	1.2%	1.8%
feb-21	0.5%	-0.4%	0.6%	0.9%	0.0%	-3.3%	1.6%	-3.5%	1.2%	1.9%
mar-21	0.5%	-0.1%	0.7%	0.9%	2.6%	-2.8%	1.2%	-3.7%	1.2%	1.1%
apr-21	0.2%	5.0%	0.4%	0.9%	2.9%	-3.6%	1.1%	-3.7%	0.8%	1.2%
mag-21	0.3%	5.9%	0.5%	1.0%	4.8%	-2.8%	0.2%	-3.7%	0.1%	1.2%
giu-21	0.2%	5.9%	0.9%	1.1%	4.5%	-2.9%	-0.4%	-3.7%	1.5%	1.0%
lug-21	0.2%	9.1%	0.8%	1.1%	5.2%	-2.0%	-0.6%	-3.7%	2.1%	1.0%
ago-21	0.3%	9.6%	0.9%	1.1%	5.3%	-1.2%	-0.4%	-3.7%	2.3%	0.7%

IMBOTTIGLIAMENTO

Una selezione, a cura delle aziende, delle ultime novità disponibili sul mercato

SOLUZIONI E PRODOTTI PER IL PRE-IMBOTTIGLIAMENTO

ENARTIS

Maxigum Plus: l'evoluzione della stabilizzazione colloidale

La gamma degli stabilizzanti Enartis si arricchisce di un nuovo prodotto: Maxigum Plus. Preparato a base di Acacia Verek e mannoproteine, Maxigum Plus si contraddistingue per la sua efficacia nello stabilizzare il colore, la sua ineguagliabile filtrabilità e la sua qualità organolettica. L'efficacia e la filtrabilità di Maxigum Plus derivano dalla particolare lavorazione a cui è sottoposta la gomma che, dopo essere solubilizzata e purificata in condizioni che ne conservano l'elevato peso molecolare, caratteristica da cui dipende la grande capacità stabilizzante, viene filtrata con un sistema innovativo che modifica la struttura tridimensionale rendendola micro-filtrabile. Le mannoproteine potenziano l'effetto stabilizzante della gomma arabica e hanno effetti positivi sul profilo sensoriale del vino. In particolare, aumentano la complessità aromatica e la sensazione di volume, attenuano l'astringenza e la secchezza, migliorano la resistenza del vino all'ossidazione e all'invecchiamento. L'uso di Maxigum Plus è raccomandato per la stabilizzazione del colore dei vini rossi e rosati pronti per l'imbottigliamento, a dosi comprese tra i 50 e i 100 mL/hL. Nella produzione di vini spumanti, Maxigum Plus contribuisce a migliorare la finezza e la persistenza del perlage e la cremosità gustativa. Per questa applicazione si consiglia una dose di 1 mL/bottiglia da aggiungere con la liqueur d'expédition.



LALLEMAND

Incrementare la freschezza nei vini bianchi e rosati con una nuova mannoproteina specifica per il pre-imbottigliamento



La propensione attuale dei consumatori si orienta alla gamma dei derivati specifici di lievito Lallemand in grado di migliorare le caratteristiche dei vini in vista della preparazione all'imbottigliamento arriva Mannolees Blanc™; nata dalla Ricerca & Sviluppo Lallemand questa nuovissima mannoproteina 100% solubile è stata selezionata per la sua capacità di apportare freschezza ai vini bianchi e rosati. Grazie alla sua specifica azione, Mannolees Blanc™ diminuisce le sensazioni di secchezza e amaro, incrementando morbidezza, piacevolezza complessiva e longevità. La sua aggiunta pre-imbottigliamento permette di ottenere vini bianchi e rosati eleganti e vivaci dalla spiccata freschezza nell'aroma e al palato. Durante una prova condotta nel Beaujolais, in Francia, su vino Chardonnay 2019, sono stati aggiunti 10 g/hL di Mannolees Blanc™ in comparazione allo stesso vino senza aggiunta: freschezza, morbidezza e piacevolezza globale sono risultate essere nettamente superiori nel vino trattato con la mannoproteina, così come la riduzione della sensazione di amaro. **Info: www.lallemantwine.com**

VASON GROUP

La selezione delle migliori fitoproteine chiarificanti è il risultato di un profondo lavoro di ricerca

La preparazione dei vini all'imbottigliamento prevede aspetti relativi alla loro stabilizzazione, al loro illimpidimento e all'armonia sensoriale. La chiarifica finale riveste un ruolo molto importante, nonostante si tratti di un intervento di rifinitura di quanto fatto in precedenza. In Enologica Vason queste interazioni colloidali si studiano attraverso lo Streaming Current Detector, che permette di ottenere informazioni preziose sulla carica elettrica superficiale e il potenziale di flusso. Ne consegue la selezione di materiali estremamente adatti allo scopo di rispettare il colore, la struttura e la tipicità del prodotto di partenza. I migliori coadiuvanti che smussano le sensazioni tanniche più astringenti, sono i classici Premium® Gel Grado 3, Premium® Fish e l'elegantissima Fitoproteina P, premiata anche a livello internazionale. Questa, in particolare, agisce a livello sensoriale, rimuovendo i tannini più ruvidi sotto forma di composti tanno-proteici e migliorando la tonalità dei vini. Nelle fasi che precedono l'imbottigliamento, un altro aspetto da considerare è il miglioramento degli indici di filtrabilità dei vini che sono stati tenuti, fino a questo momento, sulle fecce fini. Oltre ancora alla Premium® Fish, in questo risulta un valido aiuto Premium® Gel Grado 1 e Fitoproteina XP che agisce nel rispetto dell'intensità colorante del vino. Ideale il suo impiego in finissaggio pre-imbottigliamento su vini bianchi, rosati, spumanti e rossi. Fitoproteina P e XP risultano molto pulite all'olfatto, formano un floccolo che sedimenta in autonomia e non comportano surcollaggio.

ENOLOGICA
VASON



BERTOLASO



Tecnologia e territorio: a supporto dell'eccellenza (anche nello sport)

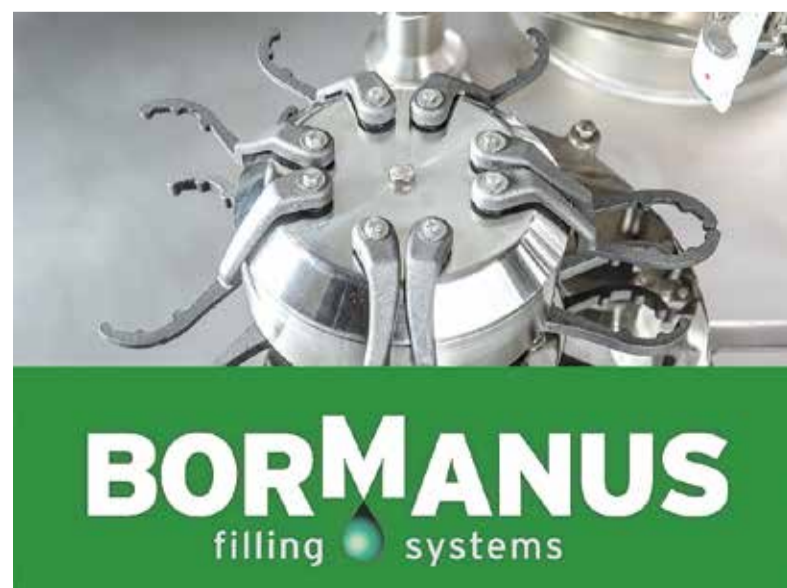
Crederci nelle idee più ambiziose, accompagnare una crescita. Essere affidabili e reattivi, anticipare. In una parola, sostenere. Come partner fornitore di sistemi tecnologici, Bertolaso accompagna lo sviluppo dei progetti dei propri clienti in un ruolo determinante per la loro produttività. L'azienda di bottling solution concepisce, progetta e realizza le sue soluzioni in base alle esigenze specifiche dei produttori, mettendo la sua profonda conoscenza del settore al servizio dei loro bisogni. L'impegno non si limita a rispondere ai requisiti tecnici: il compito di un vero partner è anticipare gli scenari futuri, attraverso macchinari versatili, intelligenti, aperti alle evoluzioni del settore — è il caso dei

brevetti più recenti in fatto di automazione e tracciabilità. Questo significa essere leader di settore, e per farlo serve costruire rapporti di collaborazione. Da più di 140 anni Bertolaso è al fianco di chi ha idee coraggiose e punta all'eccellenza. Lo fa in tutto il mondo, con una rete di clienti in tutti i continenti. Lo fa a maggior ragione sul proprio territorio, dove sostiene gli obiettivi di medie e grandi imprese. Lo fa non solo nell'imbottigliamento, ma anche in società. Il gruppo è orgoglioso di sostenere da tempo un atleta che di orizzonti ha i più alti: Stefano Raimondi, giovane nuotatore paralimpico, appena tornato da Tokyo con un record di sette medaglie vinte, tra cui un oro nei 100 metri rana.

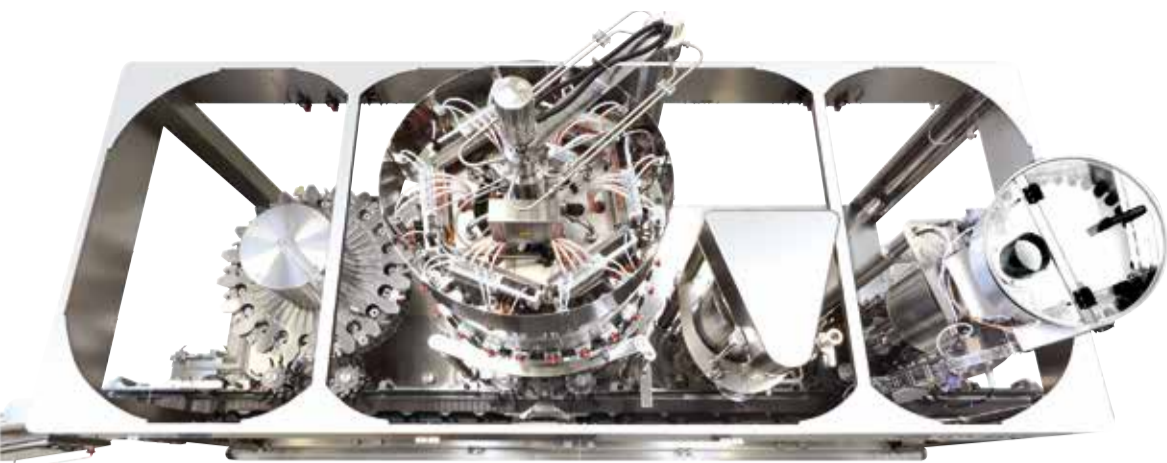
BORMANUS Imbottigliatrici Bormanus, qualità senza compromessi

Le imbottigliatrici Bormanus sono prodotte da SVS Sandri Srl, un'azienda con più di 30 anni di esperienza nella produzione di componenti in acciaio per il settore del beverage. Fondata nel 1988 da Donato Sandri, è oggi gestita dai figli Genny e Roberto. La progettazione delle imbottigliatrici è affidata ad un team di ingegneri con 25 anni di esperienza nei sistemi di riempimento. Tre le linee di prodotto: Linea G imbottigliatrici gravimetriche per vini fermi - Linea I imbottigliatrici isobariche per spumanti e vini frizzanti - Linea L riempitrici isobariche per liquidi frizzanti in lattina. Le personalizzazioni sono infinite e vanno dalla tipologia di liquidi alla quantità, dal tipo di tappo alla velocità di produzione. L'innovazione tecnica è una delle caratteristiche distintive dell'azienda. Come ad esempio la stella universale (vedi foto sotto) che consente di caricare bottiglie con forme e dimensioni diverse; evitando così fermi macchina per il cambio formato. Particolarmente adatta a produzioni versatili e a cambi di programma improvvisi. O come il robot, pneumatico e lavabile al 100%, che consente di automatizzare la fase di pulizia con un magazzino di false bottiglie. Bormanus non è un semplice assemblatore di componenti prodotti all'esterno. I principali componenti delle macchine imbottigliatrici vengono prodotti internamente con materie prime di qualità (Aisi 316).

Info: info@bormanus.com - Tel. 0445 576442
www.bormanus.com



BORMANUS
filling systems



GAI MACCHINE IMBOTTIGLIATRICI

Versatilità e personalizzazione alla base di un imbottigliamento di successo: la case history SO.VI.PI.

Massimo Lovisolo è il titolare della SO.VI.PI., Società Viticola Piemontese che, fin dagli anni '80, è leader in Piemonte per la vinificazione, la lavorazione e l'imbottigliamento di vini per conto terzi. Ogni anno dalla cantina di Calamandrana (At), escono 5 milioni di bottiglie: oltre 450 tipi di personalizzazioni diverse commissionate da circa un migliaio di clienti. "Versatilità è la parola chiave del nostro lavoro. Confezioniamo bottiglie di formato diverso per conto di grandi e piccoli produttori. Per ciascuno, dobbiamo garantire affidabilità nell'imbottigliamento, senza distinzioni", racconta

Lovisolo. È per raggiungere questa "necessaria" versatilità che nel 2017, Lovisolo si è rivolto a GAI - Macchine Imbottigliatrici: "Non volevo una macchina standard, ma una soluzione personalizzata, che potesse offrire una qualità costante, da 1.000 o 40.000 litri". Gai ha colto la sfida e ne è nata una collaborazione reciproca che ha portato alla creazione di una macchina dedicata. "Oggi lavoro con un monoblocco isobarico di Gai unico nel suo genere, una 60 rubinetti adattata a 44. Lo spazio ricavato ci ha permesso di ampliare l'interasse, sfruttandolo per bottiglie di formato diverso". Con la sola 6032 RE-HP, la SO.VI.PI. è in grado

di confezionare 160 tipologie diverse di bottiglie riducendo i tempi del cambio formato grazie alle regolazioni automatiche e alle valvole brevettate "Unica" in grado di riempire vini fermi e frizzanti senza compromessi. La versatilità di Gai non si ferma alle bottiglie. La crescita esponenziale del vino in lattina, specie sui mercati esteri, ha spinto Lovisolo verso una nuova sfida: "Confezionare vino e soft drink in lattina con la stessa qualità delle bottiglie". Per farlo, Lovisolo si sta attrezzando con una nuova soluzione Gai, un monoblocco rotativo capace di lavorare fino a 4.500 lattine ogni ora.



MBF

In continua crescita in efficienza, tecnologia, automazione e sostenibilità

MBF presenta l'ultimo e innovativo monoblocco isobarico con gabbiettrice integrata fornito ad una delle più importanti cantine italiane che come tante altre ha scelto MBF come partner per il processo di imbottigliamento. Il monoblocco contiene tutte le ultime e più significative evoluzioni tecniche sviluppate da MBF che garantiscono sensibili miglioramenti in termini di efficienza, flessibilità, automazione, sanificazione e so-

stenibilità. Efficienza e flessibilità garantite da: tamponi universali e sostegni collo automatici; coni centratori universali (riempitrice); imboccatori universali per tappi raso con sgancio rapido, due nuovi brevetti MBF; pacco molle per diverso formato tappo vite, brevetto MBF; stelle universali, coclea universale a doppio principio, brevetti MBF. Tali soluzioni permettono di gestire più formati bottiglie e tappi, abbattendo i tempi di fermo produzione e il numero di attrezzature

necessarie. Automazione ottimizzata grazie alla nuova interfaccia operatore E.M.I. su touchscreen portrait di 21 pollici, che permette un altissimo livello di gestione dell'impianto. L'intuitiva grafica di controllo si fonde con la diagnostica avanzata e la manutenzione predittiva. Sono a disposizione dell'operatore Manuali, schemi elettrici, animazioni e video tutorial e un'efficiente ed accurata raccolta dati avvisa degli interventi di revisione necessari prima che possa-

no insorgere malfunzionamenti. Sanificazione e sostenibilità migliorate grazie a: nuovo sistema di lavaggio macchina che consente la riduzione dei tempi ciclo, e la riduzione di consumo di prodotti di sanificazione e di energia elettrica; sensori di pressione su ogni pinza che verificano l'avvenuto risciacquo della bottiglia, in caso di mancato trattamento, viene inibito il riempimento e la tappatura riducendo gli costi sprechi di prodotto.



TUTTO WINE
#THE NEW WINE HUB
FIERA MILANO
22-26 OTTOBRE 2021

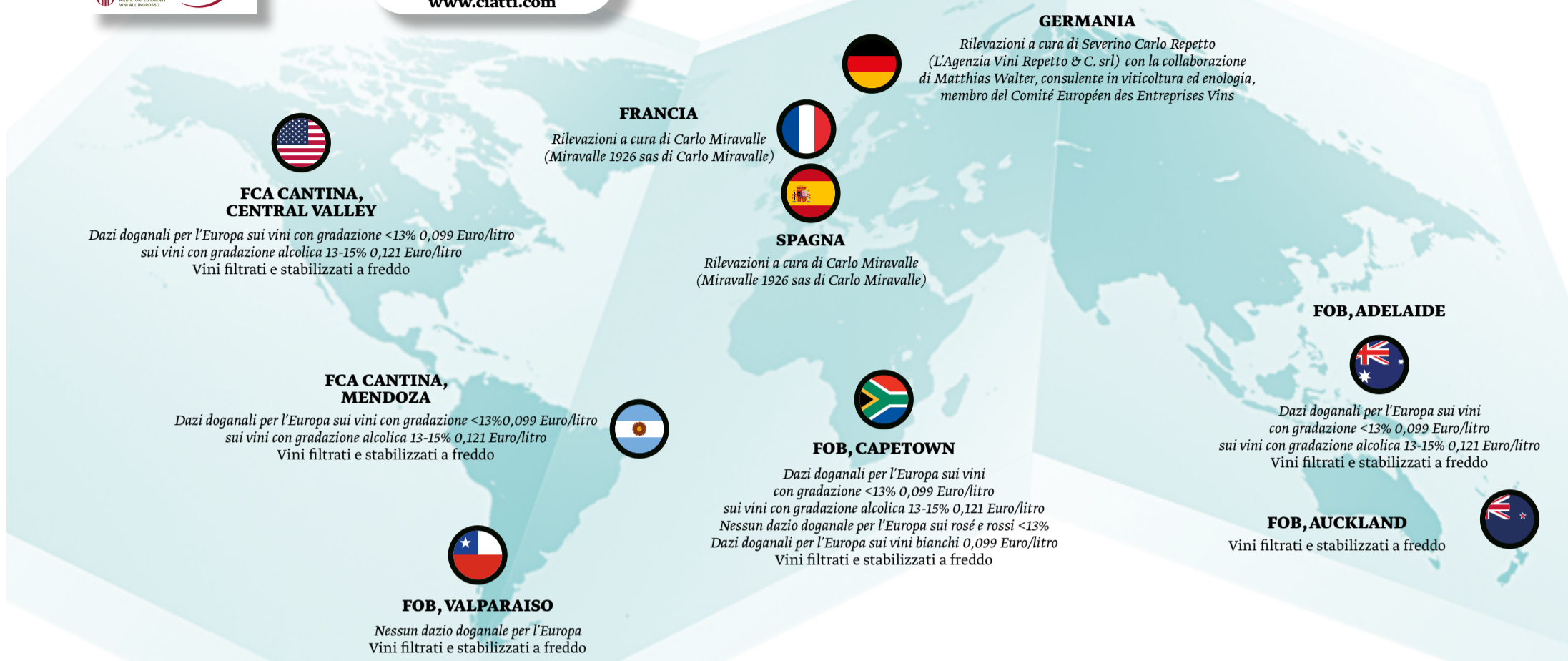
Quotazioni per l'Europa
rilevate da Med.&A.
Prezzi al 23 settembre 2021



Quotazioni per il resto del mondo
rilevate da Ciatti Company
Prezzi al 15 settembre 2021



Le frecce accanto ai prezzi indicano il trend
rispetto al mese precedente.
I prezzi per il Nuovo mondo sono espressi
in Euro per litro, a pieno carico:
24.000 litri per flexitank,
28.000-30.000 per cisterna.
FCA: Free Carrier (franco vettore)
FOB: Free on board



GERMANIA

Rilevazioni a cura di Severino Carlo Repetto
(L'Agenzia Vini Repetto & C. srl) con la collaborazione
di Matthias Walter, consulente in viticoltura ed enologia,
membro del Comité Européen des Entreprises Vins

FRANCIA

Rilevazioni a cura di Carlo Miravalle
(Miravalle 1926 sas di Carlo Miravalle)

**FCA CANTINA,
CENTRAL VALLEY**

Dazi doganali per l'Europa sui vini con gradazione <13% 0,099 Euro/litro
sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

SPAGNA

Rilevazioni a cura di Carlo Miravalle
(Miravalle 1926 sas di Carlo Miravalle)

**FCA CANTINA,
MENDOZA**

Dazi doganali per l'Europa sui vini con gradazione <13% 0,099 Euro/litro
sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FOB, CAPETOWN

Dazi doganali per l'Europa sui vini
con gradazione <13% 0,099 Euro/litro
sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Nessun dazio doganale per l'Europa sui rosé e rossi <13%
Dazi doganali per l'Europa sui vini bianchi 0,099 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FOB, ADELAIDE

Dazi doganali per l'Europa sui vini
con gradazione <13% 0,099 Euro/litro
sui vini con gradazione alcolica 13-15% 0,121 Euro/litro
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FOB, AUCKLAND

Vini filtrati e stabilizzati a freddo

GERMANIA				
Vino comune (litro)				
GW weiss - vino comune bianco	senza annata	0,35		nq
GW rot - vino comune rosso	2020	nq		nq
Vino Igp (litro)				
LW weiss - Igp bianco	senza annata	0,50		0,60
LW weiss - Igp bianco	2020	0,60		0,65
LW rot - Igp rosso	senza annata	nq		nq
LW rot - Igp rosso	2020	nq		nq
LW weiss - Igp bianco	2020	0,60		0,60
Müller Thurgau LW Igp	2020	nq		nq
Vino Dop (litro)				
QW weiss - Dop bianco	2019	0,70		0,70
Müller Thurgau QW Dop	2020	0,80		0,85
Vino Igp (litro)				
Riesling LW Igp	2020	0,85		0,95
Vino Dop (litro)				
Riesling QW Dop	2020	1,10		1,20
Vino (litro)				
Grauburgunder - Pinot Grigio	2020	1,80		1,80
Weissburgunder - Pinot bianco	2020	1,00		1,30

SPAGNA 2021				
Vino (ettogrado partenza)				
Bianco FC (ferm. contr.)		3,50		3,70
Bianco base spumante		3,80		4,00

FRANCIA 2020				
Cépage - IGPOC (hl partenza)				
Sauvignon	12-12,5			
Chardonnay	13-14	non più disponibili		
Viognier	13-14			
Merlot	13-15	90,00		100,00
Cabernet	13-14,5	95,00		110,00
Syrah	13-14,5	90,00		110,00
Grenache, Cinsault, Syrah rosé	12-13	90,00		105,00
Vin de France générique (hl partenza)				
Vin de France blanc	11-12	non più disponibili		
Vin de France rosé	11,5-12,5	75,00		85,00
Vin de France rouge	11,5-12,5	70,00		80,00

CALIFORNIA 2020					
Bianco comune	0,76	0,84	◀	Rosso comune	0,85 0,97 ▲
Chardonnay	1,01	1,34	◀	Cabernet Sauvignon	0,93 1,56 ◀
Pinot grigio	1,10	1,34	◀	Merlot	0,97 1,18 ▲
Muscat	0,97	1,23	▲	Pinot noir	1,18 1,56 ◀
White Zinfandel	0,85	0,93	▲	Syrah	0,89 1,23 ◀
Colombard	0,80	0,85	◀	Zinfandel	1,01 1,40 ◀

ARGENTINA						
Bianco comune	2021	0,34	0,38	▲	Cabernet Sauv. 2020/21	0,68 0,76 ▲
Bianco c. (Criolla)	2021	0,38	0,42	▲	Malbec Entry-level 2020/21	0,63 0,72 ▲
Chardonnay	2021	0,80	1,01	▲	Malbec Premium 2020/21	0,76 0,93 ▲
Torrontes	2021	0,51	0,59	▲	Syrah 2020/21	0,55 0,63 ▲
Sauvignon Blanc	2021	0,68	0,76	▲	Merlot 2020/21	0,55 0,63 ▲
Muscat	2021	0,51	0,55	▲	Tempranillo 2020/21	0,51 0,59 ▲
Rosso comune	2021	0,38	0,42	▲	Bonarda 2020/21	0,51 0,59 ▲

CILE 2021					
Bianco comune NV	0,59	0,63	▲	Malbec (Varietal Plus)	1,27 1,69 ▲
Chardonnay	0,93	1,10	▲	Rosso comune NV	0,57 0,62 ▲
Chardonnay (Varietal Plus)	nq	nq		Cabernet Sauvignon	0,63 0,72 ▲
Sauvignon Blanc	sold out			Cabernet S. (Varietal Plus)	0,72 0,80 ▲
Sauvignon B. cool climate	sold out			Carmenere	0,66 0,72 ▲
Syrah	0,66	0,72	▲	Carmenere (Varietal Plus)	0,80 0,93 ▲
Pinot noir	sold out			Merlot	0,68 0,76 ▲
Malbec	0,72	0,85	▲	Merlot (Varietal Plus)	1,06 1,18 ▲

SUDAFRICA						
Bianco comune	2020/21	0,32	0,38	◀	Rosso comune 2020/21	0,48 0,53 ◀
Chardonnay	2020/21	0,59	0,64	◀	Cabernet Sauvignon 2020/21	0,64 0,76 ◀
Sauvignon Blanc	2020/21	0,59	0,70	◀	Ruby Cabernet 2020/21	0,53 0,59 ◀
Chenin Blanc	2020/21	0,41	0,47	▼	Merlot 2020/21	0,64 0,73 ◀
Muscat	2020/21	0,35	0,38	◀	Pinotage 2020/21	0,59 0,67 ◀
Rosé comune	2020/21	0,35	0,38	◀	Shiraz 2020/21	0,64 0,70 ◀
Cultivar rosé	2020/21	0,48	0,53	◀	Cinsalut rosé 2020/21	0,47 0,53 ◀

AUSTRALIA - NUOVA ZELANDA 2021					
Bianco secco NV	0,53	0,59	◀	Rosso secco NV	0,43 0,53 ▼
Chardonnay	0,65	0,74	◀	Cabernet Sauvignon	0,56 0,68 ▼
Sauvignon Blanc	0,81	0,93	▲	Merlot	0,53 0,62 ▼
NZ Marlborough SB	nq	nq		Shiraz	0,56 0,68 ▼
Pinot Gris	0,74	0,81	◀	Muscat	0,56 0,62 ◀

TUTTOFOOD MILANO

International
Food Fair



fieramilano 22-26 October 2021

Adding value to taste

#BetterTogether

TUTTOFOOD + host | Milano
MILANO

ITA 75
ITALIAN TRADE AGENCY



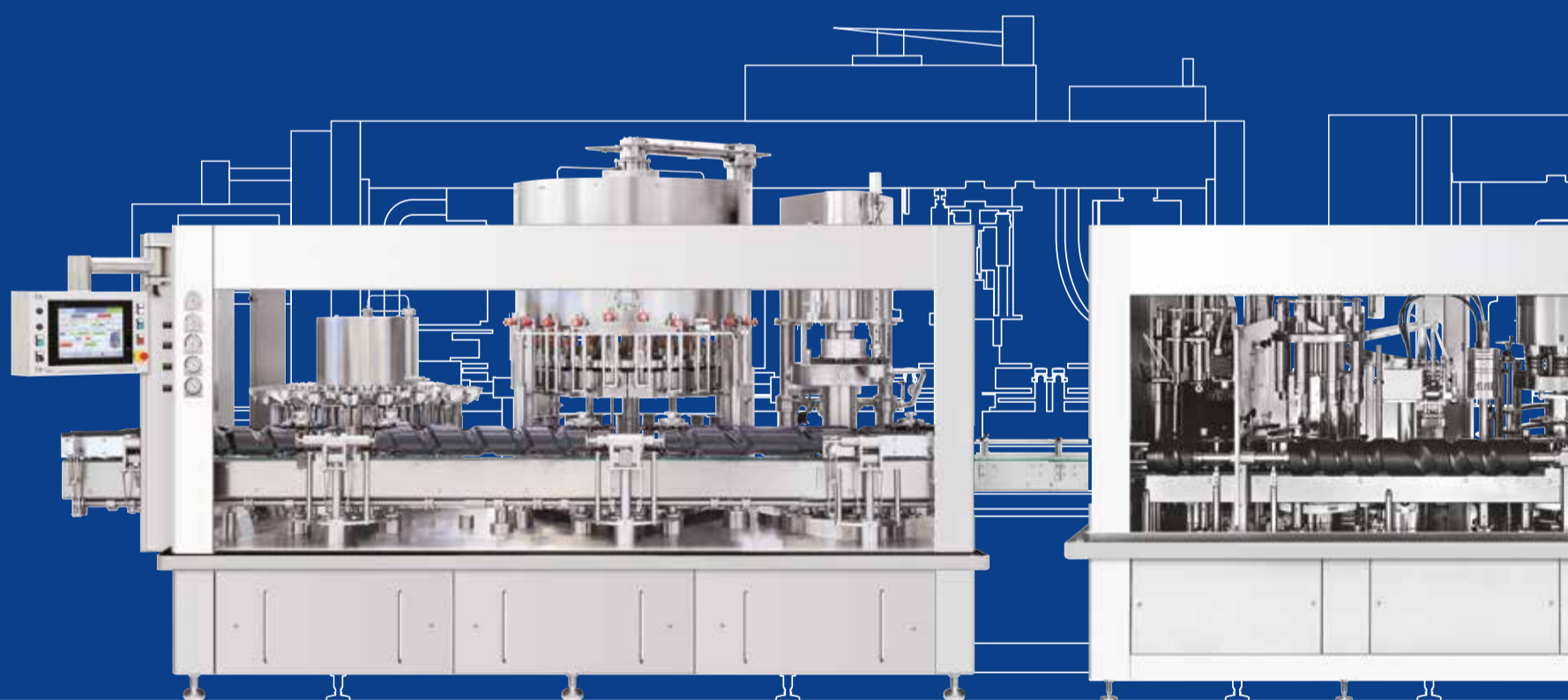
FIERA MILANO

Qualità

**la progettiamo, la costruiamo,
la imbottigliamo**

E la coltiviamo dal 1946, con la stessa passione e l'instancabile spirito d'innovazione con cui costruiamo ogni singolo pezzo. È la stessa qualità che inizia in vigna e finisce in bottiglia, perché Gai nasce e cresce a fianco delle più importanti realtà vitivinicole mondiali, garantendo un supporto costante grazie agli oltre 100 rivenditori e centri assistenza.

Da oltre 75 anni condividiamo con voi la ricerca della qualità.



MACCHINE IMBOTTIGLIATRICI 1.000-20.000 B/H
fraz. Cappelli 33/b, 12040 Ceresole d'Alba (Cn)
tel. +39 0172 574 416 - fax +39 0172 574 088
email: gai@gai1946.com - www.gai1946.com

GAI