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

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

EDITRICE UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26
Abbonamento per l'Italia: 120,00 euro (Iva assolta); 90,00 euro versione on-line (Iva inclusa); versione cartacea + on-line 150,00 euro - Una copia 5,00 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.

EXPORT ITALIA

Calo generale sia a volume che a valore, e questa è la prima volta dal 2010 nel bilancio di metà anno. A categorie di prodotti in forte difficoltà (come quelli più esposti sul canale Horeca) fanno da contraltare le crescite di quelli più orientati all'off-trade, come Pinot grigio e frizzanti. Prosecco: allerta per Usa e UK. Lo sfuso riprende temporaneamente fiato sui prezzi, mentre è boom per i bag-in-box, formato ideale in tempi di lockdown

Piccolo campanello d'allarme

DA PAGINA 3

L'edizione 2020 aumenta i contenuti dedicati al pubblico e agli addetti ai lavori e si trasforma in un evento business internazionale. UIV diventa partner istituzionale e torna il Wine generation forum di Agivi

a pagina 14

NUOVA FUMATA NERA NEI NEGOZIATI TRA UK E UE

HARD BREXIT SEMPRE PIÙ VICINA. I RISCHI PER IL VINO

Si avvicina la data del 15 ottobre ma le posizioni di Ue e Gran Bretagna restano ancora lontane. Le imprese europee ed italiane sono preoccupate per i possibili nuovi scenari. Resta l'incognita del certificato export VI-1. L'UIV chiede che si attivi un paracadute normativo transitorio negli scambi. Il Ceev: "Lavoriamo per ottenere una proroga nel 2021"

La corsa verso il no-deal sembra ormai inarrestabile. Il fallimento dell'ultimo round negoziale tra Unione europea e Uk e la presentazione a Westminster di un progetto di legge che modifica unilateralmente il protocollo sulla Repubblica d'Irlanda e sull'Irlanda del Nord - rimettendo in discussione l'accordo sulla Brexit raggiunto alla fine dello scorso anno e aprendo addirittura il rischio di un contenzioso legale con la Corte di Giustizia dell'Unione europea - sono tessere di un puzzle che sta prefigurando una Brexit molto "hard".

L'allarme di UIV

Uno scenario che allarma l'industria vitivinicola europea, come fa notare il presidente dell'Unione Italiana Vini, **Ernesto Abbona**: "In un mercato fondamentale per il nostro export, il nulla di fatto nell'ultimo ciclo di negoziati è motivo di forte preoccupazione per il futuro del vino italiano". Considerando che l'uscita del Regno Unito dall'Ue provocherebbe nella migliore delle ipotesi una babele burocratica commerciale senza precedenti e, nella peggiore ipotesi, porterebbe a diverse regole per l'etichettatura fino all'adozione di possibili dazi, l'associazione si è appellata a Bruxelles: "Vista l'impossibilità di un adeguamento normativo in tempi così stretti - dichiara il presidente Abbona - chiediamo sia disposto un paracadute normativo transitorio, per mantenere lo status quo negli scambi per un periodo ipotizzabile tra i 12 e i 18 mesi".

Continua a pagina 2

ALL'INTERNO

Premio Gavi la Buona Italia 2020

ENOTURISMO: I CONSORZI DEL VINO E IL TERRITORIO

INSERTO DA IL CORRIERE VINICOLO N. 29 DEL 21 SETTEMBRE

L'ETICHETTA GAVI DOCG 2020

PREMIO GAVI LA BUONA ITALIA 2020

LA RICERCA DELLA BOCCONI

ENOTURISMO
I CONSORZI DEL VINO E IL TERRITORIO

"Destinazione Gavi"
Un progetto strategico per il Consorzio

Il Premio Gavi LA BUONA ITALIA
Protagonista l'enoturismo

"Nuovo Enoturismo" passa anche dal ruolo centrale dei Consorzi di tutela

ENOTURISMO E CONSORZI: SFIDA SUL FUTURO

HARD BREXIT SEMPRE PIÙ VICINA. I RISCHI PER IL VINO

Segue dalla prima pagina

di **GIULIO SOMMA**

Situazione intricata

Il progetto di legge che il Regno Unito sta discutendo in Parlamento e che prevede, in particolare, un diverso protocollo su Repubblica d'Irlanda e su Irlanda del Nord in materia di controlli doganali sulle merci destinate all'Unione europea, ha trovato l'opposizione di Bruxelles, che non intende accettare modifiche unilaterali al testo dell'accordo sulla Brexit. Tuttavia, a nulla è servito, finora, l'invito rivolto a Londra a ritirare il progetto di legge. Il rischio concreto è che il contenzioso si possa spostare nelle aule dei tribunali. Nel frattempo, Londra si è già mossa sul mercato internazionale firmando con il Giappone un'intesa di libero scambio che rappresenta per il Regno Unito il primo accordo post-Brexit. La distanza con l'Ue sembra, quindi, allargarsi pericolosamente e prefigurare l'impossibilità di un accordo in tempo utile. Un nuovo appuntamento negoziale tra Ue e Uk è atteso il prossimo 28 settembre ma il governo londinese ha reso nota l'intenzione di lasciare il tavolo entro il 15 ottobre se non ci sarà un'intesa. Dopodiché, qualsiasi accordo dovrebbe ottenere la ratifica del Parlamento europeo in modo che sia operativo dal 1° gennaio 2021. In caso di no deal, il commercio tra Ue e Regno Unito risponderebbe alle normative del Wto (l'Organizzazione mondiale del commercio).

Il nodo del certificato VI-1

Da un punto di vista strettamente burocratico, l'import di vino dai Paesi terzi verso il Regno Unito è attualmente regolato da una serie di controlli e test che provino la conformità del prodotto importato alle regole del mercato europeo. Tra questi, il certificato export vino VI-1. La Brexit rende l'Ue un Paese terzo nei confronti del Regno Unito. Oggi le imprese europee che vogliono esportare in Uk (che acquista dal Vecchio continente il 55% dei volumi di vino), non hanno alcun obbligo di esibire tale certificato, che include una serie di esami analitici e di laboratorio. Non c'è ancora chiarezza se tale documento sarà obbligatorio anche per i commerci con l'Europa e, quindi, con l'Italia. Ma se non ci sarà accordo politico tra Londra e Bruxelles si rischia di arrivare al 31 dicembre 2020 senza sapere se tale certificato sarà o meno volontario, chi dovrà emetterlo in Italia, quali analisi saranno obbligatorie e quali no e se ci saranno delle semplificazioni per i produttori europei. Il rischio concreto è un aumento dei costi per esportare vino verso il Regno Unito e questo è tra gli elementi più preoccupanti del no deal.

I timori dell'industria europea

Il Ceev-Comité vins, attraverso il suo segretario generale, **Ignacio Sánchez Recarte**, esprime forti preoccupazioni per lo stallo dei negoziati. "Gli ultimi sviluppi ci costringono a essere realistici e a considerare che la hard Brexit è lo scenario più probabile. La cosa più preoccupante - sottolinea - è l'incertezza che stiamo affrontando. Il fatto di non sapere in che modo dovremo esportare i nostri vini nel Regno Unito a partire dal 1° gennaio prossimo rende estremamente complesso adattarsi alla nuova situazione". Un'incertezza che, ad avviso dell'associazione che rappresenta oltre 7 mila imprese europee, avrà degli impatti sensibili sulla competitività di alcuni operatori del settore, che troveranno limitazioni alla loro presenza nel mercato del Regno Unito. Il vino europeo è preoccupato anche per gli eventuali contraccolpi che potrebbero derivare da un'oscillazione troppo ampia dei cambi tra sterlina ed euro a fronte di una stabilità monetaria con altri agguerriti concorrenti come Australia e Nuova Zelanda, coi quali potrebbero essere firmati accordi di libero scambio commerciale, come avvenuto col Giappone.

Nel frattempo, prosegue il lavoro politico-diplomatico per limitare i danni di una hard Brexit: "Il Ceev finora ha sostenuto i negoziatori nello sforzo di trovare una soluzione politica e tecnica. Ma ora - sottolinea Sanchez Recarte al Corriere Vinicolo - dobbiamo cambiare strategia e concentrarci maggiormente sulle concrete linee guida che andranno emanate per supportare le nostre imprese nelle loro attività di esportazione". Il Ceev, infatti, sta lavorando a stretto contatto con la Wsta, associazione inglese aderente al Ceev e che rappresenta le aziende esportatrici e importatrici di vino e alcolici, per individuare le novità e gli ostacoli di accesso al mercato che si apriranno da gennaio: "C'è bisogno che le nostre aziende siano pronte per il nuovo scenario", aggiunge Sanchez Recarte, rilevando che la diplomazia è al lavoro per chiarire a livello politico col Regno Unito se ci sia l'opportunità di prevedere un periodo di tolleranza in materia di tassazione, certificazione ed etichettatura dei vini. Secondo il Ceev, il periodo di tolleranza, il cosiddetto paracadute normativo, è "assolutamente necessario ma la decisione non spetterà all'Europa, bensì al Regno Unito. In conclusione - osserva il segretario generale - continueremo a chiedere il rispetto delle norme che sono contenute nell'accordo di recesso Ue-Uk. E, considerando quanto già avvenuto nel corso dei negoziati precedenti, siamo moderatamente ottimisti su un possibile via libera a un periodo transitorio per una parte del 2021".

Qui sotto, Miles Beale e, più in basso, Richard Halstead

A sinistra, Ignacio Sánchez Recarte; a destra, Paolo Castelletti

Le preoccupazioni del trade inglese

Sono stati gli stessi operatori inglesi, riuniti nell'associazione Wsta a chiedere al governo di Londra di evitare l'imposizione di controlli non necessari, complicati e costosi. L'aumento di burocrazia che deriverebbe dall'introduzione del certificato VI-1 tra Ue e Uk, secondo la Wsta, genererà più di 600mila documenti cartacei (triplicati per gli ispettori del settore) e significherà per il commercio di vino britannico un costo aggiuntivo di 70 milioni di sterline all'anno, con conseguenti rincari sul prezzo del vino che si riverbereranno sui consumatori. "Se la situazione non sarà gestita nel migliore dei modi - avverte **Miles Beale**, amministratore delegato di Wsta - l'industria vinicola inglese, leader mondiale di settore, dovrà affrontare una catastrofica interruzione dei suoi commerci". Gli analisti di Wine Intelligence, attraverso il Coo **Richard Halstead**, parlano di sentimento di rassegnazione nel mondo vitivinicolo, dal momento che le esigenze del settore sembrano essere messe decisamente in secondo piano nell'ambito del negoziato: "La questione chiave è se l'import di vino in Uk dal 2021 dovrà essere accompagnato o meno dal modello VI-1. L'orientamento del governo londinese è per la sua applicazione del VI-1 ai prodotti dall'Ue e ciò significherebbe un raddoppio delle carte a carico degli importatori che hanno sede in Uk e, ovviamente, nuovi dazi sulle pratiche per chiunque voglia esportare dall'Europa. Le pressioni della Wsta sul governo di Londra sono forti, ma ancora non sappiamo se il certificato sarà incluso nel testo finale della legge britannica". Un'altra incognita è rappresentata dalle tasse sull'import di vino. Il governo Johnson intende applicare all'Ue l'aliquota prevista per i Paesi terzi (10 sterline/ettolitro per i vini fermi e 26 per gli spumanti): "L'ipotesi di una riduzione delle aliquote o di un'aliquota zero per il vino non sembra per ora possibile - commenta Halstead - ma nell'ambito del negoziato c'è la possibilità di ottenere un'intesa più vantaggiosa proprio sul filo di lana".

Il mercato

"L'incertezza sulle regole da adottare in tempi brevissimi - osserva **Paolo Castelletti**, segretario generale di UIV -sta generando fortissime preoccupazioni tra le imprese del vino in un mercato che rappresenta il terzo sbocco al mondo per il nostro export e che sta già pagando un prezzo molto alto al Covid-19". In questo scenario, non sono di conforto i dati del primo semestre 2020 in cui, secondo le elaborazioni dell'Osservatorio UIV su dati Istat, la contrazione dell'export a valore del vino made in Italy in Uk è stata pari a quasi il 10% sullo stesso periodo 2019, con gli sparkling a -19,8%. "Nel periodo considerato - prosegue Castelletti - risulta in calo anche il prezzo medio, per un valore vicino ai 310 milioni di euro", in un mercato strategico come il Regno Unito, che nel 2019 è risultato il secondo Paese importatore al mondo dopo gli Usa (quasi 4 miliardi di euro di vino acquistati). In questa delicata partita a scacchi, non bisogna dimenticare che non c'è solo il vino ma anche tutto l'agroalimentare europeo e italiano. Il Regno Unito, infatti, importa circa 40 miliardi di beni dall'Ue con il made in Italy che vale da solo circa 3,5 miliardi di euro annui.

Wine Intelligence: "Consumatori Uk hanno scelto la qualità"

Le più recenti analisi di Wine Intelligence fotografano una situazione stabile in Uk dal lato dei consumatori inglesi nei confronti del vino europeo. "Non ci sono ancora segnali concreti sul fatto che gli inglesi stiano modificando i propri modelli di spesa o che stiano scegliendo vini da altri mercati rispetto a quelli attuali" afferma Richard Halstead, coo dell'Istituto di ricerca londinese. "Nel Regno Unito, se è vero che le vendite nell'on-trade nel corso della pandemia sono crollate, nell'off-trade i volumi di vendita hanno tenuto e, in alcuni casi, i consumatori sono passati a vini di migliore qualità per il consumo domestico. Lo hanno fatto sulla base della logica secondo cui se non puoi andare in Toscana, ti puoi quantomeno consolare con un buon vino toscano".

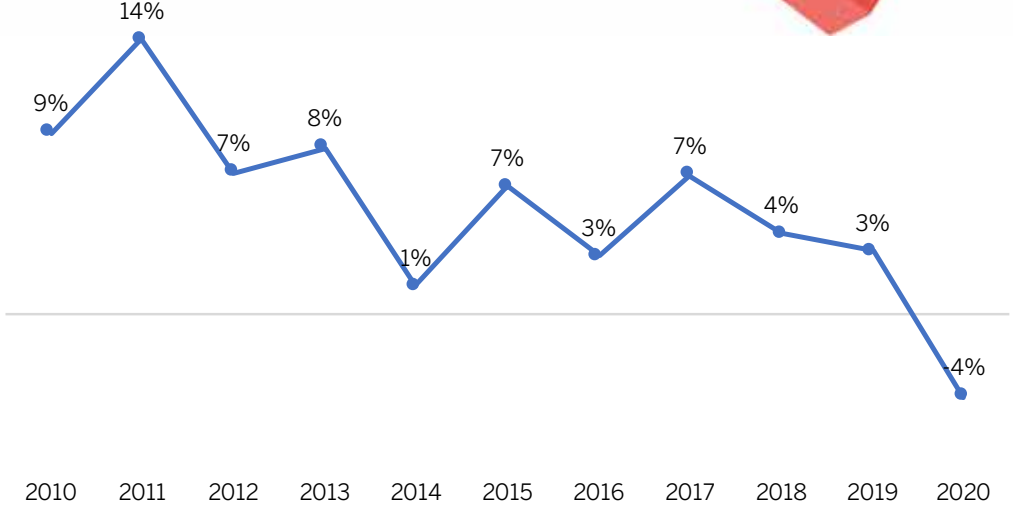
Effetto Covid, si va giù ma non è (ancora) un disastro

Calo generale sia a volume che a valore, e questa è la prima volta dal 2010 nel bilancio di metà anno. A categorie di prodotti in forte difficoltà (come quelli più esposti sul canale Horeca) fanno da contraltare le crescite di quelli più orientati all'off-trade, come Pinot grigio e frizzanti. Prosecco: allerta per Usa e UK. Lo sfuso riprende temporaneamente fiato sui prezzi, mentre è boom per i bag-in-box, formato ideale in tempi di lockdown

EXPORT ITALIANO DI VINO PER TIPOLOGIE - GENNAIO-GIUGNO

	Litri			Euro			Euro/litro		
	2019	2020	Var. %	2019	2020	Var. %	2019	2020	Var. %
Spumanti	175.340.685	183.533.032	4,7	682.611.260	630.723.753	-7,6	3,89	3,44	-11,7
Bottiglia < 2 litri	590.869.259	577.003.276	-2,3	2.113.071.135	2.038.693.771	-3,5	3,58	3,53	-1,2
Frizzanti	79.313.963	83.173.011	4,9	190.671.870	195.295.071	2,4	2,40	2,35	-2,3
Vini fermi	504.304.454	488.188.267	-3,2	1.863.795.190	1.803.363.586	-3,2	3,70	3,69	0,0
Passiti e liquorosi	2.706.872	2.652.202	-2,0	25.020.010	23.633.000	-5,5	9,24	8,91	-3,6
2-10 litri	22.245.049	26.598.231	19,6	48.670.038	54.354.918	11,7	2,19	2,04	-6,6
Sfusi	223.345.872	201.184.597	-9,9	149.428.697	145.757.816	-2,5	0,67	0,72	8,3
Mosti	10.491.617	12.641.983	20,5	20.766.511	22.102.759	6,4	1,98	1,75	-11,7
Totale	1.022.292.482	1.000.961.119	-2,1	3.014.547.641	2.891.633.017	-4,1	2,95	2,89	-2,0

EVOLUZIONE EXPORT PRIMO SEMESTRE: VAR. % VALORE



di **CARLO FLAMINI**

Come la maggior parte dei Paesi produttori di vino, anche l'Italia sperimenta a giugno un arretramento delle esportazioni di vino. Da gennaio a giugno il saldo a volume segna -2%, a 10 milioni di ettolitri, per un valore sceso del 4%, a 2,9 miliardi di euro. Dal 2010, è la prima volta che il valore delle spedizioni registra il segno meno nel primo semestre, accompagnato da una – per ora – meno drastica limatura dei listini, scesi in media del 2%.

A soffrire è proprio la componente valore, che intacca sia gli spumanti (-8%), sia i vini fermi, in particolare quelli veicolati sul settore Horeca, che ha patito in questi mesi i lockdown decisi dai vari Paesi.

Se Spagna e soprattutto Francia sommano al Covid-19 le problematiche in America (tariffe) e Cina, l'Italia – meno esposta sulla piazza cinese e per ora graziata dall'applicazione di nuove imposte in Usa – sconta per ora i soli effetti della pandemia sui consumi, che si stanno traducendo nella penalizzazione dei vini veicolati al ristorante compensata in parte dall'aumento dei prodotti più presenti sul circuito della grande distribuzione, con l'effetto "insicurezza" che spinge il consumatore a ricercare vini e brand già noti, a discapito della voglia di nuovo o di speciale.

Ecco spiegati gli impatti pesanti per i rossi Dop, in particolare toscani e piemontesi, che segnano cali anche sulla componente volumica (-7%), mentre per ora i bianchi a denominazione compensano sul valore con l'aumento delle forniture a volume (+5%), trainati dalle buone performance del "rassicurante" Pinot grigio in Usa e UK. Discorso analogo per la spumantistica, dove se il Prosecco contiene le perdite a valore a -4% (con cali sia in Usa che in UK), i Dop – quindi metodo classico e affini – vanno sotto addirittura del 40%. In controtendenza positiva i frizzanti (+5% volumico e 2% valore), che si confermano prodotto domestico e da tutti i giorni, indenne quindi dalle vicissitudini del canale Horeca.

IL CORRIERE VINICOLO
Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana

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:
Alessandro Maurilli

GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

SEGRETERIA DI REDAZIONE
tel. 02 7222 281 corrierevinicolo@uiv.it

PROMOZIONE & SVILUPPO
LAURA LONGONI, tel. 02 72 22 28 41, l.longoni@uiv.it
Grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

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

Unione Italiana Vini
aderisce al progetto europeo
WINE in MODERATION
CHOOSE | SHARE | DARE

Nuove nomine

MAURIZIO DANESE AI VERTICI DELL'ASSOCIAZIONE ESPOSIZIONI E FIERE ITALIANE

È Maurizio Danese il nuovo presidente di Aefi, che riunisce 40 operatori fieristici nazionali, con oltre 1.000 manifestazioni ed eventi organizzati di media ogni anno. Imprenditore nel settore del food service, già vicepresidente di Aefi dal 2018 e presidente di Veronafiere dal 2015, Danese (57 anni) succede così a Giovanni Laezza, con mandato fino al 2022. Nuovo vicepresidente è Pietro Piccinetti (amministratore unico di Fiera Roma) che si aggiunge ai riconfermati Antonio Bruzzone (dg di BolognaFiere) e Lorenzo Cagnoni (presidente di IEG-Italian Exhibition Group).

Un secondo trimestre pesante

Spacchettando il semestre in quarti, evidente il peggioramento registrato tra aprile e giugno: sugli spumanti, lato volume, si passa da +17% a -9% e lato valore da +3% a -17%, mentre la componente prezzi ha proseguito la dinamica negativa di lungo periodo, di media a -10%. Prezzi in deterioramento anche per i vini confezionati, da +4% di marzo a -5% di giugno, con erosione importante più sul lato valore (da +6% a -12%) che non su quello volume, che perde comunque 9 punti percentuali tra i due quarti, finendo a -7%. Lo sfuso vede aumentare i listini (+15% contro il +1% di marzo), ma si impiantano volumi (-23%) e soprattutto i valori, piombati da +7% del primo trimestre al -12% del secondo.
Per effetto combinato di questi fattori, il totale generale passa da terreno positivo (+5% volume) a negativo (-10%), mentre il valore viene sbalzato a -13% dal +5% di marzo.

VARIAZIONI % ANNUALI PER TRIMESTRE

La spumantistica

EXPORT SPUMANTI PER CATEGORIE - GENNAIO-GIUGNO

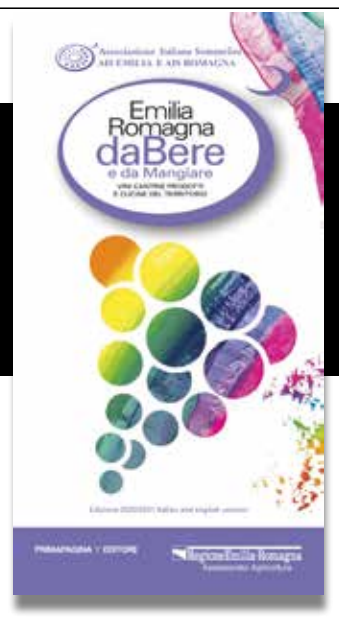
	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Champagne	472.407	-6,1	11.506.368	-25,2	24,36	-20,4
Cava	171.610	67,9	618.518	24,7	3,60	-25,8
Prosecco	119.424.463	4,3	440.449.412	-3,9	3,69	-7,9
Asti	13.039.277	24,4	45.889.060	8,5	3,52	-12,8
Dop	8.126.640	-44,9	42.199.894	-37,8	5,19	12,9
Igp	3.920.624	-1,9	11.398.212	-0,9	2,91	1,0
Varietali	5.259.575	-6,3	14.907.351	-17,4	2,83	-11,8
Comuni	33.118.436	30,4	63.754.938	-7,2	1,93	-28,8
Totale spumanti	183.533.032	4,7	630.723.753	-7,6	3,44	-11,7

EXPORT SPUMANTI PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

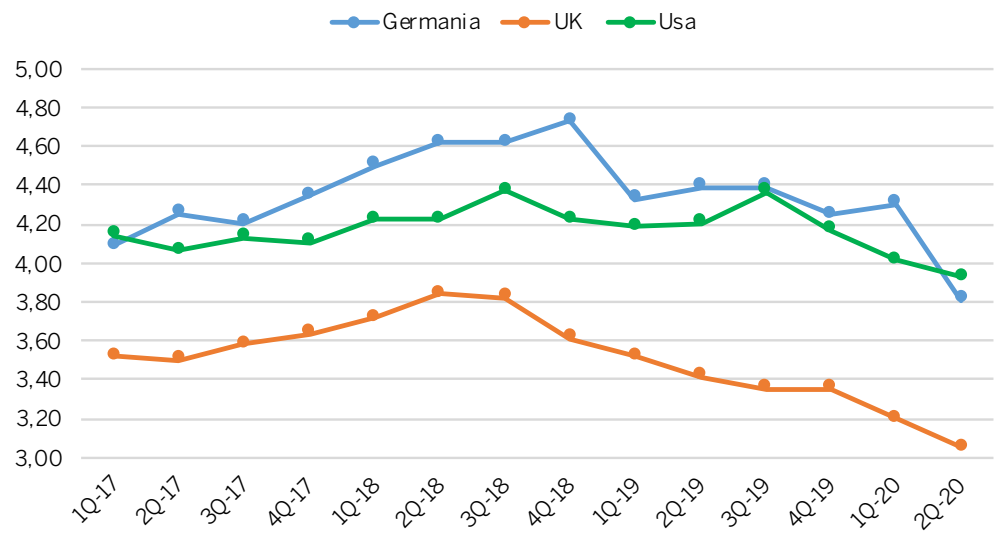
	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Usa	42.665.580	6,4	170.624.749	2,0	4,00	-4,2
UK	42.067.860	-9,8	128.698.264	-19,8	3,06	-11,1
Germania	23.694.452	65,8	45.640.379	-2,8	1,93	-41,4
Francia	9.801.133	30,6	34.268.194	10,4	3,50	-15,5
Svizzera	5.242.440	2,0	25.420.091	-1,5	4,85	-3,4
Svezia	6.438.203	11,3	24.261.321	3,1	3,77	-7,4
Belgio	5.910.281	-3,4	18.688.904	-13,2	3,16	-10,2
Canada	3.719.873	7,8	17.904.360	7,3	4,81	-0,4
Giappone	3.708.432	-14,5	16.518.653	-15,9	4,45	-1,7
Russia	4.657.841	-5,4	14.550.149	-8,2	3,12	-3,0
Austria	3.331.196	19,2	13.855.573	10,1	4,16	-7,6
Polonia	3.061.524	32,3	10.615.272	6,0	3,47	-19,9
Paesi Bassi	1.535.965	24,0	8.945.601	2,5	5,82	-17,3
Norvegia	1.684.423	-2,0	7.616.670	-5,6	4,52	-3,7
Cina	2.011.960	-37,1	5.546.636	-45,3	2,76	-13,0
Finlandia	1.300.062	0,3	5.455.109	3,5	4,20	3,2
Spagna	2.397.876	-5,9	4.972.044	-34,4	2,07	-30,3
Danimarca	1.191.358	-2,7	4.563.595	-6,1	3,83	-3,6
Repubblica Ceca	1.357.616	11,6	4.403.465	-5,0	3,24	-14,9
Ucraina	1.092.097	47,4	4.049.437	46,6	3,71	-0,5
Hong Kong	263.806	-22,9	1.546.762	-23,4	5,86	-0,6
Brasile	537.462	10,0	1.476.709	-4,9	2,75	-13,6
Irlanda	389.604	8,9	1.401.282	-0,6	3,60	-8,6
Corea del Sud	304.881	-29,4	1.272.485	-23,7	4,17	8,0
Altri	15.167.107	-11,6	58.428.049	-19,4	3,85	-8,8
Totale	183.533.032	4,7	630.723.753	-7,6	3,44	-11,7

Sulla scia del rallentamento generale patito dal Prosecco, tutto il comparto bollicine arretra a valore, eccettuato l'Asti, che però paga la forte crescita a volume con un dazio importante sulla componente prezzi, scesi del 13%, ben sotto la soglia dei 4 euro al litro in cui viaggiava l'anno scorso. Ma lo stesso scotto pagano i prodotti generici, che aumentano le forniture di addirittura il 30%, ma lasciando per strada il 30% del valore unitario, sceso sotto i 2 euro per litro, mentre come accennato nelle premesse la spumantistica Dop va in cortocircuito da lockdown, lasciando in cantina quasi la metà delle forniture e perdendo il 40% del valore di mercato, rasentando quasi l'azzeramento totale in UK.
A livello Paesi, il Prosecco sembra perdere smalto sui primi due mercati, specialmente in Usa dove le poderose crescite dei trimestri passati si sono smorzate, passando da ritmi del 30-40% valore al -15% di aprile-giugno, con erosione anche della componente volume (-9% contro +13% di marzo). In UK, il secondo quarto è meno pesante del primo, anzi si registra addirittura progressione a volume del 2%, ma il bilancio spalmato sul semestre segna comunque -2% e -12%. A compensazione restano i mercati francese (che conferma la terza piazza) e tedesco, in recupero volumico più che valoriale (anche se il secondo quarto segna cali pesantissimi, nell'ordine di -20% valore), mentre i mercati di seconda e terza fascia progrediscono tutti, pur indicando nella leva prezzo la chiave (per ora) della tenuta: in media, un litro di Prosecco ha perso l'8% del valore di mercato, con picchi in UK (-10%), Francia (-18%), Svezia e Belgio (-9%).

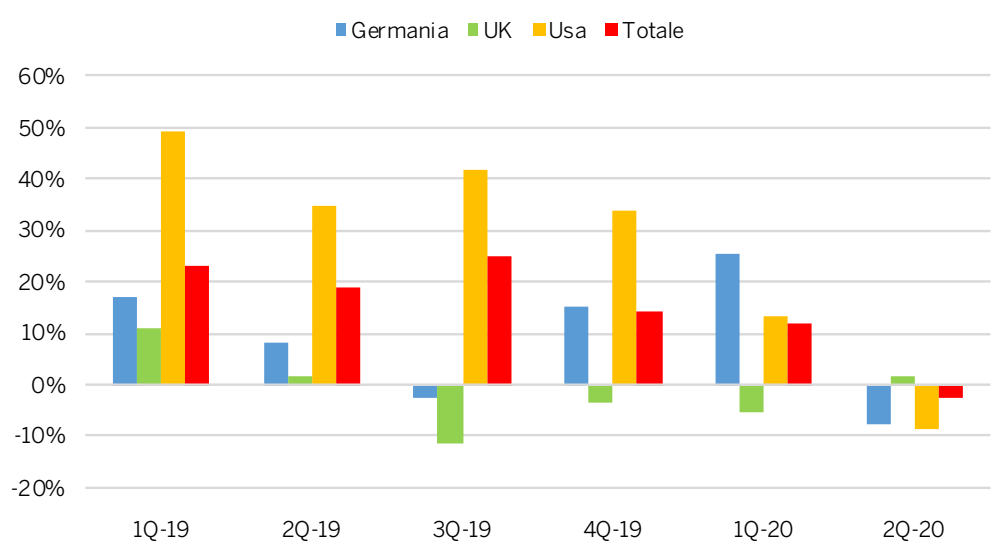
Guide enologiche
"EMILIA ROMAGNA DA BERE E DA MANGIARE 2020-2021"
Alzano l'asticella della qualità le cantine dell'Emilia Romagna. A dirlo è la Guida "Emilia Romagna da Bere e da Mangiare 2020-2021" che premia 123 vini con il punteggio dell'eccellenza nel giudizio dei sommelier Ais di Emilia e Romagna. Un migliaio le etichette degustate di oltre 260 cantine mappate. La guida nelle 336 pagine dedica una speciale menzione ai vini qualità/prezzo e ai Coup de Coer, i vini che emozionano secondo le degustazioni alla cieca dalle commissioni dei sommelier Ais. Speciale spazio ai prodotti Dop e Igp regionali e un'ampia sezione all'olio.



EXPORT TRIMESTRALE PROSECCO (EURO/LITRO)



PROSECCO: VARIAZIONI TRIMESTRALI ANNUE - VOLUME



EXPORT DI PROSECCO SPUMANTE PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Usa	32.320.665	3,1	128.608.015	-2,2	3,98	-5,1
UK	36.827.481	-1,7	114.903.268	-11,5	3,12	-9,9
Francia	8.287.506	39,9	27.380.833	14,2	3,30	-18,3
Germania	5.636.896	6,8	22.923.300	-0,4	4,07	-6,8
Svizzera	3.972.385	8,2	18.028.584	4,9	4,54	-3,0
Svezia	4.365.780	12,1	16.536.796	1,6	3,79	-9,3
Canada	2.730.952	2,8	13.672.885	4,5	5,01	1,7
Belgio	4.155.063	-3,3	13.558.428	-11,5	3,26	-8,5
Austria	2.328.332	18,5	10.301.384	17,5	4,42	-0,9
Polonia	2.255.396	25,9	8.001.327	3,8	3,55	-17,5
Russia	1.799.317	18,8	6.827.936	8,9	3,79	-8,3
Norvegia	1.371.300	-1,6	6.006.231	-4,7	4,38	-3,2
Finlandia	867.517	3,2	3.861.337	7,0	4,45	3,7
Paesi Bassi	932.550	32,9	3.685.109	15,8	3,95	-12,8
Rep. Ceca	859.262	7,4	3.069.367	-8,7	3,57	-15,0
Giappone	529.671	14,1	2.610.401	16,9	4,93	2,4
Ucraina	576.768	61,1	2.396.786	57,6	4,16	-2,2
Spagna	516.992	-13,0	1.626.151	-33,0	3,15	-23,0
Irlanda	354.711	43,0	1.292.255	28,2	3,64	-10,4
Danimarca	320.333	-18,5	1.185.692	-26,5	3,70	-9,8
Hong Kong	150.021	-33,6	667.762	-34,3	4,45	-1,0
Cina	166.164	-43,4	655.400	-52,9	3,94	-16,9
Corea Sud	43.931	-50,2	245.361	-36,4	5,59	27,7
Brasile	32.221	-35,6	147.640	-31,7	4,58	6,0
Altri	8.023.249	-2,4	32.257.164	-13,2	4,02	-11,0
Totale	119.424.463	4,3	440.449.412	-3,9	3,69	-7,9

I frizzanti: i veri "everyday wines"

Indenni dalle convulsioni patite dai fratelli maggiori, i frizzanti sono uno dei pochi segmenti a registrare crescite omogenee: a fronte di una flebile limatura dei listini (-2%), il saldo resta positivo sia sui volumi spediti (+5%), sia sul valore, cresciuto del 2%, poco sotto quota 200 milioni di euro. Il fenomeno di tenuta, registrato pari pari sul mercato interno nei mesi del lockdown, smarca definitivamente i frizzanti dagli spumanti, eleggendoli di fatto a vini dal consumo domestico e quotidiano, contro la connotazione da prodotto Horeca/per le feste della generalità degli spumanti, soprattutto metodo classico e versioni "alte" degli Charmat.

Spacchettando per tipologie, eccettuata l'impressionante performance dei varietali, le due macrocategorie che compongono l'offerta – Dop e Igp – segnano progressioni volumiche degne di nota di questi tempi, suffragate dall'aumento delle spedizioni su due dei tre principali mercati: Usa e Messico, quindi Lambrusco, ripresosi dalla flessione del 2019 su quest'ultima piazza. In riduzione la Germania (qui si tratta di Prosecco più che altro), ma il fenomeno più che legato alle contingenze è di natura strutturale, mentre in forte ripresa le spedizioni verso UK (con annessa Irlanda) e Paesi Bassi. In contrazione la Spagna, ma anche in questo caso si tratta di fenomeno strutturale, e Francia e Repubblica Ceca, quest'ultimo dato in netta inversione rispetto alle progressioni registrate negli ultimi anni.

➔

EXPORT FRIZZANTI PER CATEGORIE - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Dop	31.946.898	6,9	87.709.494	-0,6	2,75	-7,1
Igp	35.328.808	1,9	76.811.042	7,0	2,17	4,9
Varietali	1.346.982	125,6	2.446.821	25,4	1,82	-44,4
Comuni	14.550.323	2,6	28.327.714	-1,2	1,95	-3,7
Totale	83.173.011	4,9	195.295.071	2,4	2,35	-2,3

EXPORT FRIZZANTI PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Germania	23.937.516	-1,3	49.113.315	-9,8	2,05	-8,6
Usa	15.254.681	14,8	45.853.100	18,2	3,01	3,0
Messico	5.142.684	58,9	11.357.716	59,9	2,21	0,6
Austria	3.591.260	-8,2	8.037.631	-12,6	2,24	-4,8
UK	3.205.354	52,3	7.823.940	31,7	2,44	-13,5
Paesi Bassi	3.165.966	11,0	7.145.211	7,7	2,26	-3,0
Repubblica Ceca	3.009.628	-2,4	7.101.595	-8,2	2,36	-6,0
Francia	3.411.681	-3,2	6.470.709	-5,2	1,90	-2,0
Irlanda	1.710.319	61,9	5.222.445	46,1	3,05	-9,7
Giappone	1.423.086	-8,6	4.233.686	10,6	2,98	21,1
Spagna	2.675.746	-11,4	4.139.604	-14,8	1,55	-3,9
Polonia	1.380.239	14,4	3.779.322	6,1	2,74	-7,2
Russia	1.982.918	-28,1	2.643.067	-27,9	1,33	0,2
Svizzera	649.757	-18,0	2.631.317	-20,3	4,05	-2,7
Canada	959.131	33,9	2.530.718	-12,5	2,64	-34,6
Cina	741.629	-33,6	2.283.296	-36,7	3,08	-4,6
Brasile	1.013.880	-26,8	2.086.614	-7,9	2,06	25,9
Belgio	384.134	28,9	957.058	26,9	2,49	-1,6
Hong Kong	92.225	150,4	851.865	33,6	9,24	-46,7
Danimarca	375.646	-1,9	823.622	-5,4	2,19	-3,6
Finlandia	208.158	16,4	616.059	8,9	2,96	-6,4
Norvegia	175.666	75,2	613.189	67,2	3,49	-4,6
Corea del Sud	149.636	-54,0	535.907	-57,5	3,58	-7,4
Svezia	75.196	-40,2	282.333	-40,0	3,75	0,3
Altri	8.456.875	5,8	18.161.752	3,8	2,15	-1,9
Totale	83.173.011	4,9	195.295.071	2,4	2,35	-2,3

I vini fermi: rosso e bianco pari non sono

Performance differenziate per i vini fermi, bianchi e rossi: se il saldo generale sembra propendere per una maggiore tenuta dei rossi, con perdita volume di pari entità (-3%) a fronte di una maggiore erosione lato valore per i bianchi (-4% contro -3%), andando a guardare il dettaglio delle categorie le cose si chiariscono meglio. Sul segmento Dop, quello che fa oltre la metà del vino fermo confezionato e i due terzi del valore, i rossi sono in una situazione di forte criticità, con perdite in volume e valore attorno al 7%, mentre i bianchi comprimono i prezzi (-4%), macinando volume (+5%) e tenendo invariati i valori. A determinare le differenti performance è la natura dei prodotti che fanno il grosso della categoria Dop: sui bianchi, specie lato Usa e UK, le predominanza del Pinot grigio determina crescita sul segmento off-trade, quello immune dai lockdown e che anzi ha beneficiato da una parte di effetti travaso/stock dei consumatori (il formato litro e mezzo sta ritornando di moda anche sui bianchi), e dall'altra dell'effetto psicologico dettato dalla pandemia, che spinge le persone a rifugiarsi su vini e brand conosciuti. In questo, il Pinot grigio italiano ha sicuramente dalla sua un asso fenomenale, che finora sembra aver premiato: devono leggersi così le performance dei bianchi Dop veneti e trentini-friulani in UK (rispettivamente +37% e +14%) e Usa (+9% abbondante per entrambi).

Dall'altra parte, lo spartito suonato dai vini a denominazione rossi è di tutt'altra melodia: qui l'incidenza del canale Horeca è più alta, per alcune tipologie (Brunello, Barolo, Amarone) quasi soverchiante, per cui gli effetti dei lockdown si sentono tutti. Se a marzo avevamo commentato di effetti di stocking da parte degli importatori americani in vista di un possibile (e poi escluso) inserimento dell'Italia nella lista dei Paesi soggetti a tariffe, a giugno le richieste di questi vini vanno sotto di 30-40-50% rispetto allo stesso periodo dell'anno passato. I consuntivi semestrali in Usa sono pertanto di -18% per i piemontesi, -20% per i toscani, -13%% per i veneti, con saldo totale di -5% per Piemonte, -8% per Toscana e -6% per Veneto.

A livello generale, i cali del primo semestre per gli still wines sono spalmati a volume sui quattro principali mercati (Usa, Germania, UK e Canada), accompagnati anche da riduzioni valoriali o debolissime crescite come nel caso canadese. Molto negativa la situazione in Giappone, nonostante la presenza del trattato di libero scambio, in Francia, in Russia e ovviamente in Cina, dove siamo nell'ordine del 46% in meno sul semestre 2019. Vanno bene i mercati scandinavi e del Nord Europa, eccettuata l'Austria, così come i traffici verso la Corea del Sud, unico grande Paese del blocco asiatico a crescere.

EXPORT VINI FERMI IN BOTTIGLIA PER CATEGORIE - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Bianchi Dop	148.882.377	4,8	466.237.146	0,4	3,13	-4,2
Rossi Dop	127.372.836	-7,1	696.996.857	-6,1	5,47	1,1
Totale Dop	**276.255.213**	**-1,0**	**1.163.234.003**	**-3,6**	**4,21**	**-2,5**
Bianchi Igp	55.454.796	-10,3	139.607.373	-12,8	2,52	-2,8
Rossi Igp	108.723.711	3,5	406.428.963	2,9	3,74	-0,5
Totale Igp	**164.178.507**	**-1,6**	**546.036.336**	**-1,6**	**3,33**	**0,0**
Bianchi varietali	8.125.404	-34,8	9.045.945	-37,6	1,11	-4,2
Rossi varietali	4.754.968	-25,8	12.434.891	-16,0	2,62	13,3
Totale varietali	**12.880.372**	**-31,8**	**21.480.836**	**-26,7**	**1,67**	**7,5**
Bianchi comuni	14.512.610	-18,6	20.199.938	-14,1	1,39	5,5
Rossi comuni	20.361.565	-5,4	52.412.473	5,2	2,57	11,2
Totale comuni	**34.874.175**	**-11,4**	**72.612.411**	**-1,0**	**2,08**	**11,7**
Totale bianchi	**226.975.187**	**-3,1**	**635.090.402**	**-4,1**	**2,80**	**-1,1**
Totale rossi	**261.213.080**	**-3,3**	**1.168.273.184**	**-2,8**	**4,47**	**0,6**
Totale vini fermi	**488.188.267**	**-3,2**	**1.803.363.586**	**-3,2**	**3,69**	**0,0**

EXPORT VINI FERMI IN BOTTIGLIA PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Usa	103.007.077	-3,3	473.870.556	-4,6	4,60	-1,3
Germania	109.798.896	-1,6	339.994.340	-0,3	3,10	1,3
UK	66.955.393	-1,6	158.649.417	-2,7	2,37	-1,1
Canada	28.674.092	-3,1	130.798.304	0,9	4,56	4,2
Svizzera	19.132.713	6,4	120.158.066	2,2	6,28	-4,0
Paesi Bassi	20.386.538	9,7	68.442.448	13,9	3,36	3,8
Danimarca	13.795.243	0,6	57.118.790	2,0	4,14	1,4
Giappone	13.323.668	-19,2	51.760.242	-18,7	3,88	0,6
Svezia	10.973.679	5,8	46.565.198	2,5	4,24	-3,0
Belgio	14.685.913	32,9	42.583.589	19,6	2,90	-10,0
Francia	11.556.682	-26,7	36.805.217	-19,8	3,18	9,4
Norvegia	6.056.304	9,4	29.200.430	7,1	4,82	-2,1
Cina	6.542.358	-46,3	26.390.503	-39,8	4,03	12,3
Russia	9.027.691	-13,6	22.320.862	-9,6	2,47	4,6
Austria	6.795.894	-7,1	19.934.261	-8,3	2,93	-1,3
Corea del Sud	2.514.446	7,3	14.891.945	12,1	5,92	4,4
Polonia	5.045.268	-0,1	13.809.881	-6,3	2,74	-6,2
Finlandia	3.057.818	-1,3	12.221.938	-2,5	4,00	-1,2
Irlanda	3.741.800	0,5	9.213.399	-5,7	2,46	-6,2
Repubblica Ceca	3.163.670	12,2	8.793.533	7,2	2,78	-4,4
Hong Kong	675.058	-31,3	7.738.398	-24,8	11,46	9,5
Brasile	2.311.205	-12,6	7.354.166	-23,5	3,18	-12,4
Spagna	809.854	-38,6	5.323.868	-17,9	6,57	33,8
Messico	1.148.936	-12,7	3.118.492	-15,4	2,71	-3,1
Altri	25.008.071	-3,1	96.305.743	-6,8	3,85	-3,9
Totale	**488.188.267**	**-3,2**	**1.803.363.586**	**-3,2**	**3,69**	**0,0**

Barbatelle di qualità per un prodotto di qualità

In Trentino, in un territorio unico per posizione e clima, moltiplichiamo più di 120 varietà da vino e 20 varietà da tavola che danno origine con un'ampia gamma di selezioni clonali innestate sui principali portinnesti, ad oltre 500 combinazioni per ogni esigenza. Dall'impegno, dal lavoro e dalla grande esperienza dei soci dei **Vivai Cooperativi di Padergnone** vengono moltiplicate le barbatelle che contribuiscono alla nascita dei migliori vini italiani

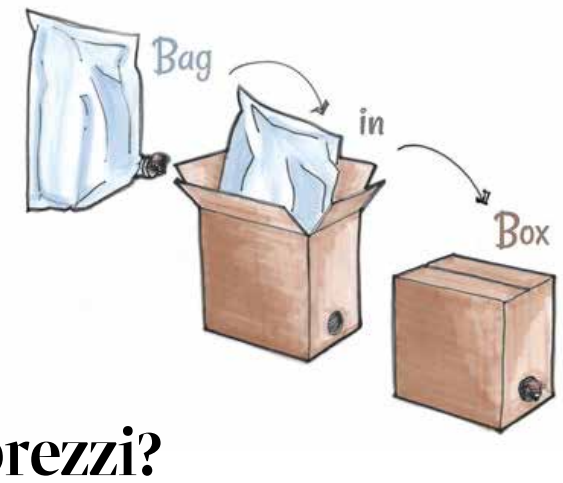
VIVAI COOPERATIVI PADERGNONE
Soc. Coop. Agr.
Via Barbazan 19 - Padergnone, 38096 Vallelaghi (TN) Tel. 0461 864142 Fax 0461 864699 www.vicopad.it - info@vicopad.it
A.FLO.VI.T. AVIT ASSOCIAZIONE VIVAISTI VITICOLI TRENTINI

VINI FERMI DOP BOTTIGLIA: VARIAZIONI % VOLUME GENNAIO-GIUGNO 2020/19

	Bianchi Dop TAA-FVG	Bianchi Dop Veneto	Bianchi Dop Sicilia	Bianchi Dop altri	Rossi Dop Sicilia	Rossi Dop Piemonte	Rossi Dop Toscana	Rossi Dop TAA	Rossi Dop Veneto	Rossi Dop altri
Francia	-9,2	-1,3	-52,3	-27,2	-27,0	-18,5	-16,5	-34,3	-35,9	-21,8
Paesi Bassi	19,9	14,8	-42,3	-16,9	-10,2	60,8	28,5	34,8	-1,1	65,9
Germania	33,5	-9,9	20,2	-13,4	-24,2	-8,3	0,6	7,9	6,4	13,6
UK	14,4	36,6	-62,3	9,3	-28,4	-17,8	14,9	21,8	-11,2	5,7
Danimarca	-36,2	-17,6	49,3	-6,8	-40,5	12,2	54,9	-34,5	2,3	-13,5
Belgio	61,5	-10,7	-5,5	5,2	-8,6	15,8	33,4	-24,6	34,2	10,9
Norvegia	-4,8	-17,5	-50,0	-38,0	-24,8	16,6	8,8	-80,7	24,0	-12,9
Svezia	-27,8	24,2	108,8	-4,4	-11,4	7,6	6,9	-71,1	9,4	9,3
Finlandia	-7,6	-23,9	99,7	7,5	-9,0	22,5	29,9	-73,2	7,4	-14,6
Austria	-5,5	-6,4	-71,7	-8,1	-1,6	-11,3	7,8	-31,1	-38,0	-3,3
Svizzera	-9,8	34,6	5,9	-11,7	41,5	2,9	-17,9	20,3	1,2	-1,5
Russia	46,0	60,0	-43,5	-29,1	23,3	-16,0	-2,2	-10,0	-40,4	-10,4
Usa	9,3	9,5	-26,0	11,1	-31,0	-18,4	-19,9	-24,3	-13,2	-16,8
Canada	-11,1	-5,6	30,0	10,8	-30,4	-2,8	-3,1	-33,4	5,4	-0,4
Cina	-56,4	-72,4	753,3	-25,2	-31,4	-34,4	-51,7	246,6	-80,1	-53,0
Corea del Sud	-61,3	53,6	9,1	-43,7	-23,1	-18,8	-23,9	-65,5	-8,7	14,4
Giappone	-55,8	-5,8	-15,9	-24,6	-43,5	-11,4	0,7	-15,6	-22,7	-29,3
Totale	**10,1**	**8,2**	**-12,8**	**0,5**	**-20,7**	**-4,5**	**-7,9**	**-4,1**	**-6,3**	**-4,5**

Il fattore BiB

Facilitati da convenienza e soprattutto praticità in tempi di lockdown, i vini confezionati in contenitori come i bag-in-box hanno registrato una straordinaria performance, non solo sui mercati tradizionalmente affezionati a questo tipo di packaging, come quelli scandinavi, ma anche in UK, dove sono raddoppiate le forniture, Canada, Svizzera: il saldo volume dei primi sei mesi è pari a +20%, sopra 265.000 ettolitri, per un valore superiore ai 54 milioni di euro (+12%) e prezzi medi stabili attorno ai 2 euro per litro. Grandi richieste per i vini a denominazione (+69%) e per gli Igp (+24%), mentre sono risultati in calo i comuni, ben oltre il 35% volumico. Oltre ai Paesi citati, progressioni importanti sui grandi acquirenti scandinavi (+16% Svezia e +53% Norvegia), mentre calano le forniture in direzione Danimarca, così come quelle verso la Germania e gli Usa.



EXPORT VINO 2-10 LITRI PER CATEGORIE - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Frizzanti	1.246.354	40,8	2.083.413	68,2	1,67	19,5
Piemonte Dop	1.526.620	65,7	3.807.737	64,0	2,49	-1,0
Bianchi Dop	3.999.852	102,3	9.238.181	140,9	2,31	19,1
Rossi Dop	2.304.037	33,7	5.724.324	23,4	2,48	-7,7
Totale Dop	**7.830.509**	**69,4**	**18.770.242**	**73,9**	**2,40**	**2,6**
Bianchi Igp	4.866.375	57,0	6.546.814	38,9	1,35	-11,5
Rossi Igp	7.685.082	8,9	19.050.840	-2,6	2,48	-10,6
Totale Igp	**12.551.457**	**23,6**	**25.597.654**	**5,4**	**2,04**	**-14,7**
Bianchi varietali	1.365.405	5,5	2.367.211	6,9	1,73	1,3
Rossi varietali	422.442	-8,0	627.023	-4,5	1,48	3,8
Totale varietali	**1.787.847**	**1,9**	**2.994.234**	**4,3**	**1,67**	**2,3**
Bianchi comuni	1.198.853	-54,8	1.113.500	-79,3	0,93	-54,2
Rossi comuni	1.822.147	-11,0	3.389.839	31,9	1,86	48,2
Totale comuni	**3.021.000**	**-35,8**	**4.503.339**	**-43,4**	**1,49**	**-11,9**
Dop-Igp > 15°	10.146	-12,6	187.479	3,9	18,48	18,9
Comuni > 15°	24.375	35,1	49.361	39,0	2,03	2,9
Vini > 15°	**34.521**	**16,4**	**236.840**	**9,6**	**6,86**	**-5,8**
Totale 2-10 litri	**26.598.231**	**19,6**	**54.354.918**	**11,7**	**2,04**	**-6,6**

Sfuso, terranno i prezzi?

Capitolo sfuso: dopo i massicci acquisti dalla Germania nel primo trimestre, determinati dall'emergenza Covid e dal timore degli importatori di trovarsi con le cisterne bloccate al Brennero, la situazione tedesca torna alla normalità, con aumenti medi del 6% volumico e un buon 15% di aumento valore, determinato dal +8% medio dei listini. Giù il mercato francese, che dimostra di aver mal digerito gli aumenti praticati dalla produzione sulla vendemmia 2019.

Per segmenti, in grande aumento il traffico di vini Dop bianchi (Pinot grigio compreso, direzione Usa soprattutto, +24%), mentre risultano in stallo le forniture degli omologhi rossi. In forte arretramento l'export di bianchi comuni (-15%), ma si stanno confrontando i dati sull'omologo periodo del 2019, quando si smerciava il prodotto dell'abbondante vendemmia 2018: i listini comunque piano piano si stanno rialzando, specialmente quelli dei rossi comuni, che guadagnano 10 centesimi netti rispetto alle quotazioni del giugno di un anno fa. A fronte di queste dinamiche, il totale generale della categoria segna quindi timidi aumenti di prezzo, per volumi in calo del 10% e fatturati sotto del 2,5%. Situazione destinata a cristallizzarsi, se non a deteriorarsi nel prosieguo d'anno, considerata la regolarità della nostra vendemmia e gli aumenti consistenti previsti per ora in Spagna.

EXPORT VINO 2-10 LITRI PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Svezia	5.763.870	15,8	13.806.650	12,4	2,40	-2,9
Norvegia	3.995.052	53,0	8.985.475	53,5	2,25	0,3
UK	5.326.125	101,6	6.808.485	78,4	1,28	-11,5
Germania	2.325.442	-12,2	5.088.083	-16,9	2,19	-5,3
Usa	2.069.920	-7,1	4.330.369	-2,2	2,09	5,3
Canada	721.005	528,9	2.950.396	633,1	4,09	16,6
Danimarca	914.872	-12,8	1.832.348	-9,2	2,00	4,1
Finlandia	785.383	34,2	1.640.140	22,9	2,09	-8,5
Svizzera	764.018	77,3	1.573.418	-39,2	2,06	-65,7
Repubblica Ceca	1.114.137	-6,5	1.261.839	-8,6	1,13	-2,3
Francia	353.549	-7,2	782.707	-4,0	2,21	3,4
Giappone	363.925	-38,1	578.490	-41,9	1,59	-6,0
Polonia	663.862	-22,5	553.863	-19,2	0,83	4,2
Cina	215.789	-38,3	517.887	-52,5	2,40	-23,0
Altri	1.221.282	-23,3	3.644.768	-25,0	2,98	-2,2
Totale	**26.598.231**	**19,6**	**54.354.918**	**11,7**	**2,04**	**-6,6**

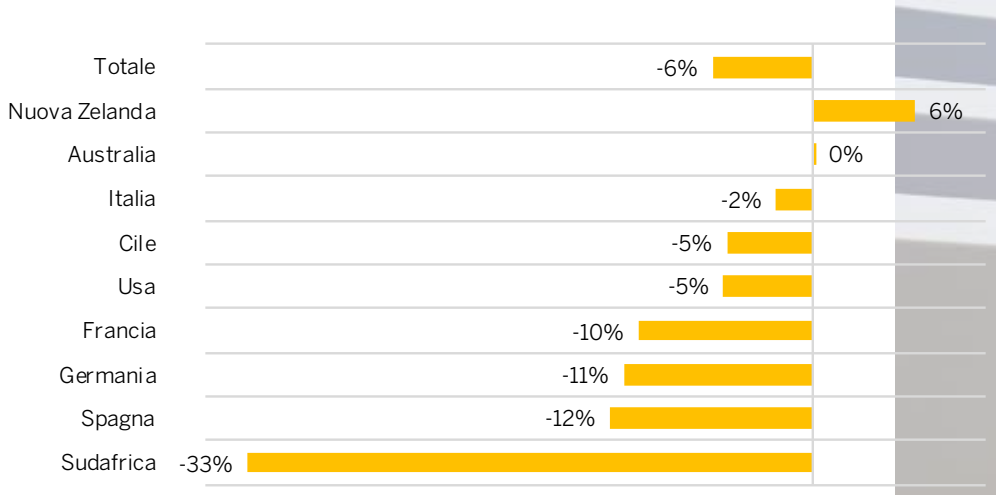
EXPORT VINO SFUSO PER CATEGORIE - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Frizzanti	1.270.657	-55,4	2.169.498	-45,0	1,71	23,4
Bianchi Dop	18.048.765	24,0	16.354.904	19,5	0,91	-3,6
Rossi Dop	5.182.080	0,3	8.436.680	3,3	1,63	3,0
Totale Dop	23.230.845	17,8	24.791.584	13,5	1,07	-3,7
Bianchi Igp	12.022.956	1,1	11.080.284	-9,0	0,92	-10,0
Rossi Igp	19.975.842	-5,3	30.008.154	-2,4	1,50	3,1
Totale Igp	31.998.798	-3,0	41.088.438	-4,3	1,28	-1,3
Bianchi varietali	14.485.745	-34,3	7.923.893	-23,7	0,55	16,3
Rossi varietali	2.596.735	-23,8	2.407.784	-35,0	0,93	-14,8
Totale varietali	17.082.480	-32,9	10.331.677	-26,6	0,60	9,4
Bianchi comuni	86.620.213	-14,9	36.388.715	-8,8	0,42	7,2
Rossi comuni	37.781.541	2,8	25.008.515	21,7	0,66	18,3
Totale comuni	124.401.754	-10,2	61.397.230	1,6	0,49	13,1
Dop-Igp > 15°	218.425	-29,0	781.204	-44,4	3,58	-21,6
Comuni > 15°	1.991.044	-9,3	885.166	22,6	0,44	35,1
Totale vini > 15°	**2.209.469**	**-11,7**	**1.666.370**	**-21,6**	**0,75**	**-11,3**
Riexport	**990.594**	**-24,6**	**4.313.019**	**5,8**	**4,35**	**40,4**
Totale	**201.184.597**	**-9,9**	**145.757.816**	**-2,5**	**0,72**	**8,3**

EXPORT VINO SFUSO PER PAESI - GENNAIO-GIUGNO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Germania	126.012.438	6,4	69.891.150	15,1	0,55	8,2
Svizzera	9.338.326	-13,9	13.466.574	-21,7	1,44	-9,1
Svezia	8.325.758	47,8	9.228.659	22,1	1,11	-17,4
Francia	12.778.285	-51,1	7.748.722	-41,8	0,61	18,9
Usa	1.779.167	10,0	5.912.499	34,9	3,32	22,6
Austria	8.163.474	-21,5	5.027.598	-12,5	0,62	11,4
UK	5.701.028	-17,4	4.926.694	-24,2	0,86	-8,2
Norvegia	2.236.689	81,5	4.695.401	77,8	2,10	-2,0
Danimarca	2.753.274	-13,6	3.533.370	-13,7	1,28	-0,1
Repubblica Ceca	6.155.903	-6,1	2.964.111	0,4	0,48	6,9
Spagna	2.211.456	-50,1	2.726.772	-23,9	1,23	52,5
Canada	2.920.794	7,5	2.669.261	12,9	0,91	5,1
Giappone	1.123.015	27,0	1.540.437	7,8	1,37	-15,1
Belgio	1.024.856	-2,7	1.378.048	-6,6	1,34	-4,0
Paesi Bassi	802.081	-17,6	1.281.079	14,9	1,60	39,5
Polonia	584.020	-41,2	908.422	-19,3	1,56	37,3
Altri	9.274.033	-56,5	7.859.019	-40,6	0,85	36,6
Totale	201.184.597	-9,9	145.757.816	-2,5	0,72	8,3

EVOLUZIONE EXPORT PRINCIPALI PAESI - 1° SEMESTRE 2020



In cerca di exit strategies

Forti problematiche per Francia e Spagna, mentre Australia e Cile stanno cercando di spostare i traffici verso UK e Usa, soprattutto in cisterna. Pesa la Cina ma pesano soprattutto le tariffe americane. A giugno saldo globale a -2,5 milioni di ettolitri

di **CARLO FLAMINI**

Poco più di 2,5 milioni di hl di saldo negativo, il 6% in meno sul corrispondente periodo del 2019: si chiude con questi numeri pesanti il primo semestre dell'anno visto dal lato dei principali esportatori mondiali. Un quadro peggiorativo rispetto a marzo, quando l'impatto della pandemia poteva essere letto solo sui conti dei traffici verso la Cina. Mentre a giugno l'estensione degli effetti dei lockdown incomincia a leggersi un po' ovunque: dai casi del Sudafrica, che ha deciso di chiudere le attività delle aziende vitivinicole, e che oggi paga il conto più pesante sui dati export (-33% rispetto al 2019), alla Spagna, Paese che sta soffrendo da una parte l'applicazione dei dazi supplementari in Usa ma anche le difficoltà del principale interlocutore lato sfuso, la Francia, a sua volta stretta in una morsa micidiale di tariffe americane e problemi giganteschi in Cina. Ma non vanno meglio le cose per l'Australia, che sta perdendo volume (e valore) in Cina, suo primo mercato di destinazione, e che si trova nella situazione non facile di dover dirottare prodotto verso altri lidi. Situazione problematica anche per il Cile, sotto pesantemente in Cina, primo partner commerciale, e anch'esso con il dilemma di dove andare a piazzare gli stock di invenduto che nel corso dell'anno potrebbero continuare a crescere.

Escludendo l'Italia, oggetto del commento specifico in questo giornale, i movimenti "forzati" sono evidenti in alcuni Paesi. Il caso eclatante è quello dell'Argentina, il cui prolungato overstocking sta spingendo le cantine a buttar fuori tutto quello che possono, a prezzi infimi: media di 40 centesimi di dollaro al litro, con punte di 20 centesimi in Cina e in Spagna, 36 in Canada, per un totale di 1,1 milioni di ettolitri, più che raddoppiato rispetto al dato del primo semestre del 2019. Ma non meno eclatante è il lavoro che stanno facendo gli australiani: al -27% del confezionato in Cina, si risponde riversandosi con lo sfuso in UK e Usa (+12%), ma anche in Nord Europa (Belgio e Danimarca).

Stesso spartito per il Cile: la risposta al -40% in Cina, fronte confezionato, si manifesta con l'aumento dei traffici di sfuso verso Usa (+26% volume e -20% sul prezzo medio) e UK (+20% volume e -9% prezzo), oltre a ingenti volumi spediti in Germania (+33%) e Canada.

L'ecatombe francese

Veniamo alla Francia, dove la situazione è tra le più complicate: il saldo generale volumico è di -10%, con punte di -31% per lo Champagne, -15% per Bordeaux e Languedoc e -10% sui Vin de Pays. Ma la cosa altrettanto preoccupante è la diminuzione imponente del giro d'affari: -21% il totale, con punte del 19% per i confezionati fermi, del 30% per Champagne e Bordeaux e del 12% per la Borgogna. Per ora, fronte listini, la Champagne tiene duro, anche se vi sono cedimenti importanti in Germania e Belgio e non è dato sapere che grado di resistenza si potrà applicare nei prossimi mesi, mentre sotto del 20% sono quelli di Bordeaux (specie lato Usa, attorno a -40%, identico al taglio applicato a Londra).

Per Bordeaux, ma anche per i vini più economici della Languedoc, l'applicazione delle tariffe americane in associazione con le forti riduzioni delle richieste da parte della Cina, in atto già dalla fine del 2019, sta diventando un fattore di difficile gestione, tanto che non è un caso che le richieste di distillazione fatte al Governo francese (3,2 milioni di ettolitri circa) provengano per il 60% da queste due zone.

Le contorsioni francesi hanno un impatto immediato anche sulla Spagna, primo fornitore di vino sfuso per Parigi: i lockdown decisi dal Governo transalpino hanno rallentato i traffici del prodotto comune - specie rosso - che viene condizionato in bag-in-box dai produttori francesi e veicolato nel settore della ristorazione: a giugno saldo a volume a -16%, con penalizzazione sul totale Spagna del 18%. A questo si aggiunga il -13% lato vino confezionato in Usa, seconda destinazione per i vini spagnoli, e il -35% sul fronte Cina, mentre sul lato spumanti si sta spostando prodotto dagli Usa verso Londra soprattutto, con penalizzazione sui listini, tra i più bassi spuntati dai produttori spagnoli: 1,75 euro al litro, -30%.

Contorsioni anche per i produttori statunitensi: a fronte della crescita del mercato canadese (+8%), le riduzioni più significative si registrano su tutti i mercati di prima fascia, con -23% in UK, -16% in Giappone e -30% a Hong Kong, quarta piazza a valore e tra le più a rischio nel medio termine, considerati i rapporti conflittuali tra Washington e Pechino sulla vicenda della riannessione dell'ex colonia britannica. Anche per gli americani, acceleratore premuto sullo sfuso, sulla scia di quanto avvenuto negli ultimi anni, specie in UK, con aumento dei traffici generali del 6%, sopra il milione di ettolitri.

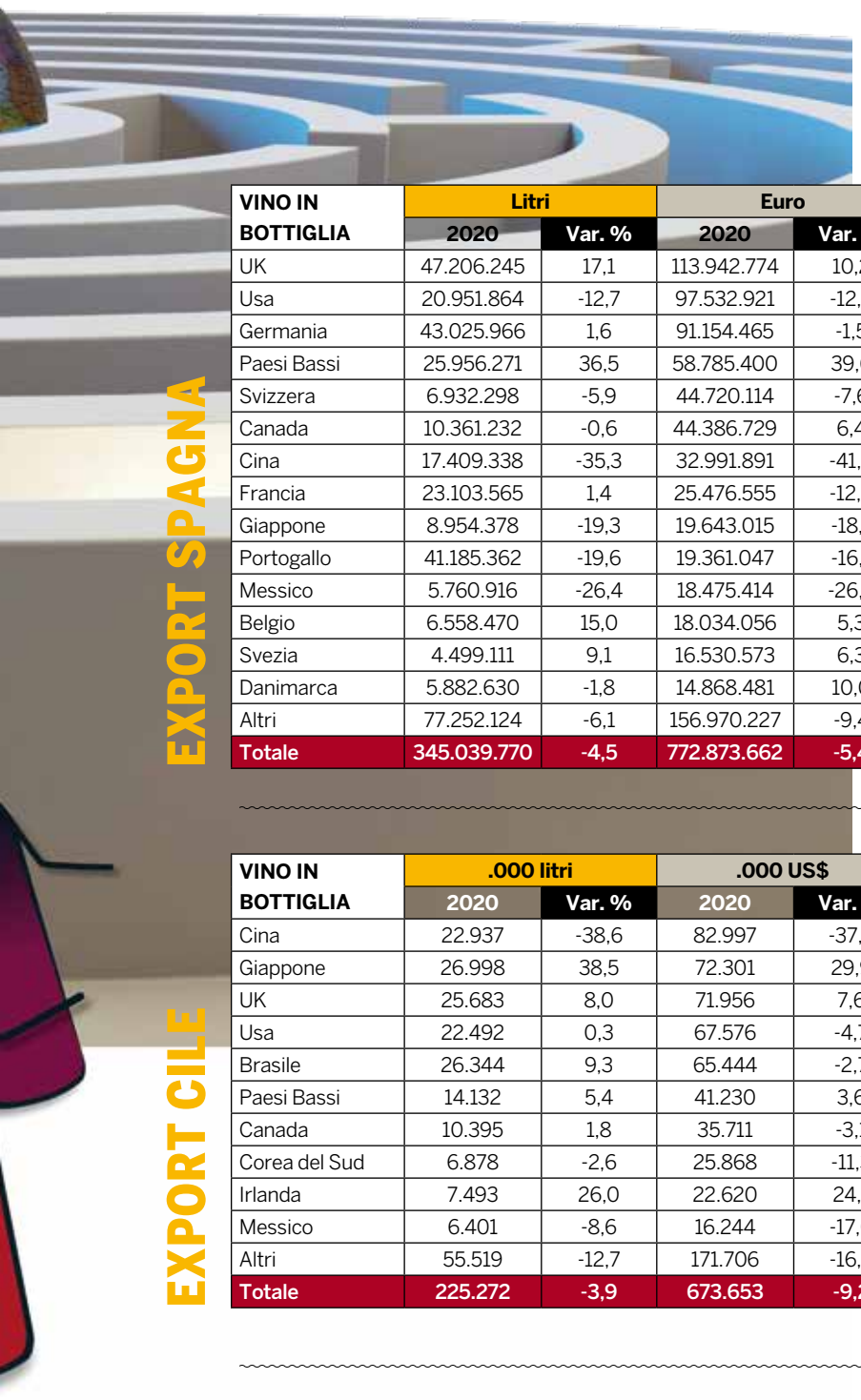
Unica isola felice è la Nuova Zelanda: pur a fronte dei cali molto forti registrati sul fronte confezionato verso l'Australia, compensati da aumento dell'export di sfuso (praticamente raddoppiato), la situazione generale è positiva sui principali Paesi clienti, tra cui Usa, UK e Canada, che stanno compensando in parte l'erosione di prodotto patita in Cina (-21%). Tengono, anzi registrano discreti aumenti, i listini, sia dell'imbottigliato (+4%), sia della cisterna (6%).

EXPORT FRANCIA

CATEGORIE	.000 litri		.000 euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Champagne	30.869	-30,8	874.311	-30,4	28,32	0,5
Spumanti	30.781	-12,4	131.289	-11,5	4,27	1,0
Totale spumanti	**61.649**	**-22,7**	**1.005.600**	**-28,4**	**16,31**	**-7,5**
Frizzanti	2.024	-3,1	8.196	-4,9	4,05	-1,9
Bordeaux	68.481	-15,1	747.978	-31,3	10,92	-19,1
Borgogna	26.222	-4,9	406.884	-12,4	15,52	-7,8
Alsazia	7.568	-2,0	41.795	-6,6	5,52	-4,7
Val de Loire	16.455	-9,9	103.340	-17,6	6,28	-8,5
Beaujolais	7.169	5,9	34.103	-1,7	4,76	-7,2
Côtes du Rhône	28.486	-6,9	165.086	-14,5	5,80	-8,1
Languedoc-Roussillon	15.668	-15,0	76.498	-18,3	4,88	-3,9
Igp	136.828	-10,2	387.432	-7,7	2,83	2,7
Varietali	35.906	-3,3	93.237	-1,4	2,60	2,0
Vini comuni	39.133	-23,4	77.963	-23,7	1,99	-0,3
Altri	71.779	-4,8	370.723	-11,7	5,16	-7,2
Totale bottiglia	**455.720**	**-10,3**	**2.513.236**	**-18,6**	**5,51**	**-9,3**
2-10 litri	**25.730**	**15,2**	**62.038**	**0,3**	**2,41**	**-13,0**
Sfuso	**90.312**	**-3,7**	**119.019**	**11,3**	**1,32**	**15,6**
Totale	**633.412**	**-10,0**	**3.699.892**	**-20,7**	**5,84**	**-11,8**

CHAMPAGNE	.000 litri		.000 euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
USA	5.122	-27,9	165.543	-30,5	32,32	-3,6
UK	4.610	-48,2	107.452	-45,3	23,31	5,6
Singapore	2.865	-41,6	91.297	-37,0	31,87	7,9
Giappone	2.070	-12,9	72.762	-12,0	35,15	1,0
Germania	2.302	32,9	53.954	-6,6	23,43	-29,7
Belgio	1.866	51,6	41.688	9,3	22,34	-27,9
Italia	1.108	-60,0	35.104	-49,0	31,69	27,5
Svizzera	1.015	-16,6	29.188	-22,4	28,74	-6,9
Australia	1.154	75,3	22.719	5,0	19,69	-40,1
Svezia	942	-22,5	20.655	-18,9	21,93	4,5
Paesi Bassi	746	-29,5	19.623	-18,3	26,31	16,0
Spagna	614	-72,7	18.726	-64,9	30,48	28,6
Emirati Arabi Uniti	437	30,6	15.841	34,0	36,24	2,6
Canada	480	-35,7	15.771	-38,6	32,88	-4,5
Corea del Sud	356	-22,0	11.330	-0,3	31,80	27,8
Austria	307	-17,3	8.899	-16,0	29,03	1,5
Danimarca	275	-12,2	8.478	-11,6	30,79	0,7
Hong Kong	256	-37,2	8.465	-27,7	33,10	15,2
Messico	353	-41,0	8.259	-54,1	23,41	-22,2
Sudafrica	207	-46,6	6.842	-39,9	33,01	12,5

BORDEAUX	.000 litri		.000 euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Hong Kong	2.488	-19,1	119.866	-22,0	48,18	-3,6
UK	8.028	-5,6	92.629	-42,7	11,54	-39,3
USA	7.764	-18,0	84.715	-48,8	10,91	-37,6
Cina	10.615	-37,6	76.018	-39,0	7,16	-2,2
Svizzera	1.988	-14,3	53.879	-31,3	27,11	-19,9
Giappone	6.876	-4,9	50.192	-14,2	7,30	-9,7
Germania	5.703	0,6	43.094	-27,4	7,56	-27,9
Belgio	6.382	-11,5	41.035	-26,4	6,43	-16,8
Canada	2.816	-5,1	27.455	-16,3	9,75	-11,7
Singapore	593	-21,2	12.493	-30,9	21,07	-12,3



EXPORT SPAGNA

VINO IN BOTTIGLIA	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
UK	47.206.245	17,1	113.942.774	10,2	2,41	-5,9
Usa	20.951.864	-12,7	97.532.921	-12,5	4,66	0,2
Germania	43.025.966	1,6	91.154.465	-1,5	2,12	-3,0
Paesi Bassi	25.956.271	36,5	58.785.400	39,6	2,26	2,3
Svizzera	6.932.298	-5,9	44.720.114	-7,6	6,45	-1,8
Canada	10.361.232	-0,6	44.386.729	6,4	4,28	7,0
Cina	17.409.338	-35,3	32.991.891	-41,8	1,90	-10,1
Francia	23.103.565	1,4	25.476.555	-12,9	1,10	-14,1
Giappone	8.954.378	-19,3	19.643.015	-18,1	2,19	1,5
Portogallo	41.185.362	-19,6	19.361.047	-16,1	0,47	4,4
Messico	5.760.916	-26,4	18.475.414	-26,3	3,21	0,2
Belgio	6.558.470	15,0	18.034.056	5,3	2,75	-8,4
Svezia	4.499.111	9,1	16.530.573	6,3	3,67	-2,5
Danimarca	5.882.630	-1,8	14.868.481	10,0	2,53	12,0
Altri	77.252.124	-6,1	156.970.227	-9,4	2,03	-3,5
Totale	**345.039.770**	**-4,5**	**772.873.662**	**-5,4**	**2,24**	**-0,9**

SFUSO	Litri		Euro		Euro/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Francia	189.249.222	-15,6	75.401.568	-7,9	0,40	9,0
Germania	122.178.550	-0,4	49.175.243	14,6	0,40	15,1
Portogallo	62.570.983	-10,3	30.601.140	6,7	0,49	19,0
Italia	34.025.388	-18,0	15.976.994	-14,2	0,47	4,7
UK	9.986.464	28,5	5.933.104	20,1	0,59	-6,5
Russia	8.969.880	-74,0	4.420.157	-72,9	0,49	4,5
Danimarca	5.517.558	-7,0	3.906.381	-0,1	0,71	7,5
Cina	5.068.255	-30,6	2.849.373	-23,0	0,56	11,0
Altri	63.506.161	-33,0	38.207.315	-19,9	0,60	19,6
Totale	**501.072.459**	**-17,7**	**226.471.276**	**-8,9**	**0,45**	**10,6**

EXPORT CILE

VINO IN BOTTIGLIA	.000 litri		.000 US$		US$/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Cina	22.937	-38,6	82.997	-37,2	3,62	2,2
Giappone	26.998	38,5	72.301	29,9	2,68	-6,2
UK	25.683	8,0	71.956	7,6	2,80	-0,4
Usa	22.492	0,3	67.576	-4,7	3,00	-5,0
Brasile	26.344	9,3	65.444	-2,7	2,48	-11,0
Paesi Bassi	14.132	5,4	41.230	3,6	2,92	-1,7
Canada	10.395	1,8	35.711	-3,1	3,44	-4,8
Corea del Sud	6.878	-2,6	25.868	-11,3	3,76	-8,9
Irlanda	7.493	26,0	22.620	24,1	3,02	-1,5
Messico	6.401	-8,6	16.244	-17,0	2,54	-9,1
Altri	55.519	-12,7	171.706	-16,3	3,09	-4,1
Totale	**225.272**	**-3,9**	**673.653**	**-9,2**	**2,99**	**-5,5**

SFUSO	.000 litri		.000 US$		US$/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Usa	54.792	26,5	42.366	0,9	0,77	-20,2
UK	39.057	18,6	34.701	8,1	0,89	-8,8
Cina	17.832	-64,0	15.129	-70,9	0,85	-19,1
Germania	18.763	33,0	15.009	7,3	0,80	-19,3
Giappone	11.205	-5,4	9.051	-17,9	0,81	-13,3
Danimarca	6.579	1,1	8.308	10,1	1,26	8,9
Canada	10.190	21,7	7.065	4,8	0,69	-13,9
Altri	15.936	-27,3	14.089	-30,6	0,88	-4,6
Totale	**174.352**	**-7,5**	**145.718**	**-21,5**	**0,84**	**-15,1**

EXPORT AUSTRALIA

VINO IN BOTTIGLIA	.000 litri		.000 AUD		AUD/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
Cina	38.725	-26,7	396.014	-13,1	10,23	18,6
Usa	39.889	-2,4	174.353	5,1	4,37	7,7
UK	21.639	24,5	94.013	28,1	4,34	2,8
Canada	12.771	-2,1	74.006	5,5	5,79	7,8
Singapore	3.692	24,5	39.875	2,9	10,80	-17,3
Hong Kong	3.043	-24,5	39.450	-33,8	12,97	-12,3
Nuova Zelanda	7.570	10,0	34.409	13,0	4,55	2,7
Paesi Bassi	4.039	-18,4	18.229	3,1	4,51	26,4
Malesia	1.103	-34,9	17.527	-19,4	15,89	23,6
Giappone	2.633	-13,6	13.389	-19,8	5,08	-7,2
Altri	19.235	-10,9	108.919	-9,1	5,66	2,0
Totale	**154.340**	**-8,8**	**1.010.184**	**-5,6**	**6,55**	**3,6**

SFUSO	.000 litri		.000 AUD		AUD/litro	
	2020	Var. %	2020	Var. %	2020	Var. %
UK	104.490	11,7	130.299	21,8	1,25	9,1
Cina	8.985	-0,5	37.811	19,1	4,21	19,8
Usa	21.480	11,9	30.815	15,9	1,43	3,6
Belgio	11.446	51,2	16.163	73,6	1,41	14,8
Danimarca	7.977	67,9	11.625	99,9	1,46	19,1
Canada	7.925	-13,1	10.352	-6,3	1,31	7,7
Paesi Bassi	6.596	-30,6	8.616	-26,9	1,31	5,4
Nuova Zelanda	4.541	-24,8	6.703	-17,6	1,48	9,7
Altri	8.856	-18,8	11.703	-22,8	1,32	-5,0
Totale	**182.296**	**7,4**	**264.087**	**16,6**	**1,45**	**8,5**

VITIS®
RAUSCEDO
una vita per la vite

DAL 1985, BARBATELLE
PER VOCAZIONE

www.vitisrauscedo.com

54th EDITION

FERRICOM

vinitaly

INT'L WINE & SPIRITS EXHIBITION

PASSION IN BUSINESS

18 - 21
APRIL 2021
--> VERONA <--

TOGETHER WITH

WWW.VINITALY.COM
TRADE ONLY

SOL&AGRIFOOD
TASTE OF BUSINESS

ENOLITECH
TECHNOLOGY & INNOVATION

OperaWine
GRAND TASTING
FINEST ITALIAN WINES

5StarWines
THE BOOK
5starwines.it

24° INT'L PACKAGING COMPETITION
vinitalydesign
2020

INTERNATIONAL
PACKAGING
COMPETITION
vinitaly.it

VERONAFIERE.IT

Organized by
veronafiere
Trade shows & events since 1898

L'ETICHETTA GAVI DOCG 2020
Anche quest'anno l'etichetta della bottiglia istituzionale nasce per raccontare il territorio e il valore della Denominazione

PREMIO GAVI LA BUONA ITALIA 2020
Primo premio al Consorzio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg. Menzioni speciali per il Consorzio Vini Alto Adige, il Consorzio Chianti Classico e il Consorzio Vini d'Abruzzo

LA RICERCA DELLA BOCCONI
Luci e ombre nel rapporto (strategico) tra enoturismo e Consorzi. I risultati dell'indagine presentati durante la premiazione

PREMIO GAVI LA BUONA ITALIA 2020

ENOTURISMO

I CONSORZI DEL VINO E IL TERRITORIO

CONSORZIO TUTELA DEL GAVI — LABORATORIO GAVI

I Consorzi di tutela del vino possono – o devono? – giocare un ruolo determinante nella promozione dell'Enoturismo nei territori delle proprie denominazioni. È la tesi del Premio Gavi LA BUONA ITALIA 2020, che ha premiato alcune case histories di eccellenza. È il risultato della ricerca condotta per il Consorzio, in collaborazione con Federdoc, dall'Università Bocconi

"Destinazione Gavi"
Un progetto strategico per il Consorzio

ROBERTO GHIO - Presidente del Consorzio Tutela del Gavi

La competitività enoturistica delle aziende vinicole è frutto anche del gioco di squadra tra Denominazioni e territorio. I Consorzi di tutela contribuiscono a creare e rafforzare la peculiare "reputazione" del comprensorio, rappresentata da un insieme di elementi quali natura, vino, personaggi, storia, tradizioni, innovazione. Questo lavoro integrato ricade positivamente sulle singole aziende che possono così concentrare i loro sforzi sull'ottimizzazione dell'accoglienza, oltre naturalmente sulla produzione vinicola.

Come Consorzio tutela del Gavi abbiamo avviato dalla fine dello scorso anno il progetto "Destinazione Gavi" per rendere il territorio della nostra denominazione – 11 Comuni piemontesi, in una terra dove spira il vento del Mar Ligure – un luogo vocato non solo alla produzione di un vino esportato in tutto il mondo, ma anche alla "produzione di accoglienza".

Abbiamo iniziato con la ricerca conoscitiva "La Rete del Territorio della Denominazione del Gavi Docg", affidata alla società Astarea, con la quale abbiamo ascoltato il vissuto e l'esperienza di un campione di 35 cantine e 45 strutture ricettive (alberghi, B&B, ristoranti) del nostro territorio. Abbiamo quindi avviato il dialogo con un tour operator che opera a livello nazionale e internazionale per strutturare una offerta professionale. Abbiamo formato i nostri produttori – alla luce delle nuove direttive del Mipaaf e di quelle subentrate per l'emergenza da Coronavirus – con il ciclo di 3 webinar "Il Nuovo Enoturismo: istruzioni per l'uso", frequentato con buona partecipazione da operatori vinicoli e operatori dell'accoglienza del Gavi.

Causa Covid-19 abbiamo dovuto rimandare il nostro tradizionale appuntamento estivo "Di Gavi in Gavi", aperto al grande pubblico, ma al tempo stesso abbiamo creato il palinsesto "Happy Gavi! Estate 2020", mettendo in network e organizzando la comunicazione dell'insieme delle attività previste questa estate negli 11 Comuni della Denominazione: nel complesso ne è uscita una offerta di accoglienza di tutto rispetto per i turisti piemontesi, lombardi, veneti.

La scelta di dedicare questa edizione del Premio Gavi LA BUONA ITALIA all'Enoturismo, quindi, è in sintonia con la visione complessiva della "Destinazione Gavi": guardiamo con attenzione alle case histories di successo che abbiamo premiato per trarre stimolo a organizzare al meglio l'attività nostra e degli altri operatori gaviesi.

Il Premio Gavi LA BUONA ITALIA Protagonista l'enoturismo

Il "Nuovo Enoturismo" passa anche dal ruolo centrale dei Consorzi di tutela

FRANCESCO MONETA – The Round Table, Responsabile del Laboratorio Gavi

Il Laboratorio Gavi e quindi il Premio Gavi LA BUONA ITALIA 2020 sono stati dedicati al ruolo dei Consorzi di tutela del vino nello sviluppo dell'Enoturismo - riconosciuto oggi come "il turismo della ripartenza" - anche in seguito alla regolamentazione del Decreto Mipaaf 2019 e alle necessarie attenzioni in tempo di post-Covid 19.

Il workshop di premiazione, organizzato nelle precedenti edizioni a Gavi, è stato sostituito da un workshop in live streaming, "on life on line" all'Area Pergolesi di Milano, in collegamento con i premiati e i panelist in 5 diverse regioni.

Ogni anno, dal 2015, il Laboratorio Gavi La Buona Italia del Consorzio tutela del Gavi propone un osservatorio inedito sulle "buone pratiche" del comparto enogastronomico italiano, valorizzate con il Premio Gavi LA BUONA ITALIA, quest'anno alla sua VI edizione.

Nelle ultime due edizioni, protagonisti sono stati ad esempio "Il Vino Responsabile" (la responsabilità sociale interpretata dal comparto vinicolo, andando oltre il concetto consueto di sostenibilità, 2018), e lo "Smart Wine" (l'innovazione digitale nella filiera integrata enologica italiana Vigna-Cantina-Distribuzione-Comunicazione, 2019). Allo Smart Wine è stato dedicato anche lo "Speciale" del Corriere Vinicolo del 16 settembre dello scorso anno, esattamente un anno fa.

Quest'anno la scelta – ancora in periodo pre-pandemico – era caduta sull'Enoturismo, o meglio sul "Nuovo Enoturismo", da osservare alla luce delle direttive ministeriali Mipaaf del 2019 grazie alle quali l'Enoturismo ora può essere praticato dalle cantine "per legge", invitando alla professionalizzazione un comparto destinato a diventare strategico nell'economia dei produttori di vino.

ENOTURISMO E CONSORZI: SFIDA SUL FUTURO

Il Premio Gavi LA BUONA ITALIA ha lanciato quest'anno un nuovo "sassolino nello stagno" del vino italiano con una proposta all'apparenza semplice, quasi scontata, che, invece, ha acceso i fari su un terreno di frontiera che merita riflessione attenta e approfondita. Sull'importanza dell'enoturismo quale asset economico delle imprese vinicole italiane non torno perché ormai è diventata una consapevolezza diffusa nel settore (tant'è che il nostro giornale ha voluto dedicare al tema un nuovo inserto dedicato "Wine in tour"), così come è condivisa la necessità di costruire una promozione specifica dedicata all'enoturismo coordinata da regie territoriali. Ma se siamo consapevoli di "cosa fare", più complesso è capire "come fare" e ancora più difficile individuare il "chi". Per questo, la provocazione lanciata dal Consorzio guidato da Roberto Ghio, supportato da The Round Table di Francesco Moneta arriva al momento giusto, candidando, con una naturalità che fa apparire la proposta quasi ovvia, i Consorzi di tutela alla guida e regia della promozione ma anche dell'organizzazione enoturistica del territorio. Fino ad oggi questo ruolo se lo sono palleggiato, a seconda delle dinamiche territoriali, enti pubblici (Comuni, Province, Camere di commercio, Comunità Montane), strade del vino e/o altre associazioni di territorio (da ultimo anche i Consorzi in qualche caso) con esiti più o meno felici e duraturi. Una carenza di organizzazione istituzionale che ha creato un vuoto, lasciando sole le imprese a promuovere se stesse e i territori e rallentando un percorso che, nonostante tutto, è notevolmente cresciuto in questi anni diventando un'attività economica di primaria importanza nei bilanci delle aziende. Motivo in più, oggi, per cercare di riempire questo vuoto candidando le realtà associative nate proprio per valorizzare le denominazioni di origine e territori ad essi collegati: i Consorzi di tutela. Una candidatura che, per diventare seria e credibile, deve, però, essere costruita, strutturata anche da un punto di vista normativo. Dotando i Consorzi di funzionalità e strumenti in grado di intervenire efficacemente in una materia relativamente nuova e che richiede anche competenze specifiche. Il percorso è appena stato avviato e Federdoc sembra aver raccolto la sfida. Ai posteri, l'ardua sentenza, e, a noi, il compito di raccontarla.

GIULIO SOMMA - Direttore de Il Corriere Vinicolo

mipaaf ministero delle politiche agricole alimentari e forestali · ITALIA AGENZIA NAZIONALE TURISMO · FEDERDOC · UNIONE ITALIANA VINI · Città del Vino · unioncamerelombardia · Touring Club Italiano · Movimento Turismo del Vino Lombardia · FEDERCULTURE · SEFIRA

FEASR Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali
Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 Sottomisura 3.2
REGIONE PIEMONTE

☛ *dalla prima pagina*

Il "Nuovo Enoturismo" passa anche dal ruolo centrale dei Consorzi di tutela

Orientato all'estero, abile nel coinvolgere sui social la community di chi ama il Prosecco Docg e il suo territorio, capace di fornire informazioni chiare e coerenti per chi desidera esplorare le colline Patrimonio Unesco delle bollicine più famose d'Italia, il Consorzio tutela del Vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg ha vinto il Premio Gavi LA BUONA ITALIA 2020 per l'efficacia con cui si muove nei canali di comunicazione on-line e l'attitudine a svolgere un ruolo di aggregazione territoriale attraendo turisti e viaggiatori. Al Workshop, in collegamento dal Veneto, ha partecipato il presidente del Consorzio, Innocente Nardi

Premiati con le Menzioni Speciali: il Consorzio volontario di tutela Vini Alto Adige, il Consorzio Vino Chianti Classico e il Consorzio tutela Vini d'Abruzzo. Per i tre Consorzi hanno partecipato – in collegamento dalle loro regioni – rispettivamente, il direttore Eduard Bernhart e i presidenti Giovanni Manetti e Valentino Di Campli

Questi sono i Consorzi di tutela del vino scelti dai 22 componenti della Giuria del Premio Gavi LA BUONA ITALIA 2020 in quanto modelli di comunicazione ed esempio di efficace sviluppo dell'attività turistica integrata dei propri territori.

È evidente che la partita dell'Enoturismo si gioca in rete, l'ambiente primario della promozione turistica in generale: in questo contesto i Consorzi devono favorire una rapida evoluzione digitale di se stessi e degli associati per competere in questo ambito, giocando il ruolo fondamentale di aggregatori dell'offerta multiprofessionale del territorio. L'obiettivo è capitalizzare e valorizzare l'enorme potenziale del nostro Paese, la meta più desiderata dai turisti enogastronomici di tutto il mondo secondo il Wine Food Travel Monitor 2019.

Francesco Moneta - The Round Table
Responsabile Laboratorio Gavi

Il Premio Gavi LA BUONA ITALIA 2020 Protagonista l'Enoturismo

La scelta si è rivelata particolarmente felice, se è vero che - dopo il lockdown da Covid-19 dei primi mesi del 2020 - l'Enoturismo ora è considerato da molti "il turismo della ripartenza": un turismo di prossimità, economicamente accessibile, sostenibile, integrato con le altre esperienze territoriali di un turismo "lento" che privilegia i borghi alle città, e open-air, quindi più sicuro, se alle cantine in questa estate del 2020 si preferiscono le cigne, attrezzate per offrire esperienze spesso inedite o sorprendenti, come i corsi di yoga e i picnic e le cene circondati dai filari.

A rendere autorevole il Premio Gavi LA BUONA ITALIA è anche la qualità e l'autorevolezza della Giuria che valuta i progetti candidati in short-list. Partecipano alla Giuria i componenti del Comitato di indirizzo, i rappresentanti delle istituzioni e delle realtà patrocinatrici, alcuni autorevoli protagonisti e osservatori dei settori dell'agroalimentare, della tecnologia, dell'informazione, del marketing e della comunicazione d'impresa, del turismo, oltre che i rappresentanti dei promotori del Premio di questa edizione.

Il Comitato di indirizzo mette a punto i contenuti del Premio, oltre che valutare la composizione della Short list dei Progetti da cui usciranno i vincitori, sulla base di una mappatura a cura di The Round Table per il Laboratorio Gavi. Ne fanno parte: Magda Antonioli, professore associato del Dipartimento di Analisi delle politiche e management pubblico presso l'Università Bocconi, consigliere di Amministrazione di Enit; Roberto Ghio, presidente del Consorzio tutela del Gavi; Francesco Moneta, fondatore di The Round Table e coordinatore del Laboratorio Gavi; Carlo Pietrasanta, past president e fondatore del Movimento turismo del vino; Giulio Somma, direttore de Il Corriere Vinicolo

Oltre ai membri del Comitato di indirizzo la Giuria della VI edizione del Premio Gavi LA BUONA ITALIA era composta da: Bruno Bertero, direttore marketing PromoTurismo FriuliVeneziaGiulia; Roberto Cerrato, direttore dell'Associazione per il Patrimonio Unesco dei Paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato; Vincenzo Chierchia, caposervizio Economia e imprese, Grand Tour, Il Sole 24Ore; Tatjana Đorđević Simić, presidente dell'Associazione Stampa estera di Milano; Luciano Ferraro, caporedattore del Corriere della Sera; Federico Geremei, direttore di Lonely Planet Magazine; Luigi Gia, caporedattore La Repubblica Affari&Finanza; Filippo Marini, brand director di Frescobaldi; Alessandra Marini, responsabile Ospitalità e accoglienza Cantina Antinori nel Chianti Classico; Cristina Mascanzoni Kaiser, docente al Master in Wine business al Cuoa Business School di Vicenza e fondatrice di WineHospitality; Giovanni Pellicci, direttore responsabile I Grandi Vini; Fabio Piccoli, editore e direttore di Wine Meridian; Anna Prandoni, giornalista e scrittrice esperta di cibo e vino; Alessandro Regoli, direttore e fondatore di Wine News; Riccardo Ricci Curbastro, presidente di Federdoc; Sergio Valentini, esperto di promozione territoriale e del comparto vitivinicolo; Floriano Zambon, presidente Associazione Città del vino.

PREMIO GAVI LA BUONA ITALIA 2020

I VINCITORI DEL PREMIO GAVI LA BUONA ITALIA 2020

Consorzio tutela del Vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg

Vincitore della 6ª edizione del Premio Gavi LA BUONA ITALIA 2020, il Consorzio tutela del Vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg si presenta con il sito tradotto in 5 lingue (italiano/inglese/francese/tedesco/cinese) ed integrato a 5 social network (Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Youtube). Sotto il brand "Visit Conegliano Valdobiaddene" *(https://www.prosecco.it/it/territorio/visit-conegliano-valdobbiadene/)*, una rivista semestrale sfogliabile e scaricabile con tutte le informazioni - corredate da foto splendide - consente di organizzare il proprio itinerario tra cultura, storia locale, natura, enogastronomia e con le testimonianze di personaggi noti "amici" del territorio: si tratta di una vera e propria guida, sempre a disposizione, per permettere al turista di vivere da protagonista gli eventi e il territorio con grande risalto alle proprie eccellenze, tra cui la prima storica Strada enologica d'Italia, che si snoda tra le cittadine di Conegliano a Valdobbiadene.

La sezione "I percorsi enoturistici" *(https://www.prosecco.it/it/territorio/itinerari-enoturistici/)* propone una serie di itinerari già strutturati, fruibili in base a diversi interessi: Arte, Vino, Bike, Castelli, con link diretto alla Strada del Prosecco, partner del Consorzio nell'offerta territoriale integrata.

Infine, ma non per importanza, un motore di ricerca interno al sito del Consorzio permette di filtrare le cantine a seconda del servizio di cui si è alla ricerca, con precise informazioni sulla logistica *(https://www.prosecco.it/it/cantine/)*.

"Per il Consorzio – specifica il presidente **Innocente Nardi** - la promozione del territorio è sicuramente una scelta dovuta, fatta da più di 30 anni, quando con 'La primavera del Prosecco' associavamo il prodotto al territorio. A maggior ragione questo vale oggi, considerando il successo del Prosecco, che sta diventando la bollicina italiana ambasciatrice nel mondo. Abbiamo quindi ritenuto opportuno utilizzare strumenti di comunicazione sia tradizionali, sia più innovativi per dialogare il più possibile con il consumatore, anche internazionale: un consumatore attento all'armonia, alla bellezza, al rispetto del territorio. Il lavoro fatto in questi decenni è stato quello di presentare nel miglior modo possibile la denominazione del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore come prodotto culturale di una piccola comunità. È un territorio di 15 comuni, impervio, dove si pratica la cosiddetta viticoltura eroica. Facciamo conoscere questo prodotto artigianale in chiave di 'museo a cielo aperto', unendo la bellezza del territorio con le attività artistico-culturali. Abbiamo inoltre associato questo con la gastronomia tipica, che acquisisce valore anche come comunità, ugualmente protagonista della nostra comunicazione. Nel 2019 questo territorio ha registrato 460.000 visitatori, il 13% in più rispetto al 2018, +45% rispetto al 2010. Ogni visitatore è un potenziale consumatore. Anche il fatturato è importante: circa 40.000.000 di euro all'anno da cui traggono beneficio produttori, ristoratori, albergatori, artigiani locali. Lo scopo è quindi quello di far crescere sempre più sia produttivamente che turisticamente questa comunità".

Vino e Territorio: il binomio su cui devono puntare i Consorzi di tutela

Riccardo Ricci Curbastro - *Presidente di Federdoc*

Il vino e i prodotti di qualità certificata sono fondamentali per il turismo enogastronomico che, a livello internazionale, è considerato uno dei driver della domanda di turismo tout-court.

In fase di ripartenza, l'Enoturismo può rappresentare la tipologia di offerta ideale per l'accoglienza dei visitatori, trattandosi di turismo di prossimità, economicamente sostenibile, a contatto con l'aria aperta e ben distante da quello di massa attualmente incompatibile con le esigenze dettate dal distanziamento sociale.

In tale contesto, le aziende vitivinicole e i Consorzi di tutela possono svolgere un ruolo essenziale nel dialogo con le istituzioni locali, le associazioni culturali e gli operatori dell'accoglienza dei diversi territori, volto ad individuare le peculiarità dei singoli distretti e a predisporre itinerari e pacchetti turistici da offrire ai potenziali visitatori.

Nell'assolvimento delle proprie attività istituzionali, ed in particolare nella realizzazione delle iniziative promozionali, Federdoc continuerà a supportare i Consorzi di tutela nelle attività di incoming di operatori del trade e dei media, bacino d'utenza fondamentale per ampliare il target di visitatori maggiormente interessati non solo all'eccellenza delle produzioni, ma altresì alla bellezza dei territori.

Ancora una volta, dunque, il binomio Vino-Territorio, ben incarnato nelle Indicazioni geografiche, può rappresentare il vero plus su cui il Sistema Italia può contare per una rapida ripartenza.

PREMIO GAVI LA BUONA ITALIA 2020

Consorzio volontario di tutela Vini Alto Adige

Menzione Speciale al Consorzio volontario di tutela vini Alto Adige la cui home page del sito, realizzato in 5 lingue (italiano/inglese/tedesco/giapponese/russo) e integrato con 4 canali social (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter) che trattano con frequenza il tema Enoturismo, mette in grande evidenza l'accesso alla sezione e-commerce con rimando diretto alle cantine che lo praticano.

Ampio spazio alle visite guidate in cantina *(https://www.vinialto-adige.com/it/viticoltori/visite-guidate/42-0.html)* con link ai siti dei singoli produttori e possibilità di filtrarli in base ai propri interessi e ai servizi che offrono (vendita, ristorante, visite guidate, pernottamento, consegna a casa, ecc.).

Il sito del Consorzio è collegato con quello del Sudtirol in cui si offrono diverse esperienze turistiche ed eventi.

"L'Enoturismo è diventata una voce importante della nostra economia – commenta il direttore del Consorzio, **Eduard Bernhardt** –. Il Consorzio è molto unito e tutti gli associati stanno collaborando per potenziare la nostra piattaforma promozionale. La nostra attività di comunicazione dell'Enoturismo sul web ha una forte connessione con la promozione turistica del Sudtirol: amiamo giocare in squadra con gli enti i promozione del nostro territorio. Collaboriamo con la Strada del Vino, promuoviamo le piste ciclabili, sentieri, escursioni dedicate, piatti tipici in abbinamento ai vini, la possibilità di degustare attraverso le cantine aperte. Sono tutte esperienze che fanno la differenza in una offerta turistica integrata. Poi naturalmente il vino, di cui noi promuoviamo la cultura, le esperienze, i valori connessi. Infine: certo il digitale è importante, ma il contatto e la relazione umana sono fondamentali, anche perché i turisti che vengono in Alto Adige diventano i nostri migliori ambasciatori nei loro Paesi di origine".

Consorzio Vino Chianti Classico

Grazie a "Casa Chianti Classico", il luogo fisico della narrazione della Denominazione e del territorio che diventa anche sito e portale di promozione turistica *(https://www.casachianticlassico.it/it/)*, e all'E-Shop che propone in acquisto, oltre al vino, anche merchandising griffato Gallo Nero, il Consorzio Vino Chianti Classico si aggiudica una Menzione Speciale. Il sito, realizzato in 2 lingue (italiano/inglese) comprende una sezione con l'indicazione dei ristoranti dove trovare il vino Chianti Classico e i link diretti ai siti dei singoli produttori con la possibilità di filtrarli per servizio offerto.

Visibilità ad una unicità del Consorzio: l'organizzazione della gara ciclistica Granfondo del Gallo Nero che attrae ogni anni diversi appassionati di biking.

Completano la presenza digital del Consorzio 4 canali social (Facebook, Youtube, Twitter, Instagram) e una App per mobile dedicata.

"La Casa del Chianti Classico – afferma **Carlotta Gori**, direttore del Consorzio - è uno spazio che utilizziamo per promuovere le realtà del territorio, ricco di luoghi suggestivi, testimonianze della nostra storia. Uno di questi 25 anni fa è stato acquistato dal Consorzio: un meraviglioso convento, ristrutturato negli anni con il contributo di tutti i nostri associati. Da qualche anno è diventato un luogo di ricezione turistica di qualità, un luogo di accoglienza: ci sono un'enoteca con i prodotti del Chianti Classico, un museo interattivo della Denominazione, un orto botanico con le biodiversità del territorio e un ristorante. È diventato un centro di aggregazione dove nel periodo estivo si svolgono concerti, serate tematiche dove anche i produttori si incontrano e presentano la propria produzione. È un luogo che utilizziamo molto anche per l'incoming, non solo verso il turista che arriva sul nostro territorio ma anche per accogliere la stampa. È quindi una componente importante della nostra promozione, che si fonda sul binomio indissolubile Vino e Territorio. Con una bottiglia di vino trasmettiamo i colori, gli odori, i sapori, le sensazioni, la cultura del territorio, che deve essere visitato personalmente dalla gente: il digitale è importante, ma solo attraverso una visita che è esperienza di vita si induce a riportare nel proprio Paese il desiderio di rivivere quelle sensazioni, degustando una bottiglia di vino".

Consorzio tutela Vini d'Abruzzo

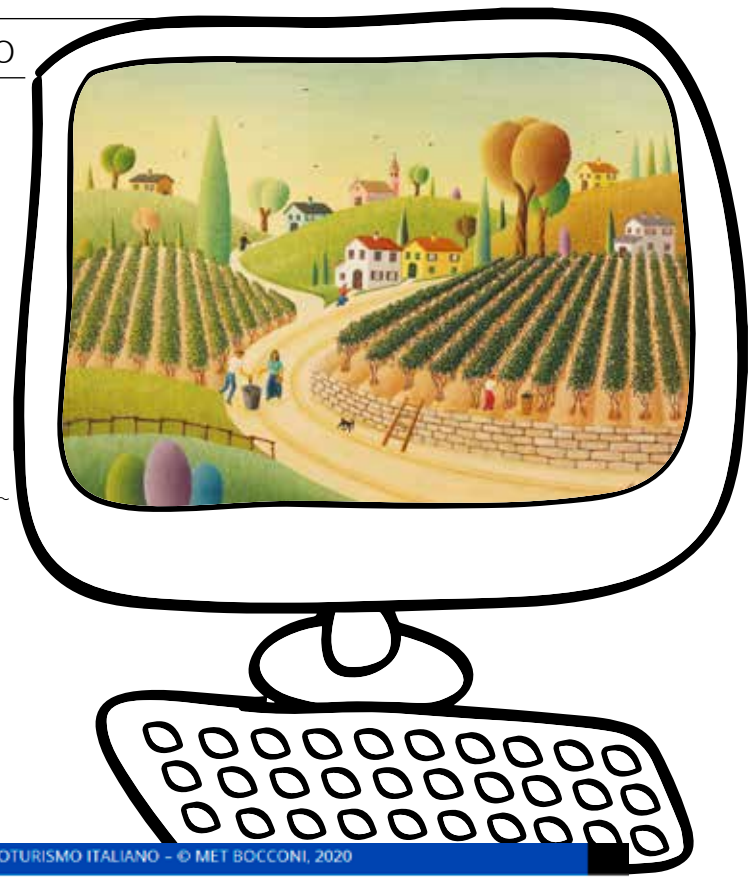
Menzione Speciale anche per il Consorzio tutela Vini d'Abruzzo che, con accesso diretto e ben evidente dalla home page, rimanda sia all'e-commerce delle cantine, sia al sito "Discover Abruzzo" e relativa App interattiva per mobile *(https://www.discoverabruzzo.wine/it/)*, con 14 itinerari che toccano oltre 200 punti di interesse storico, artistico, culturale e naturale, intorno a cui sorge la costellazione di cantine vitivinicole abruzzesi.

Collegamento operativo con una rete di tour operator internazionali per organizzare wine tour sul territorio *(https://www.qutours.com/wine-tours/)*

Il sito è realizzato in 2 lingue (italiano/inglese) e i social sono 2 (Instagram, Facebook).

"Tra le attività di promozione del nostro enoturismo – spiega **Valentino Di Campli**, presidente del Consorzio - c'è l'App Discover Abruzzo, consapevoli che il digitale è l'ambiente di riferimento dei turisti enogastronomici, in particolare i Millennials. Con questo progetto abbiamo voluto recuperare il tempo perso nel passato, come le Strade del Vino che prima non esistevano. Abbiamo un Movimento Turismo del Vino molto attivo, ma dobbiamo mettere a sistema anche le nostre bellezze, i nostri siti culturali per poter raccontare al meglio il vino. Lo abbiamo voluto fare con una App, quindi indirizzandoci ai giovani, ma non solo, perché oggi sempre più persone utilizzano strumenti tecnologici. È stata anche una buona occasione per raccogliere informazioni che non avevamo in modo organizzato, creando la rappresentazione esaustiva di un Abruzzo che per noi è ordinario ma che visto dall'esterno è sorprendente. E ce ne rendiamo conto sempre più attraverso le azioni di incoming. Oggi i nostri soci produttori sono molto più consapevoli del valore dell'azione sinergica del Consorzio per promuovere non solo i vini – la nostra missione originaria - ma anche il territorio. Del resto se i singoli produttori singolarmente faticherebbero a farsi notare, oggi ci riescono grazie a questa azione di sistema con il territorio. Ne percepiamo i benefici economici, e lavoriamo per implementarla ulteriormente. Non siamo ancora soddisfatti al cento per cento, in quanto è necessario che tutto il sistema si muova nella medesima direzione, e velocemente: la App è solo uno strumento importante ma è la qualità della nostra squadra a fare la differenza, e siamo orgogliosi del lavoro fatto fin qui".

PREMIO GAVI LA BUONA ITALIA 2020



I RISULTATI DELLA RICERCA DELL'UNIVERSITÀ BOCCONI

Enoturismo: i Consorzi del vino e il territorio

Dall'analisi delle attività e delle strategie attivate dai 124 Consorzi di tutela, con particolare riferimento alle scelte in campo enoturistico, da un lato emerge come questi abbiano un ruolo strategico sugli aspetti turistici della filiera, dall'altro si evidenzia come in molti casi ci sia ancora da lavorare – soprattutto in termini di comunicazione digitale – per rendere efficace questo ruolo

Il Master in Economia del turismo dell'Università Bocconi - per conto del Consorzio tutela del Gavi e in collaborazione con Federdoc e The Round Table - ha realizzato la ricerca "Enoturismo: i Consorzi del vino e il territorio" coordinata dalla professoressa Magda Antonioli, direttrice del Master in Economia del turismo dell'Università Bocconi. La survey on line è stata avviata nel mese di aprile 2020, ed è stata presentata in occasione dell'annuncio dei vincitori del Premio Gavi LA BUONA ITALIA lo scorso 14 Luglio.

Dall'analisi delle attività e delle strategie attivate dai 124 Consorzi di tutela del vino con particolare riferimento alle scelte operate in campo enoturistico - rilevate attraverso un mix tra survey quantitativa, review del posizionamento digitale e interviste esplorative - emerge infatti che "i Consorzi riconoscono all'unisono un proprio ruolo strategico, oltre a quello sulle fasi di qualità della produzione, anche sugli aspetti turistici della filiera". Come sostiene **Magda Antonioli**, in primis (45%) "facendo da collante", soprattutto in un momento storico come quello che stiamo attraversando, al loro interno tra i produttori propri associati, ma anche verso gli stakeholder esterni, pubblici e privati. In seconda battuta, dedicandosi anche alla promozione "diretta" (35%) oltre che del prodotto-bottiglia, dei luoghi e della cultura del territorio".

Per la totalità dei rispondenti, l'enoturismo costituisce un'opportunità importante per il settore vitivinicolo, elemento strategico in ottica di promozione e di diversificazione delle entrate, sia per il mercato domestico (79%), che per i mercati esteri (77%), in primis Stati Uniti e Germania. Questi Paesi sono da un lato tra i principali importatori del prodotto vitivinicolo italiano (con una nutrita partecipazione dei Consorzi agli eventi trade che si tengono in quegli stessi territori), e dall'altro costituiscono i principali bacini di domanda, short e long haul, per l'incoming turistico italiano: sono state infatti 58,6 milioni le presenze tedesche in Italia nel 2018 e 14,5 quelle statunitensi (Istat, 2020).

Continua Magda Antonioli: "Considerando quindi gli assiomi maggior conoscenza -> maggior consumo e maggior consumo -> maggiore desiderio di conoscenza (anche del processo produttivo), al di là del Covid-19 e del periodo contingente, questa convergenza sembra essere di buon auspicio per l'enoturismo italiano e invita tutte le realtà operanti in questo settore a investire in maniera più strutturata per il suo sviluppo".

Navigando nei siti e nei social dei vincitori emergono eccellenze nell'approccio alla comunicazione digitale: innanzitutto una grande interazione di contenuti tra il sito e i molteplici canali social, con la possibilità quindi di integrare arte, natura, storia, protagonisti, enogastronomia, e definire così l'autenticità e l'unicità del proprio terroir.

MAGDA ANTONIOLI

In secondo luogo, lo spazio dedicato all'e-commerce dei produttori, perché enoturismo è anche e soprattutto vendere il prezioso frutto della propria terra; infine una facile e intuitiva fruizione dei diversi servizi offerti dalle cantine e link diretti e networking con le principali organizzazioni che promuovono il territorio.

Luci e ombre nel rapporto Enoturismo e Consorzi

Oltre alle eccellenze resta ancora lunga la strada da fare per rendere il prodotto enoturistico Italia appetibile, soprattutto ai turisti stranieri e ai Millennials, che si informano per l'80% in rete prima di scegliere una destinazione per le proprie vacanze.

Il 78% dei Consorzi intervistati dichiara di promuovere già l'attività enoturistica delle aziende associate (praticata da almeno parte delle cantine nel 95% dei casi) e, più in generale, il territorio, oltre al solo prodotto vitivinicolo. In particolare, i canali maggiormente utilizzati sono i propri profili social (82%) ed il proprio sito internet (71%), l'attività di ufficio stampa con media, guide e "influencer" (63%), la partecipazione a eventi trade (60%), materiale informativo cartaceo in italiano (60%) o in altre lingue (51%), l'organizzazione o la partecipazione ad eventi consumer (49%).

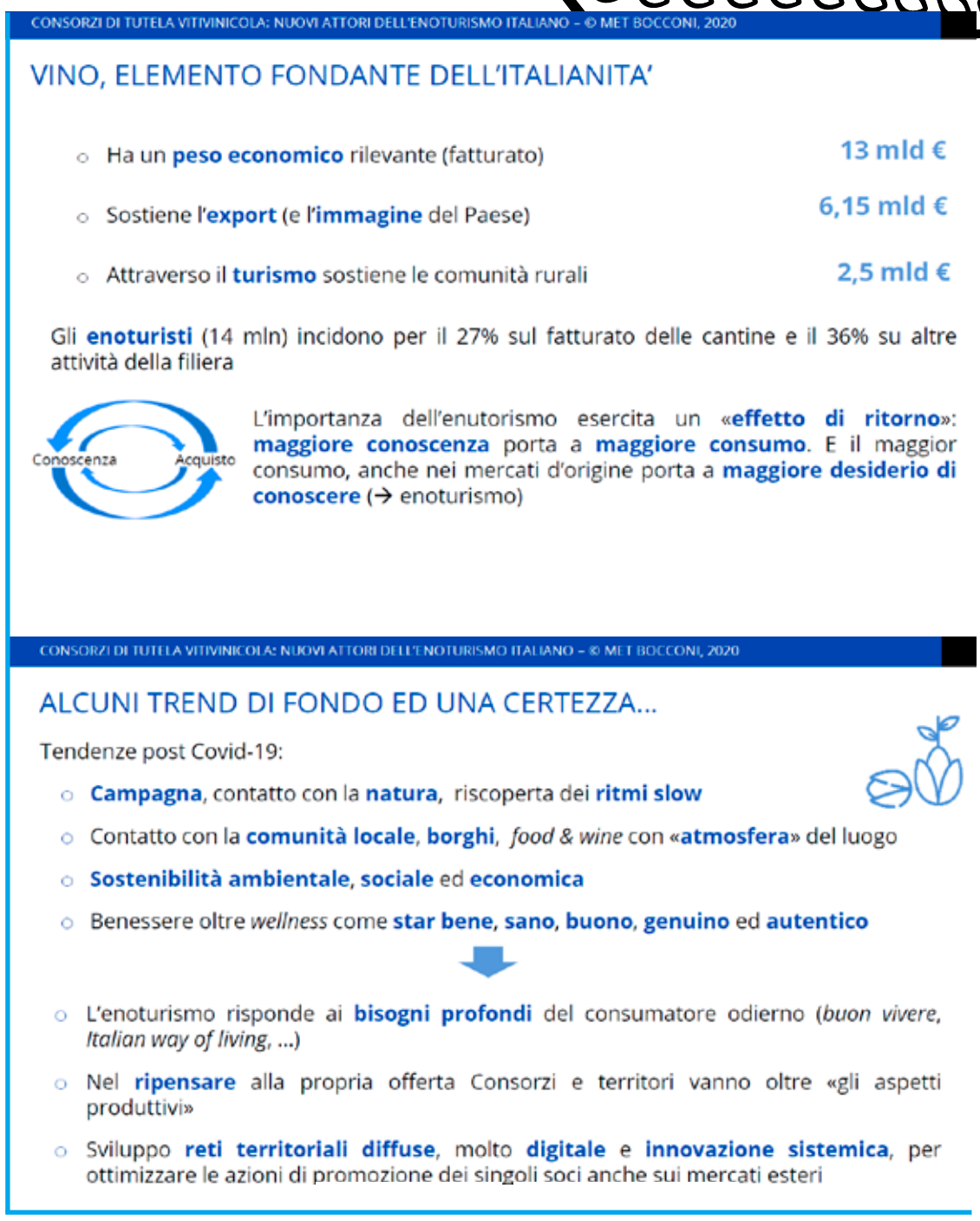
In realtà il quadro del posizionamento digitale dei Consorzi che emerge dalla ricerca è parzialmente differente: vi sono ancora alcuni Consorzi di tutela sprovvisti di un proprio sito internet e un 39% dei casi in cui il portale presenta qualche difficoltà di funzionamento.

Con riferimento all'accessibilità, il 50% dei Consorzi ha un portale in doppia lingua (italiano/inglese), mentre è inferiore al 20% la percentuale di Consorzi il cui sito web è tradotto in 3 o più lingue (con una prevalenza di tedesco).

Analizzando i contenuti, la ricerca rileva che il 66% dei Consorzi ha una pagina o una sezione sul proprio sito web dedicata alla promozione della destinazione e in diversi casi il contenuto è già pensato per un consumatore finale che possa definirsi anche turista con informazioni sulle attrattive dell'area. Percentuali analoghe si riscontrano sui social media, dove è il 44% dei Consorzi a pubblicare post esclusivamente a tema vino, mentre gli altri danno spazio a quegli elementi di destinazione appealing.

"Scende invece di molto la percentuale dei Consorzi che promuove online l'attività enoturistica delle aziende associate (visite in vigna o in cantina, degustazioni …) o che consente all'utente web di prenotarle direttamente. Allo stesso modo, difficilmente si riscontrano informazioni utili all'organizzazione di una visita, quali la presenza di indicazioni 'logistiche', come parcheggi, orari di apertura, o servizi volti a migliorare l'accessibilità da parte di particolari categorie di utenti, informazioni che peraltro coincidono con alcuni dei vincoli contenuti nel Decreto ministeriale", certifica la ricerca.

In pratica, conclude Magda Antonioli: "I risultati di questa ricerca, condivisi e approfonditi con i Consorzi di tutela, uniti alla crescente affermazione dell'importanza dell'Enoturismo, rappresentano l'occasione per mettere mano all'attività di comunicazione e promozione declinata nel web. Quando si parla di un'offerta di turismo enogastronomico lungo tutta la filiera, in risposta ad una nuova tipologia di consumatore e turista, si affrontano non solo gli aspetti di comunicazione del prodotto-vino, ma anche gli aspetti inerenti all'accrescimento del valore e della redditività del territorio, delle terre e, in primis, delle aziende coinvolte".



La Douja D'Or è sempre più social
Comincia venerdì 11 e continuerà per ogni weekend il Contest "Fan Douja": chiunque partecipi alle esperienze della Douja D'Or potrà postare le proprie foto con gli hashtag #doujador2020, il tag al profilo @doujador e l'hastag ufficiale dell'iniziativa #fandouja. Le foto del week end che avranno conquistato più like saranno inserite nella Fotogallery del sito www.doujador.it. La foto più bella di tutti e 4 i weekend della Douja d'Or riceverà una gloria speciale: diventerà la foto di copertina della pagina Facebook ufficiale fino alla prossima edizione! Il regolamento sui social.

FINO AL 4 OTTOBRE

Appuntamento con il primo grande evento in presenza dedicato al vino piemontese: degustazioni, assaggi, mostre, talk, itinerari e percorsi gastronomici.
E il programma quest'anno si arricchisce con gli Aqui Wine Days, aperti dal workshop "Le bollicine e i vini in rosa: scenario, mercato, tendenze, prospettive"

Douja d'Or 2020: il vino, il cibo, la cultura, il Monferrato

Sono i giorni della Douja d'Or ad Asti e nel Monferrato, il primo grande evento in presenza dedicato al vino piemontese. Inaugurato lo scorso 11 settembre e in programma ogni venerdì sabato e domenica – dalle 18,00 alle 24 – fino al 4 ottobre, offre degustazioni, assaggi, mostre, talk nei palazzi storici e nelle suggestive piazze del centro di Asti e itinerari e percorsi gastronomici nel Monferrato astigiano.
Un gioco di squadra territoriale tra la Camera di commercio di Asti e la sua Azienda Speciale, Piemonte Land of Perfection e Fondazione Asti Musei, con il patrocinio della Regione Piemonte, della Provincia di Asti e del Comune di Asti, il contributo del Consorzio dell'Asti e del Moscato d'Asti Docg, del Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato, la partecipazione dell'Unione Industriali di Asti e l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero.

Tutti gli appuntamenti
Nella centralissima Piazza San Secondo, Piemonte Land of Perfection allestisce "Degustazione di Vini Piemontesi", un salotto all'aria aperta in cui accomodarsi, e lasciarsi guidare dai sommelier alla scoperta di tutte le denominazioni (anche le meno conosciute) che rendono celebre il Piemonte nel mondo. Sempre in piazza San Secondo nella "Cantina della Douja", gestita da Piemonte Land, si possono acquistare le bottiglie proposte in degustazione. Appuntamenti imperdibili per gli amanti del vino sono le Masterclass sui diversi vitigni piemontesi, organizzate da Piemonte Land nel Ridotto del Teatro Alfieri in tutti i fine settimana della Douja d'Or: un viaggio esclusivo tra i territori culla del patrimonio enoico regionale, con i sommelier professionisti Ais.
Il Super Consorzio Piemontese organizza inoltre con @Cantina Social due appuntamenti non convenzionali per parlare di vino e comunicazione: venerdì 25 settembre propone un Unconventional Wine Tasting (anche digitale) e "Let's talk: vino, arte e comunicazione" – venerdì 2 ottobre – incontro digital per parlare di come si è evoluta la comunicazione e il ruolo centrale che ha svolto negli ultimi mesi, del legame con l'arte in tutte le sue accezioni e il grande valore aggiunto che porta al territorio e alle aziende produttrici.
Casa dell'Asti in Piazza Roma, la sede del Consorzio dell'Asti Docg, apre le sue porte proponendo, venerdì e sabato al ristorante "Alessandro Borghese – Il lusso della semplicità", esclusive cene in abbinamento all'Asti spumante, in tutte le sue tipologie, e al Moscato d'Asti Docg. Protagonista delle domeniche sera è "Aperitivo in Asti" con il bartender Nicola Mancinone de "Il Confessionale" che propone cocktail a base Asti e Moscato d'Asti Docg in abbinamento alle tipicità alimentari del territorio.
Nei giardini di Palazzo Alfieri, il Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato propone, in collaborazione con l'Agenzia di Formazione Professionale Colline Astigiane, la "Douja del Monferrato": un percorso sensoriale con isole tematiche, organizzate nel rispetto del distanziamento, che dai vini bianchi e bollicine conduce ai vini rossi del Monferrato e alla regina dei vini piemontesi, la Barbera d'Asti Docg.
Palazzo Ottolenghi, venerdì e sabato, ospita "La Douja del Vermouth": in assaggio 5 prodotti in miscelazione (cocktail a base vermouth) o 5 vermouth in purezza con momenti di didattica e con il racconto di curiosi aneddoti sui cocktail proposti. Sabato 3 ottobre è dedicato a "Esperienza Vermouth", evento in cui si ripercorre la storia millenaria del Vino Aromatizzato, dalle sue origini fino alle forme più moderne, durante il quale i partecipanti realizzano il proprio vermouth personalizzato.
"Esperienze naturali tra Pellegrino Artusi e le vigne bio" è l'evento proposto dall'Associazione produttori di vino biologico sabato 3 ottobre alle 18.30 presso la Sala Platone del Palazzo Comunale di Asti. In occasione del bicentenario della nascita dell'autore del primo codice alimentare, una degustazione guidata tra i vini *cru* biologici Astigiani in abbinamento a una specialità gastronomica preparata secondo l'Artusi.
Inoltre nelle eleganti sale di Palazzo Mazzetti fino al 17 gennaio 2021, è presente la mostra "Asti, città degli arazzi" a cura della Fondazione Asti Musei che raccoglie oltre 20 arazzi provenienti da collezioni pubbliche e private, per scoprire l'antica arte arazziera vanto della manifattura astigiana.

La Douja e il Monferrato
Novità della Douja d'Or 2020 è l'ampliamento della manifestazione a tutto il territorio provinciale con l'obiettivo di coinvolgere direttamente anche le imprese vitivinicole, della ristorazione, dell'accoglienza e del turismo che operano nel comprensorio. Sono oltre 110 infatti gli esercizi commerciali, tra ristoranti, agriturismi e caffè di Asti e del Monferrato Astigiano che hanno aderito all'iniziativa della Camera di commercio di Asti *Piatto della Douja* (piatto di norma non in menù, creato per l'occasione con l'obiettivo di interpretare in modo autentico e originale una ricetta del territorio, anche antica, cui abbinare un calice di vino piemontese), Menù della Douja (proposto dal ristoratore scegliendo tra i piatti in carta quelli che rispondono in modo più autentico e veritiero al recupero della tradizione gastronomica del Monferrato, e del Piemonte più in generale, da abbinare a un massimo di tre vini piemontesi), Aperitivo della Douja (proposta con vini riferibili al Piemonte che devono esaltare il territorio di cui sono espressione, accompagnati da un piattino di prodotti tipici dell'astigiano e del Monferrato).

In prima linea in questa offerta di "esperienze turistiche integrate" è L'Ente Turismo Langhe, Monferrato, Roero che contribuisce alla Douja d'Or 2020 con ricco palinsesto di iniziative e percorsi. Vivere la Douja d'Or 2020 in modalità diffusa su tutto il territorio grazie agli Itinerari Astesana tra paesaggi, arte e gusto, i Sentieri Gastronomici da percorrere zaino in spalla o e-bike, gli originali Experience Days proposti da Sistema Monferrato e tutti gli eventi sul territorio che si svolgono in concomitanza con la Douja d'Or.
L'obiettivo è invogliare i visitatori, che hanno colto l'occasione dei voucher della Regione Piemonte, a fermarsi sul territorio per scoprire, ognuno secondo le proprie inclinazioni, il meraviglioso ambiente del Monferrato astigiano, Patrimonio Unesco.

Gli Acqui Wine Days
La Douja d'Or quest'anno si arricchisce inoltre di nuovo evento: gli Acqui Wine Days, da venerdì 25 settembre a domenica 27 ad Acqui Terme. Tre giorni dedicati alla scoperta del territorio e dei prodotti di questo angolo di Alto Monferrato – Patrimonio Unesco – con tour in e-bike nelle vigne, degustazioni dei prodotti enogastronomici locali, visite in cantina, assaggi di cocktail a base di Brachetto, cene ed eventi con spettacolo per il grande pubblico. Vero cuore della manifestazione saranno però i "Workshop di Acqui" a Villa Ottolenghi, la splendida residenza d'arte che nel 2011 ha vinto il premio come giardino più bello d'Europa (European Garden Award), organizzati dal Consorzio tutela vini d'Acqui e dedicati al mondo del vino, al suo mercato, ai nuovi trend del settore e ai gusti del pubblico. Sarà infatti il workshop "Le Bollicine e i Vini in Rosa: scenario, mercato, tendenze, prospettive" ad aprire gli Acqui Wine Days. Protagonista dell'evento sarà il mondo degli Sparkling Rosé, tra cui il "Progetto Acqui Rosè", una startup che punta sull'innovazione dei vini del territorio per interpretare con un occhio diverso la tradizione. Al centro del dibattito anche il Brachetto d'Acqui Docg, uno dei vini che ha fatto la storia dell'Alto Monferrato grazie alla sua dolcezza e al sapore elegante, delicato e morbido. Durante il workshop interverranno alcuni tra i massimi esperti del settore e del territorio, per dare un contributo concreto all'Economia Nazionale del Vino *(vedi programma qui a fianco)*.

INSIEME AD ICE

Veronafiere riparte dall'Asia con il Vinitaly China Roadshow

L'evento, il primo a livello internazionale in presenza all'estero, è servito anche per convogliare l'attenzione sulla prima edizione di Wine To Asia, in programma a Shenzhen dal 9 all'11 novembre

Cresce l'attività del sistema Paese in Cina che mette a servizio dell'export made in Italy la lunga esperienza di Veronafiere in Asia con Vinitaly, di ICE tramite "I Love ITAlian Wines" e dell'intera Rete della Farnesina per la terza edizione del Vinitaly roadshow, il b2b organizzato dalla Spa veronese in collaborazione con il partner Pacco Communication Group, che ha interessato la scorsa settimana Shanghai, Xiamen e Chengdu. Nell'ambito del road show è stata promossa anche l'attività della Fondazione Arena di Verona. Nella città di Shanghai è stata inoltre organizzata la prima settimana del vino italiano – "Italian Wine Week" – in 20 wine bar e bistro e la più grande piattaforma di e-commerce dedicata ai vini naturali, Bruto, ha aperto una sezione speciale dedicata ai produttori italiani. All'edizione 2020 hanno preso parte 65 aziende espositrici (10 in più della edizione precedente) e 700 etichette di vini italiani e, tra le numerose iniziative, sono andati in scena: incontri b2b per importatori e canale Horeca, sia in forma fisica, sia digitale; iniziative rivolte a titolari di gallerie d'arte, wine bar, ristoranti fine dining, studi di architettura; walk-around tasting e masterclass dedicate al tema "donne cinesi e vino italiano", curata dal Premio Internazionale Vinitaly 2019 Leon Liang e dalla prima VIA Academy Expert, Lingzi He, e al tema del "vino italiano e ristorazione cinese", tenuta dall'unico Master of Sommelier cinese, Yang LV. Presenti buyer e formatori del vino con la partecipazione delle più importanti scuole di educazione al vino in Cina delle province del Sichuan, di Guizhou e dalla Municipalità di Chongqing. Come lo scorso anno, a supporto di tutte le iniziative è stata realizzata una miniapp su WeChat che, insieme a collaborazioni mirate con i principali media e influencer tra cui Julie Tu, la più importante KOL degli spirits in Cina, ha contribuito a creare un engagement mirato e profilato di partecipanti alle tre iniziative. "È un passo importante e un momento significativo per l'attività di Veronafiere in un anno segnato a livello mondiale dalla pandemia. Ripartiamo dall'Asia, in Cina, con un evento di sistema che prevede la presenza fisica a supporto del vino. Il road show di Vinitaly serve anche da leva per promuovere Wine To Asia, la rassegna internazionale per il vino che Veronafiere, tramite la società compartecipata Shenzhen Baina International Ltd., organizza dal 9 all'11 novembre a Shenzhen", ha sottolineato **Giovanni Mantovani**, direttore generale di Veronafiere. "Siamo particolarmente lieti di aver dato avvio al ciclo di eventi di promozione del vino italiano in Cina, primo appuntamento successivo all'emergenza Covid-19. Tali eventi hanno visto la realizzazione di corsi di formazione e cicli di degustazione di prodotti enologici di qualificate cantine italiane, destinati a importatori, distributori e media specializzati di settore con l'obiettivo di favorire la conoscenza delle eccellenze vitivinicole del nostro Paese e sostenere la proiezione dei marchi italiani sul mercato cinese nell'attuale fase di rapida accelerazione dei consumi interni", ha commentato **Gianpaolo Bruno**, direttore ufficio Ice Pechino e coordinatore uffici Ice in Cina e Mongolia. Una presenza, quella di Vinitaly in Cina con Ice, che ribadisce la forte attenzione della Spa veronese anche in una difficile congiuntura del mercato. Secondo le analisi dell'Osservatorio Unione Italiana Vini su base dogane, nei primi 6 mesi di quest'anno il Dragone ha infatti registrato un forte calo delle importazioni enologiche made in Italy sia nei fermi imbottigliati (-29,4%), che negli sparkling (-36,2%). Dati in linea con le importazioni complessive di vino in Cina: nel primo semestre i fermi sono a -32,4% (oltre 750 milioni di dollari) sul pari periodo 2019, mentre gli sparkling perdono il 30,8%.

Torna Cantine Aperte in Vendemmia

Novità di quest'anno la I edizione di Picnic in Cantina. E poi pranzi in vigna, trekking enologici, vendemmia didattica e degustazioni guidate tra gli appuntamenti che accompagneranno i winelovers in tutta Italia fino a fine ottobre

"Torneremo a brindare con i winelovers e raccontare l'amore per il nostro territorio e per i nostri vini". Così il presidente del Movimento Turismo del Vino, **Nicola D'Auria**, aveva chiuso l'edizione digitale di Cantine Aperte 2020 lo scorso maggio. Tra settembre e ottobre, questo augurio diventa realtà con Cantine Aperte in Vendemmia 2020, quando le cantine associate a MTV apriranno nuovamente le porte ai visitatori secondo un calendario che seguirà l'andamento della vendemmia dalla Sicilia al Piemonte con centinaia di appuntamenti in tutta Italia tra pranzi in vigna, trekking enologici, vendemmie didattiche, pigiatura tradizionale dell'uva e molto altro. Novità di quest'anno è poi la prima edizione di Picnic in Cantina, in collaborazione con il portale Picnic Chic in cui le cantine socie di MTV, aderenti all'iniziativa, offriranno agli appassionati pacchetti enoturistici corredati da deliziosi picnic. In particolare, in occasione della Giornata Mondiale del Turismo domenica 27 settembre, si darà vita al più grande picnic d'Italia. Un modo nuovo di fare enoturismo e vivere cantina e vendemmia. E una modalità alternativa di intendere il turismo di prossimità unendo enogastronomia, territorio, turismo sostenibile ed esperienze autentiche da vivere in piena sicurezza, grazie alla gestione online delle prenotazioni e al distanziamento sociale che offre un picnic open air. In particolare la sicurezza sarà garantita grazie agli ampi spazi all'aperto e in cantina a disposizione delle aziende vinicole e grazie al protocollo elaborato da MTV e Unione Italiana Vini, la Carta dell'Enoturismo ai tempi del Covid-19 *(vedi box a destra)*, un progetto organico di supporto alle aziende e tutela per imprenditori, lavoratori e enoturisti.

"L'enoturismo ha suscitato un grande interesse nel post Covid: merito della voglia delle persone di vivere esperienze autentiche e in connessione con la natura dopo i lunghi mesi di lockdown – commenta D'Auria –. Cantine Aperte in Vendemmia sarà, quest'anno più che mai, una grande festa del vino in cui accoglieremo a braccia aperte gli appassionati nelle nostre cantine. In questi mesi abbiamo lavorato per rendere sicure le visite e siamo pronti per ripartire alla grande. Siamo felici di presentare il nuovissimo Picnic in Cantina: grazie a questa prima edizione potremo offrire ai nostri winelovers una nuova modalità per vivere l'enogastronomia italiana".

Per conoscere tutti gli eventi in programma nelle varie regioni: www.movimentoturismovino.it

RISTORANTE CON WINE SHOP

Reinventare la tradizione Nasce Osteria Preella

Un luogo che danza sul tempo, oscillando tra passato e futuro, dove sentirsi sempre a proprio agio, piacevolmente sorpresi, semplicemente bene. Un luogo storico, il talento delle nuove generazioni, il piacere della convivialità e, dulcis in fundo, la semplicità. Sono questi gli elementi alla base dell'Osteria Preella. Pochi ingredienti, 3 o 4 al massimo come impone la filosofia dello chef Fabrizio Albini, che caratterizzano ogni piatto, esaltano al massimo la materia prima in un'ottica antispreco, e rappresentano il territorio.
Siamo a pochi passi dal Lago di Garda, immersi tra i vigneti, dove da decenni si produce il Bardolino Classico.
Il nuovo ristorante – che ha aperto ufficialmente nel mese di agosto, registrando il tutto esaurito nella serata inaugurale – punta sulle nuove promesse dell'alta ristorazione, affidando l'importante ruolo di oste 3.0 a Matteo Modesti: veronese doc, con un curriculum di tutto rispetto nelle più rinomate locande di Verona, un amore sincero per il territorio e la mente aperta dei giovani.
È dello chef e talent scout dell'alta cucina Fabrizio Albini – cresciuto nell'osteria del nonno e successivamente perfezionatosi con maestri del calibro di Gualtiero Marchesi e Vittorio Fusari – l'intuizione di scommettere sulle nuove generazioni, con l'obiettivo di traghettare l'Osteria Preella verso un futuro ambizioso.
Il risultato è un suggestivo ristorante immerso nei vigneti, con un ampio plateatico; una cucina dominata dalla semplicità ma in grado di suscitare sensazioni non comuni; un wine shop con vini provenienti da Italia e Francia, selezionati da Modesti e Albini in collaborazione con Gruppo Italiano Vini.
Un rifugio esclusivo per veronesi, turisti e per chiunque voglia farsi coccolare con un risotto all'Amarone, un pesce di lago o una pizza gourmet – una su tutte, la celebre Zucchina, citata anche dall'autorevole blog di Luciano Pignataro – ideata dal pluripremiato pizzaiolo Paolo Ghidini.

LA CARTA DELL'ENOTURISMO AI TEMPI DEL COVID-19

La Carta raccoglie tutte le raccomandazioni utili per gestire l'accoglienza enoturistica in modo sicuro. Prevede: aspetti trasversali (quelli applicabili da tutti, detti anche "di supporto", come ad esempio la pulizia e i DPI); servizi principali (quelli che caratterizzano il settore, come ad esempio le visite guidate o degustazioni, ma anche il lavaggio di stoviglie o tessuti, biancheria per la tavola); servizi secondari (quelli che possono essere presenti in una struttura ma non sono caratteristici del settore, come ad esempio il noleggio biciclette o la gestione di una piscina).
La Carta è poi accompagnata da tre tipi di servizi di supporto e consulenza (da remoto o con presenza in azienda) alle cantine che ne fanno richiesta, per personalizzare il proprio protocollo di sicurezza e verificarne la corretta applicazione o far fronte a situazione d'urgenza.

La Carta dell'Enoturismo ai tempi del Covid-19 è scaricabile gratuitamente dal sito di Unione Italiana Vini ***unioneitalianivini.it***
Per informazioni sui Protocolli e i servizi di supporto e consulenza: ***v.ellero@uiv.it***; ***e.marogna@uiv.it***

PRESENTATA LA KERMESSE MILANESE CHE SI SVOLGERÀ DAL 3 ALL'11 OTTOBRE

MILANO WINE WEEK, ANNO TERZO

L'edizione 2020 aumenta i contenuti dedicati al pubblico e agli addetti ai lavori, si trasforma in un evento business internazionale collegando 7 importanti città del mondo dove si svolgeranno iniziative in contemporanea, rafforza la sua presenza sul territorio coinvolgendo sempre più aree di Milano e diviene al tempo stesso una grande manifestazione digitale fruibile da ogni luogo

Si riaccendono i motori della promozione internazionale del vino italiano con due manifestazioni che, a migliaia di km l'una dall'altra e in continenti diversi, riportano la grande produzione vinicola del nostro Paese sul palcoscenico mondiale. Milano apre il sipario sulla 3ª edizione della Milano Wine Week, una manifestazione che arriva alla sua maturità con una formula fortemente innovativa e che vede quest'anno l'Unione Italiana Vini per la prima volta come partner istituzionale, mentre in Asia Veronafiere riparte con il Vinitaly China Roadshow *(vedi pag 12)*. Due eventi "in presenza", ma non solo, che rimettono in movimento il sistema promozionale del vino, in un anno difficile, grazie al protagonismo (e al coraggio) dei due principali player del settore. E così, mentre la vendemmia continua a regalare alle cantine del Paese grappoli di grande qualità, che attendono nei prossimi mesi di entrare in bottiglia come vino pronto a essere proposto sui mercati di tutto il mondo, gli eventi di Milano e della Cina inaugurano ufficialmente la stagione della "ripartenza".

Una nuova formula innovativa

Si candida a essere il primo evento vinicolo internazionale del 2020 che si svolge in Italia, con un calendario di esperienze adeguate ai protocolli di sicurezza, da quest'anno fruibili anche digitalmente da tutto il mondo. La 3ª edizione della Milano Wine Week – presentata nei giorni scorsi in conferenza stampa (la prima in presenza dal lockdown a Milano) a cui sono intervenuti, tra gli altri **Fabio Rolfi**, assessore all'Agricoltura, alimentazione e sistemi verdi di Regione Lombardia (in videomessaggio per motivi elettorali), **Roberta Guaineri**, assessore al Turismo, sport e qualità della vita del Comune di Milano, **Riccardo Ricci Curbastro**, presidente di Federdoc, **Massimiliano Giansanti**, presidente di Confagricoltura, **Ernesto Abbona**, presidente dell'Unione Italiana Vini, **Aldo Maria Cursano**, vice presidente nazionale Fipe – Federazione italiana pubblici esercizi, ed **Enrico Gobino**, vice presidente di Agivi – aumenta i contenuti dedicati al pubblico e agli addetti ai lavori, si trasforma in un evento business internazionale collegando 7 importanti città del mondo dove si svolgeranno iniziative in contemporanea, rafforza la sua presenza sul territorio coinvolgendo sempre più aree di Milano e diviene al tempo stesso una grande manifestazione digitale fruibile da ogni luogo.

Accelerando i cambiamenti imposti dal particolare momento storico che il mondo sta attraversando, e forte dei numeri conseguiti lo scorso anno (più di 300 attività a palinsesto, oltre 300.000 partecipanti, 1.500 aziende coinvolte e più di 300 locali attivati in tutta la città), la prossima edizione della settimana vinicola milanese (che si terrà dal 3 all'11 ottobre) si pone l'obiettivo di rafforzare il ruolo del capoluogo lombardo, al pari di quanto già avvenuto per altre eccellenze come la moda e il design, quale hub per la promozione della cultura del vino a livello internazionale nel rispetto delle limitazioni imposte a causa della pandemia da Covid-19. Tutto questo avverrà grazie a un ampiamento degli eventi fisici, che saranno fruibili sia dal vivo sia digitalmente tramite l'innovativa piattaforma Digital Wine Fair, grazie alla quale professionisti e buyer internazionali potranno collegarsi in diretta da ogni parte del mondo per partecipare alle varie iniziative in palinsesto.

"La Milano Wine Week di quest'anno – dichiara **Federico Gordini,** presidente di Milano Wine Week – è il frutto di un grande lavoro di cambiamento, di innovazione e di messa in discussione che, in questi mesi, ha coinvolto il nostro team, i nostri partner e le aziende e i Consorzi che ci sostengono. Il risultato sarà una manifestazione totalmente adeguata ai nuovi scenari, con delle ovvie differenze rispetto al passato, ma ricca di novità che le permetteranno di crescere anche in questo 2020, dando vita, se possibile, a un evento ancora più grande, importante e internazionale, sia pur nel rispetto delle rigide normative imposte dall'emergenza sanitaria".

Attività B2B, formazione e networking

Tra le attività B2B novità assoluta per il mondo del vino saranno i Tasting Internazionali, ovvero degustazioni esclusive – quasi 50 gli appuntamenti in calendario – rivolte ai buyer e alla stampa in collegamento digitale con pubblico fisico che sarà in parte nell'headquarter milanese di Palazzo Bovara e in parte in una delle 7 sedi estere della Milano Wine Week 2020, dislocate nelle città di New York, San Francisco, Miami, Toronto, Shenzhen, Shanghai e Mosca, toccando quindi i più importanti mercati di riferimento del mondo vitivinicolo, nordamericano, cinese e russo. Parallelamente, centralizzati nello storico headquarter di Palazzo Bovara, si svolgeranno i Tasting Italiani, ovvero masterclass e walk-around tasting dedicati a operatori, stampa e buyer italiani selezionati del canale Horeca, collegati in streaming con il quartier generale della MWW sempre attraverso la piattaforma digitale. Grazie alla funzionalità Wine Networking Hub, inoltre, tutte le aziende partecipanti potranno disporre anche di stand virtuali in una vera e propria fiera digitale internazionale, che nasce per abbattere le distanze tra produttori e operatori della filiera per mezzo di un innovativo strumento che favorisce l'incontro tra domanda e offerta.

Fruibili da remoto, in streaming o on demand, saranno anche i grandi momenti di formazione e networking, a partire dal grande incontro istituzionale di apertura organizzato in partnership con l'Unione Italiana Vini che metterà al centro di un confronto inedito tra filiera vitivinicola, istituzioni e politica, le attività promozionali e le strategie per l'internazionalizzazione da mettere in campo come Sistema Paese per gestire la fase della ripartenza. "Siamo lieti, quest'anno, di partecipare alla Milano Wine Week come nuovo partner istituzionale – ha dichiarato **Ernesto Abbona**, presidente di Unione Italiana Vini nel corso della conferenza stampa di presentazione –. Ringrazio Federico Gordini per aver voluto progettare con noi, nel corso della giornata inaugurale, un momento di alto confronto istituzionale con la filiera sui temi della promozione e internazionalizzazione, che apporterà nuovi contenuti alla manifestazione, aggiungendosi al Wine Generation Forum che prosegue, con la nostra associazione giovanile Agivi, il suo percorso di successo. Ad ottobre – ha proseguito il presidente di UIV – avremo appena concluso una vendemmia iniziata sotto i migliori auspici, di buona qualità, con punte di eccellenza lungo tutto il Paese e la Milano Wine Week sarà idealmente l'evento della ripartenza del vino italiano, che si svolge nel nostro Paese. La formula promozionale digitale, infatti, rappresenterà uno strumento di rilancio importante per il riposizionamento

L'EVENTO ORGANIZZATO IN PARTNERSHIP CON AGIVI

WINE GENERATION FORUM

AGIVI ASSOCIAZIONE GIOVANI IMPRENDITORI VINICOLI ITALIANI

Ritorna il Wine Generation Forum

Innovazione, comunicazione, sostenibilità, politiche commerciali e iniziative di turismo esperienziale. Sono solo alcune delle tematiche che Agivi svilupperà all'interno della seconda edizione del Wine Generation Forum, l'evento inserito all'interno della Milano Wine Week che vede protagonista nell'organizzazione dei contenuti l'Associazione che raccoglie i giovani imprenditori vinicoli italiani aderente a UIV. Il 9 ottobre 2020, a partire dal mattino nella sede di Palazzo Castiglioni a Milano, un ricco programma che si svilupperà nell'intero arco della giornata e al quale prenderanno parte da subito cinque casi studio portati avanti da altrettanti soci Agivi. Nel pomeriggio interverranno invece esperti provenienti da tutto il mondo per raccontare start up di successo legate al mondo del vino. "Quella con la Milano Wine Week, nella figura del presidente e fondatore Federico Gordini, è una collaborazione che in questa edizione del Wine Generation Forum ci ha visti ancora più protagonisti selezionando esperti e professionisti nel panorama nazionale e internazionale – spiega il presidente di Agivi, **Violante Gardini** – con l'obiettivo di dare ai giovani la possibilità di "Imparare dal cambiamento", ma anche di ascoltare e scambiarsi idee ed esperienze con chi nel suo percorso professionale ha saputo dare vita a progetti di impatto sul settore vitivinicolo a livello globale». Un programma e una attività, quelle del WGF, dedicate agli under 40 e che rispecchiano gli obiettivi dell'associazione stessa: un laboratorio di idee giovani che rappresentano il futuro e il presente del settore. Questo lo spirito con il quale Agivi, l'Associazione dei Giovani imprenditori Vinicoli Italiani, è stata creata nel 1989. Una squadra di giovani leve di aziende vinicole di tutte le tipologie e regioni italiane che si riuniscono per creare insieme strategie adatte ad affrontare le problematiche del settore, per individuare best practices imprenditoriali. "Per i millennials del vino italiano le occasioni come quella del Wine generation forum sono fondamentali per unirsi e portare avanti un importante messaggio di innovazione e cambiamento", chiude Violante Gardini.

Alessandro Maurilli

Il programma completo e le informazioni su come partecipare (anche on line con le dirette delle sessioni) sono sul sito

https://agivi.unioneitalianavini.it

sui mercati internazionali dopo le difficoltà causate dall'emergenza sanitaria".
E ancora tra gli eventi in calendario, la terza edizione del Wine Business Forum, che si concentrerà sull'internazionalizzazione in alcuni dei principali mercati dell'export vinicolo italiano, cui si affiancherà il nuovo Shaping Wine, realizzato in partnership con SDA Bocconi, un momento di riflessione sui trend innovativi e sull'evoluzione degli spazi fisici e virtuali del retail del mondo del vino, e – come anticipato sopra – la seconda edizione del Wine Generation Forum *(vedi box in queste pagine)*, realizzato in collaborazione con Agivi (Associazione dei Giovani Imprenditori Vinicoli Italiani) in lingua inglese, dedicato ai "Millennials" che lavorano nel settore vinicolo.

Un ricco calendario di eventi per il pubblico
Come da tradizione, la "settimana del vino" inizierà con il consueto brindisi inaugurale con le bollicine di montagna delle aziende aderenti all'Istituto Trentodoc. Confermata l'attivazione di 6 Wine District, veri e propri sodalizi tra un quartiere, con il suo circuito di bar, ristoranti ed enoteche, e un Consorzio di tutela. Il quartiere Brera / Garibaldi / Solferino sarà appannaggio del Franciacorta, mentre il distretto Eustachi sarà presidiato dal Consorzio Oltrepò Pavese. La zona di Porta Nuova sarà invece brandizzata dal Consorzio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg, Isola ospiterà le iniziative del Consorzio delle Doc Friuli Venezia Giulia, Porta Romana sarà il regno del Consorzio del Lugana, infine il Consorzio dell'Asti e del Moscato d'Asti Docg presidierà l'area dell'Arco della Pace e Corso Sempione. Un ruolo di primo piano avrà anche quest'anno il circuito delle Location Partner, che ospiteranno altrettanti eventi ideati ad hoc per la MWW. Ulteriore impulso rispetto allo scorso anno sarà dato al coinvolgimento del mondo della ristorazione e della somministrazione: centinaia di locali e ristoranti milanesi saranno attivati nel corso della manifestazione con iniziative che diano risalto ai vini in carta sia all'interno delle strutture sia utilizzando i servizi di delivery. In questa direzione va anche il progetto Wine Pairing che, presso il nuovo Babila Building by Guastoni di Corso Venezia, vedrà la partecipazione di alcuni tra i più importanti chef italiani, come Andrea Berton, Daniel Canzian, Alessandro Borghese, Wicky Priyan e Gianluca Fusto, impegnati in altrettanti story-cooking in cui dovranno costruire una propria ricetta a partire da un vino delle aziende e dei Consorzi "supporter" di MWW.

A MILANO GIOVEDÌ 8 OTTOBRE L'APPUNTAMENTO PROMOSSO DAL CERVIM

Viticoltura eroica, focus sul Decreto attuativo che tutela e valorizza i vini estremi

"Tutela e salvaguardia della viticoltura eroica: le novità del Decreto Attuativo" è il tema del workshop organizzato da Cervim nell'ambito di Milano Wine Week, in programma giovedì 8 ottobre (ore 11.30).
Un importante momento di approfondimento, moderato dal direttore del nostro giornale, Giulio Somma, dedicato alla "viticoltura eroica" dove interverranno insieme al presidente Cervim Stefano Celi, il sottosegretario del Mipaaf Giuseppe L'Abbate e il presidente del Comitato nazionale Vini, Michele Zanardo, e rappresentanti del mondo del vino, per approfondire i diversi aspetti del recente Decreto Attuativo che rende concreto quanto stabilito all'articolo 7 comma 3 del Testo Unico del Vino dove la vite e i territori viticoli vengono considerati patrimonio culturale. Grazie a questo Decreto ci sarà più tutela e valorizzazione per la viticoltura eroica che dalle Alpi a Pantelleria, rappresenta elevata qualità, biodiversità ed un patrimonio paesaggistico ed ambientale di inestimabile valore. "Si concretizza così il grande lavoro svolto dal Cervim – sottolinea il presidente **Stefano Celi** – nel Decreto vengono riportate la definizione di viticoltura eroica e le caratteristiche elaborate ed utilizzate dal nostro centro". Come indica il Decreto, "i vigneti eroici devono possedere almeno un requisito tra: pendenza del terreno superiore al 30%; altitudine media superiore a 500 metri sopra il livello del mare, esclusi quelli situati su un altopiano; sistemazione degli impianti su terrazze e gradoni; viticoltura delle piccole isole". "Vengono stabiliti i principi e i requisiti della viticoltura eroica, in un Decreto attuativo che potrà dare più forza ad un segmento della viticoltura italiana ed internazionale sempre più importante in termini di appeal e di gradimento dei consumatori, esperti e winelover, e soprattutto per l'importante ruolo che ricopre dal punto di vista paesaggistico ed ambientale", aggiunge **Roberto Gaudio**, membro cda ed ex presidente del Cervim che ha lavorato a questo risultato.
"A questo punto – conclude il presidente Celi – confidiamo anche che vengano stanziate adeguate risorse per dare forza ed applicazione a questo Decreto, che dovrebbero essere indirizzate proprio al ripristino, al recupero, alla manutenzione e alla salvaguardia dei vigneti eroici che utilizzano per lo più vitigni autoctoni".

A FIERA BOLZANO IL 19 E 20 OTTOBRE

Autochtona

NUOVA FORMULA PER AUTOCHTONA 2020

Autochtona Award sarà il protagonista della manifestazione insieme a un banco di assaggio al quale si accederà su prenotazione e consentirà ai visitatori professionali di poter degustare i vini che partecipano al premio. Un'edizione rinnovata, ma sempre con un unico obiettivo: valorizzare il grande patrimonio di vitigni autoctoni del nostro Paese

Un'edizione rinnovata, ma sempre con un unico obiettivo: valorizzare il grande patrimonio di vitigni autoctoni presente nel nostro Paese. Il 19 e 20 ottobre torna Autochtona, la manifestazione che da 17 anni anima i padiglioni di Fiera Bolzano durante Hotel, la fiera dedicata alla ristorazione e all'hotellerie. L'emergenza sanitaria causata dalla pandemia ha spostato i riflettori sul premio Autochtona Award, che in dieci anni ha scoperto e fatto conoscere vini ottenuti da vitigni poco diffusi e legati a specifici areali: sarà il vero protagonista della manifestazione insieme ad un banco di assaggio al quale si accederà su prenotazione e consentirà ai visitatori professionali di poter degustare i vini che partecipano al premio. "Per questa nuova edizione abbiamo reso ancora più numerosa, autorevole e internazionale la giuria, siamo anche molto orgogliosi di essere riusciti a unire sotto un'unica bandiera i rappresentanti delle più importanti guide italiane. Un attestato di fiducia molto importante e una garanzia di professionalità per tutti i produttori che invieranno i loro campioni per partecipare a questo importante premio" ha commentato **Thomas Mur**, direttore di Fiera Bolzano.
Dopo le selezioni di lunedì 19, il giorno successivo i giurati degusteranno nuovamente alla cieca i finalisti per assegnare i premi nelle categorie che compongono gli Autochtona Award: «Miglior Vino Bianco", "Miglior Vino Rosato", "Miglior Vino Rosso", "Migliori Bollicine", "Miglior Vino Dolce" ai quali si aggiungono le menzioni speciali tradizionalmente assegnate nell'ambito della manifestazione. Al Lagrein, autoctono a bacca rossa dell'Alto Adige, è riservato Tasting Lagrein, premio organizzato in collaborazione con il Consorzio Vini Alto Adige, che invece decreterà il vincitore per ciascuna delle tre versioni "Rosé", "Classico" e "Riserva".
Mario Busso (Vini Buoni d'Italia), Giuseppe Carrus (Gambero Rosso), Elio Ghisalberti (l'Espresso), Fabio Giavedoni (Slow Wine), Christine Mayr (Vitae-AIS), Alessandra Piubello (I Vini di Veronelli) e Riccardo Viscardi (Doctor Wine) sono i nomi dei degustatori delle guide ai vini italiani che faranno parte di una giuria composta anche da critici e wine writer internazionali che vedrà la partecipazione di giornalisti ormai di casa a Bolzano come Leila Salimbeni (coordinatrice editoriale di Spirito diVino), Pierluigi Gorgoni (coordinatore degli Autochtona Award) e Alessandro Franceschini (segretario Autochtona Award).
Un'edizione speciale, una vera e propria ripartenza per una fetta importante del mondo del vino italiano, quella che custodisce i vitigni più rari e legati a specifici terroir.

Alta formazione dal 1988.

MIB Trieste
School of
Management

www.mib.edu/wine

FOCUS VIVAISMO

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

VIVAI COOPERATIVI PADERGNONE

Oltre 6 milioni di barbatelle in Italia e nel mondo

Il vivaismo a Padergnone vanta un'esperienza ormai più che centenaria, nascendo verso la fine dell'Ottocento con l'avvento della filossera. Molti dei nomi dei primi vivaisti ricorrono ancora tra i soci della Cooperativa e trasmettono il fascino di antiche tradizioni. Oggi, come allora, la passione per la viticoltura si riflette con grande consapevolezza e responsabilità nella produzione di barbatelle innestate di elevata e indiscussa qualità. La Vivai Cooperativi di Padergnone è un'azienda leader nel settore, che produce e commercializza oltre 6 milioni di barbatelle in Italia e nel mondo. La forza di questa "grande" azienda è di essere costituita da attenti "artigiani agricoli" che con professionalità ed esperienza danno origine alle barbatelle innestate. Moltiplichiamo innumerevoli varietà di vite garantendo il mantenimento del patrimonio ampelografico, dando sempre molta importanza all'innovazione. Abbiamo omologato diversi cloni della maggiori varietà nazionali e siamo molto attivi nella ricerca di varietà resistenti sfruttando le più moderne tecnologie. Il nostro obiettivo primario è quello di garantire sempre un prodotto di qualità che risponda alle esigenze del viticoltore. Per poter arrivare soddisfare le molte richieste dei propri clienti, e poter garantire il proprio prodotto, la Vivai Cooperativi di Padergnone ha fatto notevoli investimenti in impianti di piante madri marze e portinnesti. Questi sono dislocati in diverse regioni e gestiti direttamente dalla Cooperativa. L'ultimo impianto è stato effettuato 2 anni fa ad Erbè (Vr) ed è di circa 5 ettari.

VITIS RAUSCEDO

Dal 1985 barbatelle per vocazione

Vitis Rauscedo nasce da un gruppo di vivaisti che, forti dell'esperienza accumulata in anni di impegno e passione sul campo, hanno condiviso l'idea di un vivaismo viticolo innovativo. Un lavoro rigoroso lungo più di trent'anni, ha fatto di Vitis Rauscedo una realtà cooperativa vivaistica tra le più importanti del mondo, con una produzione annuale di oltre 6 milioni di barbatelle innestate, destinate alle zone viticole del mercato italiano ed estero. Oggi in Vitis Rauscedo collaborano e si confrontano assieme tre generazioni fra soci vivaisti, collaboratori e affermati professionisti, innestando quotidianamente il saper fare di un tempo sulle più aggiornate conoscenze e competenze del settore. Le barbatelle Vitis Rauscedo nascono da una gestione attenta della filiera produttiva e da una totale tracciabilità di prodotto. Negli ultimi 15 anni, attraverso un significativo programma di selezione clonale, Vitis Rauscedo ha omologato più di 80 cloni di varietà autoctone italiane ed internazionali. Da sempre Vitis Rauscedo innesta l'innovazione su una tradizione ben radicata, una combinazione che ha dato vita a barbatelle d'eccellenza: **barbatelle**, **barbatelloni** e **vasetti**, sono i prodotti della tradizione; **Vitis Alfa®** è la barbatella innestata a doppio spacco inglese realizzato manualmente a coltello, ovvero il fiore all'occhiello della produzione aziendale; **Vitis Bio®** è la barbatella biologica certificata, frutto di tecniche di produzione ecocompatibili, nel rispetto dei più rigorosi standard qualitativi e sanitari e delle linee guida per l'agricoltura biologica; **Vitis Pot®** è la barbatella allevata un anno in vaso per favorirne lo sviluppo radicale, la soluzione ideale per le rimesse in vigneto; **Vitis Piwi** è la barbatella delle varietà resistenti alle crittogame fungine, frutto della collaborazione con l'Istituto Statale per la Viticoltura di Friburgo ed il costitutore e vivaista Rebschule Freytag.

VCR - VIVAI COOPERATIVI RAUSCEDO

Grandi vini dalle nuove varietà resistenti

I nuovi incroci resistenti di Pinot bianco e Pinot nero creati dall'Università di Udine e dall'IGA in collaborazione con VCR e licenziati con Dm del 09/06/2020 consentono una produzione più rispettosa dell'ambiente e delle risorse naturali ed energetiche senza rinunciare alla qualità: grazie all'utilizzo di nuovi e più performanti donatori di resistenza queste nuove varietà si caratterizzano per un elevato grado di resistenza alle malattie, garantendo nel contempo produzioni di alta qualità, con profili aromatici e sostanze coloranti anche superiori a quelle

ottenute con l'utilizzo dei genitori *V. vinifera* **Pinot Iskra B.**: con le evidenti note di rosa e frutta fresca, associate ad un'elevata acidità e struttura consente di ottenere vini particolarmente adatti alla spumantizzazione; la presenza di 4 geni di resistenza (2 all'oidio e 2 alla peronospora) ne consentono la coltivazione anche in zone a forte pressione infettiva. **Volturnis N.**: per il suo corredo aromatico del tutto sovrapponibile al Pinot nero, con le caratteristiche note di frutta fresca, rosa e miele e per il tenore di antociani e polifenoli superiore al Pinot nero si presta alla produzione di vini di alta gamma. **Kersus B.**: la complessità del suo quadro aromatico unito alla buona acidità lo rendono particolarmente adatto alla produzione di vini tranquilli, freschi o di leggero invecchiamento. **Pinot Kors N.**: con le sue note balsamiche e di frutta matura, frutti di bosco - lampone si contraddistingue per un contenuto di antociani e polifenoli superiore rispetto al genitore Pinot nero che lo rendono particolarmente adatto alla produzione di vini di alta qualità. Con le nuove varietà resistenti è possibile rispettare l'ambiente, ridurre i costi di produzione, produrre vini qualitativamente superiori!

IL MAGAZINE CON IL VIGNETO PROTAGONISTA

IL CORRIERE VINICOLO Vite

PROSSIMO APPUNTAMENTO
CV n.33 del 18 OTTOBRE
PRENOTA IL TUO SPAZIO
Per informazioni su costi e modalità di adesione contattare:
corrierevinicolo@uiv.it

Wine&food
APRE A MILANO IL PRIMO TANNICO WINE BAR
Tannico apre il primo Wine Bar a Milano, nel cuore del Design District, con una selezione di oltre 500 etichette e circa 30 referenze in mescita tra bianchi, rossi, rosé, bollicine e vini naturali. Sarà inoltre presente una sezione di vini rari spillate a rotazione con il sistema di mescita Coravin. Presenti in carta anche i cocktail classici, qualche birra artigianale e sidro. In abbinamento anche una cucina con una forte attenzione alle materie prime e alle stagionalità. Info: http://www.tannicowinebar.it

Mercati vinicoli

QUOTAZIONI E ANDAMENTI DEL VINO SFUSO

SITUAZIONE AL 10 SETTEMBRE 2020

COMMISSIONE PREZZI MED.&A.

PIEMONTE
Carlo Miravalle
(Miravalle 1926 sas)
LOMBARDIA
a cura di Med.&A.
VENETO
VERONA: Severino Carlo Repetto
(L'Agenzia Vini Repetto & C. srl)
TREVISO: Fabrizio Gava
(Quotavini srl)
TRENTINO ALTO ADIGE
Fabrizio Gava (Quotavini srl)
FRIULI VENEZIA GIULIA
Fabrizio Gava (Quotavini srl)
ROMAGNA ED EMILIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)
TOSCANA
Federico Repetto (L'Agenzia
Vini Repetto & C. srl)
LAZIO E UMBRIA
Enrico e Bernardo Brecci (Brecci srl)
MARCHE
Emidio Fazzini
ABRUZZO-MOLISE
Andrea e Riccardo Braconi
(Braconi Mediazioni Vini sas)
PUGLIA
Domenico Colucci, Andrea
Verlicchi (Impex srl)
SICILIA
Antonino Panicola
(Rappresent. Enot. Salvatore
Panicola sas)
Andrea Verlicchi (Impex srl)
SARDEGNA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

ANDAMENTO DEI MERCATI
I simboli riportati accanto alle regioni indicano la percezione dell'andamento dei mercati espressa dagli operatori di Med.&A., che hanno modo di osservare dal vivo e rilevare puntualmente le tendenze di ciascuna piazza, determinate dall'interesse e dal fabbisogno dei clienti, dalla disponibilità e dalla qualità dei prodotti, dal rapporto fra la domanda e l'offerta e l'andamento degli scambi, indipendentemente dal rialzo o dalla diminuzione dei prezzi dei singoli prodotti.

▲ Mercato attivo / scambi sostenuti
◆ Mercato stazionario / scambi regolari
▼ Mercato debole / scambi ridotti

NOTA: tutti i prezzi sono espressi in euro. Tra parentesi sono riportate le variazioni percentuali rispetto alle precedenti rilevazioni.

pagine a cura di **MED.&A.**

NORD

PIEMONTE ◆

Asti

Piemonte Barbera Dop 2019 80,00 - 90,00	Barbera d'Asti Docg 2019 13° 100,00 - 110,00
Piemonte Cortese Dop 2019 70,00 - 80,00	Barbera del Monferrato Dop 2019 12-13,5° 95,00 - 105,00
Piemonte Grignolino Dop 2019 100,00 - 110,00	Grignolino d'Asti Dop 2019 115,00 - 125,00
Barbera d'Asti Docg 2019 13,5° 115,00 - 125,00	Mosto da uve aromatiche Moscato 2019 50,00 - 60,00

Prezzi q.le partenza.

Alessandria

Monferrato Dolcetto Dop 2019 90,00 - 100,00	Piemonte Cortese Dop 2019 70,00 - 80,00
Piemonte Barbera Dop 2019 80,00 - 90,00	Ovada Dolcetto Docg 2019 90,00 - 100,00

Prezzi q.le partenza.

Alba

Barbaresco Docg 2018 540,00 - 580,00	Barolo Docg 2017 640,00 - 810,00
Barbera d'Alba Dop 2018 n.q.	Nebbiolo d'Alba Dop 2018 240,00 - 270,00
Roero Arneis Docg 2018 n.q.	Dolcetto d'Alba Dop 2019 160,00 - 175,00

Prezzi q.le partenza.

LOMBARDIA ◆

Vino Igp:

Chardonnay Pv 2019 11,5° 0,80 - 0,85	Pinot nero 2019 vinific. in rosso 12° 0,90 - 0,95
Croatina Pv 2019 12° 0,70 - 0,75	Prezzi kg partenza.
Barbera Pv 2019 11,5° 0,75 - 0,80	Lambrusco Mn. 2019 11,5° 4,60- 4,80
Pinot grigio Pv 2019 0,85 - 0,90	Prezzi gr. q.le partenza.

Vino Dop:

Barbera O.P. 2019 12° 0,85 - 0,90	Moscato O.P. 2019 1,20 - 1,30
Pinot nero 2019 vinific. in rosso 12° 0,90 - 0,95	Malvasia O.P. 2019 11,5° 0,80 - 0,85
Pinot nero 2019 vinific. in bianco 11,5° 0,95 - 1,00	Buttafuoco-Sangue di Giuda O.P. 2018 11,5° 1,10 - 1,20
Pinot grigio O.P. 2019 1,00 - 1,05	Bonarda O.P. 2019 12,5° 0,80 - 0,85

Prezzi kg partenza.

CENTRO

EMILIA ▼

Vino comune:

Rossissimo desolforato 2019 7,50 - 8,00	Mosto muto Ancellotta 2019 n.q.
Rossissimo desolforato mezzo colore 2019 4,80 - 5,30	Prezzi gr. q.le Fehling peso x0,6
Prezzi gr. q.le partenza.	Filtrato dolce di Ancellotta Emilia 2019 n.q. (Prezzi grado Bé.)

Vino Igp:

Rosso Lambrusco Emilia 2019 4,30 - 4,50	Lambrusco bianco Emilia frizzantato 2019 4,70 - 4,90
Bianco Lambrusco Emilia 2019 4,30 - 4,50	Prezzi grado distillazione+zuccheri.
Prezzi gr. q.le partenza.	Malvasia Emilia 2019 65,00 - 75,00
Lambrusco rosso Emilia frizzantato 2019 4,70 - 4,90	Prezzi q.le partenza

ROMAGNA ▼

Vino comune:

Bianco 2019 9,5-11° 3,50 - 3,70	Prezzi gr. q.le partenza.
Bianco TC base spumante 2019 9-10° 3,50 - 3,70	Mosto muto 2019 n.q. (pr. Fehling peso x 0,6)
Bianco TC 2019 10,5-12° 3,50 - 3,70	MCR 2019 3,40 (**-2,86**) - 3,50 (**-2,78**)
Rosso 2019 11-12° 4,00 - 4,50	Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo

Vino Igp:

Rosso Sangiovese Rubicone 2019 11-12° 4,50 - 5,00	Merlot Rubicone 2019 5,00 -5,50
Bianco Trebbiano Rubicone 2019 11-11,5° 3,80 (**-5,00**) - 4,20 (**-4,55**)	Chardonnay/Pinot Rubicone 2020 5,50 - 6,00

Prezzi gr. q.le partenza.

Vino Dop:

Romagna Sangiovese 2019 12-13° 70,00 - 80,00	Romagna Trebbiano 2019 11,5-12,5° 50,00 - 55,00

Prezzi hl partenza.

SUD

ABRUZZO - MOLISE ◆

Vino comune:

Bianco 2019 n.q.	Rosso 2019 11-12° 3,50 - 4,00
Bianco TC 2019 3,00 - 3,50	Rosso 2019 12,5-13,5° 4,20 - 5,50
Mosto muto 2019 n.q. (gr. compless. in peso)	Prezzi grado hl partenza.

Vino Igp:

Sangiovese 2019 4,00 - 4,20	Chardonnay 2019 4,00 - 5,00

Prezzi gr.hl partenza.

Vino Dop:

Montepulciano d'Abruzzo 12-13,5° 2019 5,00 - 5,50	Trebbiano 2019 11-12,5° 3,50 - 4,00

Prezzi gr.hl partenza.

PUGLIA - FOGGIA, CERIGNOLA, BARLETTA, BARI ▼

Vino comune:

Bianco 2020 10,5-11,5° 2,60 - 2,80	Mosto muto rosso 2020 11-12° 2,20 - 2,40
Bianco termovinif. 2020 10-11,5° 2,90 - 3,20	Mosto muto rosso da uve Lambrusco 2020 12-13° n.q.
Rosso 2020 10,5-12° 2,80 - 3,20	Mosto concentrato bianco 2020 33-35° 3,30 - 3,50
Rosso da uve Montepulciano 2020 11-12° n.q.	Mosto concentrato rosso 2020 33-35° 3,50 - 3,80
Rosso da uve Lambrusco 2020 12,5-13,5° n.q.	Mosto conc. tradiz. certif. CSQA per ABM 2020 33-35° 3,40 - 3,60
Prezzi gr. q.le partenza.	Prezzi gr. Bé x q.le partenza.
Mosto muto bianco 2020 10-11° 2,10 - 2,20	MCR 2020 65-67° 3,40 - 3,50 (Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo.)

Vino Igp:

Pinot Bianco 2020 11-12,5° 50,00 - 60,00	Chardonnay Puglia 2020 11-12° 50,00 - 60,00

Prezzi hl partenza.

Cantina di Soave

NUOVA ETICHETTA PER EQUIPE5

Il brand Equipe 5, storico spumante metodo classico millesimato, di Cantina di Soave cambia d'abito. Una nuova veste grafica, in grado di conferire al marchio forza comunicativa e grande appeal grazie a linee pulite ed essenziali danno ulteriore eleganza e modernità all'etichetta. A distanza di oltre 50 anni, con questo restyling, Equipe5 guarda al futuro con lo stesso iconico charme e con un respiro sempre più internazionale. Fattori che lo hanno portato ad essere lo scorso anno Official Wine dell'American Pavilion durante il Festival del Cinema di Cannes e tra i protagonisti dell'Italian Pavilion, durante la Mostra del Cinema di Venezia.

VENETO - VERONA E TREVISO

Vino comune:

Bianco 2019 (rilev. Verona) 9,5-12° 3,50 - 4,00 (ettogrado partenza)
Rosso 2019 (rilev. Verona) 3,20 - 4,00 (ettogrado partenza)
Mosto concentrato rettificato 2019 65/68 Bx 3,50 - 3,65
Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo.

Vino Igp:

Bianco Veneto/Trevenezie 2020 (rilev. Tv) 10-11° 3,70 - 4,30
Rosso Marca Trev./Veneto/Treven. 2020 (rilev. Tv) 10-11° 4,70 - 5,20
Bianco Verona 2019 10-13° n.q.
Rosso Verona 2019 10-12° n.q.
Pinot bianco (rilevaz. Verona) 2019 12° n.q. (pr./litro)
Pinot bianco (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 5,80 - 6,00
Chardonnay (rilevaz. Verona) 2019 12° n.q. (pr./litro)
Chardonnay (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 5,80 - 6,00
Verduzzo (rilevaz. Treviso) 2020 10-11° 5,00 - 5,50
Sauvignon (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 7,00 - 10,00
Durello 2019 n.q. (pr./litro)
Tai Marca Trevigiana 2020 10,5-12° 5,00 - 5,50
Glera 2020 9,5-10° 4,00 - 4,20
Merlot (rilevaz. Verona) 2019 n.q.
Merlot (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 5,00 - 5,50
Cabernet Franc 2020 10-12° 6,00 - 6,50
Cabernet Sauvignon 2020 10-12° 6,00 - 6,50
Raboso rosso 2020 9,5-10,5° 6,00 - 6,50
Raboso rosato 2020 9,5-10,5° 6,20 - 6,70
Refosco 2020 10-12° 5,50 - 6,00
Prezzi ettogrado partenza.
Pinot nero 2020 10,5-12° 0,90 - 1,00 (pr./litro)

Vino Dop:

Soave 2019 11-12,5° 6,50 - 8,00 (ettogrado partenza)
Soave Classico 2019 12,5-13° 1,00 - 1,15
Soave classico superiore 2017 12,5-13° n.q.
Bardolino 2019 0,95 - 1,05
Bardolino Chiaretto 2019 n.q.
Bardolino Classico 2019 n.q.
Valpolicella 2019 1,10 - 1,50
Valpolicella Classico 2019 n.q.
Valpolicella 2019 n.q.
Valpolicella Classico 2019 n.q.
Valpolicella atto a superiore 2018 n.q.
Valpolicella Classico atto a superiore 2018 n.q.
Valpolicella atto a ripasso 2018 2,20 - 3,00
Valpolicella Classico atto a ripasso 2018 2,20 - 3,00
Amarone e Recioto Docg 2016 7,00 - 7,50
Amarone e Recioto Classico Docg 2016 n.q.
Amarone e Recioto Docg 2017 7,00 - 7,50
Amarone e Recioto Classico Docg 2017 n.q.
Amarone e Recioto 2018 7,00 - 7,50
Lugana 2019 1,30 - 1,60
Garganega Garda 2019 n.q. (prezzi ettogr. partenza)
Pinot grigio Garda 2019 n.q.
Valdadige rosso 2019 n.q.
Valdadige bianco 2019 n.q.
Pinot grigio Valdadige 2019 11-12° 1,40 - 1,50
Custoza 2019 n.q.
Prosecco 2019 9-10° 1,55 - 1,65
Prosecco 2020 9-10° 1,55 - 1,65
Pinot Nero atto al taglio di Prosecco Rosé 2020 1,30 - 150
Conegliano V. Prosecco Docg 2019 9-10° 1,90 - 2,00
Conegliano V. Prosecco Docg 2020 9-10° 1,90 - 2,00
Conegliano V. Prosecco Docg Sup. Cartizze 2019 9-10° n.q.
Bianco delle Venezie 2020 12° 0,65 - 0,75
Pinot grigio delle Venezie 2019 10-12° 0,80 - 0,95
Pinot grigio delle Venezie 2020 10-12° 0,80 - 0,95
Pinot grigio Venezia 2020 11-12° 0,80 - 0,95
Merlot Piave 2020 11,5-12° 0,75 - 0,85
Cabernet Piave 2020 12-12,5° 0,85 - 0,95
Prezzi al litro.

FRIULI VENEZIA GIULIA

Vino Igp Venezia Giulia e Igp delle Venezie:

Chardonnay 2019 12-12,5° 65,00 - 75,00
Pinot bianco 2019 12-12,5° 70,00 - 75,00
Sauvignon 2019 12-12,5° 90,00 - 130,00
Verduzzo 2019 12-12,5° 60,00 - 70,00
Ribolla 2019 12-12,5° 65,00 - 75,00
Pinot nero 2019 12-12,5° 85,00 - 100,00
Merlot 2019 12-12,5° 65,00 - 70,00
Cabernet Sauvignon 2019 12-12,5° 70,00 - 75,00
Refosco 2019 12-12,5° 75,00 - 85,00
Prezzi ettolitro partenza

Vini Friuli Dop:

Friulano 2019 (Tocai) 12-12,5° 100,00 - 110,00
Pinot bianco 2019 12-12,5° 80,00 - 90,00
Chardonnay 2019 12-12,5° 80,00 - 90,00
Ribolla 2019 12-12,5° 80,00 - 90,00
Pinot grigio delle Venezie 2019 12-12,5° 80,00 - 90,00
Pinot grigio 2019 12-12,5° 90,00 - 100,00
Sauvignon 2019 12-12,5° 100,00 - 130,00
Verduzzo 2019 12-12,5° 70,00 - 80,00
Merlot 2019 12-12,5° 75,00 - 85,00
Cabernet Franc 2019 12-12,5° 90,00 - 100,00
Cabernet Sauvignon 2019 12-12,5° 85,00 - 95,00
Refosco 2019 12-12,5° 85,00 - 95,00
Pinot nero 2019 12-12,5° 90,00 - 110,00
Prezzi ettolitro partenza

TRENTINO ALTO ADIGE

Vino Igp Vigneti delle Dolomiti:

Chardonnay 2019 n.q.
Müller Thurgau 2019 1,20 - 1,38
Pinot grigio 2019 1,45 - 1,90
Merlot 2019 0,80 - 1,00
Teroldego novello 2019 n.q.
Schiava 2019 1,30 - 1,50

Vini Trentino Dop:

Chardonnay 2019 1,55 - 1,85
Pinot bianco 2019 1,60 - 1,95
Riesling 2019 1,90 - 2,25
Müller Thurgau 2019 1,50 - 1,65
Pinot grigio 2019 1,85 - 2,10
Traminer 2019 3,60 - 4,10
Moscato 2019 1,90 - 2,10
Sauvignon 2019 2,20 - 3,00
Nosiola 2019 1,60 - 1,95
Sorni Bianco 2019 n.q.
Sorni Rosso 2019 1,85 - 2,00
Cabernet Sauvignon 2019 1,70 - 2,10
Marzemino 2019 1,50 - 1,80
Pinot nero 2019 2,70 - 3,50
Lagrein 2019 1,80 - 2,20
Merlot 2019 1,30 - 1,70
Prezzi litro partenza.

Altre Dop:

Trento 2019 2,00 - 2,30
Pinot nero base spum. Trento 2019 2,60 - 2,90
Lago di Caldaro 2019 1,60 - 1,85
Valdadige Schiava 2019 1,45 - 1,65
Teroldego Rotaliano 2019 1,85 - 2,00
Lagrein rosato Kretzer 2019 1,60 - 1,80
Prezzi litro partenza.

TOSCANA

Vino Igp:

Rosso toscano 2019 12-13° 0,70 - 0,95
Bianco toscano 2019 0,80 - 1,00
Sangiovese Toscana 2019 2019 litro 0,95 - 1,10
Vermentino Toscana 2019 litro 1,20 - 1,50

Vino Docg:

Chianti 2019 0,90 - 1,40
Chianti 2018 1,05 - 1,38
Chianti 2017 1,25 - 1,60
Chianti Classico 2017 2,65 -3,20
Chianti Classico 2018 2,50 - 3,10
Chianti Classico 2019 2,30 - 3,10
Prezzi al litro.

UMBRIA

Vino Igp:

Bianco Umbria 2019 12° 3,00 - 4,00
Rosso Umbria 2019 12-12,5° 4,00 - 4,50
Prezzi ettogrado partenza.
Chardonnay Umbria 2019 12-12,5° 65,00 - 75,00
Grechetto Umbria 2019 12° 70,00 - 80,00
Pinot grigio Umbria 2019 65,00 - 75,00
Prezzi q.le partenza.

Vino Dop:

Orvieto 2019 70,00 - 80,00
Orvieto classico 2019 75,00 - 85,00
Prezzi quintale partenza.

LAZIO

Vino comune:

Bianco 2019 11-12° 3,00 - 3,50
Rosso 2019 11-12° 3,80 - 4,50
Prezzi gr. q.le partenza.

Vino Igp:

Bianco 2019 3,50 - 4,00
Rosso 2019 4,00 - 4,50
Prezzi gr. q.le partenza.
Chardonnay Lazio 2019 13° 65,00 - 75,00
Pinot grigio Lazio 2019 65,00 - 75,00
Prezzi q.le partenza.

LAZIO (segue)

Vino Dop:

Frascati 2019 80,00 - 90,00
Roma bianco 2019 95,00 - 115,00
Roma rosso 2018 100,00 - 130,00
Roma rosso 2019 100,00 - 140,00
Prezzi q.le partenza
Castelli Romani bianco 2019 11-11,5° 3,60 - 4,00
Castelli Romani rosso 2019 11,5° 4,20 - 4,50
Prezzi ettogrado partenza.

MARCHE

Vino comune:

Tutti i vini non quotati per scarsità di trattative

Bianco Fiore 2017 n.q.
Bianco fermentazione controllata 2018 10,5-11° n.q.
Bianco fermentazione controllata 2018 11,5-12,5° n.q.
Rosato 2018 11-12,5° n.q.
Prezzi ettogrado partenza.
Rosso Sangiovese 2019 12,5° n.q.
Montepulciano 2019 14-15° n.q.
Prezzi al litro.

Vino Igp:

Marche Sangiovese 2019 11-12° n.q.
Marche Sangiovese Bio 2019 13-13,5° n.q.
Marche Trebbiano 2018 12-12,5° n.q.
Marche Bianco 2018 12-12,5° n.q.
Marche Passerina 2019 12-13° n.q.
Prezzi al litro.

Vino Dop:

Verdicchio Castelli Jesi cl. 2018 12-13° n.q.
Verdicchio Matelica 2017 12-12,5° n.q.
Rosso Conero 2018 13° n.q.
Falerio Pecorino 2019 12-13° n.q.
Offida Pecorino 2019 14-15° n.q.
Offida Passerina 2019 12,5-13° n.q.
Rosso Piceno 2019 12-13° n.q.
Rosso Piceno Bio 2019 13-14° n.q.
Rosso Piceno superiore Bio 2018 13,5-14° n.q.
Rosso Piceno superiore Bio 2019 13,5-14° n.q.
Lacrima di Morro d'Alba 2016 12,5-13° n.q.
Prezzi al litro.

PUGLIA - FOGGIA, CERIGNOLA, BARLETTA, BARI (segue)

Vino Igp:

Sangiovese Daunia 2020 11-11,5° 3,00 - 3,40
Sangiovese Puglia 2020 11-11,5° 3,00 - 3,40
Trebbiano Puglia 2020 10-11° 2,90 - 3,20
Lambrusco Puglia 2020 10-11,5° n.q.
Lambrusco Puglia frizzantato 2020 10-11° n.q.
Prezzi gr. q.le partenza.
Pinot grigio Puglia 2020 11,5-12,5° 80,00 - 90,00 (q.le partenza)
Primitivo Puglia 2020 13-15° n.q. (hl partenza)
Mosto varietale di uve Moscato 2020 60,00 - 70,00 (pr. q.le partenza)

LECCE, BRINDISI, TARANTO

Vino comune:

Bianco 2019 10-10,5° 3,00 - 3,20
Rosato 2019 12-13° 4,00 - 4,20
Rosso 2019 12-13° 4,00 - 4,20
Prezzi gr. q.le partenza.
Rossi strutturati 2019 14-15° 150,00 - 160,00 (q.le partenza)
Mosto muto 2019 10-10,5° 2,70- 3,00 (prezzi gr. Bé x q.le partenza)

Vino Igp:

Bianco Malvasia Puglia 2019 12-12,5° 4,50 - 4,60
Rosso Sangiovese Puglia 2019 12-12,5° 4,50 - 5,00
Rosato Puglia 2019 12,5-13° 4,50 - 5,00
Rosato Salento da Negroamaro 2019 13-14° 7,20 - 7,30
Negroamaro Salento 2019 12-12,5° 6,80 - 7,00
Prezzi gr. q.le partenza.
Primitivo Salento 2019 13,5-14° 140,00 - 150,00
Fiano Salento 2019 13-13,5° 110,00 - 115,00
Chardonnay Salento 2019 13-13,5° 110,00 - 115,00
Prezzi q.le. partenza
Merlot Tarantino 2019 13-14° 5,00 - 5,20
Cabernet Salento 2019 13-14° 6,00 - 6,10
Prezzi gr. q.le partenza.

Vino Dop:

Primitivo Manduria 2018 14-15° n.q.
Primitivo Manduria 2019 14-15° 180,00 - 185,00
Primitivi strutturati 2019 17-20° 170,00 - 200,00
Prezzi q.le partenza.
Salice 2018 13-14° 8,00 - 8,20
Prezzi gr. q.le partenza.

SICILIA

Vino comune:

Bianco 2020 10,5-12° 3,00 - 3,40
Bianco TC 2020 12-12,5° 3,50 - 3,90
Rosso 2019 12,5-14,5° 5,60 - 6,00
Prezzi gr. q.le partenza.
Mosto muto bianco 2020 15-17 Babo 1,60 - 1,80
Prezzi gr. Babo x q.le partenza.
MCR 2020 3,40 - 3,50
(Prezzi Brix x 0,6 x q.le arrivo.)

Vino Igp:

Inzolia 2020 11,5-12,5° 3,80 - 4,20
Catarratto 2020 3,80 - 4,20
Grecanico 2020 3,80 - 4,20
Prezzi gr. q.le partenza.
Chardonnay 2020 13,5° 0,80 - 0,90
Pinot grigio 2020 12-13° 0,90 - 1,00
Zibibbo 2020 11,5-13,5° 0,90 - 1,00
Cabernet 2019 13-14,5° 0,90 - 1,30
Merlot 2019 13-14,5° 0,90 - 1,30
Syrah 2019 13-14,5° 0,80 - 1,20
Prezzi al litro

Vino Dop:

Bianco Grillo Sicilia Dop 2020 12,5-13,5° 0,60 - 0,70
Rosso Nero d'Avola Sicilia Dop 2019 13-14,5° 0,90 - 1,20
Cabernet Sicilia Dop 2019 13-14,5° 0,90 - 1,20
Merlot Sicilia 2019 13-14,5° 0,90 - 1,20
Syrah Sicilia Dop 2019 13-14,5° 0,85 - 1,25
Prezzi al litro.

SARDEGNA

Vino Dop:

Vermentino di Sardegna 2019 12-13° 140,00 - 160,00
Cannonau di Sardegna 2019 13-14° 170,00 - 190,00
Monica di Sardegna 2019 13-14,5° 100,00 - 130,00
Nuragus di Cagliari 2019 12-13° 90,00 - 110,00
Prezzi hl partenza.

“I portinnesti M: indispensabili per affrontare i cambiamenti climatici e la delocalizzazione dei vigneti nei prossimi trent’anni”

Attilio Scienza

STUDIOFABBRO.COM

M1, M2, M3 e **M4** i portinnesti creati dall’**UNIVERSITÀ DI MILANO**, gestiti da **WINEGRAFT**. Diffusi a livello mondiale dai **VIVAI COOPERATIVI RAUSCEDO**.

VCR® VIVAI COOPERATIVI RAUSCEDO

L’innovazione in viticoltura

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

WINEGRAFT INNOVATIVE SOLUTION

M1

M2

M3

M4

Via Udine, 39 33095 Rauscedo (PN) ITALIA Tel. +39.0427.948811 Fax +39.0427.94345

www.vivairauscedo.com