

DOSSIER SPUMANTI 10^A edizione

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);
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.

Verso il natale...

LE VENDITE IN GDO

A settembre, Italia a livelli 2021, difficoltà in Usa, Uk e Germania

a pag. 7

DISTRIBUZIONE

Natale a tutta bolla, il problema sarà forse la disponibilità

a pag. 10

LA PAROLA AI CONSORZI

Numeri, sentiment, attese e previsioni della spumantistica italiana

a pag. 14

QUI FRANCIA
Champagne: è ancora boom!

a pag. 36

QUI SPAGNA
Il Cava cresce del 10% e si fa strada il Corpinnat

a pag. 38



L'analisi dei trend di mercato

GLI IMBOTTIGLIAMENTI IN ITALIA 2021

A un palmo dal miliardo

a pag. 22

IMPORT EXPORT MONDIALE

Un 2021 straordinario che spazza via il Covid

a pag. 30

EXPORT ITALIA

La spinta a volume non basta più

a pag. 34

I NUMERI DI PROSECCO CAVA E CHAMPAGNE

Recuperato tutto (o quasi)

a pag. 41

42.



La Carta dei Vini

46.

Nuove frontiere nello studio dell'identità dei vini
PROGETTO BASEFUTURA: FOCUS SUGLI SPUMANTI METODO CLASSICO

SI ME a pagina 3

L'EDIZIONE 2022 CHIUDE CON 30MILA VISITATORI DA 50 PAESI
IL SUCCESSO DELL'INNOVAZIONE



480 espositori su un'area di 25.500 mq netti hanno testimoniato la vitalità di un comparto che vale oltre 3 miliardi di euro di fatturato, di cui il 70% all'export. La sostenibilità è stato il tema di questa edizione, con un ricco programma convegnistico, che ha coinvolto anche altri settori del beverage come birra e olio. Buyer da tutto il mondo, arrivati grazie al supporto di Ice-Agenzia, premiano il grande lavoro sull'innovazione della filiera produttiva tricolore, che mantiene la leadership mondiale. E "per lavorare sull'innovazione - ha detto Lamberto Frescobaldi - sono stati indispensabili le misure a sostegno degli investimenti nel Piano nazionale Transizione 4.0. Un Piano che oggi va in tutti i modi rilanciato e rafforzato"

wine2wine business forum

SOSTENIBILITÀ E GREEN-WASHING: È TEMPO DI SCELTE

L'alert sui rischi della comunicazione è stato lanciato da UIV al workshop di wine2wine

a pag. 5



SYNEROCAP™ SERIES

Noi siamo già nel futuro... E tu?

norton
Passione, tecnologia, innovazione...

www.nortan.it



Royal Flush **EVO**



THE STATE OF THE ART



ROBINO & GALANDRINO PERFEZIONA I SISTEMI DI CAPSULATURA UNIVERSALE CON LA GAMMA
ROYAL FLUSH

Progettata per capsulare sia vino tranquillo sia spumante, il sistema riduce drasticamente i tempi di cambio formato:

- distributore capsule automatizzato (settaggi delle geometrie richiamati da ricetta)
- stelle di movimentazione bottiglie a pinze o a geometria variabile motorizzata e memorizzata a ricetta
- eventuali settaggi non automatizzabili in configurazione tool-free.

Sezione vino tranquillo

Una giostra a teste alternate:

- teste rullanti pneumatiche (gestione delle pressioni di lavoro a ricetta per ogni formato di capsula)
- teste termiche con scudi di protezione che garantiscono l'uniformità dei tempi di esposizione al calore indipendentemente dalle variazioni di cadenza di produzione.

Sezione spumante

Tre giostre: la prima giostra è dedicata ai sistemi di visione per l'allineamento di bottiglia e capsula.

Piegatura e lisciatura sono affidate alle due successive giostre che, come da tradizione **R&G**, sono dedicate.

Configurazioni

Royal Flush è configurabile posizionando la sezione spumante prima del vino fermo consentendo l'utilizzo della stazione dedicata a scansioni e allineamenti anche per la capsulatura del vino fermo.



La macchina integra la piattaforma **SNIPER** che riunisce i sistemi di visione **R&G** per le scansioni elettroniche necessarie ad allineamenti e centraggi. Le periferiche di visione sono telecamere, fotocellule (colore-UV), fibre ottiche e laser. L'interfaccia di gestione delle ricette di lavoro è semplice e intuitiva.

EVO Series

La gamma **R&G EVO** prevede di serie:

- Basamento in acciaio inox AISI 304 e pannelli di accesso trasparenti con illuminazione interna.
- Assi elettronici.
- HMI touch screen ad alte prestazioni su braccio mobile.
- Protezioni in acciaio inox AISI 304 a specchio e porte in vetro temperato a tutta altezza.



SIMEI 2022

**OLTRE 30MILA
VISITATORI
DA 50 PAESI PER
LA 29ª EDIZIONE
DEL SALONE
INTERNAZIONALE
PROMOSSO DA UIV**



Un momento dell'inaugurazione del Salone: da sinistra, Maurizio Forte, Luca Palermo, Lamberto Frescobaldi, Marzio Dal Cin e Paolo Castelletti

IL SUCCESSO DELL'INNOVAZIONE

480 espositori su un'area di 25.500 mq netti hanno testimoniato la vitalità di un comparto che vale oltre 3 miliardi di euro di fatturato, di cui il 70% all'export. La sostenibilità è stato il tema di questa edizione, con un ricco programma convegnistico, che ha coinvolto anche altri settori del beverage come birra e olio. Buyer da tutto il mondo, arrivati grazie al supporto di Ice-Agenzia, premiano il grande lavoro sull'innovazione della filiera produttiva tricolore, che mantiene la leadership mondiale. E "per lavorare sull'innovazione - ha detto Lamberto Frescobaldi - sono stati indispensabili le misure a sostegno degli investimenti nel Piano nazionale Transizione 4.0. Un Piano che oggi va in tutti i modi rilanciato e rafforzato"

Il successo di visitatori ed espositori che ha registrato l'ultima edizione del SimeI - il Salone internazionale delle macchine per enologia e imbottigliamento, organizzato da Unione Italiana Vini dal 15 al 18 novembre alla fiera di Milano-Rho - premia la capacità innovativa della filiera delle tecnologie, forniture e soluzioni per la cantina e il vigneto. Una filiera che è stata capace di portare avanti con coraggio e determinazione strategie innovative a 360 gradi, vincendo le difficoltà del Covid-19, dei lockdown, del post-pandemia e del difficile clima geopolitico attuale, dovuto in particolare al conflitto tra Russia e Ucraina, pagato in primis con l'esplosione dei costi energetici e la crisi delle forniture di materie prime. Gli oltre 30mila visitatori professionali venuti da oltre 50 Paesi di tutto il mondo che hanno frequentato i padiglioni del SimeI sono stati un chiaro indice della capacità attrattiva di un comparto che ha fatto dell'innovazione il suo punto di forza. Un punto di forza che, come ha sottolineato il presidente di UIV **Lamberto Frescobaldi** nel corso dell'inaugurazione della manifestazione, "ha trovato nel Piano nazionale Transizione 4.0 un supporto e un incentivo di fondamentale importanza che oggi va in tutti i modi rilanciato e rafforzato. Le misure a sostegno degli investimenti nel Piano 4.0 sono uno strumento indispensabile per lavorare sull'innovazione anche sul fronte della sicurezza e della qualità del lavoro, oltre a rappresentare un cardine per sostenere l'impegno verso la sostenibilità, tema che è strettamente legato all'innovazione". Rivolgendosi al governo e alle forze politiche presenti (tra gli ospiti l'onorevole **Silvia Sardone**, deputata al Parlamento europeo), il presidente di UIV ha voluto ricordare quanto l'innovazione sia il punto strategico più forte della competitività

della filiera industriale rappresentata dal SimeI. "Pur in un contesto di difficoltà economica quale quella che abbiamo attraversato in questi ultimi anni - ha continuato Frescobaldi - la filiera vitivinicola italiana è riuscita a innovare le cantine e le macchine per la lavorazione del vigneto, usufruendo di un beneficio che è stato molto apprezzato dagli imprenditori del settore e che ci auguriamo possa continuare a sostenere i nostri investimenti in innovazione".

Ripartenza sprint

Durante l'inaugurazione, a cui hanno preso parte anche **Luca Palermo**, ad di Fiera Milano, e il tenente colonnello **Mario Fiordaliso**, comandante del Reparto di tutela agroalimentare per Piemonte, Lombardia, Liguria e Valle d'Aosta, **Marzio Dal Cin**, presidente di Anformape (Associazione Nazionale Fornitori Macchine Accessori e Prodotti per l'Enologia) ha aggiunto: "Tornare al SimeI dopo 3 anni è un segnale importante della capacità di gestire il cambiamento da parte della filiera delle tecnologie e delle forniture enologiche, una capacità di resilienza che oggi riporta al SimeI un settore che è stato capace di crescere e continuare a impegnarsi sul fronte dell'innovazione, pur in una contingenza molto difficile". Il segretario generale di UIV **Paolo Castelletti** ha espresso entusiasmo per i numeri raggiunti da questa 29ª edizione di SimeI: 480 espositori, 25.500 m2 netti di superficie e un totale di presenze in linea con l'edizione del 2019, prima della pandemia. "Un dato che supera del 20% le nostre aspettative - ha detto -. Abbiamo registrato un terzo dei visitatori stranieri, confermando la spiccata vocazione internazionale di un settore che realizza il 70% del suo fatturato all'estero. È stata una ripartenza sprint, che conferma SimeI come la manifestazione leader per la tecnologia

del wine&beverage, un luogo di business e networking per un comparto cruciale del made in Italy che vale più di 3 miliardi di euro, ma anche un incubatore di riflessioni e input per le politiche di settore, a partire dal tema della sostenibilità, trasversale a tutto l'evento". Un successo non solo in termini di numeri ma anche di riscontri da parte delle aziende presenti in fiera che, come noi stessi abbiamo avuto modo di constatare visitando gli stand, hanno manifestato soddisfazione fin dal primo giorno. Una parte importante delle delegazioni di buyer internazionali alla manifestazione è arrivata anche grazie al supporto di Ice, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. "Questa edizione di SimeI registra il più alto investimento mai realizzato da Ice, con 180 ospiti internazionali invitati da oltre 30 Paesi - ha sottolineato **Maurizio Forte**, dirigente dell'Ufficio coordinamento e promozione del Made in Italy di Ice-Agenzia -. Il ministero degli Affari esteri, assieme alla nostra agenzia, è molto concentrato nel supporto alle iniziative fieristiche: lo facciamo perché l'Italia, che è leader in diversi settori industriali, come quello della tecnologia per il comparto enologico, possa diventarlo anche nelle rispettive manifestazioni fieristiche. Così facendo si vince due volte, come fiera e come Paese".

Il filone green, protagonista del programma convegnistico

Il tema della sostenibilità è stato il grande protagonista di questa edizione del SimeI, facendo anche da filo conduttore a numerosi convegni tenutisi nei quattro giorni della manifestazione, a partire dai "Caffè della sostenibilità", la serie di incontri organizzati da Unione Italiana Vini che hanno visto il direttore de Il Corriere Vinicolo,

Giulio Somma, insieme alla responsabile dell'Area Consulenze, **Valentina Ellero**, impegnati a dialogare con vari ospiti per trattare l'argomento nelle sue molteplici sfaccettature, dalla biodiversità alla valorizzazione del territorio, dall'architettura delle cantine al connubio tra ingegneria ed estetica, fino ai vigneti e vini "green". Sempre promosso da UIV il convegno "Standard nazionale di sostenibilità nel vino: i primi passi", per fare chiarezza su questa tematica dopo l'approvazione, da parte del Mipaaf, del disciplinare di certificazione della sostenibilità della filiera vitivinicola. Pensando invece a uno standard di riferimento globale per il vino sostenibile, quali potrebbero essere i vantaggi reali? Ha cercato di rispondere alla domanda l'associazione internazionale Sustainable Wine Roundtable in uno dei due appuntamenti proposti al SimeI, dedicando invece un secondo evento alle tecnologie (disponibili o attese per il futuro) in grado di rendere il vino realmente sostenibile. Assobibe, Assobirra, Mineracqua, Unione Italiana Vini hanno unito le forze per approfondire il tema dell'autosufficienza energetica nel settore liquid food, esplorando le reali possibilità applicative nelle imprese italiane attraverso la presentazione di progetti ed esperienze nella filiera. Sia il Dipartimento di Scienze agrarie e ambientali dell'Università degli Studi di Milano che la Fondazione Edmund Mach hanno puntato i riflettori sui cambiamenti climatici e i loro riflessi nella viticoltura. Il periodico Millevigne ha curato la tavola rotonda "Da scarto a risorsa: esperienze e riflessioni sull'economia circolare", mentre la società di certificazione Valoritalia ha analizzato le tendenze del mercato sul fronte della sostenibilità, tra scelte dei consumatori e strategie delle imprese.

SONDAGGIO DELL'OSSERVATORIO DEL VINO UIV

MACCHINE PER L'ENOLOGIA E L'IMBOTTIGLIAMENTO Prospettive di crescita, soprattutto grazie all'export

Il comparto delle macchine per l'enologia e l'imbottigliamento rappresentato a SimeI da un nutrito gruppo di imprese leader, quest'anno prevede una crescita complessiva del fatturato attorno al 9%, con picchi addirittura superiori al 20% per un terzo delle aziende. La proiezione, che emerge dal sondaggio realizzato dall'Osservatorio del vino UIV su un panel omogeneo e rappresentativo del settore, è senza dubbio rosea, nonostante permangano le difficoltà congiunturali legate all'incremento dei prezzi delle materie prime: +30/40% per ferro, carta e componenti elettroniche, e oltre +100% per l'energia. L'84% degli intervistati lamenta inoltre una difficoltà di reperimento delle materie prime, che riguarda soprattutto i componenti elettronici (68%), ma anche la carta e il vetro. Tali criticità, tuttavia, non arrestano la crescita del settore, tanto che circa 8 aziende su 10 prevedono di chiudere il 2022 in positivo, a fronte di un 8% che si aspetta un anno in sostanziale continuità rispetto al precedente, e un 14% che teme invece una contrazione. A trainare il comparto sono soprattutto le esportazioni, che contribuiscono per quasi il 70% ai 3,1 miliardi di euro di fatturato totale (+3% rispetto all'anno scorso), confermando il ruolo di primaria importanza che il made in Italy riveste sul fronte delle tecnologie. "Quello della tecnologia applicata al wine&beverage è uno degli asset del prodotto italiano - ha affermato **Paolo Castelletti**, segretario generale di UIV -. Nel 2021 il comparto ha realizzato più di 2 miliardi di euro di export, in crescita del 5,4% rispetto all'anno precedente e con una bilancia commerciale in attivo per 1,7 miliardi di euro. Numeri da primato mondiale del settore che ne fanno una punta di eccellenza riconosciuta e che vede le innovazioni e soluzioni tricolore presenti in 7 cantine su 10 in tutto il mondo".





Ogni giorno l'Oleoteca di Olio Officina ha intrattenuto il pubblico con appuntamenti sempre inerenti al filone green, che va a toccare diversi segmenti del liquid food, come appunto l'olio e anche la birra, segmenti a cui questa edizione di Simei ha dato grande spazio. Per la prima volta la manifestazione ha ospitato la premiazione I.G.A. Beer Challenge 2022 (IGA è l'acronimo di Italian Grape Ale, birre ad alta fermentazione caratterizzate dalla presenza di uva o mosto d'uva tra gli ingredienti).

Unionbirrai e Unione Italiana Vini hanno organizzato il convegno "Birra artigianale, un comparto in evoluzione e la necessità di una moderna normativa" (in cui è stato invocato l'avvento di un cosiddetto Testa Unico della birra, così come è stato fatto per il vino), mentre Birra Nostra Magazine ha approfondito l'aspetto della comunicazione in questo settore. Anche il mondo dei distillati ha trovato spazio nel fitto calendario di eventi del Simei, con il convegno "La rivoluzione della distillazione artigianale dall'A-

merica all'Italia" tenuto da Craft Distilling Italy. Oltre alla sostenibilità, nel contesto del Simei sono state approfondite altre tematiche di attualità e rilevanza per il settore enologico, come quelle affrontate da UIV nei convegni intitolati "Vino e anfore: il ritorno dell'argilla" e "Moderni orizzonti produttivi e di consumo - tra vini NoLo e nuove tendenze" (NoLo sta per no-low alcohol, uno dei trend più attuali, appunto). Assoenologi ha proposto un focus sull'innovazione nella prevenzione dei difetti di luce nei vini bianchi e rosati. Il gruppo Argea ha presentato uno studio di neuromarketing realizzato da SenseCatch in collaborazione con Raflatac/Kurz. Ultimo ma non meno importante, il secondo Forum mondiale del vino al femminile "Donne, vino, futuro", promosso da Le Donne del Vino, durante il quale è stato siglato un patto d'alleanza tra 11 associazioni del vino al femminile nel mondo, patto finalizzato a condividere esperienze, approfondire la conoscenza dei mercati e incrementare i rapporti fra le socie.

I premi di Innovation Challenge: debutta la sostenibilità

Durante l'evento inaugurale sono stati conferiti i premi Innovation Challenge Lucio Mastroberardino Simei 2022 alle migliori soluzioni in termini di progresso tecnico e, per la prima volta, anche di sostenibilità. A fianco delle consuete categorie in concorso, Technology Innovation e New Technology, quest'anno ha infatti debuttato la categoria Green Innovation, dedicata alle soluzioni più promettenti nell'ambito della mitigazione climatica, dell'economia circolare e dei consumi idrici ed energetici. Il neo-introdotto premio è andato a BioM COORE di Tmci Padovan - sistema che integra il recupero della CO₂ di fermentazione con la coltivazione di microalghe -, e a due soluzioni di Enoflex - R-derma e PET+ - che impiegano materiali riciclati. Le novità più innovative per il comparto, premiate con il Technology Innovation Award, sono risultate la tecnologia Naturity di Amorim Cork Italia per la decontaminazione dei tappi di sughero, il filtro tangenziale Safi di

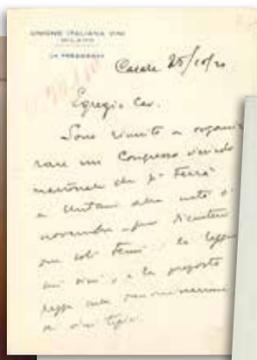
Della Toffola basato sull'intelligenza artificiale, il sistema di controllo della pressatura in tempo reale Digital Juice di Diemme Enologia in collaborazione con WineGrid e G3 Enterprises, e la Valvola di riempimento elettropneumatica ibrida di Gai Macchine Imbottigliatrici, che consente l'utilizzo di un unico tipo di attrezzatura anche per diversi riempimenti. Infine, il riconoscimento di New Technology, è stato assegnato a diverse proposte promettenti per il comparto, quali: S.C.S. - The smart corking system, una nuova tecnologia del Gruppo Bertolaso che permette di estendere la shelf life del vino grazie al controllo della tappatura a sughero; la canalina filtrante Lesslees di Diemme Enologia che assicura mosti più puliti con minori lavorazioni successive; il sistema sviluppato da Siprem International per sfruttare i gas di fermentazione come mezzo per inertizzare le presse; Flavy FGC di Bucher Vaslin, tecnica di filtrazione tangenziale che riduce il dispendio energetico e lo scarto di vino e fecce; il sistema di pressatura Xpert It Process Extraflow, sempre di Bucher Vaslin, che migliora la resa in mosto fiore riducendo i tempi di lavorazione; il software Quadr@ Oenological della Parsec per la tracciabilità e gestione dei processi di vinificazione e, della stessa azienda, Smartrace System, un'attrezzatura per il monitoraggio sia dei parametri analitici che della movimentazione dei liquidi.

R.C.

IN RICORDO

UNO SPACCATO BIOGRAFICO INEDITO RICOSTRUITO DAGLI ARCHIVI STORICI DI UIV

Da sinistra: Vittorio Vallarino Gancia nel suo ufficio a Canelli. Minuta autografa di Arturo Marescalchi per Camillo Gancia, Casale Monferrato, 1920 ottobre 26. Archivio UIV. Pagina pubblicitaria Gancia (*Enotria del 1921*). L'intervento di Vittorio Vallarino Gancia all'inaugurazione della 19^a Douja d'Or (*Il Corriere Vinicolo del 23 settembre 1985*). L'annuncio dell'elezione alla presidenza UIV (*Il Corriere Vinicolo del 22 giugno 1995*).



Gancia: l'imprenditore dal forte spirito associativo

La vita associativa di Vittorio Vallarino Gancia rivela tratti importanti del suo profilo storico e biografico. Il suo approdo in UIV, la nomina a presidente e il suo impegno politico attraverso alcune pagine storiche del nostro giornale

Da quando nell'ottobre del 1920, Arturo Marescalchi scrisse a Camillo Gancia per invitarlo a partecipare al Congresso vinicolo che si sarebbe tenuto a Milano nel mese successivo, così da "riferire in nome degli industriali piemontesi", sarebbero dovuti passare dodici anni e qualche giorno perché venisse alla luce, o meglio sarebbe dire, al vino italiano, Vittorio Vallarino Gancia, suo bisnipote, nato il 28 ottobre 1932 e scomparso lo scorso 12 novembre. Non è un caso che una delle lettere più antiche, conservate nell'Archivio di UIV, sia proprio una minuta, redatta a penna nera da Arturo Marescalchi su carta intestata Unione Italiana Vini, destinata ad un Gancia. Non è un caso perché la storia dell'industria vinicola italiana è strettamente legata a questa "dinastia" italiana dello spumante, e di conseguenza anche, e particolarmente, all'Unione Italiana Vini, che dell'industria del vino nazionale è stata, fin dalla fine del XIX secolo, la voce

di categoria più autorevole. Dell'Unione Italiana Vini, Vittorio Vallarino Gancia - un nome che "non ha bisogno di presentazione" perché "vinicolo dai cento carati" (come lo definì Il Corriere Vinicolo nel 1984 nelle cronache della sua nomina a capo della Camera di Commercio di Asti) - fu il quindicesimo presidente, per due mandati triennali, tra la metà degli anni Novanta e l'inizio del nuovo millennio. La sua prima elezione alla guida del sodalizio è datata 31 maggio 1995. Quel giorno, nella sede di Milano, si era riunito il Consiglio di UIV e Luigi Cecchi, vicepresidente dell'Unione, riferì ai convenuti che il lavoro della "Commissione per la designazione del nuovo presidente" aveva portato alla "segnalazione" di Gancia. "Il Consiglio - prosegue nelle righe successive il processo verbale della riunione - *elegge all'unanimità per acclamazione il Cav. del Lavoro dott. Vittorio Vallarino Gancia come presidente dell'Unione Italiana Vini per il triennio 1995/1997*". Ringraziando per il

prestigioso incarico affidatogli, Gancia si impegnò fin da subito a "continuare nell'opera di difesa del vino italiano". Solo pochi giorni prima, il 19 maggio, l'Unione aveva festeggiato, in un convegno tenutosi nella prestigiosa sede dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, i suoi primi cento anni di attività di tutela, coordinamento e rappresentanza dei legittimi interessi generali, morali e materiali dell'attività del ciclo economico del settore vitivinicolo (scopo sociale ancora vivo nello Statuto oggi vigente di UIV). Al momento della sua nomina alla presidenza di UIV (carica che gli venne poi riconfermata per un altro triennio il 15 luglio 1998), Gancia era presidente e amministratore delegato dell'azienda di famiglia, la Fratelli Gancia & C, nella quale era entrato nel 1957, per occuparsi delle esportazioni, dopo la laurea in Scienze Politiche.

Vita e "opere" vinicole

Nell'archivio di Unione Italiana Vini sono conservate fonti primarie e secondarie utili alla

ricostruzione della vita e delle "opere" vinicole dell'industriale astigiano. L'occorrenza "Vittorio Vallarino Gancia", ad esempio, porta a oltre 250 risultati nella ricerca tra le pagine de Il Corriere Vinicolo dal 1971 ad oggi. Questo anche perché sono state innumerevoli nella sua vita le presenze in convegni (fin dal 1977 era accademico corrispondente dell'Accademia della Vite e del Vino), dibattiti e manifestazioni vitivinicole, tra le quali non si può non ricordare la Douja d'Or. La sua carriera politico-istituzionale nel mondo vitivinicolo annovera oltretutto, tra le tante altre cariche in comitati e associazioni a livello locale, la proficua e già ricordata presidenza della Camera di Commercio di Asti (1984 - 1991), quella di Federvini (1990-1993), e ancora quella del Consorzio dell'Asti (1992 - 1994). Tanti sono stati i temi calcati da Gancia imprenditore vitivinicolo: dal valore dell'export e dei marchi portatori della qualità del prodotto, all'armonizzazione fiscale delle bevande

alcoliche nella CEE, all'importanza tecnico-specialistica, nonché commerciale e promozionale del Metodo di spumantizzazione inventato da Federico Martinotti. Contribuì anche alla questione dei nomi d'origine del vino, sia nelle funzioni di membro del Comitato Nazionale di Tutela delle Denominazioni di origine, che nel suo ruolo di guida degli enti di cui fu presidente. Fu così nel 1991 quando, accusata da tempo dal mondo vitivinicolo la necessità di riformare il Dpr 930, come presidente della Camera di Commercio di Asti promosse il convegno "La politica della qualità e la nuova legge delle denominazioni di origine dei vini"; ed ancora, qualche anno più tardi quando, era il 1996, la "sua" Unione Italiana Vini, presentò un progetto di modifica della legge 164/1992, che aveva sostituito la già citata "930". Sua la convinzione che "i prodotti di qualità non hanno da temere del futuro".

FRANCESCO E. BENATTI

L'ALERT SUI RISCHI DELLA COMUNICAZIONE È STATO LANCIATO DA UIV AL WORKSHOP DI WINE2WINE

Sostenibilità e green-washing: È TEMPO DI SCELTE



“Per il vino italiano la sostenibilità è una strada fondamentale, ma a patto che non si ceda a compromessi di sorta”, ha detto Lamberto Frescobaldi. Dobbiamo difenderci dalle fake news sul sostenibile e i giornalisti hanno una responsabilità forte nel frenarne la diffusione, ha sottolineato il direttore del nostro giornale, moderatore dell'incontro. “Nella narrativa del vino raccontare l'impegno dei produttori per la sostenibilità è uno strumento potentissimo”, ha concluso Luciano Ferraro, vicedirettore del Corriere della Sera e autore della guida “I migliori 100 vini e vignaioli d'Italia”

C'è un termine oggi più che mai esposto al rischio di “inflazione comunicativa”: è “sostenibilità”, una delle parole più ricorrenti ormai sui media di tutti i generi, esposta in maniera preoccupante all'effetto “svuotamento” di senso che la ripetizione ossessiva porta con sé, arrivando a indurre nell'opinione pubblica quella sordità da assuefazione che induce all'indifferenza. L'allarme su un rischio che potrebbe investire uno dei concetti più importanti per il futuro del pianeta - e della vitivinicoltura in primis - arriva dall'incontro “L'insostenibile comunicazione della sostenibilità”, organizzato da Unione Italiana Vini a wine2wine, il forum internazionale sul wine business di Veronafiere, che si è svolto il 7 e 8 novembre scorsi. “Abbiamo voluto parafrasare il titolo di un libro di Milan Kundera nel tema del workshop - ha spiegato in apertura **Giulio Somma**, direttore del Corriere Vinicolo, che ha animato l'incontro - a sottolineare il pericolo che corre la comunicazione della sostenibilità”. Ricordando come questo termine deriva dall'inglese “sustain” che indica il pedale del pianoforte che prolunga il suono, Somma ha spiegato come “l'inflazione comunicativa cui oggi è esposta la parola sostenibilità rischia di renderla non più ‘sostenibile’, cioè durevole nel tempo, quindi ascoltata e ascoltabile da parte dell'opinione pubblica. Il pericolo che in futuro non ci sia più spazio per comunicare la sostenibilità pretende che oggi capiamo cosa fare per evitare che ciò possa accadere”. L'alert lanciato dal direttore del Corriere Vinicolo è stato subito ripreso dal presidente di Unione Italiana Vini, **Lamberto Frescobaldi**. “Per il vino italiano la sostenibilità è una strada fon-

damentale, ma a patto che non si ceda a compromessi di sorta - ha sottolineato Frescobaldi -, il più pericoloso dei quali è il green-washing, l'uso improprio, cioè l'abuso del termine nella comunicazione e nella promozione. Noi vogliamo preservare il vino italiano da questa pericolosa deriva: per Unione Italiana Vini la sostenibilità ha un senso solo se è misurabile e il mondo del vino vuole dare risposte concrete e fattuali in tal senso. Vendere un ecologismo di facciata, come ormai sta succedendo sempre più spesso anche nel nostro ambito, sarebbe un boomerang clamoroso. Ora, con la norma unica nazionale, il settore ha un'occasione preziosa per incanalare il proprio impegno in pratiche misurabili e certificabili: la vera, seria, risposta a mercati e consumatori internazionali che chiedono sempre di più vini prodotti con pratiche aziendali sostenibili. Oggi lo standard nazionale è realtà e, sin dalla prossima vendemmia, tutte le aziende che decideranno di aderire al protocollo previsto dalla norma ministeriale potranno certificare i propri vini che saranno presto riconoscibili attraverso un marchio identificativo, sul modello neozelandese”.

Verso un salto di qualità del settore

La diffusione tra le aziende vitivinicole dello standard di base - approvato dal Mipaaf lo scorso 16 marzo - studiato per allargare la platea delle aziende certificate facilitando l'ingresso nel percorso sostenibile a imprese di tutte le dimensioni, senza gravare economicamente in una situazione generale già difficoltosa, potrebbe determinare realmente un salto di qualità a livello di sistema Paese in un comparto che comunque, come ha ricordato il direttore del nostro giornale, è oggi all'avanguardia tra i settori agricoli in



Da sinistra: Luciano Ferraro, Giulio Somma e Lamberto Frescobaldi

termini di certificazione della sostenibilità. Ed è proprio per valorizzare questa nuova sensibilità e strutturare l'impegno delle imprese in percorsi misurabili e certificabili che la filiera, con UIV in prima linea, sta lavorando con il Dicastero agricolo per integrare la norma unica con la definizione precisa di regole più stringenti in vigna rispetto all'impiego dei fitofarmaci (revisione dei disciplinari regionali, prevedendo nel sistema Sqnpi una sezione specifica per i vigneti sostenibili) e monitoraggio dei consumi d'acqua ed energetici, che permettano nel tempo di inserire i calcoli delle cosiddette impronte carbonica e idrica, migliorando anche gli obiettivi che le aziende devono raggiungere sugli altri due pilastri, quello sociale ed economico. Un work in progress su cui l'associazione è impegnata e attenta, consapevole di quanto la sfida della sostenibilità sia ormai decisiva per la partita più ampia della competitività delle nostre produzioni sui mercati mondiali. Una partita dove la

mossa “chiave” sarà l'istituzione - ma anche la promozione sui mercati - del logo/marchio di riconoscimento del vino sostenibile, strumento principe per la valorizzazione della certificazione di sostenibilità sui mercati. Logo che, si mantenga o no quello adottato sino a oggi per il sistema Sqnpi, dovrà essere dotato dei supporti, anche economici, necessari per la sua promozione a livello internazionale.

Il ruolo della narrazione

E “per non rischiare di avere da un lato il circolo virtuoso della certificazione e dall'altro quello vizioso della comunicazione”, ha sottolineato Giulio Somma, ricordando l'impegno editoriale anti green-washing assunto dal Corriere Vinicolo (vedi l'editoriale del Dossier speciale sulla sostenibilità pubblicato in occasione di wine2wine e Simei e in diffusione, come allegato, con il prossimo numero del giornale), deve intervenire il coraggio di una narrativa specifica che chiama in causa direttamente la responsabilità dei giornalisti nel moralizzare il

settore e frenare il dilagare del green-washing. Appello subito colto da **Luciano Ferraro**, vicedirettore del Corriere della Sera, ideatore e autore della guida “I migliori 100 vini e vignaioli d'Italia” e autorevole firma della rubrica DiVini del quotidiano. “La situazione attuale, nella quale anche noi giornalisti operiamo, è frutto di una positiva spinta dei consumatori a chiedere prodotti sempre più ‘naturali’, più salubri e anche socialmente accettabili - ha spiegato Ferraro - che ha determinato la produzione di una grande quantità di comunicazione, veritiera o meno, da parte delle aziende. Ne dà la misura il numero di volte che la parola ‘sostenibilità’ compare nell'archivio del Corriere della Sera: ben 270 articoli contengono almeno una volta il termine, nel breve lasso di tempo tra il 15 ottobre e il 6 novembre. Un numero enorme che testimonia quel rumore di fondo continuo in cui si fatica a distinguere le fake news, cioè il green-washing”. D'altra parte è impossibile, ha continuato “per noi giornalisti verificare ogni notizia. Se negli Usa i Fondi di investimento in tema di ‘sostenibilità’ ammontano quest'anno a 3 miliardi di dollari, contro il miliardo del 2019, è significativo che la Sec, la Consob statunitense che controlla anche le comunicazioni pubblicitarie delle aziende quotate, sia intervenuta a sanzionare tre imprese per un carburante, un tessuto e un'acqua minerale per pubblicità mendaci. Ma sono solo tre casi su una comunicazione vastissima, una goccia in un mare, ma un segnale forte di quanto sia diffuso il green-washing e anche di quanto sia complesso contestarlo”. Volgendo lo sguardo al nostro Paese, una ricerca recente dimostra come una pubblicità su cinque parla di sostenibilità, mentre meno del 2% delle imprese con più di 20 addetti

pubblica un Bilancio di sostenibilità: due dati che spiegano come mai la maggioranza dei consumatori sia scettica sul reale impegno delle imprese per la trasformazione sostenibile e, sebbene confermi l'attenzione a questa tematica, non sia disposta a pagare di più i prodotti che si dichiarano green. Un contesto che tocca anche il settore del vino, dove la galassia dei termini riconducibili al sostenibile è ancora molto confusa nella mente del consumatore (come testimonia l'inchiesta pubblicata sul Corriere Vinicolo n. 18/2022); deficit comunicativo recuperabile solo attraverso la promozione di standard internazionali chiari e riconoscibili (vedi articolo sul Simei alle pagg. 3-4). Ma tornando alla narrazione del vino, Ferraro ha spiegato perché da due anni il green è diventato il tema centrale della sua guida: “La componente narrativa è importante in generale per raccontare il vino e quella della sostenibilità non fa eccezione, ma deve essere narrata dal produttore per trasferire la sua passione. Parlare non solo della produzione del vino, ma anche delle opere meritorie dei produttori è uno strumento potentissimo. Ecco perché abbiamo chiesto ai vignaioli di raccontare cosa fanno per ‘essere sostenibili’. Il quadro che ne è sortito indica che c'è ancora molto da fare per uscire dalla banalità. Tanti raccontano le operazioni colturali, altri la biodiversità, solo qualcuno il Bilancio di sostenibilità. Pochi fanno e raccontano ciò che fanno nel sociale e tra le storie più significative sotto questo aspetto c'è il progetto di Frescobaldi a Gorgona. Ma il quadro complessivo che emerge è positivo - ha concluso -: la strada verso un approccio diverso è ormai tracciata e si tratta di un dato di grande importanza su cui costruire il futuro”. C.P.

IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE
PAOLO CASTELLETTI

DIRETTORE RESPONSABILE
GIULIO SOMMA g.somma@uiv.it

CAPOREDATTORE
CARLO FLAMINI c.flamini@uiv.it

REDAZIONE
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it

HANNO COLLABORATO
Francesco E. Benatti, Fabio Ciarla, Andrea Guolo, Giancarlo Montaldo, Giusy Pascucci, Christophe Andrieu, Stefano Saderi, Angelo Divittini, Marta Donna, Leonardo Valenti, Fulvio Mattivi, Silvia Carlin, Urska Vrhovsek, Isabella Ghiglieno

GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

SEGRETERIA DI REDAZIONE
tel. 02 7222 281, corrierevinicolo@uiv.it
PROMOZIONE & SVILUPPO
LAURA LONGONI (desk), tel. 02 72 22 28 41, l.longoni@uiv.it
GIORGIO GORIA, cell. 346 7867907, g.goria@uiv.it
GIORDANO CHIESA, cell. 335 1817327, g.chiesa@uiv.it

Grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

ABBONAMENTI
VALERIA VALENTINI, tel. 02 72 22 28 48
abbonamenti@corrierevinicolo.com



Qualche segno negativo può essere normale dopo una crescita impetuosa. Soprattutto se le richieste - in particolare per le festività natalizie e di fine d'anno - continuano ad essere molte, al punto che l'offerta forse non riuscirà a soddisfare completamente la domanda. Differenze notevoli tra Gdo e Horeca, così come vivono storie diverse i tre grandi Paesi produttori (Italia, Francia, Spagna), per la prima volta messi a confronto nel nostro Dossier Spumanti giunto alla sua decima edizione

di GIULIO SOMMA e FABIO CIARLA

In Borsa dopo un periodo di crescita costante a un tratto gli indici passano in negativo, in quel caso si parla di "realizzo", ovvero di vendite di azioni per incassare la differenza positiva. Per il vino non dovrebbe essere così, ma il paragone tiene se pensiamo alla tipologia particolare che affrontiamo in questa sede, ovvero gli spumanti. E viene in mente un altro paragone economico, quello della "bolla" (termine particolarmente adatto al nostro caso nel suo doppio significato), che contraddistingue questi vini e anche i fenomeni, di costume come finanziari, soggetti a rotture improvvise. Il preambolo è funzionale a capire che un sistema come quello degli spumanti - che approfondiamo negli andamenti tra il 2021 e il 2022 in questo tradizionale dossier del nostro giornale, quest'anno alla sua decima candelina - capace di movimentare produzioni dall'enorme valore come lo Champagne e dall'enorme quantitativo come il Prosecco, deve fare molto i conti con l'economia, dentro e fuori. Al momento, il registrare qualche segnale negativo nelle vendite di spumanti italiani non spaventa: d'altronde, per certi versi eravamo

stati abituati male con crescite a doppia cifra e, soprattutto, con la pandemia che aveva spostato alcuni consumi, privilegiando canali che poi, per forza di cose, hanno visto i propri fatturati tornare a quote più normali. È il caso della Gdo, che durante il lockdown ha raggiunto vette incredibili e che ora, naturalmente, segna dati negativi. Usando qualche cifra, nonostante il -2%, in volume e valore previsto in Italia per il 2022 rispetto ai picchi di un 2021 straordinario, il comparto italiano si posiziona comunque sopra le medie del periodo pre-Covid. Più complesse invece le diverse situazioni dei principali mercati esteri (Germania, Uk e Usa), dove l'anno scorso le vendite sono state piuttosto "normali". Trend consolidati per gli spumanti, in Italia, la crescita degli Chardonnay secchi, diversi dal Prosecco, e il canale supermercato come primo assoluto nelle vendite con il 37% di quota sul totale. All'estero la situazione evidenzia qualche problema a tutto campo per le bollicine italiane soprattutto in volume, con note positive nel valore (che quando scende lo fa a quote minori rispetto al volume) e per il Prosecco rosé.

Quello che non manca, soprattutto nella distribuzione, è l'ottimismo. Molti dei produttori intervistati, così come i consorzi per quanto riguarda l'Italia, non si lamentano sia in virtù di dati comunque in linea con il pre-Covid sia perché i grandi consumi del 2021 hanno eroso qualche scorta. Ma i problemi sono dietro l'angolo e si chiamano inflazione - con rischio recessivo collegato - guerra in Ucraina, aumento dei costi delle materie prime. A ben guardare il sistema produttivo italiano rimane cauto, tra chi sembra crescere ancora e chi si stabilizza, sperando tutti nella destagionalizzazione dei consumi ma rimanendo felici per l'incremento delle vendite sotto Natale. Euforica invece la distribuzione, che pare avere solo il problema della reperibilità, in particolare di alcune tipologie di spumanti, quelle più ricercate, italiane e francesi ovviamente. Ecco, in Francia la situazione cambia anche per motivi produttivi, la scarsità di prodotto deriva anche da due vendemmie povere in volumi come la 2020 e la 2021, quindi anche qui il problema è il reperimento dello Champagne in particolare (ovviamente), con

l'avvio della pratica delle assegnazioni e qualche timore sul ritorno a prodotto "d'élite": ma anche con un positivo effetto ricaduta su altre denominazioni interne e altre produzioni estere. In Spagna invece è tutto molto effervescente, il Cava cresce anche nel 2022 e il Corpinnat, piccolo e bello, alza la testa. La riflessione generale, anche qui, riguarda soprattutto il valore, cercando di migliorare il dato complessivo in un mondo che vede i consumi globalmente stagnanti. Un dossier spumanti più ricco degli anni scorsi, con il debutto dell'analisi contemporanea dei tre principali Paesi produttori, per una decima edizione che cerca di prevedere anche come il settore reagirà alla pressione, questa volta non quella interna alle bottiglie ma quella esterna, fatta di incognite geopolitiche ed economiche. Per farlo abbiamo analizzato anche i dati del 2022 confrontandoli con il 2021, per trovare indicazioni, spunti e prevedere se davvero il segno meno di alcuni mercati è solo frutto della necessità di tornare a velocità normali o se, invece, indica un rallentamento strutturale del comparto.

LA LEGGEREZZA HA BISOGNO DI VETRO.

Leggero, stabile, ecologico. Il vetro leggero ha argomenti convincenti quando si tratta di salvaguardare l'ambiente. Riduce il consumo di energia e di materie prime, nonché le emissioni di CO₂. Stabilità e solidità restano invariate. Così come tutti i vantaggi ecologici. La leggerezza ha bisogno di vetro - e il vetro ha bisogno di Vetropack.

Vetropack Italia S.r.l., IT-20090 Trezzano sul Naviglio (MI), www.vetropack.it

vetropack



OSSERVATORIO DEL VINO

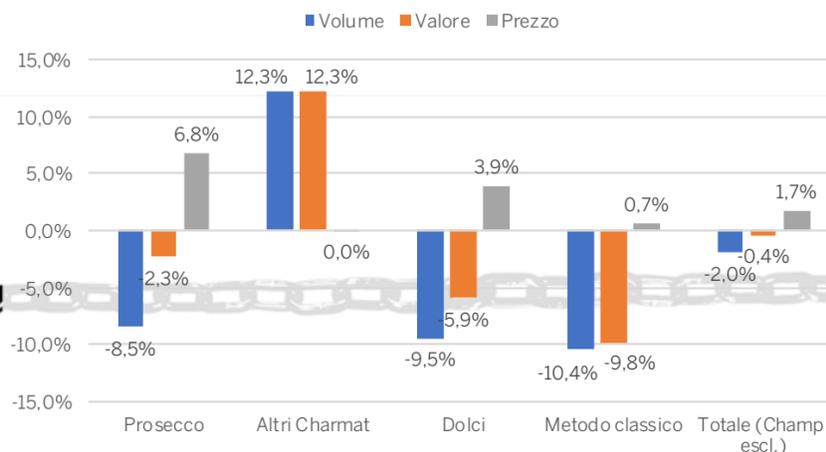
Tutti i dati sulla piattaforma Osservatorio del Vino

Le analisi di queste pagine sono effettuate dall'Osservatorio del Vino UIV. I report integrali, con tabelle di dettaglio, sono visionabili sul sito www.osservatoriodelvino.it/report

Per tutte le informazioni sui pacchetti abbonamento, si può richiedere un preventivo direttamente online o contattare la segreteria: segreteria.osservatoriodelvino@uiv.it



1 SPUMANTI CANALE RETAIL: VARIAZIONI SETTEMBRE 2022/21



In Italia si resta ai livelli del 2021 Difficoltà in Usa, UK e Germania

Pur chiudendo a -2% in volume e valore, il comparto resta ben sopra le medie pre-Covid, raggiunti nell'anno di grazia 2021. Difficoltà diffuse invece sui principali mercati esteri, dove l'anno scorso le vendite sono state piuttosto "normali"

di CARLO FLAMINI - Osservatorio del Vino UIV

I primi nove mesi dell'anno sul fronte dei consumi domestici indicano segni negativi sia in Italia che sui tre principali mercati di sbocco all'estero. La situazione resta di particolare tensione in Germania e UK, mentre negli Stati Uniti rispetto al saldo dei sei mesi si percepisce una piccola inversione di tendenza, grazie anche al favorevole rapporto euro-dollaro che ha assorbito quasi totalmente le fiammate inflazionistiche generate in Italia. Sul mercato nazionale, invece, la lettura da dare dei segni meno è di tenore diverso, essendo i dati da confrontarsi con un 2021 che era stato straordinario sul fronte delle vendite di bollicine in grande distribuzione: da gennaio a settembre il saldo volumico fu di +24% e sopra +27% per quanto riguarda i valori, con picchi straordinari soprattutto

per l'area metodo classico (+40%), con il Franciacorta a +43% e il Trento Doc a +27% volume, mentre il Prosecco aveva veleggiato intorno a +30%.

Nel 2022 si scende quindi a -2% a volume (650.000 ettolitri circa, da parametrarsi al mezzo milione medio del 2019-2020), con picchi negativi negli iper (-6%) e super (-4%), mentre restano in positivo i volumi venduti presso i discount (+7%), trainati dalla categoria Charmat non Prosecco (+19% volumico) e nonostante aumenti del prezzo medio di gran lunga superiori a quelli fatti segnare dagli altri canali (+5% contro media generale del 2%) (grafici da 1 a 4).

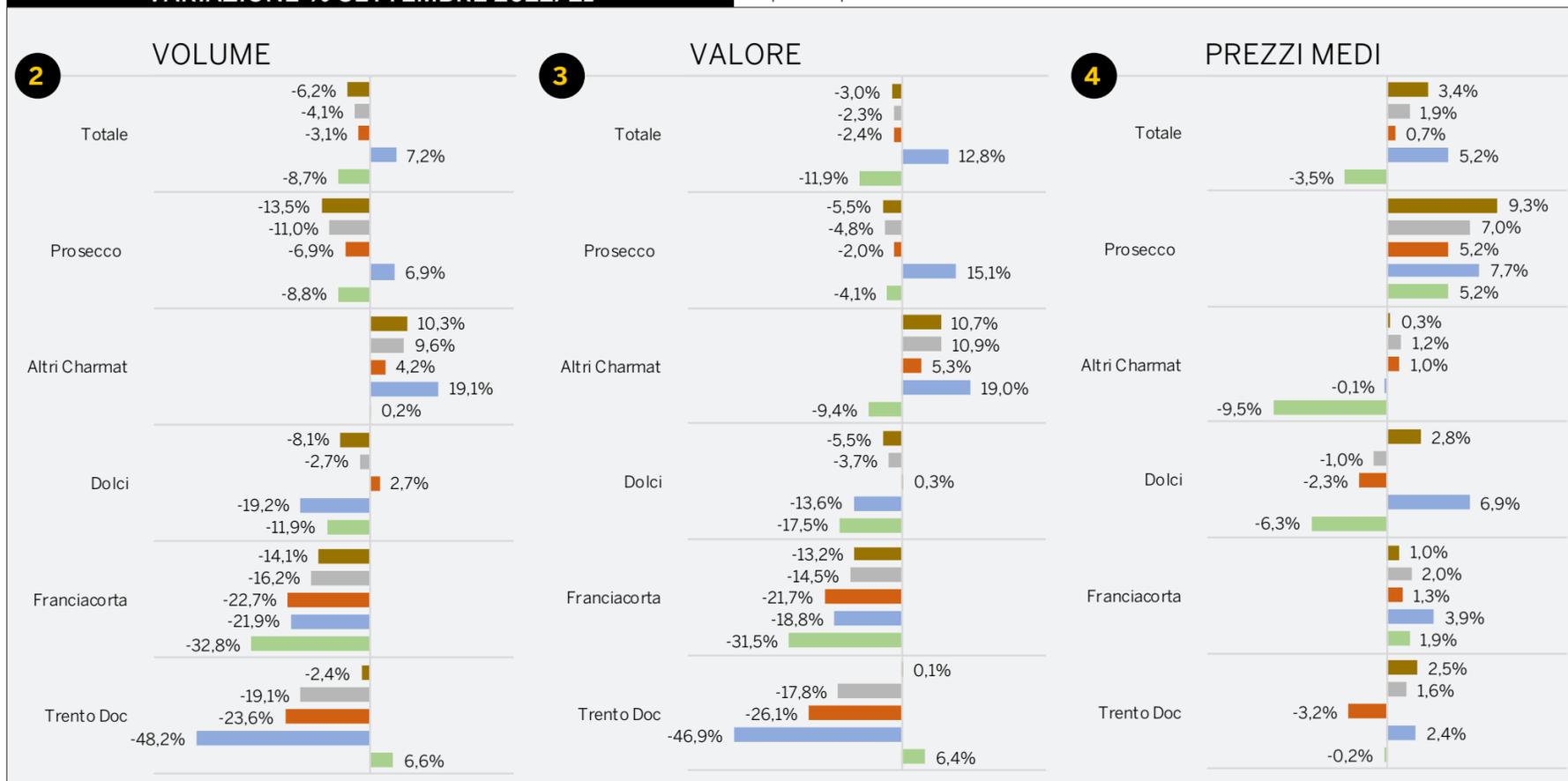
Secondo le elaborazioni dell'Osservatorio del Vino UIV e Ismea su panel dati Nielsen, a fronte di queste dinamiche di rimbalzo del 2021 sull'anno Covid, nel 2022 le vendite totali di Prosecco risulta-

no in calo (-8,5%, anche qui con picchi negativi nei super e iper e aumenti sul discount) e quelle degli spumanti dolci (-9,5%), a cui si associa la performance negativa del metodo classico, sotto del 10%. Sempre positivi invece gli Charmat secchi, non solo nei discount, ma anche presso iper e super (+10%) e liberi servizi (+4%): la categoria - che già aveva avuto incrementi del 20% nel 2021 - a oggi risulta ulteriormente premiata per aver tenuto i prezzi fermi rispetto al 2021 (4,50 euro/litro), contro +7% per il Prosecco e +2% del totale spumanti Italia, portando a casa aumenti valoriali del 12%, contro media del comparto bollicine di -0,4%, con -10% per il metodo classico e -2% per il Prosecco.

Continua a pagina 9

VARIAZIONE % SETTEMBRE 2022/21

Iper Super Liberi Servizi Discount E-commerce





R-DERMA®

*Rinascimento
senza fine*

Nuova generazione di polilaminato per capsuloni e capsule da vino spumante, fermo e liquori, realizzato con il 60% di polietilene riciclato.

R-derma® sostiene il concetto dell'economia circolare garantendo un ridotto impatto ambientale: -18% di emissioni di CO₂
Dona ai rifiuti una seconda vita riducendo la quantità di plastica destinata alle discariche.
Gli scarti diventano nuove risorse di valore.

enoplastic
| PART OF  **Crealis**

www.crealisgroup.com

➔ Segue da pagina 7

Metodo classico in rientro nei nove mesi dalle cifre esorbitanti del 2021, anche se i volumi e valori restano ampiamente superiori sia al 2020 che al 2019 (3,4 milioni di litri contro media di 2,7 del biennio). Aumenti di prezzo limitati a +1% circa per il Franciacorta (escluso discount) e +2% per il Trento, considerando che il Prosecco - che ha visto aumentare i listini anche del 9% su alcuni canali - registra diminuzioni di consumo meno accentuate.

A livello di pesi percentuali, se il Prosecco resta primattore delle vendite con una quota di circa il 50% sul totale, l'unico canale in cui il peso scende (37% per la precisione) è il discount, dove metà dei volumi commercializzati sono fatti di altre bollicine Chardonnay secche. Di converso, il metodo classico vede un peso maggiore sulle vendite online (11%) e il minimo nel canale discount, al 2%, contro una media negli altri segmenti del 6% (grafico 5).

Sono i super il canale che veicola il maggior volume di spumante (37% di quota, 20 milioni di litri circa), seguiti dagli iper (30%) e dai discount (1/4 del totale) (grafico 6). Chiudono liberi servizi (6%) e l'e-commerce al 2%, quota che a valore resta la stessa, nonostante il peso più sostenuto di etichette di maggior prestigio, come il metodo classico. Scende di 10 punti (al 15%) l'incidenza dei discount, mentre il ruolo dei super è ancora più trainante, con il 42% sul totale (183 milioni di euro), seguiti dagli iper al 31% (2 punti in più rispetto alla share volume).

A livello generale, sempre in termini volumici, la categoria spumante detiene il peso maggiore sul totale vendite di vino nel canale e-commerce (19%), quasi il doppio rispetto ai discount e più del doppio dei liberi servizi, all'8%. Robuste le vendite negli iper (16% sul totale del canale), di fatto il secondo con l'incidenza maggiore dei volumi, contro il 12% dei super, allineati alla media generale retail (grafico 7).

I MERCATI ESTERI

Sui tre principali mercati di sbocco per la spumantistica italiana, a tutto settembre per il canale retail viene registrata una perdita in termini di volumi consumati dell'11%, a 878.000 ettolitri, contro i 982.000 del corrispondente periodo del 2021 (grafico 8).

In Germania, secondo le elaborazioni dell'Osservatorio del Vino UIV su dati NielsenIQ, in un mercato in riduzione volumica del 5% sul cumulato e in perdita anche nel terzo quarto rispetto al dato positivo di giugno (con i Sekt tedeschi sotto del 4%), per le bollicine italiane la situazione continua a rimanere piuttosto critica: totale da gennaio a -17% (-14% nel quarto), con Prosecco a -14% (-17% nel trimestre) e persino la tipologia rosato in contrazione (-20% cumulato da inizio anno). Sui valori, totale bollicine italiane a -12%, il doppio della media mercato (-4% i tedeschi), con il Prosecco confermato a -8% e il Rosé a -9%, ma in costante recupero dal -13% di giugno. Per quanto riguarda i prezzi, a fronte di un comparto che segna listini in aumento del 2% nel terzo quarto (con i Sekt a +3%), le bollicine italiane vedono aumenti generalizzati, con il totale a +6%, di cui +10% per il Prosecco e +6% per la versione in rosa (in regressione). Sul cumulato da gennaio, in un mercato senza strappi (Sekt a +0,5%), gli italiani viaggiano a +6%, con Prosecco e Rosé rispettivamente a +6% e +7%.

In UK, le perdite registrate dalle bollicine italiane ammontano al 14% nel cumulato da gennaio, a 475.000 ettolitri (-11% nel trimestre luglio-settembre). Il Prosecco conferma il -13% di aprile-giugno, restando con un saldo da gennaio negativo a -17% (341.000 ettolitri venduti). Meno negativa la performance della private label, -5% (ma si era -2% nel semestre), con il trimestre luglio settembre che piomba in zona rossa (-9%) dopo essere stato a giugno a +5%. In aumento, ma in modalità più soft, la tipologia Rosé, attorno a +16% (era a +21% il saldo semestrale), di cui +7% nel trimestre (10 punti in meno rispetto al quarto aprile-giugno). A valore, con un caro-prezzi invariato al 3% (doppio rispetto al totale mercato), il saldo della categoria Italia chiude a -12%, con Prosecco che sottoperforma a -14% (2 punti in più rispetto a giugno), mentre le private label passano dal +4% di giugno al -4% di settembre. Prosecco Rosé sempre positivo, con il cumulato da inizio anno però ridotto di 4 punti rispetto al +20% di giugno (57 milioni di sterline).

Negli Usa, il terzo quarto dell'anno vede un calo dell'1,4%, ben inferiore al -3,5% del totale comparto, con la perdita da inizio anno che arriva a cumulare -2%, in miglioramento di 2 punti rispetto a giugno. Prosecco in ascesa, soprattutto sul quarto trimestre (+6%), con il Rosé che continua la sua forte fase espansiva (+70% nel semestre, 10 punti in meno però rispetto a giugno). In forte calo la spumantistica californiana, che cumula da gennaio un saldo passivo dell'8%. A valore, invece, il dato negativo di giugno viene invertito, da -1% a +1,4% (566 milioni di dollari), contro un totale mercato che invece arretra del 4%. Il Prosecco aumenta i valori da +3% di giugno a +5% e la versione rosa resta attorno a +76%, per 22 milioni di controvalore.

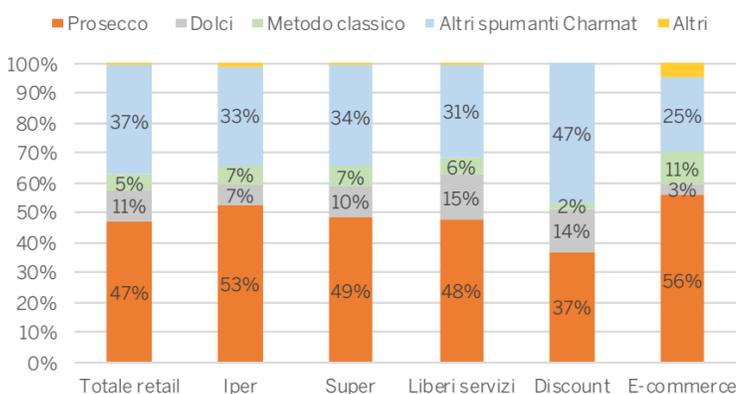
Negli Usa, il terzo quarto dell'anno vede un calo dell'1,4%, ben inferiore al -3,5% del totale comparto, con la perdita da inizio anno che arriva a cumulare -2%, in miglioramento di 2 punti rispetto a giugno. Prosecco in ascesa, soprattutto sul quarto trimestre (+6%), con il Rosé che continua la sua forte fase espansiva (+70% nel semestre, 10 punti in meno però rispetto a giugno). In forte calo la spumantistica californiana, che cumula da gennaio un saldo passivo dell'8%. A valore, invece, il dato negativo di giugno viene invertito, da -1% a +1,4% (566 milioni di dollari), contro un totale mercato che invece arretra del 4%. Il Prosecco aumenta i valori da +3% di giugno a +5% e la versione rosa resta attorno a +76%, per 22 milioni di controvalore.

Negli Usa, il terzo quarto dell'anno vede un calo dell'1,4%, ben inferiore al -3,5% del totale comparto, con la perdita da inizio anno che arriva a cumulare -2%, in miglioramento di 2 punti rispetto a giugno. Prosecco in ascesa, soprattutto sul quarto trimestre (+6%), con il Rosé che continua la sua forte fase espansiva (+70% nel semestre, 10 punti in meno però rispetto a giugno). In forte calo la spumantistica californiana, che cumula da gennaio un saldo passivo dell'8%. A valore, invece, il dato negativo di giugno viene invertito, da -1% a +1,4% (566 milioni di dollari), contro un totale mercato che invece arretra del 4%. Il Prosecco aumenta i valori da +3% di giugno a +5% e la versione rosa resta attorno a +76%, per 22 milioni di controvalore.

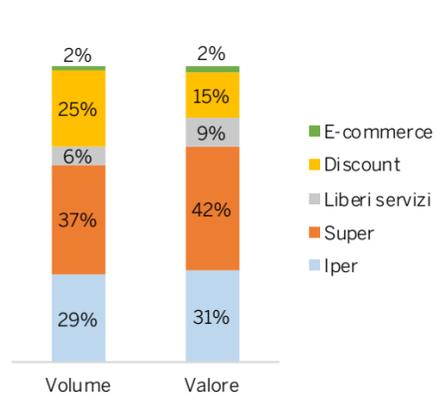
Negli Usa, il terzo quarto dell'anno vede un calo dell'1,4%, ben inferiore al -3,5% del totale comparto, con la perdita da inizio anno che arriva a cumulare -2%, in miglioramento di 2 punti rispetto a giugno. Prosecco in ascesa, soprattutto sul quarto trimestre (+6%), con il Rosé che continua la sua forte fase espansiva (+70% nel semestre, 10 punti in meno però rispetto a giugno). In forte calo la spumantistica californiana, che cumula da gennaio un saldo passivo dell'8%. A valore, invece, il dato negativo di giugno viene invertito, da -1% a +1,4% (566 milioni di dollari), contro un totale mercato che invece arretra del 4%. Il Prosecco aumenta i valori da +3% di giugno a +5% e la versione rosa resta attorno a +76%, per 22 milioni di controvalore.

Negli Usa, il terzo quarto dell'anno vede un calo dell'1,4%, ben inferiore al -3,5% del totale comparto, con la perdita da inizio anno che arriva a cumulare -2%, in miglioramento di 2 punti rispetto a giugno. Prosecco in ascesa, soprattutto sul quarto trimestre (+6%), con il Rosé che continua la sua forte fase espansiva (+70% nel semestre, 10 punti in meno però rispetto a giugno). In forte calo la spumantistica californiana, che cumula da gennaio un saldo passivo dell'8%. A valore, invece, il dato negativo di giugno viene invertito, da -1% a +1,4% (566 milioni di dollari), contro un totale mercato che invece arretra del 4%. Il Prosecco aumenta i valori da +3% di giugno a +5% e la versione rosa resta attorno a +76%, per 22 milioni di controvalore.

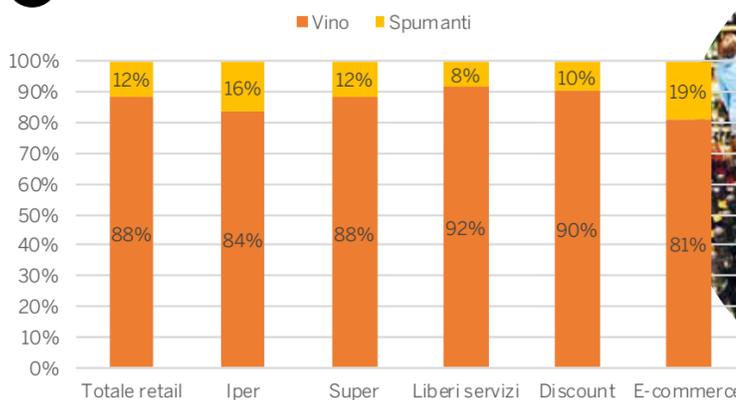
5 SPUMANTE CANALE RETAIL: VARIAZIONI SETTEMBRE 2022/21



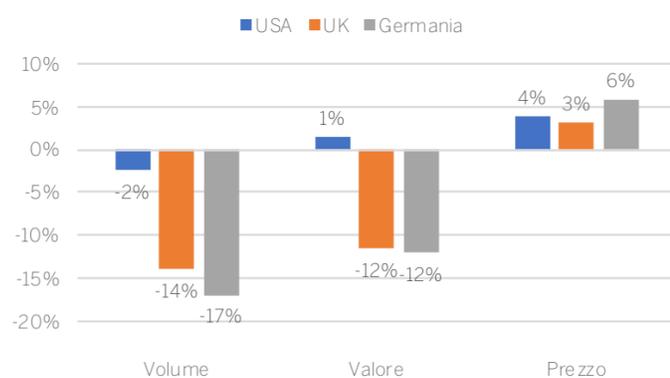
6 RIPARTIZIONE VENDITE PER CANALE



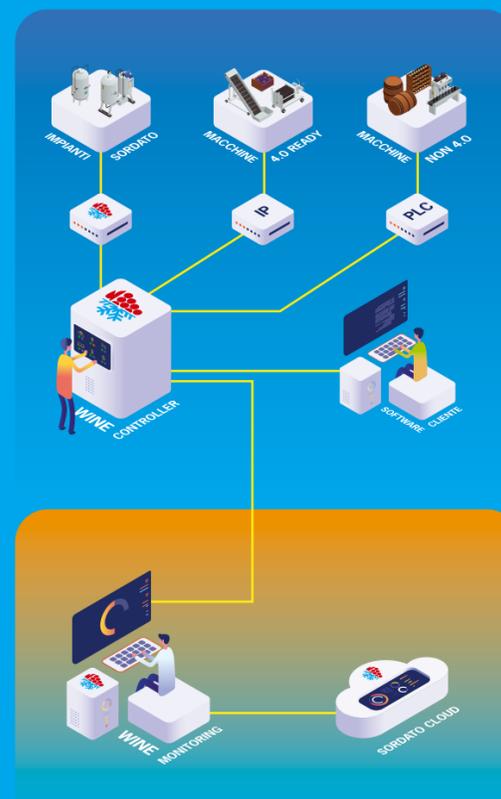
7 VINO E SPUMANTE: RIPARTIZIONE VENDITE VOLUMI



8 VENDITE SPUMANTE ITALIANI - SEGMENTO RETAIL VAR. % GEN-SET 2022/21



La soluzione Sordato per Industria 4.0



Retrocompatibile

L'adozione dell'automazione Sordato rende compatibili con industria 4.0 attrezzature e macchinari già presenti ed originariamente non predisposti.

Inclusivo

Wine controller dialoga con più di 200 protocolli di campo e con la maggior parte dell'attrezzatura enologica presente sul mercato.

Semplice ed intuitivo

L'interfaccia utente è semplice e intuitiva con comandi comodi sia per un utilizzo touch che con mouse e tastiera.

Collaborativo

I dati raccolti e le istruzioni di comando possono essere condivise con gestionali aziendali, MES ecc.

Conveniente

Grazie a costi di implementazione contenuti e ai vantaggi della manutenzione predittiva il rientro dell'investimento è assicurato nel breve periodo.

Implementabile

L'aggiunta di macchinari e impianti non comporta modifiche e costi aggiuntivi.

Un'unica soluzione per gestire il funzionamento di tutte le macchine ed impianti della tua cantina. Scopri di più su www.sordato.it





Le prossime festività si preannunciano in ripresa su tutti i versanti, in particolare nella ristorazione (bloccata nel 2020 e 2021 dalle ondate pandemiche). Il vero problema sarà la disponibilità di bottiglie e non la domanda: alcune scorte sono esaurite e per certe denominazioni, soprattutto Champagne, le consegne sono state bloccate. Metodo classico in evidenza, qualche incognita per il Prosecco

INCHIESTA NEL MONDO
DELLA DISTRIBUZIONE

NATALE

A TUTTA BOLLA

Il problema è averne in casa

Per capire cosa sarà il Natale 2022, nel mondo delle bollicine, occorre fare un passo indietro, anzi due. Partiamo quindi dal 2020: secondo lockdown (dopo il primo della primavera), festività saltate, incontri cancellati. Arriviamo al 2021: terza ondata di Covid, cene aziendali riprogrammate ma perlopiù mancate (il picco dei contagi arrivò poco prima del Natale), brindisi in tono minore. In sostanza, la stagione natalizia in arrivo sarà la prima a regime (quasi) normale da due anni a questa parte, con quel che ne deriva in termini previsionali, tutti orientati verso il boom di richieste. Dai pareri raccolti nel mondo della distribuzione, emerge un aspetto: il vero problema sarà la

disponibilità di bottiglie e non la domanda. Le incognite sono diverse, a partire dalla reazione del consumatore ai prezzi mediamente molto più elevati delle bottiglie, fino al potere di spesa che già inizia a diminuire sotto i colpi delle bollette, ma in generale le aspettative appaiono più che confortanti. E questo vale soprattutto per il canale Horeca. Ma anche il Natale in casa, nonostante tutto, promette bene, soprattutto se il confronto riguarda i volumi del 2019. Peraltro, questa volta, la Grande distribuzione metterà il freno a mano sulle promozioni perché non ha bisogno di svendere le giacenze, proprio perché mancano le scorte e quindi l'obiettivo è valorizzare l'offerta per aumentare gli incassi e tenere alta la marginalità.

di ANDREA GUOLO

ADJUVANT CRISTAL A

Ti aiuta a separare i lieviti

rapidamente e facilmente.

ADJUVANT CRISTAL A è un coadiuvante di remuage di nuova generazione composto da bentoniti e alginati. Aiuta a rendere il vino limpido, non aderisce al vetro della bottiglia aiutando il processo di autolisi e facilitando la rimozione del deposito precipitato. Specifico per remuage automatici, riduce i tempi di chiarifica e può essere utilizzato sia con lieviti tradizionali che con lieviti agglomeranti.

AEB[®]

Via Vittorio Arici, 104 - S. Polo 25134 Brescia
+39 030 23071 - info@aeb-group.com
aeb-group.com





LORENZO CAFISSI

Grande distribuzione al riparo dalla crisi

“La stagione si preannuncia molto interessante”, commenta **Lorenzo Cafissi**, responsabile vino Italia di Carrefour. “Mentre a dicembre 2021 - aggiunge - avevamo registrato andamenti molto altalenanti a causa della stagione emergenziale, quest’anno la situazione è diversa. I punti interrogativi non mancano, ma le opportunità superano i rischi, a partire dal fatto che finalmente nel 2023 si festeggerà il Capodanno e ci sarà un ritorno alle situazioni conviviali. Di conseguenza, il vero punto di domanda è la disponibilità di prodotto. A mancare è soprattutto il metodo classico italiano e francese”. La naturale conseguenza di una situazione simile, caratterizzata da una carenza d’offerta e una domanda attesa piuttosto consistente (“Nonostante tutto, non credo che in Italia qualcuno rinuncerà alla bollicina di Natale”, precisa Cafissi), è che le promozioni saranno meno spinte rispetto al passato.

Lo spumante rappresenta forse l’eccezione rispetto alla regola della flessione dei consumi di vino in Gdo? Su questo, il responsabile di Carrefour offre una lettura meno drammatica dei dati 2022, in flessione del 6,9% in Gdo secondo NielsenIQ. “Il confronto con il 2021 è fuorviante, perché lo scorso anno c’è stata una crescita fortissima e fuori da ogni logica. Guardando invece al 2019, pur con la riduzione dei volumi in atto, il

dato di consumo attuale è superiore. E mi aspetto un 2023 in lieve aumento, a conferma di una curva tendenzialmente in salita a prescindere dal risultato straordinario del ‘21”. In Carrefour, lo spumante appare ormai come un prodotto quasi totalmente destagionalizzato, per quanto gli ultimi due mesi dell’anno generino il 40% del fatturato complessivo nella categoria sparkling wines. Tra le denominazioni continua a dominare il mondo Prosecco, mentre all’interno del metodo classico si nota un forte riconoscimento del consumatore verso la Franciacorta: se un tempo erano i suoi marchi privati, Berlucchi in primis, a rappresentare il fattore attrattivo del prodotto, oggi il consumatore della Grande distribuzione sa riconoscere anche il brand del territorio. In generale, l’unica nota dolente è quella legata allo spumante dolce: “Il suo consumo continua a essere ancorato alle festività, ma i volumi tendono a diminuire per un fatto culturale perché oggi, anche per accompagnare il panettone, si preferisce una bollicina brut o extra dry. La categoria di prodotto è in evidente difficoltà”, commenta Cafissi.

Tra i trend in evidenza c’è l’allargamento regionale delle referenze sparkling che per Carrefour rappresenterà, anche in futuro, un aspetto strategico dell’offerta: “Avvieremo accordi con i Consorzi di tutela per raccontare i territori ita-

liani dello spumante, cercando di comunicare al consumatore i luoghi dove nasce il vino, le loro specificità, le differenze rispetto ad altre zone di produzione. Queste azioni, condotte assieme agli stakeholder, saranno importanti per una nuova modalità di promozione all’interno del nostro canale, superando la tradizionale leva del prezzo. Il vino non è un prodotto di basso costo e perciò deve essere raccontato nella maniera giusta, perché così si giustifica il suo valore elevato”. Più scetticismo, infine, per la categoria delle bollicine bio: “Più cresce la consapevolezza del consumatore verso il mondo del vino, più il biologico viene considerato un’etichetta di marketing. Nel food ha più appeal, nel vino non riesce a fare la differenza, suscitando a volte anche qualche diffidenza”, conclude.

Grossista a caccia di scorte

Tra i grossisti legati al canale Horeca prevale l’ottimismo. La ristorazione sta per chiudere un

2022 in forte ripresa e finalmente il mese di dicembre dovrebbe essere all’altezza dei risultati del passato. “Prevedo un incremento di almeno il 25-30%, con un forte ricorso della ristorazione a prodotti di denominazioni quali Franciacorta e Alta Langa come alternativa allo Champagne, che non si trova”, afferma **Livio Brutto**, amministratore di Vinicola Mauri, società specializzata nella distribuzione in Lombardia ovest, basso Piemonte e nella parte occidentale dell’Emilia. Tra i big nazionali del comparto distributivo c’è Doreca, primo distributore



LIVIO BRUTTO

Discover more on bertolaso.com

B IS FOR BOTTLING



EVOLVERE È LA NOSTRA PASSIONE

Le storie di innovazione si pongono sempre nuovi orizzonti.

Oggi Bertolaso guida la divisione **Bottling & Packaging** del polo d’eccellenza per l’enologia creato da Investindustrial con le aziende del Gruppo Della Toffola – una garanzia di affidabilità e servizio per ogni cliente.

Continueremo a investire sulla nostra **esperienza unica di specialisti**, per fare evolvere ancora le nostre soluzioni verso le nuove esigenze di **integrazione e sostenibilità** di tutti i produttori.

bertolaso



WWW.DORECA.COM

indipendente italiano al servizio del fuoricasa, il cui general manager **Luca De Siero** stima un aumento compreso tra il 30 e 40% rispetto al 2021. “I trend attuali ci fanno pensare che confermeremo, nel periodo natalizio, i valori del 2019 che rappresenta il nostro anno di riferimento”, ha dichiarato De Siero. Da Vinicola Mauri si evidenzia che il fuori casa continua a performare molto bene, anche dopo il boom estivo: “Probabilmente il risultato negativo della Grande distribuzione è la conseguenza di un maggior orientamento del consumo al di fuori delle mura domestiche”, aggiunge Brutto, precisando che il segmento di maggior crescita per la sua azienda è la bollicina di primo prezzo, utilizzata per la miscelazione e quindi per lo spritz. A prescindere dall’entry level, in Vinicola Mauri è sempre il Prosecco a fare la parte del leone. Tra i metodi classici domina il Franciacorta, sale di quota l’Alta Langa mentre per il Trentodoc la situazione è di difficile lettura perché, precisa Brutto: “I grandi marchi della denominazione trentina hanno una distribuzione diretta e a noi restano i brand meno conosciuti”. Per gli Champagne, oltre alla difficoltà di riferimento, pesa l’aumento dei prezzi: “Sono quasi raddoppiati rispetto a prima della pandemia”. L’analisi di De Siero, invece, evidenzia un periodo autunnale abbastanza difficile per la distribuzione legata all’Horeca, che però non pregiudica il risultato atteso a fine anno. “Gli spumanti sono la categoria di prodotto a maggior spinta, assieme agli alcolici per gli aperitivi, e quella che ha risposto meglio agli aumenti di prezzo in atto”, commenta il general manager di Doreca, realtà diffusa in tutto il territorio nazionale e che ha basato la propria strategia in chiave multichannel tra delivery, e-commerce e negozio fisico. Per quest’azienda, la denominazione in maggior crescita è il Franciacorta, a conferma della strategia premium che Doreca ha posto alla base della propria azione nel mercato: “Stiamo progressivamente uscendo dalla fascia di primo prezzo, che non risponde più alle nostre esigenze”. Tra i trend dello sparkling italiano emergono con decisione gli spumanti da vitigni autoctoni. Rispetto al prodotto bio, De Siero ha una visione ancora più positiva di quella manifestata da Carrefour: “Parliamo di una quota ancora abbastanza contenuta rispetto al totale di mercato, ma la curva è in crescita costante e moderata, il che mi fa pensare che non sia una questione di moda perché in quei casi ci troviamo di fronte a boom improvvisi e destinati poi a svanire. Il bio è invece un cambio di stile in atto tra i clienti finali”. In termini strategici, Vinicola Mauri manifesta il proprio interesse a lanciare la spumantistica metodo classico che oggi è considerata come emergente, in primis Alta Langa e Pinot nero dell’Oltrepò pavese, con una successiva e graduale integrazione delle principali interpretazioni regionali delle bollicine, allargando perciò la geografia italiana in suo possesso.

La fascia alta consolida le posizioni
Pietro Pellegrini, presidente di Pellegrini Spa, conferma che il Natale sarà un periodo difficile per chi vuole brindare a Champagne. L’azienda bergamasca di importazione e distribuzione ha presentato a Modena Champagne Experience l’ottava etichetta a catalogo, Veuve Fourny & Fils, ma questo non è bastato per aumentare le scorte a disposizione. “Purtroppo, o per fortuna, abbiamo esaurito quasi tutti gli Champagne del nostro catalogo, ma abbiamo ottime proposte di spumanti italiani e non solo”, commenta Pellegrini, evidenziando risultati positivi per



PIETRO PELLEGRINI

tutto l’ambito del vino. “Operiamo in una fascia alta di prodotto, solitamente meno soggetta a ripercussioni anche in momenti come quello che stiamo passando. Diciamo che stiamo attraversando un periodo di riallineamento verso tempi di normalità rispetto al forte rimbalzo visto dopo la pandemia”, aggiunge l’imprenditore bergamasco. Al di là delle bollicine francesi, trainate per Pellegrini dai marchi Jacquesson, Agrapart e Pouillon, le denominazioni migliori del momento sono considerate per l’Italia, in ordine geografico partendo da ovest: Alta Langa, Franciacorta e Trentodoc. In evidenza anche la Spagna grazie a Gramona, un produttore che ha scelto di andare “oltre” la denominazione Cava trainandone altri nel progetto Corpinnat. Tra i trend, Pellegrini evidenzia il buon momento degli spumanti poco dosati se non con dosaggio zero e, anche se non può essere rilevante per questioni di quantità disponibili, di spumanti metodo classico con lunga permanenza sui lieviti in bottiglia. “È interessante anche la crescita di spumanti prodotti con il metodo cosiddetto ancestrale” aggiunge. Oggi la Pellegrini riesce a spalmare le vendite di bollicine durante tutto l’anno e non subisce importanti concentrazioni d’acquisto nel periodo natalizio. In prospettiva, l’azienda punterà “esclusivamente su progetti agricoli fortemente identitari della zona di origine”.

Si amplia la geografia produttiva

Per Meregalli, gruppo leader nella distribuzione di wine & spirits, lo spumante è la tipologia di prodotto più performante. **Corrado Mapelli**, direttore generale del gruppo e membro del board, evidenzia le ottime performance delle denominazioni più importanti, da Champagne a Franciacorta, da Trentodoc ad Alta Langa, ma anche Cremant, Oltrepò e Prosecco. E conferma che “oggi la difficoltà è avere prodotto in grado di soddisfare la domanda. Per il Natale siamo ottimisti. Vediamo una crescita rispetto al 2021, simile percentualmente a quella dello scorso anno per quanto riguarda la linea Premium (vini e spumanti), più modesta invece per le altre referenze”. Il dg di Meregalli aggiunge: “Non si nota ancora un rallentamento evidente nelle vendite. Notiamo però un anticipo sugli acquisti, forse proprio per evitare gli aumenti”. Un altro aspetto che emerge è l’orientamento del consumatore verso aziende etiche, prodotti sostenibili e da agricoltura biologica. “Il consumatore - prosegue Mapelli - è certamente più attento e le marche certe ovvero quelle che giustificano l’acquisto oggi restano quelle più premiate dal consumatore. Questo vale sia per i vini che per gli spumanti. La sempre maggiore consapevolezza del consumatore evidenzia anche una sempre maggiore domanda di vecchie annate per i prodotti premium”. Meregalli continuerà a investire negli spumanti. “È sicuramente la categoria di prodotto che oggi presenta più opportunità. I grandi metodi classici si possono trovare trasversalmente in tutta Italia, dall’Etna al Trentino e cercheremo di dare più spazio e attenzione anche a queste eccellenze del nostro territorio” conclude Mapelli.

Eataly: meno vendite in cantina, boom alla mescolata

“Prevediamo di riuscire a ripetere i risultati del Natale dello scorso anno che per Eataly è stato un anno record”, afferma **Andrea Cantamessa**, global beverage category manager della



CORRADO MAPELLI



ANDREA CANTAMESSA



società fondata da Oscar Farinetti e che nel 2021 aveva registrato la vendita di 60.000 bottiglie in circa 45 giorni, tra metà novembre e fine dicembre. Finora, il 2022 delle bollicine di Eataly è stato positivo nel confronto con il 2019, che viene considerato il vero punto di riferimento perché il dato 2021, come testimoniato da altri player del mercato, non può costituire un termine di paragone. “Se consideriamo il dato al 30 ottobre 2022 e lo confrontiamo con lo stesso periodo del 2019, le bollicine hanno realizzato il 22% in più. Il leggero calo della vendita in cantina è più che compensato dalla grande ripresa dei loro consumi nei nostri ristoranti: +61% per le bottiglie e +47% per il by the glass rispetto a pari periodo dell’anno precedente”, precisa Cantamessa. Nella distinzione per denominazioni, in Eataly si nota che: “La Franciacorta è a oggi la zona di produzione preferita e le bollicine Alta Langa hanno il maggior incremento percentuale sulle vendite. Vanno molto bene anche gli Champagne di piccoli vigneron, i Récoltant Manipulant, che sono spesso sinonimo di assoluta eccellenza. Oltre a questo, è molto significativa l’attenzione dei nostri clienti al progetto di approfondimen-

to e racconto che, in occasione della recente apertura di Eataly Londra e poi di Verona, abbiamo dedicato alle ‘Rive’ della denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore”. La fascia di prezzo che prevale nel fine anno è quella che va da 25 ai 35 euro, soffrono di gli Charmat che si attestano intorno ai 10 euro. In termini di tendenza, si registra molta curiosità sugli ancestrali e/o rifermentati in bottiglia: “Sono prodotti che, se ben selezionati, derivano da un approccio produttivo e da una sensibilità marcata verso la via naturale. Oltre a questo, avendo una gradazione alcolica moderata e non essendo troppo corposi, sono vini trasversali che si prestano per essere un piacevole compagno in svariate occasioni di consumo”, commenta Cantamessa. Un altro trend evidente è quello del consumo destagionalizzato. “Solo lo scorso anno siamo passati da un 34% di peso delle vendite del periodo di fine anno ad un 29%, dato che conferma l’incidenza delle vendite di bollicine in periodi lontani dal Natale. In questo, le opportunità fornite dalla nostra ristorazione rappresentano un traino molto significativo” spiega il manager di Eataly. In termini strategici, la società con sede a Torino pone il focus su eterogeneità e profondità di gamma. “Oggi contiamo circa 500 diverse etichette di bollicine, ma continuiamo a fare ricerca per confermare la nostra attenzione verso i nuovi prodotti, verso l’evoluzione gastronomica e quindi del gusto. Il fine anno sarà per noi un periodo importante per mettere in risalto i grandi formati che, soprattutto nelle bollicine, permettono di esaltarne i profumi, l’espressività, il carattere e, grazie alla cessione graduale dell’ossigeno, supportano un affinamento ideale a vantaggio della finezza”.

Signorvino apre allo Champagne

Per Signorvino, calcolando soltanto il mese di dicembre, le aspettative sono di un +30% sul 2021. Un dato che conferma il buon andamento dei consumi generali di vino per la società del gruppo Calzedonia. “Abbiamo avuto incremento importante sulla vendita d’asporto del vino dalla fine del 1° semestre raggiungendo da settembre un +20% medio sul 2019”, afferma **Luca Pizzighella**, general manager di Signorvino. Il quale aggiunge: “Adesso, con novembre e dicembre, affronteremo due mesi molto importanti per il retail, considerando che nel mese di dicembre l’asporto del vino incide un 40% sull’intero business”. Tra le tipologie di spumante più in auge per Signorvino compare il metodo classico, con un focus particolare per Franciacorta e Trentodoc. Intanto continua il trend positivo del Prosecco e c’è una novità significativa per la più prestigiosa delle denominazioni internazionali: “Dal 28 ottobre abbiamo inserito anche una trentina di referenze di Champagne, che vanno incontro alle esigenze di un nuovo target di clienti”, sottolinea Pizzighella. Il prezzo medio per l’asporto in Signorvino è di 15 euro circa, ma si nota un incre-



LUCA PIZZIGHELLA

mento delle vendite nella fascia dei vini per tutti i giorni (sotto i 10 euro). “Ovviamente questo è condizionato sia dal periodo dell’anno che dalla tipologia di negozio (centro città o outlet/centro commerciale). Novembre e dicembre porteranno sicuramente a un incremento delle vendite dei vini premium per le grandi occasioni”, precisa. Riguardo i vini bio, si nota “una costante ricerca per andare incontro ai clienti che sono attenti a queste caratteristiche, infatti in negozio abbiamo una sezione dedicata a queste referenze”. Un altro aspetto evidenziato in Signorvino è la ricerca di pezzi unici e di etichette da collezione. In prospettiva, Pizzighella evidenzia l’importanza della categoria bollicine: “Oggi rappresenta circa il 30% delle nostre vendite complessive e continueremo la ricerca di nuove etichette e piccoli produttori in Trentodoc, Franciacorta e Oltrepò pavese”.

Ristorazione verso il tutto esaurito

Passando alla ristorazione “pura”, le attese sono al limite dell’eccitazione dopo due anni di “no show” a causa della pandemia. A testimoniare è un big come Obicà, marchio di fascia premium presente con 21 locali tra l’Italia (sette insegne) e il resto del mondo. “Avvertiamo già forte nella nostra clientela la voglia di celebrare le feste. Una riprova è il numero di prenotazioni per eventi natalizi, soprattutto aziendali, che abbiamo già ricevuto negli ultimi due mesi, in particolare a Londra, dove le prenotazioni di questo tipo di eventi iniziano già a settembre”, racconta il ceo del gruppo, **Davide Di Lorenzo**. “Il consumo di bollicine va di pari passo con il desiderio di festeggiare, per cui ci aspettiamo un incremento delle vendite in linea con gli anni pre-pandemia, se non addirittura maggiore: nel 2019, ad esempio, c’è stato un incremento del 15% tra novembre e dicembre”, aggiunge.

Tra le denominazioni in auge compare il Valdob-

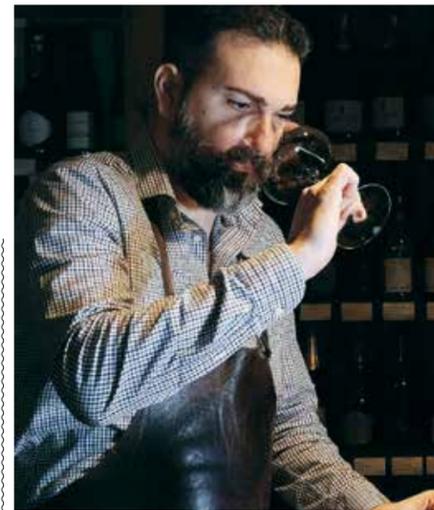


DAVIDE DI LORENZO

biadene Prosecco Docg, per la clientela italiana e anche per quella straniera. “Negli ultimi anni il pubblico italiano si è spostato anche verso il Franciacorta, ma al momento il Prosecco Docg rimane la tipologia più venduta”, precisa Di Lorenzo. Questo orientamento del consumatore determina un posizionamento medio del prezzo di vendita, focalizzato sulla bollicina di nordest: “Sicuramente il giro di vendite della fascia alta rappresentata da noi, per esempio, da Bellavista Riserva Vittorio Moretti, è più limitato, ma è importante offrire proposte di questa fascia per i clienti che vogliono completare la loro esperienza nei nostri ristoranti con vini di primissima qualità”, sottolinea il ceo di Obicà, evidenziando come nei ristoranti del gruppo sia stato ampliato lo spazio del Franciacorta come “migliore rappresentante delle bollicine italiane”. Al di là delle performance natalizie, in Obicà le bollicine hanno una vendita costante: “Vanno bene sia per l’aperitivo, sia in abbinamento con le nostre proposte del Mozzarella Bar, ma anche con le pizze”. In prospettiva, Obicà ha fissato gli obiettivi: “Vogliamo offrire ai clienti proposte di qualità, sia lato food che lato beverage. Continueremo su questa linea anche per le bollicine, mantenendo comunque una carta abbastanza limitata a 5/6 referenze, in una lista vini che, contando anche bianchi, rossi e rosé, conta complessivamente 30/32 referenze”, conclude Di Lorenzo.

Enoteche, patto con i piccoli produttori

Infine, ecco la testimonianza di un’ enoteca di riferimento per la città di Padova e per il nordest in generale. Si tratta de La Moscheta, in attività dal 1980 in corso Milano, fondata da Michelangelo Salmasso con la moglie Francesca Magro, oggi gestita dal figlio **Emanuele Salmasso**. “Il trend è fortemente dettato dalle bollicine di fascia medio/alta. Da noi si nota un calo del consumo di quelle più standard, a partire dal Prosecco perché, a livello di pote-



EMANUELE SALMASO

re di spesa, la classe sociale più colpita è proprio quella che beve la bolla più facile”, racconta il titolare de La Moscheta. Questo momento riflessivo della bollicina entry level (per gli standard dell’ enoteca padovana) non sembra tuttavia preoccupare Salmasso, il quale però conferma la difficoltà nel reperimento del prodotto di fascia top. “Il rischio è trovarsi una diminuzione di fatturato per l’impossibilità di reperire Champagne o Franciacorta. Noi dovremmo essere al riparo da questo rischio, perché abbiamo la forza di spingere il cliente verso brand alternativi e verso denominazioni in grado di soddisfare la sua richiesta”. Tra le tipologie della spumantistica, Salmasso dice che “è il momento del dosaggio zero, un po’ ovunque in Italia. All’estero la situazione è un po’ diversa, perché gli appassionati di bollicina amano sentire la mano dell’ enologo e quindi prediligono il brut”.

Tra le denominazioni, brilla la stella del Trentodoc, mentre si nota (tra i clienti dell’ enoteca padovana) una certa difficoltà del Franciacorta. “Un altro aspetto significativo è la riscoperta dei territori tradizionali del metodo classico, dall’ Oltrepò all’ Alta Langa”, rimarca Salmasso. Oltre al dosaggio zero, la clientela padovana e veneta mostra una fortissima attenzione verso il prodotto con una lunga permanenza sui lieviti, ben oltre i 40 mesi. I punti di riferimento come uva-gio restano sempre Chardonnay e Pinot nero, il biologico ha una sua clientela, la biodinamica è sostanzialmente irrilevante. E il consumo, grazie all’ aperitivo, è costante per tutto l’ arco dell’ anno. Strategie future? “Abbiamo scelto di premiare i piccoli produttori, diventando anche importatori di tre aziende di Champagne. Continueremo a sviluppare partnership di questo tipo, per ricercare non solo il business ma anche il rapporto umano con le persone che operano nelle aziende, e sosterranno sempre chi fa qualità e volumi limitati”, conclude Salmasso.



Mettiamo al sicuro segreti. Senza segreti.

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



MBF25
A FAMILY JOURNEY SINCE 1997



SCOPRI DI PIÙ SU www.mbf.it

LA PAROLA AI CONSORZI

Come si stanno preparando al mercato natalizio le grandi denominazioni della spumantistica italiana. Numeri, sentiment, attese e previsioni nelle interviste ai Consorzi

A cura di GIUSY PASCUCCI e GIANCARLO MONTALDO

Asti Spumante, avanti tutta. La vocazione all'export è ormai solida



Da sinistra: GIACOMO PONDINI, ENZO BARBERO E STEFANO RICAGNO



Se nel passato per l'Asti Spumante l'ultimo trimestre dell'anno era sempre il periodo più decisivo per i risultati di mercato, da qualche tempo rimane sempre una fase importante, ma non è più nevralgica come in passato. "La ragione di questa parziale evoluzione - sottolinea **Giacomo Pondini**, direttore del Consorzio dell'Asti - sta nella tipologia del mercato di questo spumante, dove l'Italia rimane una destinazione significativa, ma non assoluta, mentre la vocazione all'esportazione è divenuta un fatto consolidato". È vero che in Italia resta il forte legame con la stagionalità del consumo dell'Asti, ma con una quota di mercato più rilevante verso l'estero la focalizzazione di un tempo si è via via affievolita. Le previsioni per la chiusura del 2022 sono ispirate all'ottimismo

per il buon andamento dei mercati dei primi dieci mesi dell'anno. "Al 31 ottobre 2022 - ci ricorda il presidente del Consorzio, **Enzo Barbero** - la denominazione Asti nella sua globalità è cresciuta del 2,87% per quanto concerne i contrassegni consegnati alle aziende. Ma l'apporto maggiore a questo trend positivo è venuto dalla tipologia 'Spumante' in tutte le sue declinazioni con il 16% in più rispetto allo stesso periodo del 2021. In termini quantitativi, i contrassegni per l'Asti Spumante consegnati al 31 ottobre 2022 sono stati 51.435.000, oltre 7 milioni in più rispetto ai 44.308.000 dell'anno passato. Tale tendenza - ribadita in modo sistematico in molti dei mercati che contano (Russia, Usa, Italia e Polonia) - annota due situazioni più contraddittorie: Inghilterra, che

soffre i problemi del post-Brexit, e Germania, dove la situazione difficile non è di oggi, ma viene da un andamento altalenante che si è manifestato negli ultimi 15-20 anni". A proposito di questo nuovo trend di consumo dell'Asti abbiamo sentito anche l'opinione di **Stefano Ricagno**, vicepresidente di parte agricola del Consorzio e fautore delle tante iniziative che tendono a collegare in modo stretto l'Asti con il suo territorio di origine: "Da un lato, in base alla tendenza generale, il settore degli spumanti sta soffrendo meno di altri comparti vinicoli la contingenza negativa internazionale. In particolare sono le 'bollicine a Denominazione di origine' che ottengono i risultati migliori nei mercati nazionale e mondiale. E l'Asti è tra queste. Inoltre, sul trend positivo del nostro

spumante stanno incidendo anche le attività condotte in questi anni per radicare il prodotto nei luoghi di origine. Al riguardo, ricordo le attività condotte sul territorio di produzione delle uve (gestione delle rotonde, cartellonistica, vicinanza con le iniziative di animazione del flusso turistico) e, poi, le attività svolte tramite i brand ambassador come Alessandro Borghese nel settore della cucina e gastronomia, Lorenzo Sonego nel mondo sportivo e il bartender Giorgio Facchinetti nel mercato delle fasce più giovani. Queste attività stanno mettendo in risalto nell'Asti i suoi caratteri di maggior fascino: l'Asti come vino aromatico, l'Asti come vino dolce ma non stucchevole, l'Asti come vino eclettico negli abbinamenti a tavola, con le sue vibrazioni che regalano piacevolezza e soddisfazione".



Sono ormai passati vent'anni da quando l'Alta Langa metodo classico è diventato Doc e una dozzina da quando è divenuto Docg e i risultati produttivi e di mercato si stanno poco per volta consolidando. Sono lontani i tempi nei quali questa parte del Piemonte vitivinicolo

doveva dimostrare la sua vocazione alla produzione delle uve da spumante metodo classico. Quel progetto avviato nel 1990 e sviluppato fino alla soglia del riconoscimento della Doc ha dato vita a un settore produttivo di grande interesse. "Il Consorzio Alta Langa - esordisce **Mariacristina Castelletta**, da quest'anno alla presidenza dell'ente - ha accompagnato lo sviluppo di questo settore già da prima che il vino diventasse Doc e oggi vanta numeri importanti: 60 case spumantistiche associate, oltre 100 etichette diverse di questo vino, 377 ettari di vigneto (175 in provincia di Cuneo, 164 in quella di Asti e 38 in Alessandria). Il vigneto è coltivato per 2/3 con Pinot nero e per 1/3 con Chardonnay". Dal punto di vista del mercato, l'Alta Langa Docg - metodo classico di spiccata resistenza al tempo - non privilegia lungo l'anno periodi preferenziali di consumo. E così al Consorzio non si aspettano particolari picchi di vendite in vista delle festività di fine dell'anno. L'Alta Langa Docg è di attualità tutti i giorni, quando c'è festa o quando la quotidianità dedica alla tavola altrettanti momenti di eleganza e piacevolezza. "Alcune precisazioni - continua Castelletta - vanno fatte a proposito del mercato: le vendite privilegiano per ora la distribuzione nazionale (90%), mentre la quota di export è indicativamente del 10%, con la netta prevalenza degli Stati Uniti rispetto alle altre destinazioni. Globalmente, le vendite oggi hanno superato abbondantemente il milione di bottiglie, ma con il graduale incremento degli impianti sono proiettate a raggiungere e superare i 3 milioni di pezzi man mano che si completerà anche il periodo di maturazione e affinamento delle annate in elaborazione. L'unica incertezza è riferita all'annata 2022: seppure i riscontri produttivi non si discostano troppo da quelli del 2021, tuttavia le condizioni climatiche dell'annata ispirate al caldo e alla siccità potrebbero determinare un leggero calo rispetto alle potenzialità".

Come si articola il mercato italiano tra i suoi principali canali distributivi? "Premesso che la presenza dell'Alta Langa - precisa - è del tutto marginale nella Grande distribuzione organizzata perché poco affine a questo canale per volumi e prezzi, il principale riferimento resta l'Horeca e lo dimostra anche il lavoro promozionale svolto dal Consorzio di tutela (l'annuale La Prima dell'Alta Langa destinata agli operatori professionali e la storica partnership con la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba) da tempo focalizzato sull'inserimento dell'Alta Langa nelle carte dei vini della ristorazione. E i risultati finora ottenuti confermano la bontà della programmazione".

Una crescita costante. Mercato italiano e Horeca in primo piano

MARIACRISTINA CASTELLETTA



Numeri consolidati, con qualche incertezza all'orizzonte

Sembra trascorsa un'infinità di tempo dai primi anni Novanta del Novecento quando le uve per il Brachetto d'Acqui erano le più costose d'Italia e il vino andava a ruba per sbicchieramenti e brindisi. Il potenziale produttivo si è poco contratto fino a scendere a circa 800 ettari (dato 2021) e la produzione effettiva sembra essersi stabilizzata attorno ai 3 milioni di bottiglie. Abbiamo analizzato i temi del mercato di questa fine 2022 con il presidente del Consorzio del Brachetto d'Acqui, **Paolo Ricagno**, dal quale abbiamo percepito un po' di apprensione per ciò che potrà succedere nell'ultima parte di quest'anno e in prospettiva nel 2023. Cominciamo dal fattore stagionalità. "Evidentemente - esordisce Ricagno - l'evoluzione dei consumi ha parzialmente destagionalizzato gli acquisti di Brachetto d'Acqui rispetto alle festività di fine anno. Soprattutto la tipologia tappo raso ha una dinamica generalizzata lungo tutto l'anno. Forse resta un po' più evidente la stagionalità con la tipologia Spumante che è fortemente legata al brindisi e alla festa".

Al di là di queste considerazioni, come stanno procedendo le vendite nel 2022? "Crediamo - ci risponde - di chiudere il 2022 più o meno con gli stessi numeri dell'anno precedente, ovvero quei 3 milioni di bottiglie che sono la dimensione consolidata delle ultime annate. Le vendite nei vari canali, la Grande distribuzione in pri-

mi, ci sono state o sono in via di definizione, ma all'orizzonte non si vedono iniziative promozionali di mercati capaci di aiutare il nostro vino. Per quel che può, il Consorzio ha avviato una campagna di promozione su un'ottantina di punti vendita in Italia, ma temiamo che non siano sufficienti. Spesso abbiamo sollecitato il sostegno da parte degli enti preposti al settore (es. Regione Piemonte), ma al momento senza successo". Il tema concreto è che, nonostante le iniziative degli anni passati, il Brachetto d'Acqui non ha sfondato all'estero e perciò l'export non è finora venuto in aiuto a questo vino per consolidarne le situazioni economiche. In effetti, oggi statisticamente dobbiamo segmentare il mercato globale del Brachetto d'Acqui per l'80% in Italia e per il 20% nel resto del mondo. "Ultimamente poi la situazione è peggiorata - sottolinea il presidente Ricagno - a causa delle incertezze della scena mondiale e dell'aumento dei costi. Le difficoltà che assillano da anni il Brachetto d'Acqui e il suo settore produttivo da un lato hanno frenato l'aumento delle aziende produttrici e dall'altro hanno scoraggiato alcuni player che si erano cimentati con tale produzione". In realtà, mancano al Brachetto d'Acqui le aziende di riferimento e, nello stesso tempo, non si è consolidata nel tempo un'intelaiatura di piccole e medie realtà produttive capaci di sopperire alla mancanza di leader di mercato e immagine.



PAOLO RICAGNO



LA PAROLA AI CONSORZI

GILDA FUGAZZA



Franciacorta

In aumento la quota Horeca e prezzo medio in progressivo sviluppo

Nessun exploit è atteso dalle vendite natalizie e dalla chiusura di questo 2022 dal presidente del Consorzio tutela del Franciacorta, **Silvano Brescianini**, ma solo perché "l'anno scorso abbiamo registrato un vero e proprio record. Finora, i risultati sono in linea con il 2021 e dunque ci aspettiamo numeri simili o al massimo pensiamo di chiudere con percentuali di poco inferiori". Nel 2021 il Consorzio, che raggruppa circa 200 soci tra viticoltori, vinificatori, imbottigliatori, nella produzione delle denominazioni Franciacorta Docg, Curtefranca Doc e Sebino Igt, ha raggiunto un volume di vendita pari a 20 milioni e mezzo di bottiglie equivalenti, commercializzate tra Italia ed estero, e una crescita in volumi, stimati sul totale delle aziende, pari al 28,3%, rispetto al medesimo periodo del 2020. Nel solo mese di dicembre le bottiglie vendute erano state oltre 3 milioni, in calo rispetto alle 3,7 del 2020, i cui risultati performanti erano stati però dovuti alle vendite ridotte nella prima parte dell'anno a causa del Covid. "Per queste ragioni, anche in considerazione della scarsa disponibilità di prodotto in cantina quest'anno, ipotizzando un parziale recupero nelle performance di dicembre, possiamo ottimisticamente pensare di avvicinarci al risultato natalizio dello scorso anno", prosegue Brescianini, sottolineando come gli ultimi aggiornamenti provenienti dall'Osservatorio Economico del Consorzio Franciacorta abbiano fatto emergere un leggero aumento in volume e una crescita del valore. "Un aspetto interessante da considerare è anche che il fatturato sta registrando delle performance sempre migliori rispetto ai volumi, considerati in modo complessivo sia i mesi con trend positivo sia quelli con trend negativo - spiega il presidente - quindi si ha comunque una crescita costante del prezzo medio (a fine 2021, a livello globale, indistintamente per tipologie, il prezzo medio era salito a 13,47€, ndr), a dimostrazione del crescente apprezzamento del prodotto sul mercato". Nel primo semestre 2022 i volumi sono aumentati del 14,3%, mentre ad agosto la crescita si è assestata all'8%. La produzione maggioritaria è stata quella del Franciacorta Docg (74%), la restante parte ha riguardato la produzione di bottiglie per il 14,5% di Franciacorta Saten e per il 11,5% di Franciacorta rosé. Il mercato interno rappresenta l'85,4% del venduto in termini di volume, mentre l'estero copre una quota pari al 14,6%. Per quest'anno si registra una crescita di consumo di Franciacorta nel canale Horeca, che copre una quota del 32,5%, seguito poi dagli altri canali: grossisti (30,9%), Gdo (12,9%), enoteche (11,4%) e vendita diretta (10%).



SILVANO BRESCIANINI



Consorzio
Tutela Vini
Oltrepò Pavese



Sempre più consensi per le bollicine della nostra Docg

"A Natale? Penso che si consumerà sempre di più Oltrepò Pavese. Stiamo portando avanti numerosi eventi di grande promozione delle nostre denominazioni e le bollicine della nostra Docg stanno incontrando consensi crescenti. Tutto il resto - sulla strada ormai tracciata della qualità ma anche del rispetto della tipicità - sta aumentando insieme". Ne è convinta **Gilda Fugazza**, presidente del Consorzio tutela vini Oltrepò Pavese, che racchiude nel suo scrigno cantine storiche e vitigni inconfondibili dal Barbera alla Malvasia, dai Moscati ai Riesling passando per i non meno pregiati Pinot neri. "Per quanto riguarda i dati dell'imbottigliamento non abbiamo ancora i numeri, in quanto vengono forniti su base annuale - precisa Fugazza -. In generale questo è un momento particolare e direi anche molto difficile da decifrare, fare previsioni risulta difficile se si vuole essere attendibili. L'aumento dei costi, partendo da quelli energetici, ha colpito tutti i settori e tutti i target, compreso il comparto delle famiglie, con un impatto generale che, inevitabilmente, si traduce in un carrello della spesa più pesante". Dopo due anni di pandemia, nonostante emerga con chiarezza la voglia dei consumatori di uscire e trascorrere nuovamente serate in compagnia, sono cambiate le abitudini e, cadute le barriere degli

orari, aperitivo e cena si fondono in un unico momento. "Questa riflessione ci porta a renderci conto che stiamo vivendo un vero cambiamento: ecco arrivare il tempo della flessibilità, la capacità di intercettare le esigenze, i desideri e perché no i sogni del consumatore. Spaziamo dalla raffinata bollicina del metodo classico, all'eleganza del Pinot nero, alla briosa e frizzante Bonarda e al dolce Sangue di Giuda per arrivare alla sempre più richiesta mixology - prosegue la presidente -. Ma la nostra scommessa più importante è il mondo dei giovani; dobbiamo insegnare loro a bere meno e meglio, dobbiamo portarli sulla strada del bere responsabile. E si può fare solo passando per la formazione, la cultura senza pesantezza e senza essere troppo rigidi, per trasmettere la conoscenza dei prodotti e dei territori e all'abbinamento food and wine che diventa eccellenza anche culturale, la nostra. Per fare questo bisogna sempre di più parlare di degustare il vino mangiando!". Secondo Fugazza, infine, è determinante accorciare la distanza tra produttori e consumatori. "Dobbiamo essere in grado di diminuire la distanza, che a volte si crea, tra il mondo del vino e il potenziale consumatore. Un lavoro che va portato avanti in sinergia con tutto il mondo della distribuzione, anche digitale, dell'Horeca e anche delle scuole".



Continua a pagina 17 ➔

LAVASCIUGATRICI
BASSE PRODUZIONI

TERMOCONDIZIONATORI



MPF IMPIANTI S.R.L. - REGIONE SAN 90 - 14042 CALAMANDRANA (AT)
TEL. +39 0141 75219 - info@mpfimpianti.it - www.mpfimpianti.it

LAVASCIUGATRICI
ALTE PRODUZIONI

NASTRI TRASPORTATORI

Mytik
DIAM

Il garante degli aromi



CONTROLLA L'OSSIGENO E IL TEMPO

Con ogni soluzione Mytik Diam, scegli il livello ideale di desorbimento dell'ossigeno dal tappo e il tempo ottimale di affinamento in bottiglia in base al profilo e alla storia del tuo vino. La gamma di tappi in sughero Mytik Diam è unica e fa della tappatura l'ultimo atto enologico. Ti permette di rispondere con precisione alle aspettative sempre più esigenti dei tuoi clienti.

Mytik Diam, il potere di scegliere

www.diam-cork.com

PAOLOARALDO

tel. 0141/769153 · fax 0141/727496 · info@paoloaraldo.it

Segue da pagina 15

LA PAROLA AI CONSORZI

TRENTO DOC®

Stiamo proseguendo sulla linea della crescita



ENRICO ZANONI

Un 2022 positivo, con il dato delle sboccature in crescita a metà novembre del 16%, ma su cui pesa al momento l'incognita del Natale a causa della flessione dei consumi dovuta alla spinta inflattiva. Non si sbilancia **Enrico Zanoni**, direttore generale di Cavit e presidente dell'Istituto Trento Doc che dal 1984 tutela lo spumante metodo classico prodotto con sole uve trentine. "Veniamo da un percorso di crescita importante che ci ha consentito di superare nel 2021 i 12 milioni bottiglie crescendo del 40% sull'anno precedente e di oltre il 20% sul 2019", precisa il presidente dell'Istituto che oggi riunisce 57 case spumantistiche. "Per quanto riguarda il 2022 come Trento Doc abbiamo un osservatorio che analizza i risultati di tutte le aziende per poi pubblicarli verso marzo, quindi

al momento non è possibile formulare un dato preciso. Quello che posso affermare con certezza è che ad ottobre, in occasione del Trentino Festival, ho avuto modo di confrontarmi con gran parte dei produttori e il sentiment riscontrato fino a settembre era particolarmente positivo. Ad oggi, quindi, mi sento di dire che anche quest'anno stiamo proseguendo sulla linea della crescita" afferma Zanoni, precisando che il canale Horeca, cui è destinata la maggior parte delle vendite del Trento Doc, finora ha dato ottimi risultati, mentre per quanto riguarda la Grande distribuzione c'è stata una leggera flessione dovuta alla riduzione del potere d'acquisto figlio della spinta inflattiva. Per quanto riguarda la stagione natalizia, Zanoni preferisce rimanere cauto a causa dell'incertezza, ma l'ipotesi è che, a differenza di quanto

avvenuto fino ad oggi, si potrebbe registrare una diminuzione dei consumi fuori casa a vantaggio di quelli in casa. "È vero che il consumo di spumante si è molto destagionalizzato negli ultimi anni, ma il peso del Natale e di tutto il mese di dicembre è ancora molto rilevante. Come potrà andare la stagione natalizia è però un'incognita difficile da prevedere perché bisognerà capire quale aspetto psicologico prevarrà sui consumatori. Da un lato sappiamo che è venuto meno il potere d'acquisto e che il consumatore compie scelte, tagliando su molti prodotti, dovute anche alle criticità che tutti viviamo, mentre dall'altro speriamo che comunque non rinunci al consumo di bollicine. Il nostro auspicio è che il target rimanga sulla soglia tradizionale dei consumi facendo crescere nuovamente quelli in casa" conclude Zanoni.

PROSECCO SUPERIORE
DAL 1876Valutazione positiva
del 2022: +5,6%
degli imbottigliamenti
nei primi 10 mesiSi punta
sul valore.
Volumi
in linea
con il 2021

DIEGO TOMASI

Con gli imbottigliamenti a quota 86 milioni e una crescita del 6% nelle vendite solo nei primi 15 giorni di novembre, **Diego Tomasi**, direttore del Consorzio di tutela Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg - ente che riunisce i produttori della Denominazione per un totale di 8.710 ha di superficie vitata e 104.703.308 bottiglie prodotte nel 2021 - è molto fiducioso sulla chiusura dell'anno e sull'impatto che ancora possono avere le festività natalizie. Nonostante, infatti, il 2022 sia un'annata altalenante, con picchi di crescita alternati a momenti di fermo pur importanti, ad oggi i risultati delle vendite sono perfettamente in linea con quelli del 2021 e per la fine dell'anno il Consorzio conta di superare con un +2% quella che per il Prosecco è stata l'annata record. "Stante i dati forniti da Valoritalia, tra gennaio e marzo abbiamo registrato incrementi dal 50 al 70% rispetto agli stessi mesi del 2021, mentre ad agosto e a settembre abbiamo subito cali rispettivamente del 25 e 30% - spiega Tomasi -. Tuttavia, oggi siamo assestati sugli stessi valori dell'anno precedente, anzi siamo a +1% rispetto al 2021. Siamo quindi assolutamente soddisfatti, il dato che ci lascia ben sperare è che nei primi 15 giorni di novembre abbiamo già registrato un incremento del 6%, dunque se anche da oggi in poi mantenessimo gli stessi numeri dell'anno scorso chiederemmo comunque con un incremento del 2%". Per le festività natalizie, complice la fidelizzazione dei consumi, il direttore si aspetta una buona richiesta e anche sul fronte imbottigliamenti non nasconde un certo ottimismo: "Siamo già a quota 86 milioni di bottiglie. Rispetto allo stesso periodo del 2021 ne mancano ancora 10 mln, ma abbiamo ancora un mese e mezzo prima della fine dell'anno e pensiamo di imbottigliarne almeno altri 15 milioni (a novembre 2021 ne sono state preparate quasi 12 mln). Il nostro obiettivo nel corso del 2022 non è mai stato quello di superare il numero di bottiglie dell'anno precedente, ma piuttosto di aumentarne il valore". Nonostante l'aumento dei prezzi avvenuto a febbraio-marzo volto a recuperare i maggiori costi sopportati dai produttori, il Consorzio al momento ha già "piazzato" l'84% del prodotto venduto complessivamente nel 2021. La media prezzi dello scorso anno è stata di 6 € a bottiglia per la Docg spumante classico, 7,50€ per la versione Rive, 13,50 € per il Cartizze. "A questi prezzi medi di vendita per quest'anno si deve aggiungere tra gli 80 centesimi e 1 € in più per recuperare l'aumento dei costi del vetro, di quelli per l'energia e le materie prime. Per questo siamo molto soddisfatti dei risultati" conferma ancora Tomasi, soffermandosi poi su due importanti fenomeni rilevati nelle vendite: l'esaurimento di tutte le scorte del Cartizze, grazie a una vera e propria esplosione di interesse sebbene sia il vino più costoso, e un'importante crescita di preferenza soprattutto all'estero della Docg "sui lieviti", il metodo più tradizionale in cui la rifermentazione non avviene in autoclave ma in bottiglia, anche se per un periodo molto breve. Tra i canali di vendita il Consorzio vuole stimolare in modo sempre maggiore la presenza nell'Horeca, dove va il 30% del Conegliano Valdobbiadene Prosecco, mentre il 45% continua a essere destinato alle centrali di acquisto. Ma Tomasi rileva anche un'importante crescita della vendita diretta, grazie all'enoturismo, la cui incidenza sulle vendite totali sta passando dal 6 a circa il 10-11%.



LUCA GIAVI

Non può che esprimere un sentiment positivo rispetto all'annata in corso e al Natale che si avvicina **Luca Giavi**, direttore del Consorzio di tutela della Doc Prosecco, commentando l'andamento degli imbottigliamenti che, nei primi 10 mesi, hanno già registrato un incremento del 5,6% rispetto allo stesso periodo del 2021. "A fine anno contiamo di assestarci sui 660 milioni di bottiglie circa di produzione. Sulla base dei dati che abbiamo disponibili, stimiamo che durante le festività natalizie ne verranno consumate 68 milioni che corrispondono all'incirca a un 10% del nostro imbottigliamento annuale", spiega Giavi, per poi aggiungere: "Dunque la nostra non può che essere una valutazione assolutamente positiva di questa annata che ci riporta a delle crescite che potrei definire 'coerenti' con l'andamento dell'assetto della denominazione e le previsioni e aspettative del Consorzio".

Con 3 miliardi di fatturato e 627 milioni di bottiglie nel 2021, il Prosecco Doc a 13 anni dal suo riconoscimento è oggi la prima denominazione di origine italiana sia a volume che a valore. "Il dato degli imbottigliamenti a ottobre evidenzia già una crescita del 5,6% sull'anno precedente. Direi che si tratta di una buona crescita e, soprattutto, di una crescita fisiologica perché è chiaro che quando in passato abbiamo raggiunto anche picchi del 20 - 25%, si trattava di incrementi al di fuori della norma". Giavi è ottimista anche sulla crescita del valore: "Al momento registriamo un aumento in volume, mentre per il dato del valore, relativo al 2022, ci vorrà ancora qualche mese. Ad ogni buon conto, appare evidente che sarà positivo considerato che, nonostante l'incremento del prezzo per singola bottiglia, assistiamo a una crescita continua delle vendite". Il direttore del Consorzio, le cui bottiglie sono destinate prevalentemente al mercato estero (78,5%), non nasconde i segnali di contrazione provenienti dal canale della Gdo legati soprattutto al cambio di abitudini e di consumi conseguenti alla fine delle restrizioni dovute alla pandemia. "Durante il periodo della pandemia e post Covid avevamo incrementato le vendite nella Distribuzione moderna, specialmente per quanto riguarda il mercato interno, perché i consumi in casa erano obbligati. Ovviamente con la ripresa dei consumi fuori casa e una maggiorazione del prezzo del prodotto era lecito attendersi una contrazione delle vendite in Gdo, come è successo".





VILLE D'ARFANTA®

villedarfanta.it

La mia terra, l'anima del mio vino
Giorgio Serena



Crealis

enoplastic

Sparflex

Le Muselet Valentin

RIVERCAP

maverick
ENTERPRISES, INC.

PE.DI

Supercap

CORCHOMEX



COLLECTION:
il perfetto
equilibrio
tra design
intelligente e
tecnologia

MAESTRO: l'offerta esclusiva
per prodotti di lusso

GREEN TECH:
le soluzioni
sostenibili



Crealis

INTERVISTA A MICHELE MOGLIA, CEO DEL GRUPPO

CREAZIONE E ASCOLTO, NASCE CREALIS



Michele Moglia

Un nome che esprime la predisposizione ad ascoltare il mercato e mettersi a disposizione delle esigenze dei clienti con creatività. Sono queste le linee guida del nuovo Gruppo, otto brand affermati, tra cui Enoplastic, che si è recentemente presentato ufficialmente al mercato. Target di riferimento, i settori vino (fermo e spumante), distillati e liquori, olio e aceto, per i quali si occupa di tutto ciò che sta nella parte alta della bottiglia: chiusure di tutte le tipologie, capsule, capsuloni e gabbiette per spumante

È stata l'ultima edizione di Simei, Salone Internazionale Macchine per Enologia e Imbottigliamento, chiusasi lo scorso 18 novembre a Fiera Milano, a tenere a battesimo la prima presentazione ufficiale del nuovo Gruppo Crealis, frutto dell'alleanza strategica di otto marchi internazionali di riferimento nella realizzazione di chiusure, capsule e gabbiette. Capofila del Gruppo è Enoplastic, che dal quartier generale di Bodio Lomnago (in provincia di Varese) coordina 15 stabilimenti produttivi in Italia, Spagna, Francia, Stati Uniti, Messico, Australia e Nuova Zelanda, oggi riuniti sotto un unico nome, dal forte potere evocativo. A raccontare il significato del nome scelto per il Gruppo, illustrandone i valori fondanti e i progetti in corso, è Michele Moglia, CEO di Crealis.

Dottor Moglia, partiamo proprio dal nome: Crealis. Qual è il suo significato?

Il nome esprime la nostra predisposizione ad ascoltare il mercato e metterci a disposizione delle esigenze dei clienti con creatività. Crealis nasce infatti dalla fusione di due concetti: creation e listening, in italiano creazione e ascolto. La creatività fa parte di tutta la nostra storia; ogni singola azienda del Gruppo ha la creatività nel proprio Dna, che si tratti di creatività estetica o industriale, che riguardi i materiali oppure i prodotti, in ogni caso il nostro rapporto con il mercato è orientato a portare sempre qualcosa di nuovo. Come Gruppo internazionale lavoriamo in collaborazione con i nostri clienti per creare e dare valore aggiunto ai loro prodotti grazie anche alle nostre soluzioni di chiusura. Lo facciamo con i nostri prodotti personalizzati, su misura, creativi e sostenibili.

Per quanto riguarda l'ascolto, evocato dalla seconda parte del nome, lo consideriamo cruciale per costruire e migliorare le relazioni con i nostri clienti, le nostre persone, i nostri fornitori e i vari partner. Oltre a riunire in sé questi due concetti importanti, il nome Crealis è moderno e ha una sonorità piacevole. Il processo che ha portato alla sua elaborazione è piuttosto curioso: con il supporto di una società di consulenza siamo partiti dall'identificazione di una figura che rispecchiasse le caratteristiche e i valori del Gruppo. Abbiamo identificato tale figura nel personaggio della principessa Leila di Star Wars, che tutti conosciamo e amiamo.

Come è strutturato il nuovo Gruppo?

Crealis è il frutto dell'alleanza di otto brand affermati, ciascuno caratterizzato da una propria unicità: Enoplastic, Sparflex, Le Muselet Valen-

tin, Rivercap, Maverick, Pe.Di, Supercap e Corchomex. Mantenendone l'importanza, l'unicità e la brand awareness costruita negli anni, vorremmo che, riunendoli sotto un unico nome, Crealis, il mercato percepisse l'elemento comune di questi brand, ossia i valori che abbiamo, il nostro modo di lavorare e la visione di quello che stiamo facendo. Ai clienti che conoscono Enoplastic e si sono sempre trovati bene diamo la certezza di ritrovare in tutti i brand del Gruppo lo stesso tipo di servizio e il medesimo sistema di valori. Riteniamo poi altrettanto importante che le quasi 2 mila persone che lavorano in Crealis arrivino a sentirsi parte di qualcosa di comune. Non è un processo semplice. Per iniziare, indosseranno tutti la stessa maglietta, che in fabbrica esprime in maniera potente il senso di appartenenza ed è perciò uno degli strumenti più efficaci sul piano della comunicazione interna.

Quale ruolo riveste Enoplastic all'interno del Gruppo?

Enoplastic continuerà ad essere un marchio iconico, ma la nuova ragione sociale è Crealis Spa, e costituisce l'headquarter del Gruppo. Rimane sempre e comunque il brand riconosciuto soprattutto dal mercato italiano. Integrato a Crealis, difonderà la cultura del Gruppo internazionale su scala locale.

Quali sono i valori comuni del Gruppo?

Innanzitutto, il motto "keep moving": siamo sempre in movimento per monitorare le tendenze e le esigenze dei clienti e mercati. Le opportunità non sono mai finite, così come non sono mai finite le cose da fare. In più, siccome il mondo cambia, anche noi dobbiamo cambiare in continuazione: fa parte del nostro modo di vivere l'azienda. Altrettanto importante per noi è l'idea di "looking forward": guardare avanti con l'obiettivo di essere riconosciuti come "trusted advisor" ossia partner di fiducia, un obiettivo che ci poniamo da sempre perché vogliamo che le relazioni con i nostri clienti si basino sulla fiducia reciproca e sulla collaborazione. Vogliamo anche essere vicini alle esigenze dei clienti e aperti al domani per trovarci pronti a captare nuove necessità non appena emergono, individuando le soluzioni. Per questo il nostro slogan è "Close to you Open to the future", giocando anche un po' con la parola "open" perché tutti i nostri prodotti devono essere aperti prima o poi.

Altri due pilastri fondamentali di Crealis sono "eccellenza" e "persone". Investiamo molto in tecnologie, processi, materiali, nonché nelle persone per offrire soluzioni su misura e di qualità. Si parla sempre di tecnologia, ma la tecnologia la fanno

le persone: sono loro che ascoltano le esigenze e che sanno creare. Per noi sono le persone sono al centro e rappresentano veri e propri ambasciatori del brand.

A quali mercati si rivolge Crealis e con quali prodotti?

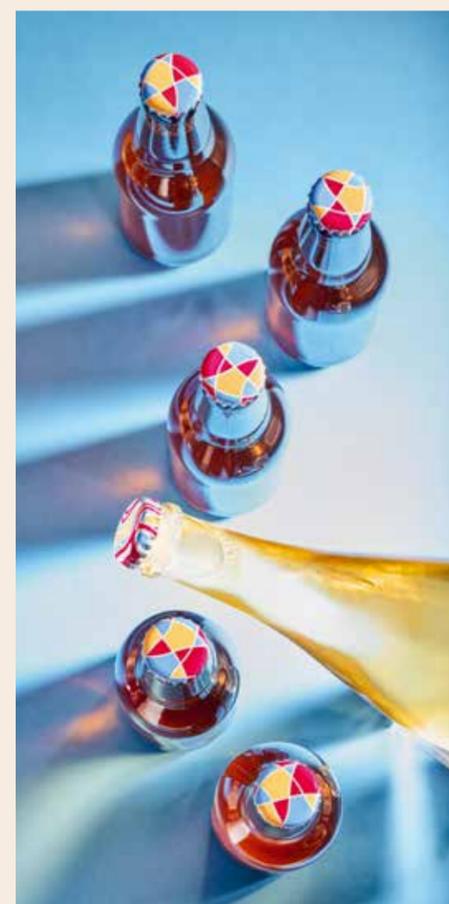
Con 15 siti produttivi in Italia, Spagna, Francia, Stati Uniti, Messico, Australia e Nuova Zelanda, Crealis opera in oltre 70 Paesi attraverso una vasta rete di vendita. Principalmente ci rivolgiamo ai settori vino (fermo e spumante), distillati e liquori, olio e aceto, per i quali ci occupiamo di tutto ciò che sta nella parte alta della bottiglia: chiusure di tutte le tipologie, capsule, capsuloni e gabbiette per spumante. Grazie all'ampio portafoglio di prodotti e alla nostra presenza in tutto il mondo vogliamo essere vicini ai nostri clienti fornendo un servizio eccellente basato sulla conoscenza dei mercati e delle esigenze territoriali, oltre che sulla consapevolezza che l'apertura di una bottiglia è la fase finale di un lungo percorso di creazione che può richiedere mesi, anni o addirittura decenni, se pensiamo al lavoro in vigna. Il nostro impegno nei confronti dei clienti e del pianeta, inoltre, ci porta a rivolgere il nostro impegno anche al tema della sostenibilità ambientale.

A proposito di sostenibilità ambientale, quali progetti state portando avanti su questo fronte?

Abbiamo iniziato a fare una serie di valutazioni che ci permetteranno di misurare la nostra sostenibilità per capire da che punto partiamo ed evidenziare i margini di miglioramento. Ci siamo dati degli obiettivi di riduzione di impatto da raggiungere entro il 2030, fra i quali il recupero del 99% dei nostri scarti interni di produzione (al momento siamo all'85%). Stiamo installando pannelli fotovoltaici in tutti i nostri stabilimenti e utilizzando materiali riciclati. Un altro grande investimento ci ha permesso di realizzare un nuovo impianto per il recupero dei solventi nella nostra sede di Bodio Lomnago (Va). Rimpiazza il precedente, più piccolo, ora installato in un altro nostro stabilimento in Spagna. Entrerà in funzione durante le prossime festività natalizie e ci permetterà di recuperare tutto il solvente per poi riutilizzarlo internamente.

È previsto un successivo ampliamento del Gruppo nel prossimo futuro?

Puntiamo a fare altre acquisizioni che ci permetteranno di estendere la nostra presenza a livello geografico e di ampliare ulteriormente il portafoglio prodotti. Al momento siamo in fase di valutazione, ma pensiamo di portarle a compimento entro la fine del 2023. C.R.





IL PROSECCO SUPERIORE DOCG SANTA MARGHERITA COMPIE SETTANT'ANNI: DA UNA TERRA UNICA, UNA STORIA STRAORDINARIA



Nel lungo cammino del vino italiano c'è una realtà che ha saputo leggere con grande anticipo i cambiamenti epocali e guardare con coraggio al futuro, anticipando le evoluzioni del gusto in Italia e nel mondo. L'ha fatto nel 1935 quando venne fondata dal conte Gaetano Marzotto che diede avvio ad un polo agricolo e industriale oltre che ad una nuova realtà urbana, Villanova di Fossalta di Portogruaro. L'ha fatto nel 1961 debuttando con il "Pinot Grigio" e dando inizio a una vera e propria rivoluzione del gusto e del piacere enologico. L'ha fatto anche settant'anni fa, nel 1952 - dieci anni prima dell'avvio del Consorzio di Tutela e 17 anni in anticipo sul primo Disciplinare della Denominazione Prosecco - intuendo il potenziale della spumantizzazione della Glera e del suo territorio d'elezione, le colline di Conegliano-Valdobbiadene, avviando la propria produzione di Prosecco Superiore.

In questi primi settant'anni, il percorso verso l'eccellenza non si è mai arrestato: da pioniera Santa Margherita è diventata fiera ambasciatrice di una produzione di alta qualità, contribuendo attivamente alla trasformazione di uno spumante "territoriale" in una delle bollicine più conosciute e apprezzate al mondo.

Molti sono stati i cambiamenti e le migliorie apportate in queste sette decadi sia in vigna che nei processi di

lavorazione in cantina, per valorizzare la Glera e le colline di Conegliano-Valdobbiadene.

Da un lato, consolidando la propria presenza nella DOCG con l'acquisizione di vigneti a Refrontolo e a San Pietro di Felleto, nella fascia pedemontana tra Conegliano e Valdobbiadene, e l'avviamento, nel 2011, della Tenuta di Refrontolo, situata in una delle 43 "Rive", le esclusive sotto-denominazioni che racchiudono il meglio della specificità del Prosecco Superiore. Questo ha permesso a Santa Margherita di focalizzarsi ancora di più sul prodotto e di valorizzare le tante anime di questo vino che correva il rischio, vista l'esplosione del fenomeno-moda di quegli anni, di venire banalizzato. Dall'altro, l'adozione di protocolli severi in vigna e l'utilizzo delle più avanzate tecnologie in cantina, da sempre allo stato dell'arte, hanno garantito il totale rispetto delle uve e grande costanza qualitativa nella produzione.

Protagonista indiscusso di questo importante anniversario è il Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG Brut "52", che deve il suo nome non soltanto all'anno della prima spumantizzazione ma anche al numero delle migliori parcelle di Glera selezionate per realizzare la cuvée originale. Fiero rappresentante della gamma di Prosecco Superiore Millesimati firmati Santa Margherita, conquista con il suo perlage finissimo che veicola

l'intensità aromatica di frutta a polpa gialla anticipata dai sentori floreali di pesco e acacia. Un vino prezioso, prodotto oggi esclusivamente da uve provenienti dalla Tenuta di Refrontolo, sinonimo della migliore sapienza enologica e tradizione di spumantizzazione. Un Prosecco Superiore che guarda alle origini e alla viticoltura eroica che ha modellato il profilo di quelle colline riconosciute nel 2019 Patrimonio dell'Umanità UNESCO.

Oggi, il successo del Prosecco Superiore Santa Margherita va ben oltre i confini nazionali e conquista i palati dei winelover di oltre 90 Paesi nel mondo con una ricca gamma dalle deliziose sfumature: dai più strutturati e complessi Millesimati nella versione Brut "52" ed Extra Brut "Rive di Refrontolo", ai più contemporanei non-vintage Brut ed Extra Dry, immaginati per un pubblico moderno, che ama consumare vino in contesti non abitudinari o convenzionali, ricercando una bollicina che sia coerente con il proprio stile di vita ma comunque legata alla tradizione, rispettando fedelmente il territorio d'origine.

In occasione delle celebrazioni del settantesimo anniversario, Santa Margherita rinnova l'immagine dei suoi più iconici Prosecco Superiore - Brut "52", Extra Brut "Rive di Refrontolo" e non-vintage Brut - con tre gift box in limited edition per il formato 75 cl.



ABOUT SANTA MARGHERITA

Santa Margherita è una storia italiana di passione, lavoro, valori e tradizione, nata nel 1935 dalla visione del Conte Gaetano Marzotto, che credeva in un'agricoltura moderna ed efficiente fatta di uomini, natura e tecnologia insieme. Da quell'inizio visionario sono trascorsi 87 anni, ma i valori di riferimento sono rimasti immutati e hanno permesso a questo sogno di crescere fino a diventare una delle realtà del vino più importanti d'Italia, capace di stare al passo con i tempi e di leggere i mutamenti negli stili di vita e di consumo grazie alla capillare presenza in oltre 90 Paesi nei cinque continenti. Tra i pionieri nella spumantizzazione del vitigno Glera sulle colline di Valdobbiadene dal 1952, Santa Margherita ha contribuito a trasformare uno spumante territoriale in un successo globale. All'azienda si deve inoltre la nascita del Pinot Grigio come il mondo lo intende oggi: un vino che ha saputo conquistare i palati di diverse generazioni di winelovers grazie al suo stile contemporaneo e alla straordinaria capacità di abbinamento a cibi e situazioni diversi e che sessant'anni fa diede avvio ad una vera e propria rivoluzione del gusto e del piacere enologico. Oltre all'innovazione, la sostenibilità è un valore fondante per Santa Margherita da sempre convinta che tutto ciò che deriva da un ambiente salubre, condotto con saggia misura nel rispetto dei cicli vitali, porti con sé un valore unico.

SANTA MARGHERITA

Via Ita Marzotto, 8 - Fossalta di Portogruaro (VE) - +39 0421 246 111
info@santamargherita.com - www.santamargherita.com
FB Santa Margherita Wines - IG @santamargheritawines

LE BOLLICINE ITALIANE DAL COVID A OGGI

Dopo un 2021 straordinario, anche l'anno che sta per chiudersi sembra incanalato su un percorso di grande crescita, con la componente "fuori casa" tornata finalmente a pieno regime. Sul circuito retail, rientri fisiologici, ma ci sono prodotti che non si fermano. E forse indicano quello che potrebbe essere il mix del 2023

TRA IL 2021 E IL 2022
NON SI PERDE UNA BOTTIGLIA

di CARLO FLAMINI - Osservatorio del Vino UIV

Nelle pagine seguenti esaminiamo i dati del 2021 della spumantistica italiana e internazionale, rilevando, a distanza, come lo scorso anno sia stato davvero straordinario per entrambi i comparti, con il pieno recupero dei valori andati erosi nel corso dell'anno pandemico (anche se con alcune tipologie più colpite rispetto ad altre, si pensi allo Champagne e ai metodo classico in generale), in un trend positivo che prosegue e si salda con l'anno che sta per chiudersi. Sul mercato nazionale, le bollicine sono l'unica categoria che - pur calando rispetto ai dati 2021, almeno sul fronte retail - resta su volumi e valori ben sopra la media pre-Covid. C'è da tener conto di un aspetto che ancora sfasa, se possiamo dir così, la lettura omogenea: l'anno scorso il Capodanno - che rappresenta sempre il clou

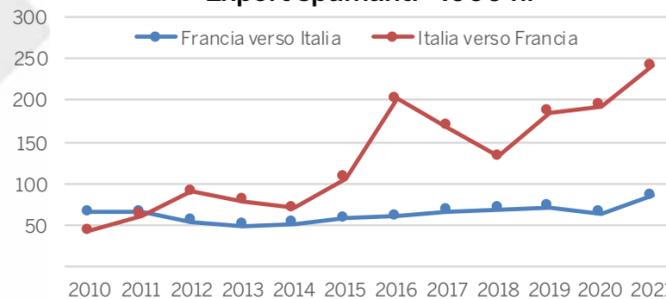
delle vendite di spumante nel nostro Paese - furono decise restrizioni importanti su cenoni, feste in discoteca e nelle piazze, per cui i valori record registrati in Gdo - anche per i metodo classico - vanno inquadrati ancora in una prospettiva di travaso dei consumi che ben abbiamo imparato a conoscere nell'anno del Covid. Quest'anno, senza restrizioni, probabilmente il bilancio del mese di dicembre in Gdo subirà prevedibilmente gli effetti di questo strascico congiunturale straordinario, che comunque non dovrebbe mettere a repentaglio il saldo annuale. Altro dato che sfasa il 2021 è il fenomeno cosiddetto di revenge spending: i risparmi accumulati dalle famiglie italiane chiuse in casa per buona parte del 2020 (85 miliardi di euro calcolati dalla Banca d'Italia) sono stati travasati in consumi extra l'anno dopo e presumibilmente anche

il 2022 sta sentendo la coda di questa situazione, che coinvolge - caso eccezionale - solo la spumantistica, mentre i vini fermi sono in una fase di stallo prolungata, che li ha portati ai livelli pre-Covid. Che il post-pandemia abbia fatto scoprire agli italiani il bello delle bollicine anche fuori dal Natale sembra un dato ormai acquisito. La cosa che deve far riflettere - e lo si desume dai dati elaborati su base NielsenQ - è che oggi gli unici a non subire l'effetto "rientro" sono i cosiddetti spumanti Charmat non Prosecco: oggi rappresentano un quarto delle vendite retail totali, e sono cresciuti a tutto settembre del 12%, in controtendenza rispetto alla dinamica piatta del totale bollicine, con un picco del +20% nel segmento discount, dove il prezzo medio è sotto di quasi 1 euro rispetto al totale retaili

(3,50 contro 4,48). Effetto congiunturale, probabilmente, dovuto al picco inflattivo che sta caratterizzando l'anno in corso, e che spinge i consumatori verso prodotti più abbordabili, ma che probabilmente sarà destinato a travasarsi nel 2023. All'estero, il 2022 si avvia a chiudere ancora in positivo: a tutto agosto - ultimi dati disponibili Istat - le vendite italiane segnano +8% a volume, con incrementi del 22% sul lato valore. Abbiamo però qualche trend che va segnalato: sui primi tre mercati, resta il segno più in Uk e Germania, mentre gli Usa sono stabili (al Prosecco positivo si affiancano riduzioni significative per gli spumanti Dop e i comuni). A guardare i dati retail, stabili o negativi, si direbbe che oggi la crescita italiana sia sostenuta quasi tutta dal canale Horeca, dove la componente "mixati" gioca un ruolo

straordinario, ma potenzialmente pericoloso quando si dovesse entrare in periodi di crisi, con la sostituzione del prodotto base spumante dietro l'angolo. Per il resto, crescono enormemente i mercati Baltici (che fungono da sponda per la Russia), oltre alla Polonia e al Canada. Continua la scia positiva sul mercato francese, quarta piazza a volume e terza per il Prosecco. Appena dieci anni fa quello che mandavamo in Francia era esattamente lo stesso quantitativo di spumante che i francesi mandavano in Italia, circa 60.000 ettolitri. Nel 2021, gli ettolitri italiani sono diventati 241.000, contro gli 86.000 francesi. Quello che non è andato di pari passo è il prezzo, con il dislivello di valore rimasto praticamente uguale, attorno a 130 milioni di euro, ma lo Champagne - si sa - gioca una partita tutta sua...

Export spumanti - .000 hl



2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021



L'esperienza
nella presa
di spuma

PURE-LEES™

LONGEVITY

BASI SPUMANTE

E RIFERMENTAZIONE IN AUTOCLAVE

Lievito inattivo specifico per la protezione dei vini durante le fasi di affinamento e stoccaggio: enfatizza la freschezza e la longevità.



LIEVITI SPECIFICI

uvaferm® LALVIN®

PER OGNI ESIGENZA

I ceppi storici della Champagne

DV10

EC1118

Classe ed eleganza nei profumi

CH14

QA23

Vivacità e freschezza nel metodo Charmat

Charme Fruity

Rhône 4600

Minimo rilascio di SO₂, H₂S ed acetaldeide

ICV Okay

ICV Opale 2.0



LIEVITI ENOLOGICI



BATTERI ENOLOGICI



NUTRIENTI E PROTETTORI



DERIVATI SPECIFICI DI LIEVITO



ENZIMI



CHITOSANO



SOLUZIONI PER IL VIGNETO

LALLEMAND

LALLEMAND OENOLOGY

Original by culture



Nota: i dati di questo servizio sono frutto di elaborazioni dell'Osservatorio del Vino UIV su comunicazioni degli Organismi di certificazione delle Do-Ig interessate.

SI RINGRAZIANO: AGROQUALITÀ, CAMERA DI COMMERCIO DI BOLZANO, CAMERA DI COMMERCIO DI TRENTO, CEVIO, ISTITUTO REGIONALE DEL VINO E DELL'OLIO (IRVO, SICILIA), SIQURIA, TOSCANA CERTIFICAZIONE AGROALIMENTARE-TCA, TRIVENETA CERTIFICAZIONI, VALORITALIA

GLI IMBOTTIGLIAMENTI 2021 NELL'ANALISI DELL'OSSERVATORIO DEL VINO UIV

Messe sul mercato 940 milioni di bottiglie, il 25% in più rispetto al 2020. Prosecco al 70% sul totale Dop-Igp, con il rosato a 67 milioni, monopolista di una categoria che pesa per il 10% sul totale degli imbottigliamenti di bollicine. In forte crescita tutti i metodo classico

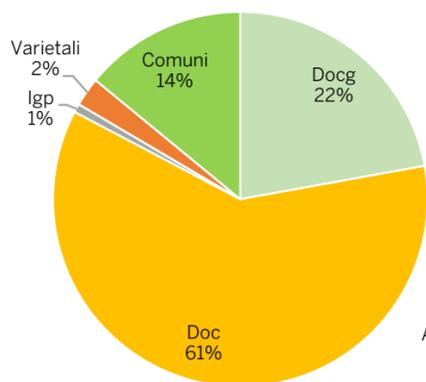
A UN PALMO DAL MILIARDO

TABELLA 1. IMBOTTIGLIAMENTI PER TIPO

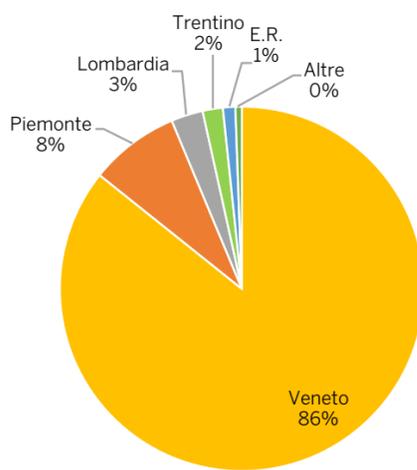
	2020		2021		Var. %
	HL	Bottiglie	HL	Bottiglie	
Docg	1.362.647	181.686.259	1.559.365	207.915.371	14%
Doc	3.281.753	437.567.090	4.263.771	568.502.785	30%
Igp	44.129	5.883.848	52.364	6.981.811	19%
Varietali	138.547	18.472.936	175.484	23.397.867	27%
Comuni	802.512	107.001.600	989.248	131.899.733	23%
Totale	5.629.588	750.611.733	7.040.232	938.697.567	25%

di CARLO FLAMINI - Osservatorio del Vino UIV

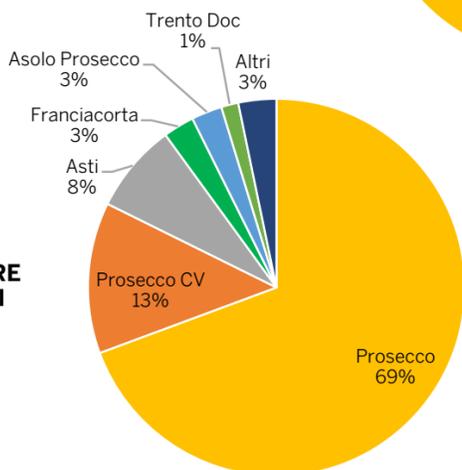
1. RIPARTIZIONE IMBOTTIGLIAMENTI PER TIPO



2. RIPARTIZIONE PER ORIGINE TERRITORIALE



3. SPUMANTI DOP-IGP: SHARE % PER VOLUMI



A un soffio da quota 1 miliardo di bottiglie, traguardo che sicuramente verrà raggiunto e superato con gli imbottigliamenti di quest'anno, sebbene vi siano in corso rallentamenti della domanda piuttosto consistenti, non solo in Italia, ma anche in quei mercati che costituiscono il bacino privilegiato della nostra spumantistica.

La crescita nel 2021, anno ricordiamo di revenge spending in tutto il mondo (ed è in questa chiave che si leggono i dati positivi di tutti i metodo classico), è stata pari a +25%, con al top i vini a denominazione (+30%, trainati ovviamente dal Prosecco), seguiti da varietali e spumanti comuni, che macinano qualcosa come 150 milioni di pezzi. Poi il segmento delle Docg, capitanato dal Prosecco Superiore, a 207 milioni di bottiglie (+14%) e chiusura con i più piccoli e meno performanti, gli Igp, solo 7 milioni di pezzi e aumento "solo" del 19% (tabella 1).

La spumantistica italiana si connota per essere marchiata a Doc: 568 milioni di bottiglie (di cui 543 di Prosecco Doc), equivalenti a un peso del 61% sul totale. Seguono i Docg (22%) e il basso della piramide, i comuni, che pesano per un buon 14% di share (grafico 1).

italiana ha un mercato accento serenissimo: 686 milioni di bottiglie Dop-Igp, con un peso sul totale sovrachiantante: 86%. Segue il Piemonte all'8% (64 milioni di pezzi), poi Lombardia (23 milioni e 3%) e Trentino (2% per 14 milioni di unità) (grafico 2).

Ancora piccolo, seppure in crescita, il comparto spumante nelle altre regioni, con Emilia Romagna a 8,8 milioni di bottiglie e Sicilia a 1,3. Sicilia che si connota per una particolarità in rapporto ai numeri ancora relativamente piccoli: il numero elevatissimo di referenze, una trentina nella Doc regionale, altre 20 nell'Igt Terre Siciliane, a cui si aggiungono gli spumanti prodotti a Erice, Pantelleria e sull'Etna. La più prodotta in assoluto è proprio l'Etna, che però non supera i 165.000 pezzi.

Al di là dei singoli casi regionali, le macrotipologie sopra quantitativi di un certo tipo sono davvero poche: togliendo i Proseccchi (che insieme fanno 665 milioni di bottiglie, il 71% del totale nazionale e il 78% del totale Dop-Igp), sopra 10 milioni di pezzi abbiamo Asti, Franciacorta e Trento. Tra 1 e 5 milioni solo 5 Do-Ig: Pignoletto, Emilia, Vigneti delle Dolomiti, Brachetto d'Acqui e Piemonte, con candidati prossimi al milione solo Alta Langa (993.000) e Rubicone (990.000) (grafico 3). Una concentrazione estrema, ma anche una polverizzazione totale, con piccole e piccolissime denominazioni, da poche migliaia di pezzi l'anno.

LE PERFORMANCE ANNUE

Venendo alle performance annue, considerando solo i vini di media e grande caratura (tabella 2), sono pochi i segni meno da rubricare: Rubicone in Romagna (-11%), Oltrepò Pavese (-20%, a cui fa da contraltare il +27% della Docg), Garda (-1%). Destinato forse all'oblio l'esperimento Asti Metodo classico: 6.537 bottiglie, per giunta in calo del 12%, a fronte di aumento del 12% per l'Asti dolce. Restando in Piemonte, continua l'espansione dell'Alta Langa (+40% annuo), così come crescono le produzioni raggruppate sotto la Doc regionale (+30%, sopra il milione di pezzi). In calo anche l'Etna (-12%).

In Emilia, fortissima crescita per i Lambruschi spumantizzati, anche in versione rosa, così come si assiste a ripresa decisa per la versione in bianco, a 700.000 bottiglie (+85%). Buona performance per il Romagna Doc spumante, arrivato a 360.000 pezzi, equivalenti a crescita annua del 12%, e in continuo movimento positivo la tendenza spumantizzante del Pignoletto Doc, arrivato a 3,4 milioni di bottiglie (+23%).

In Lombardia, detto delle diverse performance dei due Oltrepò, Franciacorta in grande salute (+26%, con best performer Rosé e Satèn, oltre +30%). Andando a Est, verso il Trentino, il metodo classico chiude a +24%, con il Rosato a +56%, mentre l'Igt delle Dolomiti resta stabile a 2,2 milioni di bottiglie.

Prosecco a +30%, con il rosato a 71 milioni di bottiglie, in aumento di oltre il 300% sull'anno 0, il 2020. Crescita anche per i Docg, con Valdobbiadene a +13% e Asolo a +15%, sopra i 20 milioni di pezzi.

In Sicilia, detto del calo dell'Etna, le due corazzate (Doc e Igt) proseguono con ritmi di crescita pari a +30%. In stand by le produzioni abruzzesi (-9%) che erano attese forse ad altri risultati, considerando gli investimenti messi in atto negli ultimi tempi in fatto di impianti.

Continua a pagina 25 ⇨



TABELLA 2. IMBOTTIGLIAMENTI PER TIPO

Denominazione	2020	2021	Var. %	Bottiglie 0,75 equivalenti
Abruzzo Spumante	529	481	-9%	64.110
Pignoletto	20.448	25.197	23%	3.359.613
Emilia Lambrusco Rosato Spumante	3.320	4.593	38%	612.459
Emilia Lambrusco Spumante	4.795	6.887	44%	918.273
Emilia Lambrusco Vinif. Bianco Spumante	2.832	5.247	85%	699.605
Romagna	2.409	2.686	12%	358.177
Rubicone	8.357	7.425	-11%	990.036
Friuli Ribolla Gialla Spumante	2.822	2.868	2%	380.312
Franciacorta	124.691	156.728	26%	20.897.003
Franciacorta	95.479	117.455	23%	15.660.731
Franciacorta Rosé	11.461	15.368	34%	2.049.073
Franciacorta Satèn	17.751	23.904	35%	3.187.199
Oltrepò Pavese Metodo Classico	3.275	4.147	27%	552.873
Oltrepò Pavese	8.530	6.859	-20%	914.517
Alta Langa	5.389	7.445	38%	992.695
Asti	402.500	450.820	12%	60.109.316
Asti Spumante	402.444	450.771	12%	60.102.779
Asti Spumante Metodo Classico	56	49	-12%	6.537
Piemonte	6.337	8.257	30%	1.100.927
Etna	1.407	1.237	-12%	164.947
Sicilia	3.151	4.328	37%	577.040
Terre Siciliane	2.343	3.052	30%	406.893
Trento Doc	69.804	86.415	24%	11.521.939
Trento Spumante di qualità	54.184	64.727	19%	8.620.335
Trento Riserva Spumante di qualità	10.458	13.649	31%	1.816.438
Trento Rosato e Rosato Ris.	5.161	8.038	56%	964.643
Vigneti delle Dolomiti Müller Thurgau Spumante	16.403	16.413	0%	2.188.391
Asolo Prosecco	134.059	154.409	15%	20.587.825
Conegliano Valdobbiadene Prosecco	671.799	761.047	13%	101.472.945
Garda	4.289	4.243	-1%	565.760
Prosecco	3.124.173	4.074.818	30%	543.309.092
Prosecco Spumante	2.127.496	2.481.578	17%	330.877.036
Prosecco Spumante Treviso	870.313	1.055.962	21%	140.794.881
Prosecco Spumante Rosé	119.429	505.084	323%	67.344.560
Prosecco Spumante Rosé Treviso	6.936	32.195	364%	4.292.615

AURORAS®

ENLIGHTENING OENOLOGY



Per una enologia illuminata.

Auroras® è la visione di VASONGROUP. Con essa, vogliamo presentare la miglior tecnologia di JUCLAS e i prodotti innovativi di ENOLOGICA VASON, pensati e progettati per diminuire l'impatto della pratica enologica, restituendo vini più autentici, trasparenti nei confronti del consumatore e rispettosi della propria identità originaria.

MENO ADDITIVI
e solfiti, grazie a
tecnologie fisiche

PIÙ EQUILIBRIO
attraverso processi
controllati e brevettati

PIÙ IDENTITÀ
con proposte di
origine biotecnologica



QUANDO HAI
UNA FESTA DENTRO
E LO VORRESTI
URLARE AL MONDO

STAPPA
UN
SORRISO



VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG

Stare con gli amici, ritrovare la complicità, ridere insieme.
Ogni attimo si trasforma così in modo inaspettato.
Goditi la felicità con Valdobbiadene Prosecco DOCG.



CANTINE
MASCHIO

➔ Segue da pagina 23

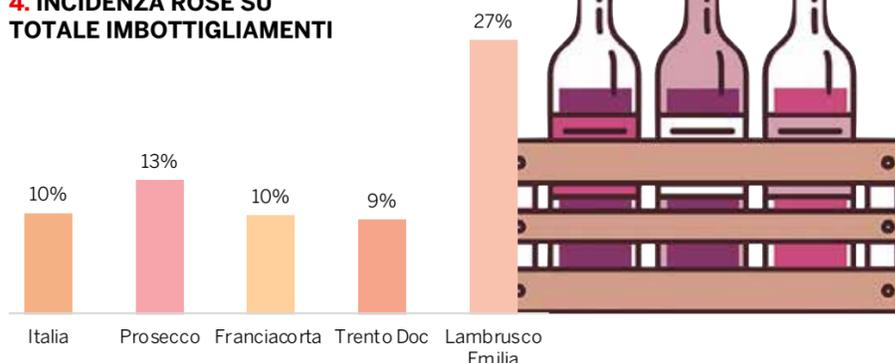
I ROSATI

Poco più di 80 milioni di bottiglie a Dop-Igp, con qualche varietale protagonista, all'ombra ovviamente del Prosecco, che dall'alto dei suoi 71 milioni di bottiglie fa il 90% del totale. Restano le briciole per gli altri, tra cui Franciacorta (2 milioni di pezzi, il 3%), un paio di varietali sopra il milione e il Trento, con 965.000 pezzi equivalenti all'1% (a cui si aggiungono 100.000 di riserva). Degno di nota che nella classifica, parte

alta, compaiono sempre più Lambruschi: Emilia (612.000 pezzi), Modena (233), Sorbara (110), Salamino (92.000).

In totale, i rosati incidono per circa il 10% sul totale spumante Italia, con media superiore nel Prosecco (13%) e per il Lambrusco rosé sul totale della varietà utilizzata nell'Igt Emilia (27%). Al 10% l'incidenza in Franciacorta e poco sotto nel Trento Doc (grafico 4).

4. INCIDENZA ROSÉ SU TOTALE IMBOTTIGLIAMENTI



IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2021

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
ABRUZZO			
Doc	Abruzzo Spumante	481	64.110
	Abruzzo Spumante Bianco (Metodo Charmat)	228	30.438
	Abruzzo Spumante Bianco (Metodo Classico)	38	5.038
	Abruzzo Spumante Bianco Millesimato (Metodo Classico)	69	9.185
	Abruzzo Spumante Rosé (Metodo Charmat)	73	9.790
	Abruzzo Spumante Rosé Millesimato (Metodo Classico)	72	9.659
ALTO ADIGE			
Doc	Alto Adige spumante	3.207	427.644
CALABRIA			
Doc	Calabria	157	20.932
	Calabria Bianco Spumante	63	8.415
	Calabria Greco Bianco Spumante	94	12.517
CAMPANIA			
Docg	Greco di Tufo Spumante	173	23.058
Doc	Aversa Asprinio Spumante	338	45.042
	Aversa Asprinio Spumante	237	31.662
	Aversa Asprinio Spumante di Qualità	100	13.380
Doc	Campi Flegrei Falanghina Spumante	200	26.673
	Campi Flegrei Falanghina Spumante Brut	170	22.673
	Campi Flegrei Falanghina Spumante Extra Dry	30	4.000
Doc	Falanghina del Sannio Spumante	865	115.268
	Falanghina del Sannio Spumante	203	27.021
	Falanghina del Sannio Spumante Brut	309	41.144
	Falanghina del Sannio Spumante di Qualità Brut	125	16.730
	Falanghina del Sannio Spum. di Qualità Metodo Classico Brut	22	2.933
	Falanghina del Sannio Spumante Extra Dry	206	27.440
Doc	Irpinia	449	59.807
	Irpinia Spumante Falanghina	78	10.395
	Irpinia Spumante Fiano	95	12.612
	Irpinia Spumante Greco	276	36.800
Doc	Ischia Bianco Spumante	29	3.925
Doc	Sannio Moscato Spumante	25	3.333
Doc	Vesuvio	151	20.126
	Vesuvio Bianco Lacryma Christi Spumante	25	3.300
	Vesuvio Caprettone Spumante	81	10.826
	Vesuvio Piediroso Rosato o Rosé Spumante di Qualità	45	6.000
EMILIA ROMAGNA			
Docg	Colli Bolognesi Pignoletto Spumante	338	45.037
Doc	Colli Bolognesi Bologna Spumante	35	4.613
Doc	Colli di Parma	430	57.353
	Colli di Parma Malvasia Spumante	305	40.700
	Colli di Parma Pinot Bianco Spumante	14	1.809
	Colli di Parma Sauvignon Spumante	46	6.197
	Colli di Parma Spumante	65	8.647
Doc	Colli di Scandiano e di Canossa	1.372	182.877
	Colli di Scandiano e di Canossa Malvasia spumante	244	32.591
	Colli di Scandiano e di Canossa Spergola Spumante	1.127	150.287
Doc	Colli Piacentini	772	102.911
	Colli Piacentini Chardonnay Spumante	443	59.000
	Colli Piacentini Malvasia Spumante	326	43.531
	Colli Piacentini Monterosso Val d'Arda Spumante	3	380
Doc	Lambrusco di Sorbara	2.570	342.699
	Lambrusco di Sorbara Rosato spumante	827	110.215
	Lambrusco di Sorbara Rosso spumante	1.732	230.884
	Lambrusco di Sorbara spumante	12	1.600
Doc	Lambrusco Grasparossa di Castelvetro	435	58.065
	Lambrusco Grasparossa Castelvetro Rosato spumante	221	29.457
	Lambrusco Grasparossa Castelvetro Rosso spumante	215	28.608
Doc	Lambrusco Salamino di Santa Croce	726	96.863
	Lambrusco Salamino di Santa Croce Rosato spumante	691	92.148
	Lambrusco Salamino di Santa Croce Rosso spumante	35	4.715
Doc	Modena	2.962	394.997
	Bianco di Modena spumante	87	11.600
	Lambrusco di Modena spumante	1.044	139.195
	Lambrusco rosato di Modena spumante	1.743	232.443
	Rosato di Modena spumante	88	11.760

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
segue Emilia Romagna			
Doc	Ortrugo dei Colli Piacentini Spumante	970	129.371
Doc	Pignoletto	25.197	3.359.613
	Pignoletto Spumante	18.925	2.523.301
	Pignoletto Spumante Sottozona Colli d'Imola	22	2.900
	Pignoletto Spumante Sottozona Modena	2.794	372.488
	Pignoletto Spumante Sottozona Reno	3.457	460.924
Doc	Reggiano	240	32.052
	Reggiano Bianco spumante	15	1.980
	Reggiano Lambrusco Spumante	226	30.072
Doc	Romagna	2.686	358.177
	Romagna Bianco Spumante	1.881	250.841
	Romagna Rosato Spumante	749	99.812
	Romagna Trebbiano Spumante	56	7.524
Igt	Emilia	19.583	2.611.051
	Emilia Barbera Spumante	49	6.591
	Emilia Bianco Spumante	755	100.603
	Emilia Chardonnay Spumante	163	21.796
	Emilia Fogarina Spumante	51	6.824
	Emilia Grechetto Gentile Spumante	64	8.511
	Emilia Lambrusco Rosato Spumante	4.593	612.459
	Emilia Lambrusco Spumante	6.887	918.273
	Emilia Lambrusco Vinif. Bianco Spumante	5.247	699.605
	Emilia Malvasia Bianca Spumante	8	1.000
	Emilia Malvasia Spumante	1.142	152.256
	Emilia Moscato Bianco Spumante	27	3.640
	Emilia Pinot Bianco Spumante	38	5.120
	Emilia Pinot Grigio Spumante	25	3.288
	Emilia Pinot Nero Spumante	66	8.819
	Emilia Pinot Nero vinif. bianco Spumante	15	1.997
	Emilia Rosato Spumante	146	19.491
	Emilia Sauvignon Spumante	18	2.360
	Emilia Spergola Spumante	288	38.419
Igt	Forlì Bianco Spumante	2	233
Igt	Ravenna	205	27.268
	Ravenna Bianco Spumante	26	3.491
	Ravenna Famoso Spumante	146	19.527
	Ravenna Rosato Spumante	32	4.251
Igt	Rubicone	7.425	990.036
	Rubicone Bianco Spumante	2.743	365.735
	Rubicone Chardonnay Spumante	135	18.045
	Rubicone Grechetto Gentile Spumante	92	12.216
	Rubicone Malvasia Spumante	75	10.033
	Rubicone Moscato Bianco Spumante	75	10.013
	Rubicone Rosato Spumante	629	83.819
	Rubicone Trebbiano Spumante	3.676	490.175
FRIULI VENEZIA GIULIA			
Doc	Friuli	3.158	421.032
	Friuli Ribolla Gialla Spumante	2.868	382.382
	Friuli Ribolla Gialla Spumante di qualità	51	6.838
	Friuli Ribolla Gialla Spumante di qualità metodo classico	122	16.201
	Friuli Ribolla Gialla Spumante metodo classico	24	3.256
	Friuli Spumante di qualità metodo classico	65	8.676
	Friuli Spumante di qualità metodo classico	8	1.000
	Friuli Spumante metodo classico	20	2.679
LAZIO			
Doc	Frascati Spumante	78	10.415
Doc	Est! Est!! Est!!! di Montefiascone Spumante	485	64.692
Igt	Lazio	402	53.664
	Lazio Aleatico Spumante	80	10.614
	Lazio Bellone Spumante	44	5.900
	Lazio Bianco Spumante	97	12.916
	Lazio Bombino Bianco Spumante	40	5.334
	Lazio Chardonnay Spumante	69	9.170
	Lazio Moscato (da Moscato di Terracina) Spumante	73	9.730
LIGURIA			
Doc	Golfo del Tigullio-Portofino Bianco Spumante	164	21.897

➔ **IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2021**

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettoltri	Bottiglie 0,75 equivalenti
LOMBARDIA		169.626	22.616.796
Docg	Franciacorta	156.728	20.897.003
	Franciacorta	117.455	15.660.731
	Franciacorta Rosé	15.368	2.049.073
	Franciacorta Satén	23.904	3.187.199
Docg	Oltrepo' Pavese Metodo Classico	4.147	552.873
	Oltrepo' Pavese Metodo Classico	232	30.947
	Oltrepo' Pavese Metodo Classico Pinot nero	3.177	423.537
	Oltrepo' Pavese Metodo Classico Pinot nero Rosé	702	93.648
	Oltrepo' Pavese Metodo Classico Rosé	36	4.741
Doc	Colleoni Spumante	125	16.696
Doc	Lugana	1.581	210.859
	Lugana Spumante Metodo Charmat	717	95.595
	Lugana Spumante Metodo Classico	864	115.264
Doc	Oltrepo' Pavese	6.859	914.517
	Oltrepo' Pavese Moscato spumante	2.250	300.053
	Oltrepo' Pavese Pinot nero spumante vin in b.co	1.546	206.135
	Oltrepo' Pavese Pinot nero spumante vin in r.to	15	2.025
	Oltrepo' Pavese Riesling spumante	3.047	406.304
Doc	Sangue di Giuda dell'Oltrepo' Pavese Spumante "	25	3.320
Igt	Terrazze Retiche	161	21.528
	Terrazze Retiche Spumante metodo classico	121	16.191
	Terrazze Retiche Spumante metodo classico Rosé	40	5.337
MARCHE		3.062	408.308
Docg	Vernaccia di Serrapetrona Spumante	45	5.991
Doc	Bianchetto del Metauro Spumante	29	3.916
Doc	Colli Maceratesi Ribona Spumante	108	14.420
Doc	San Ginesio	252	33.593
	San Ginesio Spumante Dolce	207	27.633
	San Ginesio Spumante Secco	45	5.960
Doc	Terre di Offida Passerina Spumante	275	36.604
Doc	Verdicchio dei Castelli di Jesi Spumante	1.489	198.597
Doc	Verdicchio di Matelica Spumante	239	31.867
Igt	Marche	625	83.320
	Marche Bianco Spumante di qualità	50	6.659
	Marche Rosato Spumante di qualità	211	28.129
	Marche Sangiovese Spumante di qualità	364	48.532

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettoltri	Bottiglie 0,75 equivalenti
MOLISE		23	3.060
Doc	Molise Falanghina Spumante di Qualità	23	3.060
PIEMONTE		486.678	64.890.397
Docg	Alta Langa	7.445	992.695
	Alta Langa Bianco	6.021	802.800
	Alta Langa Bianco Riserva	480	64.000
	Alta Langa Rosato	758	101.067
	Alta Langa Rosato Riserva	186	24.828
Docg	Asti	450.820	60.109.316
	Asti Spumante	450.771	60.102.779
	Asti Spumante Metodo Classico	49	6.537
Docg	Brachetto d'Acqui Spumante	17.411	2.321.463
Docg	Erbaluce di Caluso Spumante	638	85.044
Docg	Gavi	129	17.155
	Gavi del Comune di Gavi Spumante Metodo Classico	37	4.916
	Gavi Spumante	7	896
	Gavi Spumante Metodo Classico	85	11.343
Docg	Roero	184	24.473
	Roero Arneis spumante	81	10.801
	Roero Arneis Spumante Metodo Classico	103	13.672
Doc	Canavese Rosato Spumante	25	3.287
Doc	Colli Tortonesi Terre di Libarna Spumante	76	10.108
Doc	Freisa d'Asti Spumante	59	7.864
Doc	Freisa di Chieri Spumante	50	6.664
Doc	Malvasia di Casorzo d'Asti spumante	46	6.193
Doc	Malvasia di Castelnuovo Don Bosco spumante	958	127.700
Doc	Nebbiolo d'Alba	581	77.509
	Nebbiolo d'Alba Spumante Metodo Classico	3	372
	Nebbiolo d'Alba Spumante Rosé	103	13.713
	Nebbiolo d'Alba Spumante Rosé Metodo Classico	476	63.424
Doc	Piemonte	8.257	1.100.927
	Piemonte Chardonnay spumante brut	12	1.561
	Piemonte Brachetto spumante	3.195	426.024
	Piemonte Cortese spumante	50	6.668
	Piemonte Pinot Chardonnay spumante	159	21.257
	Piemonte Spumante	1.505	200.731
	Piemonte Albarossa Spumante rosato	51	6.764



Tappatore per tappi in sughero naturale, agglomerato e sintetici. Progettato per garantire massima efficienza e produttività, è ideale sia per le piccole che le grandi produzioni. Da 1.000 bph a 40.000 bph.



Tappatore combinato per tappi corona e tappi in plastica a pressione bidule per metodo champenoise. Ha una capacità di produzione fino a 12.000 bph.



Da 40 anni, la più ampia gamma di sistemi di chiusura per tappi in sughero naturale, agglomerato e sintetici, capsule in alluminio ROPP e tappi corona, per vino, alcolici e olio. Da 1.000 bph fino a 72.000 bph. Scopri la nostra gamma completa su arol.com - contatti: info@arol.com

➔ **IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2021**

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
segue Piemonte			
	Piemonte Chardonnay spumante	1.048	139.744
	Piemonte Cortese Marengo Spumante	1.009	134.563
	Piemonte Pinot nero spumante	133	17.796
	Piemonte Pinot nero spumante rosato	290	38.684
	Piemonte Pinot-Chardonnay Spumante	15	2.016
	Piemonte Rosato Spumante	768	102.425
	Piemonte Rosso Spumante	20	2.693
PUGLIA		2.410	321.388
Doc	Castel del Monte	365	48.625
	Castel del Monte Bianco Spumante	192	25.596
	Castel del Monte Rosato Spumante	173	23.029
Igt	Daunia riferimento a doppio vitigno Bianco Spumante	16	2.150
Igt	Puglia	786	104.856
	Puglia Bianco Spumante	329	43.810
	Puglia Fiano Spumante	25	3.352
	Puglia Greco Spumante	25	3.300
	Puglia Malvasia B. Spumante	3	420
	Puglia Moscato Bianco Spumante	88	11.786
	Puglia Rosato Spumante	316	42.188
Igt	Salento	592	78.871
	Salento Bianco Spumante	250	33.358
	Salento Moscatello Selvatico Spumante	25	3.333
	Salento riferimento a doppio vitigno bianco Spumante	21	2.738
	Salento Rosato Spumante	296	39.442
Igt	Valle d'Itria	652	86.886
	Valle d'Itria Bianco Spumante	286	38.119
	Valle d'Itria Maresco Spumante	21	2.760
	Valle d'Itria Minutolo Spumante	85	11.294
	Valle d'Itria Rosato Spumante	67	8.880
	Valle d'Itria Verdeca Spumante	194	25.833
SARDEGNA		375	49.965
Doc	Malvasia di Bosa Spumante	98	13.012
Igt	Isola dei Nuraghi	277	36.953
	Isola dei Nuraghi Bianco Spumante	52	6.867
	Isola dei Nuraghi Rosato Spumante	81	10.760
	Isola dei Nuraghi Rosso Cagnulari Spumante	145	19.327

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
SICILIA		9.690	1.292.060
Doc	Erice	101	13.523
	Erice spumante brut	55	7.384
	Erice spumante dolce	46	6.139
Doc	Etna	1.237	164.947
	Etna spumante bianco	724	96.489
	Etna spumante bianco brut	74	9.807
	Etna spumante rosato	348	46.368
	Etna spumante rosato brut	92	12.283
Doc	Pantelleria Moscato spumante	23	3.031
Doc	Sicilia	4.328	577.040
	Sicilia bianco spumante extra-dry	58	7.700
	Sicilia bianco spumante di qualità extra-dry	59	7.803
	Sicilia Carricante spumante brut	316	42.151
	Sicilia Catarratto spumante brut	24	3.211
	Sicilia Catarratto spumante brut nature	25	3.329
	Sicilia Catarratto spumante extra- brut	9	1.168
	Sicilia Catarratto spumante di qualità brut	18	2.411
	Sicilia Catarratto spumante di qualità extra-brut	73	9.700
	Sicilia Chardonnay spumante di qualità brut	356	47.439
	Sicilia Chardonnay spumante di qualità extra-brut	30	4.027
	Sicilia Chardonnay spumante di qualità brut nature	25	3.331
	Sicilia Grecanico spumante brut	11	1.472
	Sicilia Grillo spumante brut	814	108.551
	Sicilia Grillo spumante di qualità brut nature	138	18.400
	Sicilia Grillo spumante di qualità extra-brut	80	10.621
	Sicilia Grillo spumante di qualità extra dry	59	7.803
	Sicilia Grillo spumante extra dry	1.095	146.011
	Sicilia Nero d'Avola spumante vinificato in bianco brut	374	49.920
	Sicilia Nero d'Avola spumante vinificato in bianco brut nature	5	688
	Sicilia Nero d'Avola spumante vinificato in rosato brut	138	18.408
	Sicilia Nero d'Avola spumante vinificato in rosato extra-brut	0	59
	Sicilia Nero d'Avola spumante di qualità vinificato in rosato brut	30	4.053
	Sicilia Nero d'Avola spum. di qualità vinif. in rosato extra-brut	55	7.301
	Sicilia Nero d'Avola spumante vinificato in rosato extra dry	216	28.824
	Sicilia spumante rosato	79	10.580
	Sicilia spumante rosato brut	23	3.063





CHIUSURE ITALIA

La perfezione raddoppia. raddoppia. raddoppia.

Due tappi affidabili e garantiti, entrambi caratterizzati da un'assoluta perfezione organolettica e neutralità sensoriale. La perfezione M2X raddoppia grazie all'ingresso di **Senso**, **il nuovo tappo per vino spumante tradizionale a doppia rondella organoletticamente perfetto e garantito.**




Via Rosina Storchio, 5 | 25020 DELLO (BS) | T +39 030 8089860 | m2x@m2xchiusureitalia.it
www.m2xchiusureitalia.it

➔ **IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2021**

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
segue SICILIA			
	Sicilia spumante rosato extra dry	141	18.768
	Sicilia Pinot nero spumante di qualità vinif. in rosato extra brut	52	6.923
	Sicilia Pinot nero spumante vinificato in rosato brut-nature	25	3.328
Igt	Terre Siciliane	3.052	406.893
	Terre Siciliane bianco spumante brut	455	60.629
	Terre Siciliane bianco spumante extra-dry	523	69.679
	Terre Siciliane Ansonica spumante	59	7.815
	Terre Siciliane Ansonica spumante brut	199	26.548
	Terre Siciliane Carricante spumante	13	1.771
	Terre Siciliane Carricante spumante brut	41	5.411
	Terre Siciliane Catarratto bianco spumante	5	668
	Terre Siciliane Catarratto bianco lucido spumante extra dry	72	9.540
	Terre Siciliane Chenin spumante brut	86	11.460
	Terre Siciliane riferim. a doppio vitigno bianco spumante brut	182	24.211
	Terre Siciliane riferim. a doppio vitigno bianco spum. extra brut	100	13.327
	Terre Siciliane Nerello Mascalese vinificato in bianco spum. brut	724	96.575
	Terre Siciliane Nerello Mascalese vinif. in bianco spum. extra dry	114	15.229
	Terre Siciliane Zibibbo spumante	7	948
	Terre Siciliane Zibibbo spumante brut	44	5.920
	Terre Siciliane rosato spumante	31	4.153
	Terre Siciliane rosato spumante extra brut	13	1.700
	Terre Siciliane rosato spumante extra dry	24	3.180
	Terre Siciliane Nerello Mascalese rosato spumante	196	26.109
	Terre Siciliane Frappato rosato spumante	73	9.755
	Terre Siciliane Syrah rosato spumante	92	12.267
Varietali	Varietali	950	126.627
	Varietale spumante Pinot Nero	39	5.195
	Varietale spumante Chardonnay	101	13.444
	Varietale spumante Frappato	83	11.124
	Varietale spumante Grecanico dorato	510	68.004
	Varietale spumante Grillo	216	28.860
	TOSCANA	869	115.888
Doc	Maremma Toscana	184	24.483
	Maremma Toscana Bianco Spumante	38	5.104
	Maremma Toscana Vermentino Spumante	145	19.379

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
segue Toscana			
Doc	Elba Bianco Spumante	10	1.352
Doc	Pomino	675	90.053
	Pomino Bianco Riserva Spumante	41	5.464
	Pomino Bianco Spumante	555	73.995
	Pomino Rosato Spumante	79	10.595
	TRENTINO	107.827	14.376.902
Doc	Trento Doc	86.415	11.521.939
	Trento Riserva Spumante di qualità	13.623	1.816.438
	Trento Riserva Spumante di qualità Vigna Obermetz	26	3.432
	Trento Rosato Riserva Spumante di qualità	783	104.363
	Trento Rosato Spumante di qualità	7.235	964.643
	Trento Rosato Spumante di qualità Vigna Zell	21	2.782
	Trento Spumante di qualità	64.653	8.620.335
	Trento Spumante di qualità Vigna Zell	75	9.946
Igt	Vigneti delle Dolomiti	18.585	2.478.057
	Vigneti delle Dolomiti Bianco Spumante	1.368	182.360
	Vigneti delle Dolomiti Chardonnay Spumante	440	58.662
	Vigneti delle Dolomiti Chardonnay Spumante di qualità	101	13.502
	Vigneti delle Dolomiti Moscato Giallo Spumante	90	12.000
	Vigneti delle Dolomiti Müller Thurgau Spumante	16.413	2.188.391
	Vigneti delle Dolomiti Rosato Spumante	174	23.142
Varietali	Varietali	2.827	376.906
	Varietale altri paesi Ue Müller Thurgau Spumante	1.714	228.544
	Varietale Italia Bianco Spumante	94	12.532
	Varietale Italia Chardonnay Spumante	633	84.408
	Varietale Italia Müller Thurgau Spumante	386	51.422
	VALLE D'AOSTA	186	24.779
Doc	Valle d'Aosta Blanc de Morgex et de La Salle Spumante	186	24.779
	VENETO	5.147.415	686.321.985
Docg	Asolo Prosecco	154.409	20.587.825
	Asolo Prosecco Spumante Superiore	154.006	20.534.145
	Asolo Prosecco Spumante Superiore sui lieviti	403	53.680
Docg	Colli Euganei Fior d'arancio spumante	5.409	721.205
Docg	Conegliano Valdobbiadene Prosecco	761.047	101.472.945
	Conegliano Valdobbiadene Prosecco Spumante Sup. di Cartizze	12.450	1.659.943



Sovracapsule Astro Titan.

Precisamente belle,
preziosamente pratiche.

Sovracapsule Astro Titan.
Per valorizzare i mini formati
di spumanti e champagne.



CLOSING TECHNOLOGIES

astrogroup.it

Abbinare al termoretraibile, le sovracapsule Astro Titan replicano fedelmente l'effetto visivo del sughero e della gabbietta dei vini spumanti, ottimizzando l'eleganza e l'impatto dei formati minori.

L'incastro con la chiusura è sempre perfetto, senza alcun ricorso a colle o mastici che potrebbero trasferire aromi sgradevoli o nocivi al contenuto.

In ogni occasione, l'utilizzatore avrà la sensazione di una migliore impugnatura e di un torques d'apertura più leggero, per godersi appieno il piacere di un ottimo spumante o champagne a casa, in hotel o durante un trasferimento aereo.



➔ **IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2021**

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
segue Veneto			
	Conegliano Valdobbiadene Prosecco Spumante Superiore	724.928	96.657.129
	Conegliano Valdobbiadene Prosecco Spumante Sup. Menzione Vigna	74	9.859
	Conegliano Valdobbiadene Prosecco Spumante Superiore Rive	22.897	3.052.993
	Conegliano Valdobbiadene Prosecco Spumante Sup. sui Lieviti	698	93.021
Docg	Recioto della Valpolicella Spumante	32	4.270
Docg	Recioto di Gambellara Spumante	376	50.148
Docg	Recioto di Soave Spumante	37	4.870
Doc	Arcole Bianco Spumante	149	19.914
Doc	Bagnoli di Sopra o Bagnoli	30	4.004
	Bagnoli Spumante (Bianco)	15	2.004
	Bagnoli Spumante Rosato Vigna	15	2.000
Doc	Bardolino Chiaretto Spumante	1.460	194.654
Doc	Breganze Vespaiolo Spumante	637	84.988
Doc	Colli Euganei	2.181	290.853
	Colli Euganei Moscato Spumante	1.465	195.355
	Colli Euganei Serprino Spumante	716	95.499
Doc	Corti Benedettine del Padovano Moscato Spumante	70	9.267
Doc	Custoza Spumante	673	89.680
Doc	Delle Venezie Pinot grigio spumante	5.584	744.533
Doc	Gambellara Spumante	276	36.807
Doc	Garda	4.243	565.760
	Garda Bianco Spumante	3.031	404.190
	Garda Bianco Spumante metodo classico	699	93.211
	Garda Rosato Spumante	421	56.188
	Garda Rosato Spumante metodo classico	91	12.171
Doc	Lessini Durello	6.418	855.737
	Lessini Durello Riserva Spumante di qualità metodo classico	1.182	157.576
	Lessini Durello Spumante	21	2.840
	Lessini Durello Spumante di qualità metodo classico	55	7.362
	Lessini Durello Spumante metodo charmat	5.160	687.959
Doc	Soave Spumante	1.965	261.993
Doc	Prosecco	4.074.818	543.309.092
	Prosecco Spumante	2.481.578	330.877.036
	Prosecco Spumante Treviso	1.055.962	140.794.881
	Prosecco Spumante Rosé	505.084	67.344.560
	Prosecco Spumante Rosé Treviso	32.195	4.292.615
Doc	Venezia	2.404	320.575
	Venezia Bianco spumante	1.310	174.716
	Venezia Rosato o rosé spumante	1.094	145.859
Varietali	Varietali	125.196	16.692.864
	Varietale Italia Bianco Spumante	51.898	6.919.714
	Varietale Italia Chardonnay Spumante	1.627	216.985
	Varietale Italia Corvina Spumante	21	2.740
	Varietale Italia Durella Müller Thurgau Spumante	2.977	396.954
	Varietale Italia Durella Spumante	1.456	194.094
	Varietale Italia Garganega Raboso Rosato Spumante	351	46.742
	Varietale Italia Garganega Spumante	9.337	1.244.929
	Varietale Italia Glera Spumante	55	7.352
	Varietale Italia Malvasia Moscato Spumante	2.247	299.616
	Varietale Italia Malvasia Spumante	141	18.792
	Varietale Italia Moscato Spumante	12.609	1.681.144
	Varietale Italia Müller Thurgau Durella Spumante	300	40.038
	Varietale Italia Müller Thurgau Spumante	1.162	154.932
	Varietale Italia Nerello Mascalese Garganega Spumante	2.598	346.438
	Varietale Italia Nosiola Spumante	15	2.034
	Varietale Italia Pinot Bianco Pinot Bianco Chardonnay Spumante	10.207	1.360.950
	Varietale Italia Pinot Bianco Durella Spumante	57	7.589
	Varietale Italia Pinot Bianco Spumante	48	6.347
	Varietale Italia Pinot Chardonnay Spumante	2.157	287.547
	Varietale Italia Pinot Grigio Rosato Spumante	8.589	1.145.208
	Varietale Italia Pinot Grigio Spumante	1.142	152.247
	Varietale Italia Pinot Nero Bianco Spumante	215	28.679
	Varietale Italia Pinot Nero Rosato Spumante	424	56.505
	Varietale Italia Pinot Nero Spumante	75	9.997
	Varietale Italia Pinot Spumante	74	9.879
	Varietale Italia Ribolla Gialla Spumante	1.783	237.702
	Varietale Italia Riesling Spumante	54	7.200
	Varietale Italia Rosato Spumante	13.475	1.796.733
	Varietale Italia Rosso Spumante	56	7.457
	Varietale Italia Traminer aromatico Spumante	31	4.120
	Varietale Italia Trebbiano Spumante	17	2.200

Totale **6.004.473** **800.596.364**



L'ETICHETTA FA LA DIFFERENZA

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

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

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

PROGETTAZIONE

PRE-STAMPA

STAMPA

IMBALLAGGIO

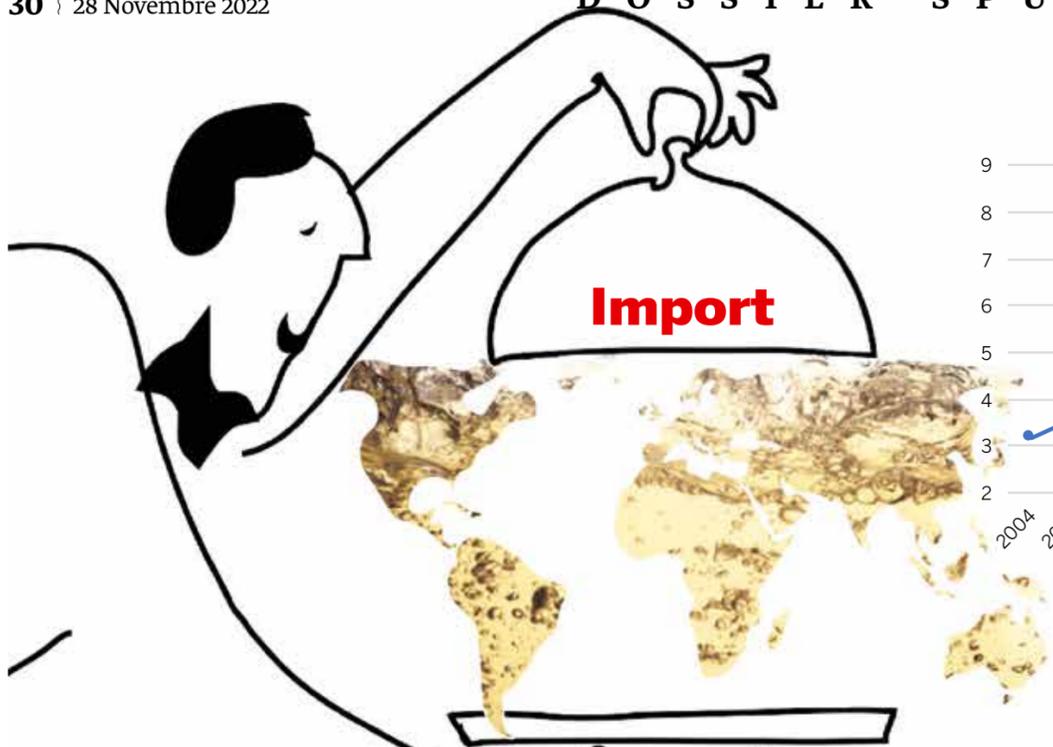


gb grafiche baglio srl

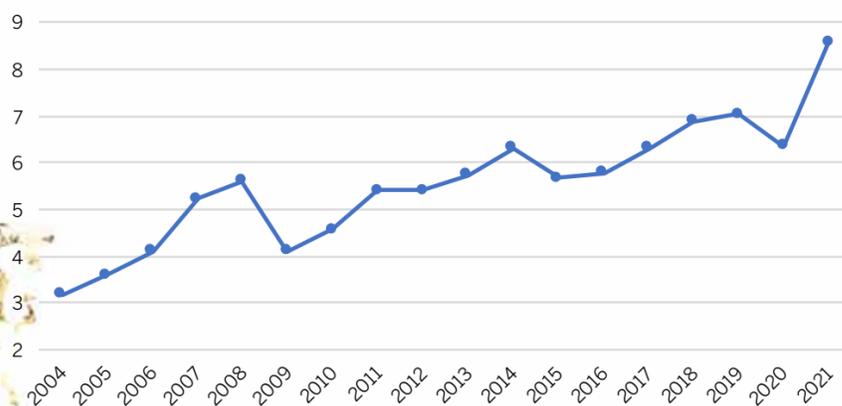
soluzioni per il progetto e la stampa di etichette

www.grafichebaglio.it

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

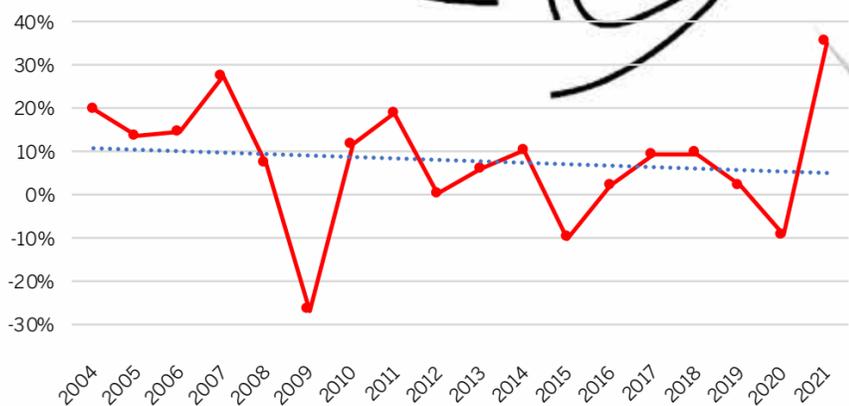


1. Importazioni mondiali di spumanti - .000 US\$



Se in pandemia si era perso il 10% del valore, l'anno scorso le bollicine si sono riprese tutto con gli interessi, arrivando al record di 8,6 miliardi di dollari. Protagonisti Champagne e Prosecco, che hanno fatto volare la voglia di revenge spending sparsa in giro per il mondo

2. Variazioni annue valori



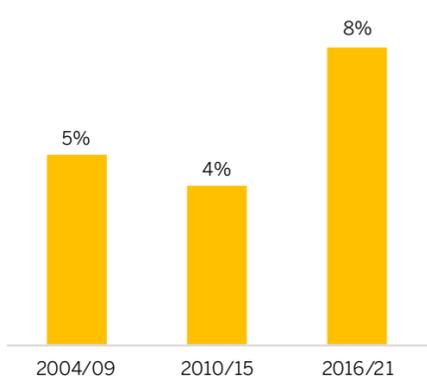
Un 2021 straordinario che spazza via il Covid

di CARLO FLAMINI
- Osservatorio del Vino UIV

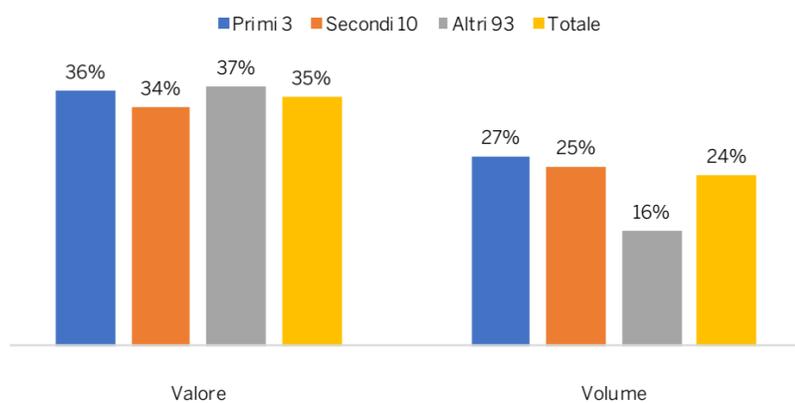


Dopo un 2020 funestato dall'impatto della pandemia da Covid19, che aveva visto precipitare il valore delle importazioni mondiali del 10%, il 2021 si riprende tutto con gli interessi, facendo segnare il record assoluto, che tradotto in dollari vuol dire 8,6 miliardi, con variazione positiva sia sul 2020 (+35%), ma anche sul 2019 (-22%). È stato - il 2021 - l'anno del revenge spending, e gli spumanti - Champagne in primis, ma anche il Prosecco come vedremo nei dettagli - hanno incarnato perfettamente la voglia di ritorno alla normalità delle persone. Sul lungo periodo, il saldo positivo per quinquenni porta a una crescita addirittura doppia del 2016/21 rispetto ai cinque anni precedenti, quelli che avevano visto l'esplosione dei consumi di questa tipologia di prodotto. La crescita ha ovviamente irraggiato tutti i Paesi, dai grandi importatori ai piccoli e piccolissimi, con segni negativi mosche bianche. I primi tre a valore - Usa, UK e Giappone, 41% di quota sul totale - sono cresciuti insieme del 36%, mentre i secondi dieci (che includono fra gli altri Germania, Belgio, Singapore, Russia, per un altro 41%) hanno cumulato un aumento del 34%, a 3,5

3. Cagr quinquennali



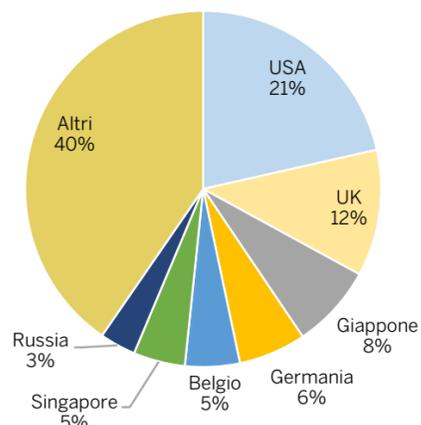
4. Import mondiale - saldi 2021/20



Valore: importazioni di spumanti per Paesi

Importers	2017	2018	2019	2020	2021	Var. %	Share %
Mondo	6.298.401	6.887.759	7.024.263	6.352.529	8.583.837	35%	100%
USA	1.210.145	1.306.185	1.379.944	1.257.363	1.842.959	47%	21%
UK	805.963	842.560	848.715	759.276	985.216	30%	11%
Giappone	541.842	614.557	693.269	542.661	652.496	20%	8%
Germania	473.712	472.876	441.515	428.711	526.029	23%	6%
Belgio	264.914	308.142	298.369	282.760	426.699	51%	5%
Singapore	346.738	363.299	342.537	262.222	403.019	54%	5%
Russia	160.562	188.459	215.705	220.554	281.180	27%	3%
Australia	213.076	221.547	205.964	189.409	262.579	39%	3%
Italia	189.372	217.125	217.646	192.503	261.780	36%	3%
Svizzera	197.881	210.542	207.866	201.336	255.167	27%	3%
Canada	157.724	171.815	171.695	162.594	231.371	42%	3%
Paesi Bassi	107.959	128.753	141.173	151.496	218.958	45%	3%
Svezia	134.122	166.151	162.790	173.558	190.109	10%	2%
Spagna	110.713	127.365	123.839	79.958	139.511	74%	2%
Altri	1.383.678	1.548.383	1.573.236	1.448.128	1.906.764	32%	22%

5. Import mondiale - quote % valore

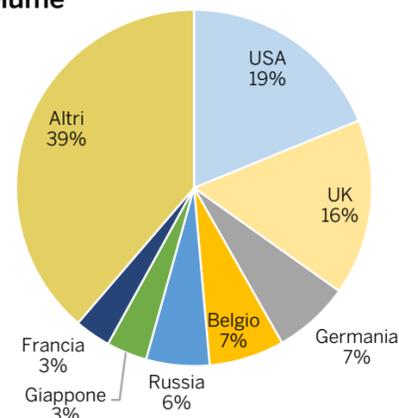




Volume - importazioni di spumanti per paesi

Importers	2017	2018	2019	2020	2021	Var. %	Share %
Mondo	6.298.401	6.887.759	7.024.263	6.352.529	8.583.837	35%	100%
USA	1.210.145	1.306.185	1.379.944	1.257.363	1.842.959	47%	21%
UK	805.963	842.560	848.715	759.276	985.216	30%	11%
Giappone	541.842	614.557	693.269	542.661	652.496	20%	8%
Germania	473.712	472.876	441.515	428.711	526.029	23%	6%
Belgio	264.914	308.142	298.369	282.760	426.699	51%	5%
Singapore	346.738	363.299	342.537	262.222	403.019	54%	5%
Russia	160.562	188.459	215.705	220.554	281.180	27%	3%
Australia	213.076	221.547	205.964	189.409	262.579	39%	3%
Italia	189.372	217.125	217.646	192.503	261.780	36%	3%
Svizzera	197.881	210.542	207.866	201.336	255.167	27%	3%
Canada	157.724	171.815	171.695	162.594	231.371	42%	3%
Paesi Bassi	107.959	128.753	141.173	151.496	218.958	45%	3%
Svezia	134.122	166.151	162.790	173.558	190.109	10%	2%
Spagna	110.713	127.365	123.839	79.958	139.511	74%	2%
Altri	1.383.678	1.548.383	1.573.236	1.448.128	1.906.764	32%	22%

6. Import mondiale - quote % volume



miliardi di US\$. Similare la crescita degli altri Paesi, una novantina in tutto, che pesano per il restante 18% (1,6 miliardi). Da rimarcare il ruolo di riesportatore ritagliatosi nell'ultimo anno dal Belgio, che dopo la Brexit sta fungendo da base logistica soprattutto per il Prosecco, ma anche per lo Champagne, reindirizzato verso Londra dopo le pratiche di sdoganamento.

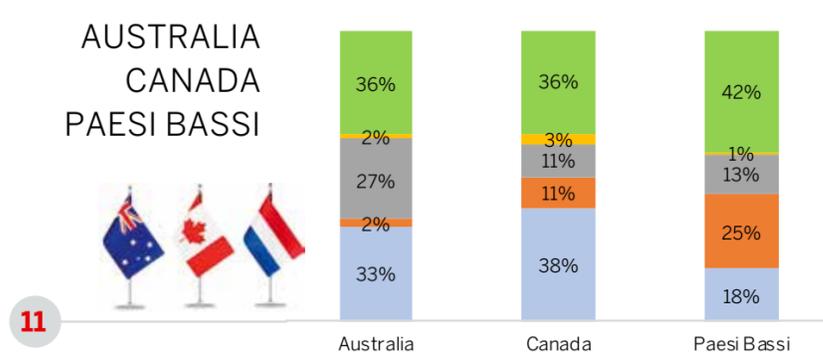
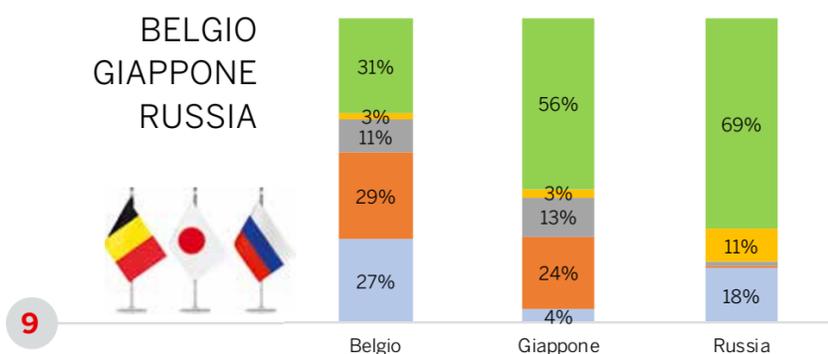
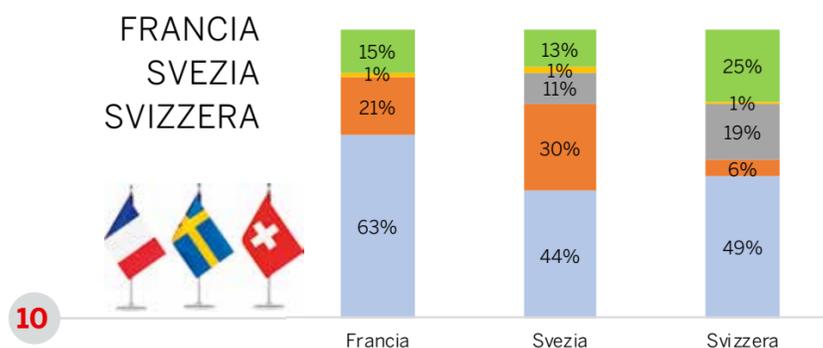
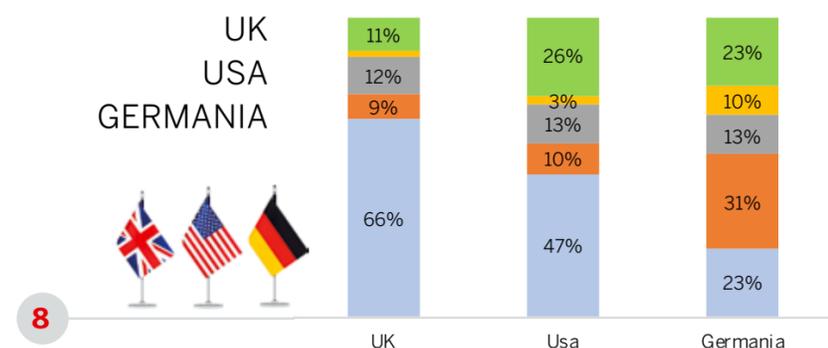
A volume, crescite superiori al 25% per i primi dieci importatori, con totale mondo a +24%, per un totale circolato per il mondo di 10,5 milioni di ettolitri. Il volume ovviamente contiene "duplicati", ovvero merce - come il caso del Belgio - partita da un Paese e riesportata, per cui di fatto contabilizzata due volte. Proprio il Belgio, grazie alle triangolazioni del Prosecco - ha visto un bal-

zo dei volumi importati dell'82%, che lo hanno portato a ridosso della Germania, sopra i 700.000 ettolitri di volume, di cui 150.000 riesportati verso Londra (si veda l'articolo dedicato all'export a pag. 17). In testa, per volumi assorbiti, troviamo gli Usa (19%), seguiti da UK (16%) e Germania (+7%). Unico Paese tra i gradi a segnare cali volumici è risultata la Svezia (-6%).

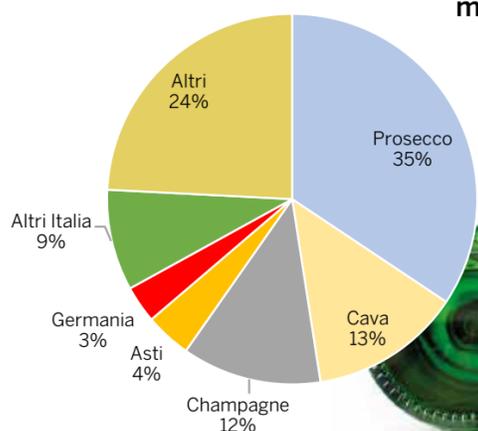
LE PERFORMANCE PER TIPOLOGIE

RIPARTIZIONE IMPORT VOLUME - 2021

■ Prosecco ■ Cava ■ Champagne ■ Asti ■ Altri



7. Peso volume su totale import mondo (2020)



Dettagliando per tipo di spumante (grafico 7), nel 2021 il Prosecco, con 3,6 milioni di ettolitri di prodotto veicolato in giro per il mondo, ha costituito oltre un terzo del volume globale, seguito dal Cava (13%) e dallo Champagne (12%). Un altro 9% di quota è rappresentato da spumante italiano, a cui si aggiunge un 4% di Asti spumante, per un totale Italia di poco meno del 50%.

Il peso del Prosecco spumante (grafico 8) è ovviamente sovrachiarante in UK (2/3 delle importazioni, ricomprendendo nel calcolo anche la quota veicolata dal Belgio) e predominante in Usa (47% del totale, 2 punti in più rispetto al 2020), mentre più magre sono le quote in Germania, dove vince il Cava (31% contro 23%, anche se il peso del Prosecco salirebbe se dovessimo inglobare la tipologia frizzante). Sui mercati di seconda fascia (grafico 9), ovviamente caso particolare è il Belgio: rispetto all'anno passato, quando il Cava era predominante (43%), per via delle triangolazioni vi-

ste in precedenza la contabilità import si sbilancia sul Prosecco, che passa al 27%, diminuendo la quota spagnola di conseguenza al 29%. Considerato che gli spumanti italiani per gran parte sono solo di transito, i consumi reali continuano a vedere prevalenza di prodotto spagnolo. In Giappone prevalenza netta di Cava e Champagne (24% e 13%, contro un misero 4% del Prosecco), mentre in Russia le bollicine veneto-friulane hanno superato abbondantemente l'Asti (18% contro 11% di quota), almeno quello di diretta esportazione, considerando che molto Asti viene triangolato

dai Paesi Baltici. Sui mercati francese, svedese e svizzero (grafico 10), la crescita delle bollicine marchiate Prosecco ha consentito di guadagnare quote di assoluto rilievo, con in particolare la Francia diventata un vero e proprio feudo del Prosecco (63% di quota sul totale import). Crescite significative anche nella lontana Australia, dove si è superato a volume lo Champagne (33% contro 27%), e in Canada, con quota sul totale del 38%, 3 punti in più sul 2021. Meno brillante la situazione in Olanda, dove la predominanza dei Cava è ancora di là dall'esser messa in discussione (grafico 11).



EXPORT

CRESCCE IL PESO DEI TRIANGOLATORI

A Olanda, Singapore e Paesi Baltici si aggiungono Belgio e Polonia: il primo riesporta Prosecco verso Londra, la seconda fa sponda con Mosca (e la guerra non ha fermato i traffici)

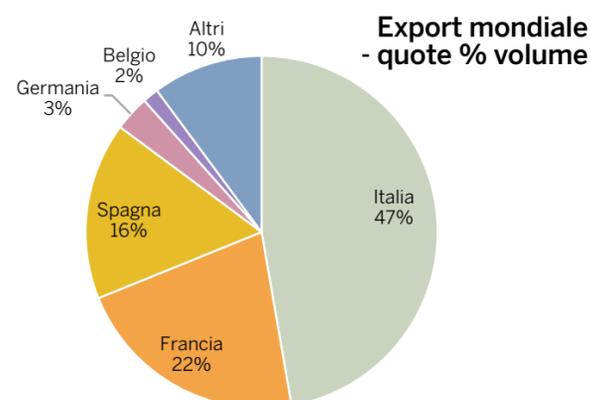
Una sessantina di Paesi esportano spumante, per un volume balzato del 19% nel 2021, a 10,5 milioni di ettolitri e un controvalore di 8,7 miliardi di USD, in aumento del 38% rispetto al 2020. Se a volume il peso dell'Italia è strabordante - quasi la metà del totale, poco meno di 5 milioni di ettolitri - sul valore è la Francia a detenere lo scettro, con 4,6 miliardi di dollari e il 53% del fatturato globale del comparto, con l'Italia che scende al 25%, seguita dalla Spagna al 6%. Se questi pesi sono noti a chi produce e commercializza bollicine, forse meno noto è il fatto che circa il 7% del volume di spumante

va rubricato come ri-export, ovvero 690.000 ettolitri di prodotto, per un controvalore di 861 milioni di dollari, equivalenti al 10% del totale esportato nel 2021. In testa per valori troviamo Singapore (421 milioni di dollari, il 5% del totale export mondo), che a volume presenta un rapporto tra esportato e importato dell'84%, fatto soprattutto rivendendo Champagne in mezza Asia. Seguono i Paesi Bassi (132 milioni di dollari e una percentuale del 33% tra export e import) e il Belgio, che nel 2021 è il Paese che ha visto incrementare maggiormente sia l'import (+82%), sia soprattutto il riexport, più che raddoppiato, con un rapporto ancora piccolo

(il 21%), ma un valore delle merci riesportate (soprattutto Prosecco verso UK) di 95 milioni di dollari, l'1% del totale riexport. In classifica, oltre alla Danimarca che triangola con i vicini di casa scandinavi, troviamo i Paesi sponda verso il mercato russo, ovvero i Baltici, in particolare la Lituania, con un rapporto export/import dell'81%, ma anche la Bielorussia e la Polonia, altro Paese che - soprattutto dopo lo scoppio della guerra russo-ucraina - sta vedendo incrementare fortissimamente i traffici sia di import che di export. Il totale importato dagli 11 Paesi esaminati vale poco meno di 2 milioni di ettolitri, con un riexport di circa il 36%.

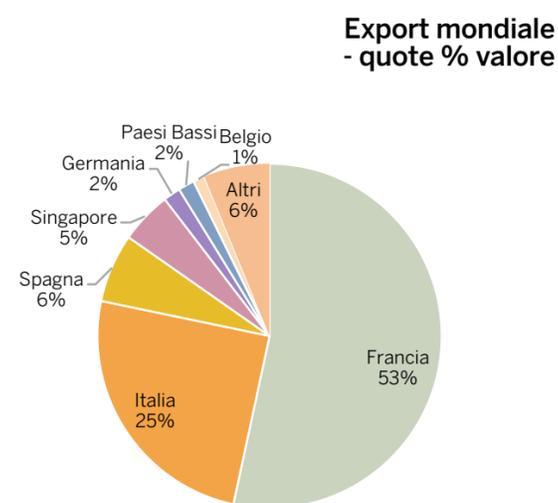
Valore- Esportazioni di spumanti per paesi

Exporters	2017	2018	2019	2020	2021	Var. %	Share %
Mondo	6.636.300	7.311.835	7.240.310	6.287.307	8.661.666	38%	100%
Francia	3.541.013	3.766.025	3.834.516	3.205.525	4.623.299	44%	53%
Italia	1.538.401	1.780.915	1.759.025	1.682.123	2.155.245	28%	25%
Spagna	518.025	595.073	510.006	462.742	559.194	21%	6%
Singapore	370.004	388.001	403.369	272.185	421.903	55%	5%
Germania	133.716	150.512	133.370	99.778	139.533	40%	2%
Paesi Bassi	65.424	103.042	92.595	91.555	132.199	44%	2%
Belgio	34.524	45.653	49.853	47.629	94.378	98%	1%
Australia	43.731	43.189	43.726	38.804	63.539	64%	1%
Altri	391.462	439.425	413.850	386.966	472.376	22%	5%



Volume - Esportazioni di spumanti per paesi

Exporters	2017	2018	2019	2020	2021	Var. %	Share %
Mondo	865.989	900.179	927.223	876.538	1.046.916	19%	100%
Italia	366.187	385.535	417.479	408.070	494.899	21%	47%
Francia	183.680	187.771	195.255	170.632	226.190	33%	22%
Spagna	181.908	185.614	182.304	174.786	170.423	-2%	16%
Germania	31.037	31.854	30.934	27.369	34.024	24%	3%
Belgio	2.565	3.759	4.904	5.744	15.256	166%	1%
Lituania	8.465	11.273	11.434	11.802	15.196	29%	1%
Australia	10.263	9.976	10.242	8.464	12.966	53%	1%
Singapore	10.046	10.097	7.239	6.841	9.801	43%	1%
Lettonia	9.388	10.884	6.736	6.801	8.651	27%	1%
Paesi Bassi	5.248	6.992	6.464	6.490	8.499	31%	1%
Sudafrica	10.022	9.850	4.279	4.675	6.190	32%	1%
Moldova	2.185	2.212	2.211	2.864	5.736	100%	1%
Russia	2.175	1.935	3.263	3.768	4.486	19%	0%
Altri	42.820	42.427	44.479	38.232	34.599	-10%	3%





MANNOPROTEINE PER L'ENOLOGIA DI PRECISIONE



L'ORIGINALE

MannOstab®
NATURAL STABILITY OF WINES



L'EVOLUZIONE

Mann()feel®
NATURAL HOUTHTEEL



LA FINEZZA

MannOspark®
THE PERFECT BUBBLE



LA VERSATILITA'

MannOsweet®
PURE FINESSA



**CAPSULE A VITE
IN ALLUMINIO,
PER VINO, LIQUORI,
OLIO E ACETO**



 **FEDERFIN TECH**

by  VINVENTIONS

EXPORT ITALIA

Il saldo 2021 è più che positivo, ma i prezzi non crescono. E la via per farli crescere è strettissima.

L'incognita dell'effetto guerra per l'Asti, che per ora ha trovato sponde alternative in Lettonia e Polonia



LA SPINTA A VOLUME NON BASTA PIÙ

di CARLO FLAMINI - Osservatorio del Vino UIV

EXPORT ITALIANO DI SPUMANTI

	Litri			Euro			Euro/litro		
	2020	2021	Var. %	2020	2021	Var. %	2020	2021	Var. %
Prosecco	278.143.023	360.601.194	29,6	1.019.381.080	1.327.713.510	30,2	3,66	3,68	0,5
Spumanti comuni	51.318.969	56.687.789	10,5	144.277.429	181.417.878	25,7	2,81	3,20	13,8
Asti	38.803.007	42.125.053	8,6	139.238.043	143.736.120	3,2	3,59	3,41	-4,9
Spumanti Dop*	16.213.271	14.389.994	-11,2	85.004.294	88.231.670	3,8	5,24	6,13	16,9
Spumanti varietali	12.491.024	12.560.815	0,6	34.631.580	38.112.597	10,1	2,77	3,03	9,4
Spumanti Igp	9.757.842	7.142.219	-26,8	24.167.468	21.206.158	-12,3	2,48	2,97	19,9
Champagne	764.859	768.998	0,5	20.124.750	18.492.469	-8,1	26,31	24,05	-8,6
Cava	578.121	622.704	7,7	2.394.462	2.210.062	-7,7	4,14	3,55	-14,3
Totale spumanti	408.070.116	494.898.766	21,3	1.469.219.106	1.821.120.464	24,0	3,60	3,68	2,2

*(Champagne, Cava, Asti e Prosecco escl.)

Anche l'Italia, trainata dal Prosecco, che fa oltre il 70% del totale export, ha spinto fortissimo sull'acceleratore delle vendite nel 2021: il rimbalzo rispetto a

un 2020 negativo causa Covid è stato del 21% a volume (poco meno di 5 milioni di ettolitri) e del 24% a valore, pari a 1,8 miliardi di euro. Quello che è cresciuto meno è il prezzo medio: media comparto a +2% (3,68 euro al litro), con Prosecco fra-

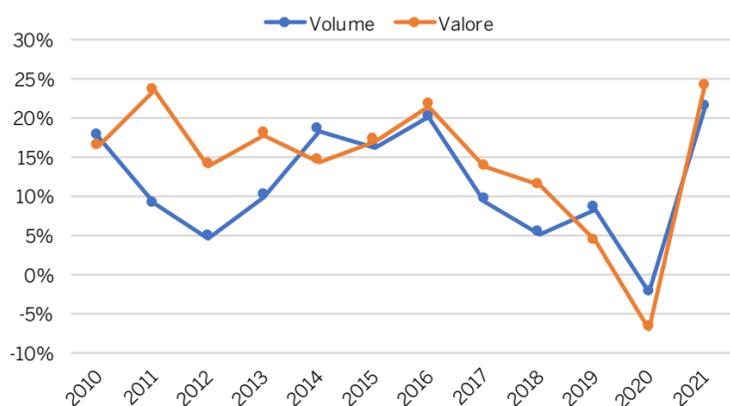
zionale (+0,5%), Asti a -5% e la pattuglia dei comuni a +14%, a 3,20 euro al litro. Rispetto al quinquennio d'oro (2010/15), quando si era in piena fase espansiva (Cagr volume a +12% per un valore che macinava +17%), i cinque anni

chiusi al 2021 vedono un netto ripiegamento delle performance, soprattutto sul lato valore (quasi 9 punti di crescita lasciati per strada), con i prezzi medi che ormai dimostrano di aver perso la propria spinta (saldo quinquennale a +0,6%).

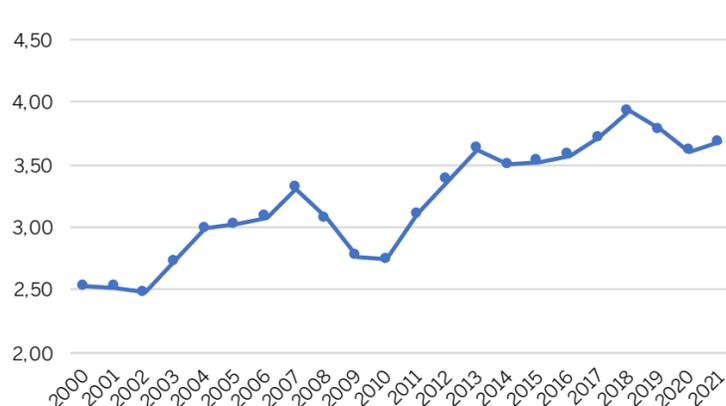
Questo è il vero problema del comparto, se vogliamo trovarne uno a tutti i costi: i volumi non possono crescere all'infinito, a meno di non voler convertire altri areali a produzione di bollicine, o allargare ancora la base del Prosecco. Quindi si tratta di spingere sul valore, ma a conti fatti - per una serie di motivi strutturali e che probabilmente costituiscono insieme un punto di forza e debolezza - la cosa non riesce.

Sicuramente un problema è dettato dal fatto che la spumantistica italiana è sbilanciata su pochi mercati, di cui i primi, eccettuati gli Usa, sono

1. VARIAZIONI % ANNUE



2. CURVA PREZZO MEDIO (EURO/LITRO)



PALLETIZZATORI

DEPALLETIZZATORI

BAG IN BOX

METTISEPARATORI

SISTEMI DI PREPARAZIONE STRATO

FORMACARTONI

DIVISORI BOTTIGLIE

INCARTONATRICI INCASSETTATRICI

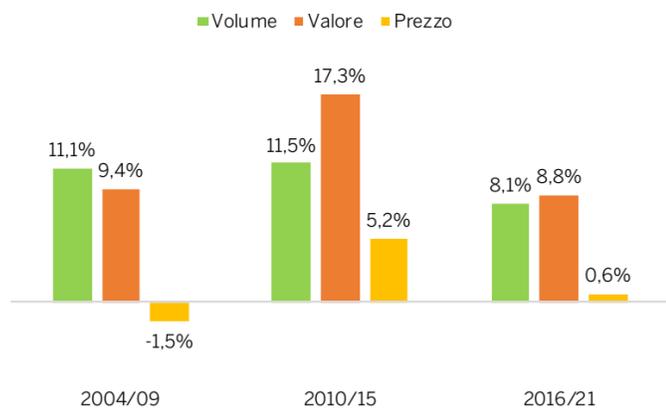
CHIUDI CARTONI

MONOBLOCCHI DI CONFEZIONAMENTO

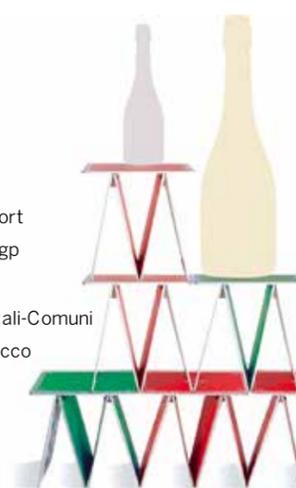
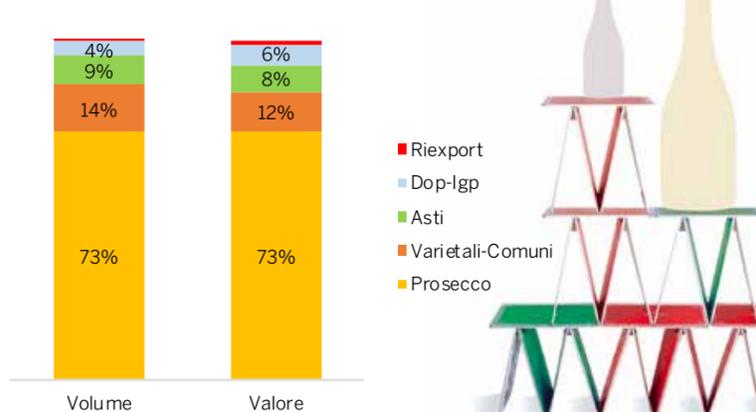
ISOLE ROBOTIZZATE

FIPAL - 43014 Felegana (Parma) Italy | Tel. +39 0525431199 | Email: info@fipal.it | fipal.it

3. CAGR QUINQUENNALI



4. EXPORT SPUMANTI - QUOTE PER TIPO



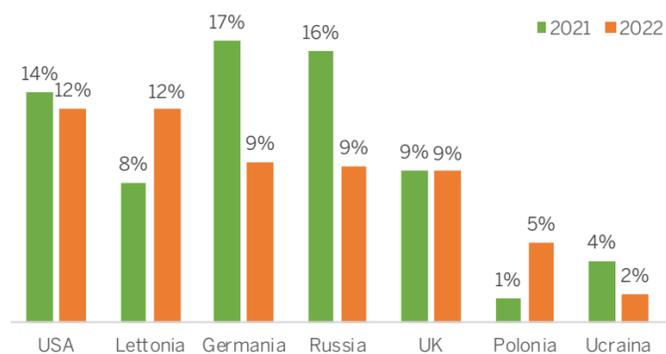
mercati satelliti, quelli da cui si passa per triangolare e arrivare comunque sul mercato: in ordine, Lettonia (12% di share dall'8% del 2021, divenuta di fatto seconda piazza dietro gli Usa) e Polonia, balzata dall'1% al 5%. Il peso dell'Ucraina è ormai dimezzato (al 2%), mentre altamente positive sono le cose che si stanno facendo in Messico e anche nel piccolo Perù, arrivato a giugno di quest'anno nella top ten delle destinazioni.

Gli "altri"

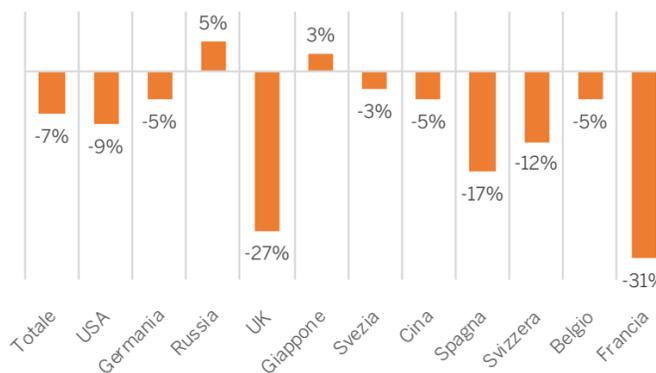
Se togliamo dal conto Prosecco e Asti, come si stanno comportando gli altri spumanti? La risposta è che le cose vanno maluccio: negli ultimi quattro anni i volumi hanno perso il 7%, con magra variazione positiva (+1%) tra 2021 e 2020. La sensazione è che il 2022 possa essere peggiorativo, considerando che fra i primi tre mercati c'è - con una quota del 7% - la Russia, l'unico fra l'altro con bilancio quinquennale positivo (+5% contro -9% e -5% per Usa e Germania).

Sotto i primi tre, troviamo UK e Giappone con quote del 7% e 6%: il primo, Prosecco-addicted, presenta un trend drammaticamente riduttivo (-27% cumulato dal 2017), mentre il secondo, dove il Prosecco incide per ora poco, sta a +3%. Quindi abbiamo la Svezia al 4% e via via tutti gli altri, con quote dal 3% a scendere fino ai frazionari. Fra le altre cose, poco si sta facendo in quei mercati che sembrano dimostrare molta attenzione per la spumantistica italiana, come il Canada, dove il 2021 ha chiuso a -24%, o la stessa Francia, che sembra aver spazio solo per il Prosecco, tralasciando il resto delle bollicine italiane, che infatti hanno chiuso l'anno a -31%. Beffardo poi il destino in Ucraina, che tra 2021 e 2020 aveva quasi raddoppiato le forniture (17.000 ettolitri).

5. ASTI: QUOTE % VOLUME PER PAESI - 2022 E 2021



6. EXPORT SPUMANTI DOP-IGP-COMUNI: CAGR VOLUME 2021/17



altamente price sensitive: stiamo ovviamente parlando di UK e Germania, dove fra l'altro gran parte delle nostre etichette è maneggiata dai grandi gruppi della distribuzione, anche discount. Dall'altro lato, il successo clamoroso del Prosecco, se è vero che ha creato un nuovo consumatore, allargando la platea di qualche decina di milioni di individui, di fatto ha contribuito a creare un'immagine di prodotto con una banda di prezzo piuttosto rigida, che come di-

cevamo ne costituisce la forza, ma anche il limite. Al netto dei metodo classico tradizionali, che ormai hanno una loro fisionomia ben definita (oltre a limitazioni territoriali che rendono le espansioni fortemente limitate), altre zone d'Italia stanno cercando di spingere sulla tipologia spumante, con formule innovative (vitigni autoctoni, ecc.), ma la strada è sempre quella stretta imposta dalle limitazioni di cui sopra: il percepito del consumatore, abituato a un certo

standard di prodotto, a cui corrisponde un certo prezzo. Andar sopra resta difficile, se non per quantitativi limitati, per cui il sogno di "svoltare" con lo spumante, che sembrava allettante fino a non molto tempo fa, deve giocoforza fare i conti con la realtà. **L'Asti** Come ha avuto il merito di non perdere significativamente nel 2020, l'Asti ha avuto anche il demerito di non intercettare la ripresa fragorosa del 2021, chi-

uendo a valore con un magro +3%, generato da prezzi in discesa del 4%: unica categoria ad aver avuto perdite in questa colonna. Performance altamente negative in Usa, solo in parte controbilanciate da Germania e Russia. A proposito di Russia, e di tutto quanto di collegato vi sia al conflitto in corso, a oggi (primo semestre 2022), il peso di Mosca sul totale export si è ridotto a volume di 7 punti percentuali (9%), ma c'è da dire che sono cresciuti esponenzialmente i





iAM EXA

LA MICROFILTRAZIONE AUTOMATICA ALLA PORTATA DI TUTTI

La serie **iAM EXA**, unica come il suo *design*, sintetizza il processo di **microfiltrazione** ad un prezzo estremamente competitivo. L'utilizzo di componenti pluri testati e di un software di ultima generazione consentono una messa in servizio sicura e rapida.

SMART DESIGN
iAM EXA riassume perfettamente la nostra trentennale esperienza nel settore della microfiltrazione. Grazie alle sue configurazioni predefinite, e minimizzate negli ingombri, permettono di poterlo collocare in qualunque spazio.

USER-FRIENDLY SOFTWARE
Bastano pochi e semplici tocchi per il funzionamento della macchina. Garantiamo e tracciamo in automatico ogni singolo ciclo: dalla filtrazione del prodotto ai lavaggi di microfiltrazione e riempitrice.

GREEN ENGINEERING
Curiamo ogni singolo dettaglio per la riduzione dell'impronta idrica e per il risparmio energetico. L'impianto può recuperare il 70% delle calorie, può far riciclare le soluzioni di lavaggio, evita l'eccessivo consumo di chimici e molto altro ancora.



Via della Siderurgia, 22 - VERONA

www.acram.it • info@acram.it Follow us:   

GLI SPUMANTI RIMANGONO
PROTAGONISTI ASSOLUTI DELLE FESTE
DI FINE ANNO IN FRANCIA

Dopo due anni di pandemia, con un incremento costante dei prezzi – da quelli delle uve, in virtù di vendemmie piuttosto scarse, a quelli delle materie prime – ora anche l'inflazione potrebbe rischiare di minacciare le vendite delle bollicine francesi. Eppure le prime risposte che arrivano dagli operatori per il momento vanno in direzione opposta... Mancheranno addirittura le bottiglie per soddisfare tutte le richieste



CHAMPAGNE ... È ANCORA BOOM!



di CHRISTOPHE ANDRIEU

Due anni fa, per il giorno di Natale e la vigilia di Capodanno, ci si era posti una domanda: potremo brindare e condividere una coppa di spumante con qualcuno? Anche se non erano invitati, la pandemia e le notizie che arrivavano dagli ospedali erano ospiti così sgraditi che il mercato delle bollicine era totalmente crollato; le vendite di Champagne, ad esempio, durante il terribile 2020 hanno toccato quota -32%. Ovviamente, tutto ha una fine e l'anno scorso le cose erano già cambiate. Dopo un anno di lacrime e sudore, i produttori di Champagne sono stati felici di rivedere le loro bollicine sulle tavole dei festeggiamenti. Il divario tra il 2021 e l'anno precedente è stato fenomenale (+32%) ma non possiamo considerarlo in assoluto un dato significativo data la particolare situazione osservata nel 2020. Confrontando comunque i consumi del 2021 con quelli del 2019 (+15%), il messaggio è un altro e molto chiaro. Tutti evidentemente hanno sentito molto la mancanza delle bollicine, non ci sono altre parole per spiegare questa incredibile crescita. Lo Champagne è tornato nei calici perché pare proprio che non si possa festeggiare senza la famosa bollicina francese.

Certo viviamo ancora tempi confusi, con nuove brutte sorprese che sostituiscono le precedenti, mese dopo mese. L'attesa guerra in Ucraina, dall'inizio dell'anno ha colpito interi settori industriali e i mercati energetici, con il noto principio dell'effetto domino. Giorno dopo giorno, le cattive notizie continuano ad accumularsi, in particolare per l'area economica europea. Completamente dimenticata per alcuni decenni, l'inflazione è tornata sulla scena con un impatto profondo sul portafoglio di tutti e anche sui prezzi della produzione. In un contesto del genere immaginare i consumi di vini spumanti delle prossime festività è quantomai complesso, bisogna innanzitutto individuare il giusto anno di riferimento da utilizzare. Proviamo ad analizzare la situazione partendo da alcuni dati statistici di una stagione considerata "normale".

Bollicine protagoniste dei festeggiamenti

Statistiche e numeri affidabili sono talvolta difficili da ottenere dai grandi produttori di Champagne, un comportamento ormai tradizionale nella regione, come le bollicine bevute alla fine dell'anno. Ma ci sono anche aziende più o meno grandi ancora disponibili a fornirli. Partiamo dal dato di fatto legato agli spumanti, Champagne in primis, come compagnia ideale dei momenti di festa. Che si tratti di un battesimo, un matrimonio o la festa di san Valentino, tutte le occasioni da ricordare in qualsiasi parte del mondo hanno bisogno delle loro bollicine. Tuttavia, per quanto possano essere numerosi gli eventi da celebrare, non riusciranno mai a competere con Natale e Capodanno.

"Di solito gli ultimi quattro mesi dell'anno rap-

presentano il 70% delle nostre vendite globali" ci ha detto **Nathalie Doucet**, ceo del famoso marchio Besserat de Bellefon di Epernay. "Negli ultimi anni, abbiamo notato che l'estate torrida ha favorito un maggiore consumo di spumanti nei mesi caldi, tuttavia il grande momento dello Champagne rimane la fine dell'anno".

Abituamente l'analisi è riferita agli ultimi quattro mesi dell'anno, perché le vendite per le festività iniziano a settembre, anche se è raro che ci siano ancora Champagne da disponibili a dicembre, come ci ha detto un famoso agente parigino di ristoranti ed enoteche, **Jérôme Duverger**: "La maggior parte delle nostre vendite avviene entro la fine di novembre, che insieme a ottobre rappresenta il momento più importante a livello di numeri. Per un marchio come Philipponnat, ad esempio, si tratta di più di un terzo delle vendite globali concentrato in meno di due mesi". Questa percentuale può essere un po' più bassa con i produttori più piccoli. "Penso di avere vini particolari - conferma **Jean-Marc Charpentier**, dell'omonimo marchio con sede nella Vallée de la Marne -. Le mie cuvées sono per lo più biodinamiche o basate su lotti selezionati e sono più apprezzate da alcuni consumatori informati e sofisticati, che di solito bevono Champagne tutto l'anno. Ma, naturalmente, anche per un produttore come me, la fine dell'anno è sempre un grande momento, capace di regalarci fino al 40% delle nostre vendite totali". Una cifra approssimativamente condivisa da un altro produttore di vino nel sud della Champagne, nella Côte des Bars, più precisamente nel villaggio di Riceys (ben noto per i suoi Pinot nero e rosé molto piacevoli), **Francis Wenner** di Champagne Guy de Forez: "Anche se abbiamo molti consumatori abituali durante l'anno, ci sono ancora persone che amano bere spumanti in particolare nelle festività natalizie. Ecco perché l'ultimo trimestre rappresenta almeno il 35% delle nostre vendite globali".

Un punto di vista, quello della produzione, strettamente connesso con quanto si registra tra gli operatori. **Alexandre Martorana**, sommelier e cantiniere nel sud della Francia, ritiene che "il 70% delle vendite di champagne avvenga negli ultimi due mesi". Per **Cyril Coniglio**, presidente francese della Fci (Federazione delle enoteche) e vincitore nel 2018 del concorso per la migliore enoteca francese, il solo mese di dicembre "rappresenta più di un terzo delle nostre vendite globali". Un'ipotesi confermata dall'ex tre stelle Michelin, e rinomato sommelier, **Fabrice Sommier**: "L'ultimo mese dell'anno è sempre stato molto importante per le vendite di Champagne ma, da alcune stagioni, questo aumento inizia a novembre e ora anche a ottobre". Non sembra necessario dunque andare oltre per capire come lo Champagne, ma potremmo dire gli spumanti in generale, è decisamente il protagonista delle festività di fine anno, arrivando addirittura a veder consumato più di un terzo della sua produzione in poche settimane.

L'aumento dei prezzi

I prezzi stanno aumentando in ogni settore, e molto velocemente, anche a causa dell'incremento del costo dell'energia. "I prezzi delle bottiglie sono aumentati di almeno il 15% - ha dichiarato Nathalie Doucet di Besserat de Bellefon -. Stessa percentuale per i tappi di sughero, ancora di più per le capsule e probabilmente non è ancora finita, avremo altri aumenti all'inizio del 2023. Anche i prezzi dell'uva sono cresciuti e questo si rifletterà per forza di cose sul prezzo finale del vino". Una considerazione condivisa da tutti gli attori della filiera, che hanno già dovuto registrare un aumento dei prezzi dovuto all'inflazione. Jean-Marc Charpentier aggiunge: "Se i prezzi continueranno ad aumentare, e così tanto, prevediamo una riduzione significativa del volume di affari generato in Francia. In realtà da alcuni anni già si parla di un mercato stagnante, a causa dell'inflazione si potrebbe arrivare a una situazione paragonabile a quella dei vini della Borgogna, la maggior parte dei quali è ormai esportata proprio perché i prezzi non sono più in linea con le capacità di acquisto dei francesi". Jérôme Duverger, specialista del mercato dei ristoranti e delle enoteche parigine, è assolutamente d'accordo: "La maggior parte degli Champagne ha subito un aumento del 15%, o addirittura del 20%, per due motivi fondamentali. In primo luogo, la domanda sta esplodendo su molti mercati esteri, dove c'è una maggiore capacità di spesa. In secondo luogo, perché l'eccezionale vendemmia 2022 è stata preceduta da un paio di annate scarse, quindi semplicemente non ci sono abbastanza bottiglie per tutti". Insomma, sebbene l'inflazione sia alle porte e non manchino i problemi, l'incredibile aumento dei prezzi che si sta registrando non diminuirà la capacità attrattiva dello Champagne. "Quest'anno, e probabilmente anche l'anno prossimo, non ci sarà abbastanza Champagne per tutti - continua Duverger -. La maggior parte dei grandi marchi ha già introdotto un sistema di assegnazione, è difficile farlo capire anche ai nostri clienti più fedeli ma non possiamo soddisfare tutte le richieste". Alcune enoteche o ristoranti sono già molto scontenti di questa situazione. "È un dato di fatto, la domanda è superiore all'offerta - conferma il sommelier Fabrice Sommier -. Il mercato inizia a diventare come quello della Borgogna, ma bisogna stare attenti perché il vino non è solo legato a un modo di pensare egoistico e speculativo, spesso rappresenta invece la condivisione. Per questo credo sia molto importante essere in grado di soddisfare tutti i consumatori, almeno quelli francesi naturalmente".

Il sistema di assegnazione e l'inflazione

Al momento sarebbe piuttosto difficile trovare ancora Champagne disponibile dai produttori, quasi tutto in questo momento è già in mano ai distributori. "Vendiamo le ultime bottiglie a ottobre, talvolta a novembre, per il mercato francese - ag-



Jérôme Duverger (a sinistra)



Jean-Marc Charpentier



Alexandre Martorana



Cyril Coniglio

giunge Jean-Marc Charpentier - mentre i contratti per l'export, vicino e lontano, sono già conclusi mesi prima. In pratica a settembre in cantina il vino è già quasi tutto esaurito". Questo è anche il motivo per cui i festeggiamenti di fine anno 2022 non saranno realmente influenzati dall'inflazione nel caso dello Champagne, le bottiglie sono pronte per la vendita o addirittura sono già state spedite da alcune settimane o mesi e, inoltre, nella maggior parte dei casi sono state anche già pagate. "L'inflazione non avrà un grande impatto quest'anno - osserva Laurent D'Harcourt, direttore del famoso marchio Pol Roger di Epernay -, tutti i nostri mercati sono già stati riforniti. Naturalmente è possibile che in un futuro prossimo alcuni dei nostri mercati diventino più costosi. Con l'aumento dei prezzi dell'uva e delle materie prime secche, siamo stati costretti ad aumentare i nostri listini. Probabilmente in alcuni Paesi diventerà più difficile acquistare lo Champagne, ma non è questo il problema. In realtà non saremo in grado di servire tutti e questo contribuirà a creare qualche frustrazione, anche in Francia, ma di fatto non possiamo vendere di più". Una situazione comune in tutta la regione dello Champagne: "Le nostre vendite sono già migliori rispetto al 2019, che pure è stato un anno storico - ci dice Nathalie Doucet -. Alcune maison famose hanno già limitato a 24 bottiglie il massimo acquistabile di alcune cuvée, anche per i clienti più esigenti. La fantastica vendemmia 2022 sarà un raggio di sole per i prossimi anni, ma tutti dovranno aspettare ancora due o tre anni, il tempo di invecchiamento di questi meravigliosi vini, per poterne godere appieno".

Buone notizie per i piccoli produttori

In questo momento dunque i produttori di Champagne hanno svuotato le loro cantine, non ci sono più bottiglie disponibili. Svuotati i magazzini in favore degli scaffali di enoteche, ristoranti o supermercati, in Francia o altrove, sorge però un'altra domanda: come si comporteranno i consumatori finali con l'aumento dei prezzi? "Considerando i nuovi prezzi, lo Champagne tornerà ad essere un prodotto eccezionale - ci dice Jérôme Duverger -. Come era trent'anni fa, quando si beveva Champagne solo per alcuni eventi speciali e alla fine dell'anno. Negli ultimi decenni invece abbiamo assistito a una trasformazione in prodotto più democratico, scelto non più solamente per le grandi occasioni ma anche come aperitivo o per qualche ottimo abbinamento vino-cibo durante il pasto. Probabilmente alcuni Champagne torneranno a essere un prodotto elitario, il che

Francis Wenner



Fabrice Sommier



Laurent D'Harcourt



in un certo senso è anche una buona notizia per molti produttori meno conosciuti". Il sommelier e specialista del mercato della ristorazione Alexandre Martorana aggiunge alcune interessanti precisazioni: "In un certo senso esistono tre tipi diversi di ristoranti. I ristoranti stellati Michelin vendono Champagne tutto l'anno e sono in grado di smerciare anche molte bottiglie speciali come i blanc de blancs o le annate importanti. Al contrario, i ristoranti molto semplici non vendono Champagne e non risentiranno dunque dell'aumento dei prezzi. Ma, nel mezzo, molti ristoranti che potrebbero essere considerati 'bistronomici' risentiranno molto dei rincari. Anche per le enoteche la situazione presenta molte sfaccettature. Negli ultimi due mesi dell'anno si vendono molti Champagne, ovviamente per i consumatori finali ma non solo. Il mercato dei regali è ancora molto importante, soprattutto dopo due anni difficili a causa del Covid".

Da esperto di questi mercati, Martorana ha notato anche come sia possibile dividere le famose bollicine francesi in due grandi categorie, ovvero "gli Champagne che vengono acquistati e quelli che devono essere venduti...". Semplificando possiamo dire che i marchi famosi sono molto ricercati dai consumatori finali, mentre gli altri devono essere spiegati e raccontati dagli operatori. Cyril Coniglio è totalmente d'accordo: "Potrebbe essere una manna dal cielo per molti piccoli produttori che meritano più visibilità, e sarà anche il momento giusto per la Côte des Bars. In passato ci siamo spesso trovati di fronte a clienti che non volevano sentir parlare di Champagne al di fuori del numero 51, ora è più facile vendere le altre produzioni". Il numero 51 è la Marne (dal nome del fiume più grande dell'area) e centro della produzione più famosa dello Champagne con le città di Reims ed Epernay e le aree produttive di Montagne de Reims, Côtes des Blancs e Côtes de Sézanne. Ma, da secoli, lo Champagne non è prodotto solo in questa magnifica zona, bensì in un territorio molto vasto nel sud, nel dipartimento dell'Aube (il numero 10) con una grande produzione nei villaggi Côte de Montgueux, Côtes des Bars o Riceys, vicino a Troyes. Altri produttori interessanti si trovano anche nella parte occidentale della Vallée de la Marne, nel dipartimento di Aisne (il numero due). "Sì, è sicuramente una buona notizia per noi - conferma Francis Wenner di Guy de Forez Champagne, con sede nei Riceys - sarà più facile farci aprire alcune porte. Se aumenteranno le richieste gli appassionati potranno assaggiare anche vini molto interessanti. Tra l'altro, la crisi sembra non toccarci per ora, sebbene non possiamo sapere ora se l'anno prossimo le cose cambieranno o meno".

Jean-Marc Charpentier è d'accordo ma preferisce rimanere cauto sulla situazione: "Certo ci offre nuove opportunità, ma come ho già detto il mio modo di pensare è un po' diverso. Non credo che questo periodo di assegnazioni per molti grandi produttori sia così positivo per la nostra regione. Potrebbe creare delle frustrazioni, per questo punteremo a rimanere accessibili, anche se il consumatore finale dovrà pagare un buon prezzo per i nostri vini".

Le cuvée speciali

Quando si parla di Champagne, si parla soprattutto di cuvée brut non millesimate, in percentuale si tratta di circa otto bottiglie su dieci vendute nel mondo. Se consideriamo, inoltre, che gli Champagne rosé rappresentano un altro 10% del totale, significa che le cuvée speciali (prestigiose, senza dosaggio o con pochissimo dosaggio e le cuvée millesimate) rappresentano meno di un decimo dei volumi. Certo quando si parla di valore i numeri cambiano, infatti vanno a rappresentare più del 17% dell'intero volume d'affari.

Le cuvée speciali sono anche le stelle delle feste di fine anno? "Sì - conferma Cyril Coniglio -. Lo Champagne rimane Champagne. Certo, la porta per altri spumanti rimane aperta, in particolare per quelli francesi ma anche per il Cava o il Prosecco, ma alla fine dell'anno notiamo che i nostri consumatori vogliono acquistare Champagne. E sono disposti a pagare il prezzo, alto, di alcune cuvée speciali, soprattutto per i blanc de blancs, ma amano bere anche i millesimati. Durante un anno normale, la spesa media si aggira intorno ai 32 euro solo per gli Champagne, con l'avvicinarsi delle feste natalizie questa aumenta fin quasi a 35 euro. Senza dimenticare che la maggior parte delle enoteche ha un primo prezzo intorno ai 20 euro".

"Ovviamente siamo molto orgogliosi delle nostre cuvée speciali, come quella dedicata a Winston Churchill, che però è riservata a pochi - riconosce Laurent d'Harcourt di Pol Roger -. Non possiamo assolutamente produrne di più e comunque non tutti gli anni". "Tutti sono alla ricerca di queste bottiglie speciali, per questo c'è il rischio di un mercato parallelo - osserva Jérôme Duverger -. È legale, ma alle maison di Champagne questa situazione non piace".

Situazione fluida e incognite sul futuro

Le bollicine al momento sembrano non risentire delle difficili condizioni internazionali, dalla geopolitica all'inflazione passando per l'aumento dei costi comunque gli Champagne sembrano veleggiare verso un successo di mercato incon-

testabile. Per ora. In molti infatti si chiedono se gli enormi aumenti dei prezzi, non ancora scaricati sul settore a causa di vendite realizzate già da mesi, cambieranno le carte in tavola oppure no. "Quest'anno si registra una vera e propria corsa all'acquisto degli Champagne per le festività, enoteche e ristoranti sono sicuri di vendere tutto quello che hanno in magazzino, ma le incognite sono relative al periodo successivo - aggiunge Jérôme Duverger -. Oggi possiamo dire che ognuno ha fatto i propri ordini ma, di solito, alcuni compravano di più quando potevano mentre a ben guardare notiamo come molti operatori siano stati più cauti con le scorte". "Certo quest'anno è stato più difficile acquistare gli Champagne - conferma Cyril Coniglio -, ma allo stesso tempo preferiamo lavorare su una base just-in-time. Siamo abbastanza ottimisti per le celebrazioni di fine anno, ma non sappiamo come sarà gennaio. Se l'inflazione continuerà a salire, dovremo essere molto attenti".

Con circa 350 milioni di bottiglie vendute all'anno lo Champagne è effettivamente il re incontrastato delle bollicine prodotte in Francia (10% in volume del mercato mondiale, 33% in valore), ma che dire degli altri vini spumanti d'Oltralpe? Per quanto riguarda la Vallée de la Loire, ad esempio, la situazione è molto diversa, innanzitutto in volume. Le feste di fine anno rappresentano "solo" il 20% delle vendite e i prezzi sono molto più bassi degli Champagne. "La preannunciata carenza cronica di Champagne è un'ottima notizia per altre regioni che producono bollicine. Non ho mai venduto così tanti spumanti diversi come quest'anno - ci dice Alexandre Martorana -. C'è un rinnovato interesse per questi vini, il mercato sarà completamente ridefinito in futuro ma già ora stiamo vendendo spumanti provenienti da Italia e Francia oltre che da altre zone della Francia". Altra regione molto famosa - ma poco conosciuta dai mercati esteri - è quella di Limoux (nel sud, vicino ai Pirenei) conosciuta per le produzioni qualitativamente interessanti a base Mauzac e per la sua lunga storia (forse le prime bollicine al mondo, ma la diatriba con lo Champagne è ancora aperta). La principale cooperativa ha annunciato un importante aumento della produzione con l'obiettivo di arrivare a otto milioni di bottiglie, una cifra piuttosto lontana dal gigante del mercato.

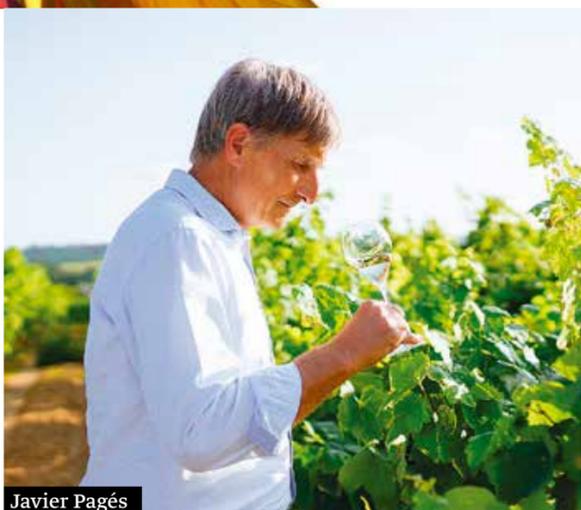
Ma l'euforia per la situazione coinvolge tutti coloro che producono bollicine, il mercato globale sta ancora crescendo e, fino ad ora, l'inflazione non ha fermato questo sviluppo. Tutti nel mondo sembrano voler spumeggiare, soprattutto aprendo una buona bottiglia di Champagne.

GLI SPARKLING IBERICI NELLA PROSPETTIVA DEL NATALE

La Spagna del vino brinda al 2022 IL CAVA CRESCE DEL 10% E SI FA STRADA IL CORPINNAT

Il 2022, anno complesso, diviso tra l'ottimismo per una normalità ormai quasi del tutto ristabilita, dopo 2 anni di pandemia, e un contesto globale - economico e politico - particolarmente difficile, si appresta a vivere il suo ultimo miglio, con le feste di fine anno che, tradizionalmente, rappresentano una fetta importante dei consumi e, di riflesso, dei fatturati delle aziende del vino. Specie di chi produce sparkling, perché Natale e Capodanno portano sulle tavole di tutto il mondo centinaia di milioni di bottiglie di spumante, metodo Charmat o metodo classico, con Champagne, Prosecco e Cava, numericamente, sugli scudi. Il nostro primo bilancio sul 2022 della spumantistica iberica, sul mercato interno e su quelli esteri, si focalizza proprio sulle bollicine catalane, che insieme al Corpinnat rappresentano la quasi totalità della produzione nazionale, che supera abbondantemente le 252 milioni di bottiglie. La parte del leone la fa ovviamente il Cava, con i suoi 250 milioni di bottiglie e la forza di una denominazione che ha scritto la storia del vino di Spagna nel mondo, e che tante altre pagine si appresta a scrivere, nel segno di una crescita qualitativa ben supportata dai trend di vendita del 2022, quando il metodo classico nato nel Penedès, come racconta il presidente del Consejo Regulador del Cava, **Javier Pagés**, "ha seguito lo spartito tracciato nel 2021, che per noi è stato un anno di grande crescita. Nei primi sei mesi dell'anno (aspettando i dati definitivi, ndr) il trend è di un +15% dei

Alle spalle, un anno decisamente positivo, guidato dalle produzioni di qualità e dai consumi on premise, specie sul mercato interno. Più di 250 milioni di bottiglie di Cava sul mercato - con una crescita interessante del Guarda Superior -, 2,3 milioni quelle di Corpinnat, vertice qualitativo del Penedès che, per il 2030, punta a quota 25 milioni. Parlano i presidenti del Consejo Regulador del Cava e dell'associazione del Corpinnat



Javier Pagés



Ton Mata

fatturati, con il mercato interno che guida l'evoluzione positiva delle vendite, con un ottimo +18%, mentre le spedizioni verso i mercati esteri segnano un +11% a valore. È una crescita che, mese dopo mese, sta perdendo vigore, pur rimanendo importante, per questo prevedo che l'anno si possa chiudere con un bilancio del +9/10%, in virtù della frenata delle esportazioni degli ultimi mesi".

Trend e consumi tra export e mercato interno

La maggior parte delle vendite, pari a una quota del 70%, "finisce fuori dalla Spagna, con i mercati di riferimento che, in questo momento, sono Germania, Belgio e Stati Uniti, seguiti da vicino dall'Inghilterra, e poi da una serie di altri Paesi, comunque importanti, come Olanda, Svezia, Norvegia, Danimarca, Canada e Francia, che sembra strano, perché è un Paese produttore, e come tale lega

i propri consumi principalmente alla produzione interna, ma con questa peculiarità sul fronte delle bollicine, che riguarda sia il Cava che il Prosecco, alternative economiche allo Champagne. A livello di tipologie di Cava, va sottolineato il trend di 'Guarda Superior', sia 'Reserva' che 'Gran Reserva', ossia gli spumanti che fanno un affinamento più lungo (rispettivamente superiore ai 18 e ai 30 mesi, ndr), e quindi di qualità superiore, che registra una crescita dei consumi importante, pur rappresentando una quota di mercato minoritaria rispetto al Cava 'De Guarda' (affinamento minimo di 9 mesi). Chi sta uscendo decisamente dalla nicchia è il rosato, che cresce anno dopo anno e sempre a doppia cifra: non è ancora una tipologia così importante, ma registra trend stabili e forti, frutto della grande popolarità che i rosati hanno a livello mondiale tra i consumatori.

E poi ci sono i vini 'ecologici' (biologici, naturali, biodinamici, sostenibili, ndr), che rappresentano una quota di mercato sempre più rilevante, pur non essendo una tipologia, ma un modo di produrre".

La fortuna di Reserva e Gran Reserva, spiega Pagés, "è costruita tutta o quasi sul mercato interno più che sulle esportazioni, e questo perché in Spagna il Cava occupa una posizione decisamente dominante, garantendo quindi un'offerta molto più ampia, con uno spazio maggiore destinato alle produzioni di maggiore qualità. Il Cava, comunque, è un vino di forte penetrazione a livello mondiale, e oggi, sui mercati esteri, la gran parte dei consumi passa per gli scaffali della Grande distribuzione, delle enoteche e dei negozi di alimentari in generale. Il Cava, però, ha una presenza importante anche nell'HoReCa, decisamente superiore in Spagna, perché è un Paese turistico,

in cui bar, ristoranti e alberghi sono una parte fondamentale del proprio tessuto produttivo. Senza dimenticare lo stile di vita: allo spagnolo piace uscire, mangiare fuori al ristorante, bere qualcosa con gli amici, fa parte delle proprie abitudini, e questo fa sì che l'on premise (il canale cresciuto maggiormente nel 2022, ndr) pesi molto di più, nei consumi di Cava, che negli altri Paesi, con una quota che possiamo stimare in un 40% dei consumi complessivi, contro una media, fuori dalla Spagna, del 20/25%, con grosse variazioni tra un mercato e l'altro".

Con questi dati e trend di consumi, arriviamo all'ultimo trimestre dell'anno, quello delle faticose feste di Natale a Capodanno, nel quale si concentrano "il 35% delle vendite complessive di Cava, anche se - specifica Pagés - fortunatamente, i consumi degli spumanti ormai si vanno destagionalizzando, e molto merito va

NERI
Filippo
BOTTLING TECHNOLOGIES

LAVABOTTIGLIE mod. GA



TUNNEL ANTICONDENSA mod. MYR



Neri Filippo e C. Snc ha sempre finalizzato tutti i suoi sforzi nella ricerca e nello sviluppo di macchinari innovativi che seguono le esigenze tecniche dei propri clienti nel pieno rispetto dell'ambiente. Nella sua sede vengono ideati, realizzati e poi commercializzati in tutto il mondo impianti all'avanguardia che migliorano le condizioni delle bottiglie piene durante il loro confezionamento.

CLIMATIZZATORE Tramite il passaggio delle bottiglie nel climatizzatore si riesce ad eliminare in maniera definitiva l'eventuale condensa che può comprometterne la perfetta etichettatura e di conseguenza provocare il formarsi di muffe all'interno dei cartoni di confezionamento. I tempi di permanenza della bottiglia all'interno del tunnel sono molto ridotti e la temperatura di esercizio dell'acqua si aggira intorno ai 25/30 °C, ottenendo un risparmio energetico quantificabile in circa il 50-70% rispetto ai metodi tradizionali. Gli impianti sono progettati e costruiti in base alle necessità e richieste di ogni singolo cliente; il gruppo è composto da lavatrice, climatizzatore, asciugatrice, ma il cliente può scegliere quali e quante di queste macchine sono utili alle proprie esigenze.

ORIENTATORE INCANALATORE Gli orientatori automatici sono stati completamente rinnovati sia nella forma con una struttura esterna più compatta, sia con l'uso di alte tecnologie ottimizzando così i tempi di produzione e la semplicità di utilizzo. Vari gli accessori abbinabili: ad esempio un'apparecchiatura a telecamere "intelligenti" capace di selezionare e orientare i tappi in sughero; è possibile abbinare l'aspiratore polveri, il dispositivo di spazzolatura tappi, il tubo riscaldante, il deviatore per lo svuotamento diretto della tubazione... Tutti accessori che possono migliorare la qualità dell'imbottigliamento.

LAVASCIUGATRICE Lavano perfettamente il corpo, il collo e il fondo delle bottiglie; le stesse vengono poi perfettamente asciugate con lame d'aria estremamente performanti e silenziose, eliminando qualsiasi residuo di acqua dall'esterno delle bottiglie.

Neri produce e commercializza anche alimentatori automatici, impianti di remuage e impianti speciali.

ORIENTATORE mod. GRAZIA





alla ristorazione. In questo senso, l'altro momento topico per la nostra denominazione, in cui i consumi registrano picchi importanti è l'inizio dell'estate, ossia il mese di giugno e l'inizio di luglio, non solo in Spagna, ma anche nel resto del mondo".

Il futuro è nel Cava di qualità

In ottica futura, nella piena consapevolezza che i consumi globali sono ormai in stagnazione da anni, l'obiettivo diventa inevitabilmente "quello di lavorare sul prezzo medio. Nel 2022 - spiega Pagés - sta crescendo in maniera importante, per due motivi. Da un lato, sfortunatamente, c'è l'inflazione, che si riflette sui prezzi di vendita di ogni prodotto, spinti dall'aumento dei costi delle materie prime, dell'energia e dei servizi, e questa è una dinamica che vale per tutti. Dall'altro, e questo è invece l'aspetto positivo, c'è la crescita sul

mercato dei Reserva e dei Gran Reserva, superiore a quella dei Guarda, che spuntano prezzi maggiori, facendo crescere così il prezzo medio di tutta la categoria dei Cava. Inoltre, il Paese che ha segnato la crescita maggiore è proprio la Spagna, specie sull'on premise, e anche questo è stato di grande aiuto. Crediamo che il futuro sia nel Cava di qualità, senza lasciare indietro nessuna tipologia, tanto meno il Guarda, che occupa un ruolo vitale con le sue 209 milioni di bottiglie prodotte, con l'obiettivo, come Consejo Regulador, di aumentare la qualità di tutte le produzioni. Il Cava ha una lunga storia alle spalle, che si traduce ovviamente in una lunga storia commerciale, ma c'è ancora tanto da fare come territorio, a partire dal nostro progetto di identificazione delle diverse zone di produzione, una vera e propria zonazione, che racconti la provenienza delle uve in etichetta

e rappresenti un elemento di distinzione su cui potranno contare i consumatori. Le norme produttive, in generale, si stanno facendo più esigenti e stringenti, per garantire un prodotto sempre migliore: bisogna essere esigenti con noi stessi, l'obiettivo per il futuro non è produrre di più, ma produrre Cava di sempre maggiore qualità".

Il "nuovo" Corpinnat

Denominazione con pochissima storia alle spalle, ma con un futuro che si staglia luminoso di fronte agli 11 produttori che, sin qui, ci hanno puntato, il Corpinnat è arrivato sul mercato nella primavera del 2018, quando le 6 "bodegas" che hanno dato vita al progetto delle bollicine di alta qualità del Penedès, lasciando la storica denominazione del Cava, presentarono le prime bottiglie. "Le prime etichette di Corpinnat, però, arrivano qualche mese più tardi, a gennaio 2019, una volta risolte le ultime questioni legali con il Cava", dice **Ton Mata**, presidente dell'Associazione dei viticoltori e produttori Corpinnat e ceo di Recaredo. Proprio in quanto giovane, il Corpinnat anche a livello commerciale è ancora legato al suo territorio di produzione. "Il nostro primo mercato è la Catalogna, e in generale l'80% delle vendite è legato alla Spagna, con il restante 20% della produzione che finisce invece fuori dai confini nazionali, in 55 Paesi diversi, con il Nord Europa - Germania e Danimarca su tutti - che sono al momento le destinazioni di riferimento, insieme al Regno Unito, ad Andorra, che è culturalmente e

geograficamente vicino a noi, al Canada e agli Stati Uniti". Sono i primi passi delle 2,3 milioni di bottiglie di Corpinnat, una goccia in quell'oceano delle bollicine mondiali in cui, a farla da padroni, sono Champagne, Cava e Prosecco. "Per quanto piccoli, siamo la denominazione più esigente al mondo, in termini di approccio ecologico, di tempo minimo di 'crianza' (affinamento sui lieviti, ndr), e soprattutto di regole, perché la vinificazione deve avvenire all'interno della proprietà ed è proibito comprare vino dagli altri produttori. Su queste scelte poggia il prestigio che cerchiamo di costruire intorno al Corpinnat". Pur non avendo mai raccolto ed elaborato dati specifici di settore, i produttori hanno ben chiaro il canale principale dei consumi di Corpinnat. "La maggioranza delle bottiglie si consuma nella ristorazione, e questo vale tanto per la Catalogna quanto per il resto della Spagna e a livello internazionale. È difficile invece trovare il Corpinnat in distribuzione nei monopoli del Nord Europa, dove arriva solo attraverso i tender speciali dedicati alle piccole produzioni, fatti da alcuni negozi, e da lì alla ristorazione". In termini di fatturato, nel 2021 la denominazione ha toccato i 23 milioni di euro, ossia una media, franco cantina, di 10 euro a bottiglia, segno che il percorso della valorizzazione è già ben instradato, seppure a fronte di dati produttivi ancora marginali. "Il prezzo medio di vendita al pubblico, tra tutti i canali, è invece di 18 euro a bottiglia, che è grosso modo il prezzo che si trova nei nego-

zi specializzati, mentre nella ristorazione la variabilità dei margini è talmente alta da rendere difficoltosa un'analisi oggettiva. L'aspetto positivo è che non esistono Corpinnat che arrivano sullo scaffale a un prezzo inferiore ai 13-15 euro a bottiglia (contro i 2 euro a cui si può trovare un Cava), mentre le bottiglie più costose, che superano i 10-15 anni di affinamento sui lieviti, possono comodamente superare i 100 euro". Fondamentalmente, "il Corpinnat è un vino gastronomico, perlopiù brut nature, e non si differenzia solo dal Cava, ma anche dagli altri metodo classico, come lo Champagne e il Trentodoc, che trovano un equilibrio all'acidità attraverso il dosaggio. In un territorio come il nostro - commenta Mata -, invece, l'acidità è naturalmente bassa, e ciò che dobbiamo fare è trovare il modo di esaltarla, quindi senza dosaggio. È un modo differente di cercare l'espressione del territorio, ed è ciò che rende i nostri vini tradizionalmente gastronomici, da bere a tutto pasto, non da confinare ai momenti della celebrazione".

Bilanci 2022 e prospettive

La destagionalizzazione dei consumi degli spumanti, e il loro ricollocamento, almeno sulla fascia alta, sulle tavole della ristorazione, non ha comunque intaccato la centralità delle feste di fine anno sui consumi, sugli acquisti e sui bilanci delle aziende del vino. Anche se con un peso specifico decisamente diverso rispetto a qualche anno fa. "Il Natale, tra regali e brindisi, è un momento fondamentale, e non solo per le bollicine, ma molto meno di quanto lo fosse 25 anni fa, quando le feste di fine anno rappresentavano il 50% e più delle vendite degli spumanti. Oggi i consumi degli spagnoli, specie del Corpinnat, sono molto più regolari durante l'anno, mentre le esportazioni sono concentrate a inizio anno. Le previsioni, per questo 2022, parlano di un ultimo trimestre dell'anno che potrebbe concentrare il 40% delle vendite". Non ci sono ancora dati definitivi sul 2022, ma da quelle che sono le percezioni dei produttori emerge una certa soddisfazione "accompagnata però dal-

la preoccupazione per i mesi a venire, perché nel 2023 - commenta Mata - dovremo, molto probabilmente, fare i conti con una crisi importante. La speranza è che la campagna di Natale ci faccia chiudere l'anno in crescita, e poi al resto penseremo quando sarà il momento, non c'è motivo di fasciarsi la testa prima di essersela rotta. Il Corpinnat può resistere alla crisi, siamo riusciti ad atomizzare le nostre vendite, internazionalizzarci, porci su un mercato che non è quello di massa, e che si presume possa superare meglio le difficoltà. In prospettiva, invece, con la campagna 2022 abbiamo lavorato su rese inferiori a qualsiasi altra denominazione, dal Prosecco alla Franciacorta allo Champagne: l'unico modo per sopravvivere, per noi, è attraverso il valore, producendo vini di altissima qualità, perché le rese saranno sempre più basse a causa dei cambiamenti climatici, e per alzare i prezzi dobbiamo crescere in termini di prestigio. Molte cantine, dopo annate produttivamente scarse, non hanno più vino da vendere, e questa è un'altra sfida da affrontare in futuro".

Il posizionamento del Corpinnat è, per sua natura, alto, come si deve a un vino nato per "comunicare la storicità delle nostre produzioni, l'unicità dei vitigni autoctoni e la qualità di una produzione verticale, dal vigneto alla bottiglia, che era difficile portare avanti nel mondo del Cava. In questo modo invece abbiamo l'opportunità di raccontare come nel Mediterraneo si possano produrre bollicine da lungo affinamento e di qualità, un aspetto praticamente sconosciuto fuori dalla Spagna, un'identità che ci permetterà di essere riconoscibili sui mercati. Potenzialmente, il territorio del Corpinnat abbraccia 20.000 ettari vitati, di cui 15.000 si varietà autoctone, Chardonnay e Pinot nero, ossia le varietà ammesse dal nostro disciplinare. È utopistico pensare che si possa produrre così tanto Corpinnat - conclude Mata -, ma credo che l'obiettivo di 25 milioni di bottiglie, nei prossimi 15-20 anni, sia realistico e ragionevole, e farebbe del Corpinnat una forza trasformatrice per un intero territorio".

MAXIGUM PLUS

Elevata efficacia stabilizzante e facilità d'uso

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

Inspiring innovation.



metalux

Le tecnologie di METALUX non pongono limiti a nessuno dei tuoi desideri!!



+39 0421 331266

info@metaluxsa.com, info@metaluxcapsule.it

web: metaluxsa.com, metaluxcapsule.it

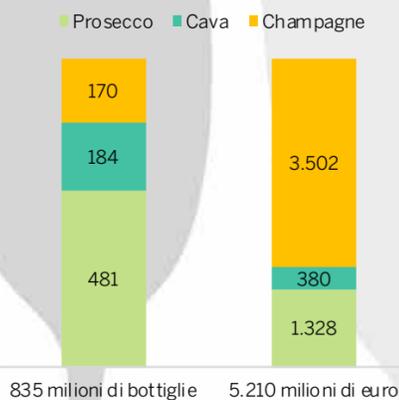
PROSECCO, CAVA E CHAMPAGNE

Nel 2021 i tre big hanno esportato 835 milioni di bottiglie, +27% rispetto al terribile anno Covid, per un valore di 5,2 miliardi di euro, il 71% del totale mondo. Ma lo Champagne ha dimostrato di avere una marcia in più

RECUPERATO TUTTO (O QUASI)

di CARLO FLAMINI -
Osservatorio del Vino UIV

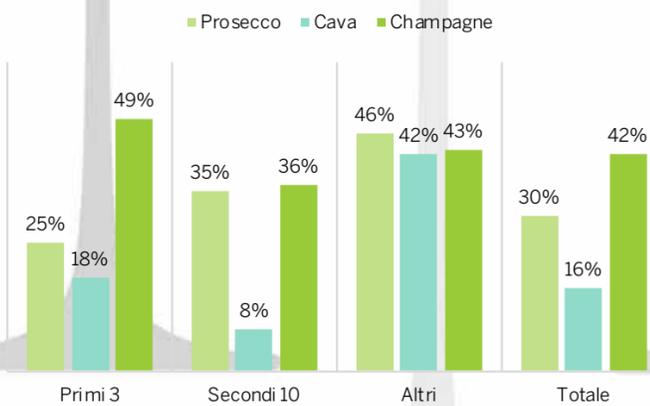
1. I pesi dei 3 big nel 2021



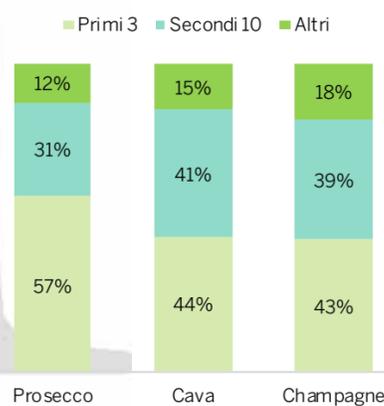
2. Il peso dei 3 big sull'export mondiale



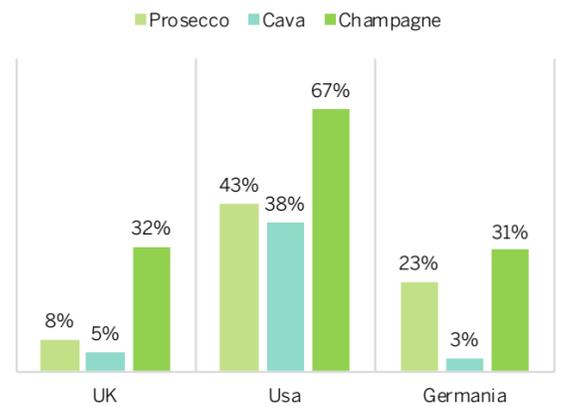
3. Variazioni % valore 2021/20 per mercati



4. Quote % valore per mercati



5. UK, Usa e Germania: variazioni % valore 2021/20



Dall'inferno al paradiso. Se il 2020 è stato un anno drammatico per la spumantistica, in particolare per quella di alta fascia, funestata dalle chiusure del canale Horeca, il 2021 si è dimostrato un vero toccasana per i bilanci delle case spumantiere che producono Champagne, Prosecco e Cava. I tre grandi spumanti di caratura mondiale hanno esportato 835 milioni di bottiglie, per un valore di 5,2 miliardi di euro, per crescere pari rispettivamente a +27% e +36%: stiamo parlando del 60% di quota volume sul totale export mondo e di oltre il 70% sul fronte valore. Se il Prosecco resta il top player fronte volume (481 milioni di bottiglie, per il 58% del totale del terzetto), a valore i pesi si ribaltano a favore dello Champagne, che con 3,5 miliardi di euro di venduto pesa per oltre 2/3 sul totale. I Cava pompano ovviamente più volume (22% di quota), a fronte di un peso molto più leggero sul valore, pari al 7%, contro il 25% maturato dal Prosecco (grafici 1-2). Segmentando per destinazioni, e restringendo l'analisi sui mercati di sbocco a vincere ovviamente è lo Champagne, che era stato il più penalizzato nel 2020: crescita generale a +50%, contro +25% per il Prosecco e +18% per i Cava. I pesi dei primi tre mercati sono sbilanciati solo per il Prosecco, che in Usa, UK e Francia fa quasi il 60% dei fatturati, contro quote più piccole (43-44%) per gli altri due. In particolare lo Champagne ha avuto una straordinaria rimonta soprattutto in Usa, dove ha recuperato 2/3 del valore perduto, affiancando crescita superiori al 30% su UK e Singapore, terza piazza (grafici 3-4). Sui secondi dieci mercati, Champagne e Prosecco si parificano a +36%, mentre il Cava fa un magro +8%. Le incidenze di queste piazze sono attorno al 40% per francesi e spagnoli e più leggere ovviamente per il Prosecco, al 31. I mercati rimanenti pesano di più per lo Champagne (18%), a dimostrazione di una capacità di irraggiamento maggiore rispetto sia al Cava (15% di quota), sia soprattutto al Prosecco, fermo al 12%. Le crescite maggiori aridono ancora ai francesi, che segnano +42% contro +30% per Prosecco e +16% per i Cava. Andando a guardare le performance singole sui tre grandi mercati di importazione - Usa, UK e Germania, non necessariamente coincidenti con le prime tre destinazioni (grafico 5) - sono gli Stati Uniti ad aver dato maggior fiato alla ripresa: +67% per lo Champagne, +40% circa per gli altri due. Più blando l'andamento in UK per Prosecco e Cava, surclassati dalla performance francese (+32%), mentre in Germania il Prosecco recupera ampiamente il terreno perso nel 2020, riprendendosi un 23% di crescita, contro un magrissimo +3% dei Cava.

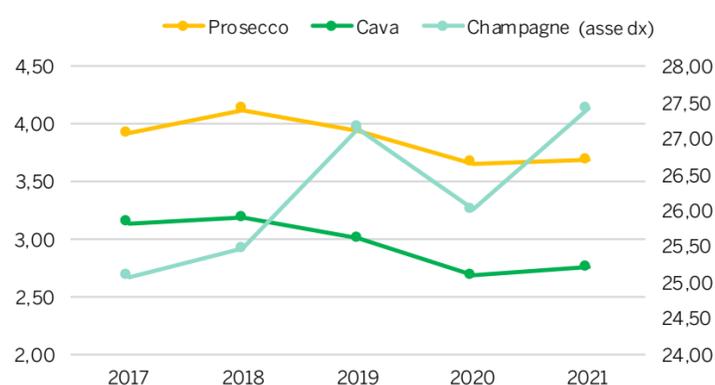
IL FATTORE PREZZO

Se il 2021, come abbiamo illustrato fin qui, è stato l'anno del completo recupero dei valori persi durante la pandemia, la modalità di questo recupero è stata diversa per i tre player. Lo Champagne veniva da anni di crescita sul prezzo medio, interrotti momentaneamente dall'impatto della crisi del 2020. Come si evince dal grafico 6, il recupero a 27,40 euro per litro segna il prezzo medio più alto raggiunto dal 2017, con una progressione misurata in Cagr del 2,3%. Prosecco e Cava invece mostrano dinamiche di prezzo simili, con tendenza al ribasso fino al 2020 e solo parziale recupero nel 2021: +0,5% per le bollicine italiane e +2,6% per quelle spagnole, con Cagr negativo per entrambi: -1,6% per il Prosecco, oltre il -3% per il Cava. La fase espansiva del Prosecco è stata sicuramente più volumica che valoriale, e i 2 punti di differenziale in Cagr lo dimostrano plasticamente. Il differenziale poi sui Cava è di quasi 4 punti, con spinta sul valore praticamente a zero. Quindi: in un anno di ripresa, il vero campione è stato lo Champagne, che pur avendo valori e prezzi incommensurabilmente più alti rispetto ai competitors, è riuscito nell'impresa di allarga-

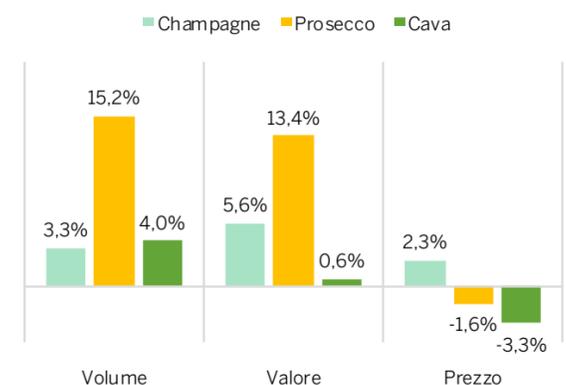
re ulteriormente il divario. Mentre gli altri due - che definiremmo daily sparkling - continuano a misurare crescite sul lato volume, con maggiore spinta per il Prosecco, che a conti fatti ha storia meno recente del Cava. La questione di come poter resistere su questi livelli a una congiuntura

che si annuncia depressiva, in termini valoriali ma - a quel che si incomincia a vedere - anche volumici, deve far preoccupare non poco chi ha imbastito il proprio successo su strategia di mass-market piuttosto che di ricerca di crescita verticale.

6. Prezzi medi (euro/litro)



7. Evoluzione pluriennale: Cagr 2017/21



La Carta dei Vini



**Il sommelier
SAMUELE CALISTRI**

Si tratta di uno dei sommelier italiani più interessanti, Samuele Calistri è tornato in Italia a causa della chiusura dei ristoranti per la pandemia e non è rimasto ad aspettare ma ha preso l'occasione per rimodulare il suo impegno. Ha avviato una sua distribuzione vini con esclusive da tutto il mondo, riprendendo in mano la gestione della carta vini (e non solo) del ristorante di famiglia. Pur iniziando tra i tavoli di famiglia della "Trattoria del Cimino da Colombo dal 1895", a Caprarola in provincia di Viterbo (premiata con il "Wine Spectator Restaurant Awards" per la carta vini), Samuele infatti fino al ritorno in Italia aveva sempre lavorato in grandi ristoranti europei.

Citando solo gli incarichi più prestigiosi contiamo ristoranti a una, due e tre Stelle Michelin in Mosella, a Ginevra, Courchevel, Londra e Roma. Samuele ha il Diploma Wset ed è Sommelier del Saké, fa parte di giurie di concorsi enologici internazionali (Iwc) e guide di settore (Hachette) e ha raggiunto il primo posto al Ruinart Sommelier Challenge in Svizzera nel 2017, dopo essere stato l'Ambasciatore dello Champagne per il Paese elvetico nel 2015.

Ormai lo spumante è una tipologia così di successo che di certo non se ne può parlare solo durante le feste natalizie, che comunque rimangono il momento migliore per un riepilogo, un focus dedicato, essendo i giorni nei quali – anche se meno che in passato – "saltano" più tappi, come si usa dire. Naturale quindi la collocazione in questo periodo della nostra Carta dei Vini, ormai solidamente basata sulle descrizioni delle singole etichette ad opera delle aziende produttrici, affiancate sempre da una proposta gastronomica più o meno originale, se non azzardata. D'altronde la passione per il vino conduce spesso a provare, assaggiare, tentare strade poco battute, per regalarci emozioni diverse anche con lo stesso vino di sempre, il nostro preferito magari. L'idea è anche quella di valorizzare le eccellenze gastronomiche italiane, puntando dunque su prodotti magari poco conosciuti o da riproporre in una nuova veste. Compito assegnato a Samuele Calistri, giovane ma affermato sommelier, con esperienze nei migliori ristoranti d'Europa (vedi box). L'idea alla base del percorso che abbiamo realizzato è quella di mantenere una sequenza che potrebbe essere realmente utilizzata in un evento, una cena o un pranzo tutto a base spumante! D'altronde è cosa nota che se si è costretti ad usare un unico vino "a tutto pasto" la scelta quasi obbligata è per le bollicine. Ma gli spunti proposti vivono ovviamente di vita propria, così che gli operatori che si troveranno a sbirciare la lista cercando idee potranno trovarle, che si tratti di un aperitivo in piedi così come di un secondo, passando per antipasti più o meno eleganti e primi piatti anche complessi. La gamma di etichette presente in questa Carta dei Vini è così ricca che è stato, in fondo, anche un piacere poter immaginare i singoli abbinamenti.

SPUMANTI, LE INFINITE SFUMATURE DI UNA CATEGORIA "UNICA"

Raccontare una ideale Carta Vini fatta solo di spumanti appare semplice e complesso allo stesso tempo. Pur essendo una tipologia "unica" (ma in lista troviamo anche un frizzante) contraddistinta dalla presenza delle "bolle" è in realtà qualcosa di ben più sfumato al proprio interno. A cominciare dal grande spartiacque dei metodi per la presa di spuma, il "nostro" Martinotti conosciuto spesso come Chardonnay (in autoclave) e il metodo classico (in bottiglia). Ma non si tratta solo di questo, cambiano le uve, i territori e i tempi di affinamento, come raccontato nell'ultimo numero del nostro trimestrale Wine World Magazine. Fattori che sono alla base delle diverse espressioni di questi vini, che possono raggiungere estremi di distanza notevole tra la beva fresca e i profumi fruttati da una parte e, dall'altra, la complessità dei terziari al naso e la

struttura di un grande bianco al palato. A fare numericamente la parte del leone in questa lista è il Prosecco, un nome che rappresenta già da solo una grande varietà, da Doc a Docg, dal Veneto al Friuli, dai frizzanti alle "Rive" (Unità geografiche aggiuntive). Ma non mancano altre produzioni locali basate sugli autoctoni, pensiamo ai Colli Piacentini con Ortrugo e Malvasia, così come i grandi territori del metodo classico, in particolare Trento con gli spumanti "di montagna", e prodotti storici come quel "Leonia" dedicato al punto di congiunzione tra due famiglie che hanno fatto la fortuna dell'enologia toscana, gli Albizi e i Frescobaldi. Dagli internazionali agli autoctoni dunque non manca la scelta dei vitigni, così come non scarseggia la qualità in una produzione - quella spumantistica - che ci vede ormai primeggiare nel mondo come quantità e, fortunatamente, in crescita anche dal punto di vista del valore.

Uve, territori e tempi di affinamento: i fattori alla base delle diverse espressioni che possono raggiungere questi vini

Menu degustazione

La stagione non è quella adatta al bordo piscina, ma non per questo si deve rinunciare agli aperitivi, i momenti conviviali che precedono il pasto o anche semplicemente quelli da trascorrere in compagnia sorseggiando del buon vino. In questo caso il **Pinot Rosa Trevenezie Igt di Cantine Maschio** è sicuramente un'ottima partenza, un vino frizzante che si adatta perfettamente a un'insalatina di pollo con riduzione di frutti rossi in versione finger food, un assaggio capace di sprigionare i profumi di frutti rossi che sposano quelli del Pinot nero presente, insieme al Pinot bianco, con il quale è realizzato questo vino fresco ed elegante. Rimanendo in tema e volendo completare l'aperitivo con le classiche olive o la frutta secca, ecco che il residuo zuccherino del **Giacobazzi Metodo Martinotti Extra Dry** è l'abbinamento più riuscito. Un vino capace di sorprendere anche nel caso di amuse boche quali le ostriche, che portano in dote un impatto salino al palato che guadagna in equilibrio con le morbidezze dell'extra dry.

Per prepararsi a un pasto vero e proprio possiamo salire di importanza con gli aperitivi, rimaniamo comunque in situazioni informali e scegliamo formaggi a pasta morbida, che necessitano di acidità e freschezza notevoli, una certa verticalità come si usa dire, ed è esattamente quello che offre il **Prosecco Treviso Doc Spumante Extra Brut di Cantine Maschio**, adatto anche ai classici frittini sia di verdure sia di mare grazie alla sua capacità di contrastare l'untuosità di queste preparazioni.



Più concreto e sotto alcuni aspetti sostanzioso l'accompagnamento previsto per un vino di territorio come **"Unic'O" Colli Piacentini Doc Ortrugo Spumante Brut 2021 di Cantina Valtidone**, ci spostiamo in una zona famosa per i salumi e quindi perché tradire la vocazione del territorio? Che si tratti di prosciutto o di salami, in entrambi i casi non troppo stagionati, di certo questo autoctono rappresenta una bella e originale soluzione. Concludendo questo spazio dedicato agli antipasti, nella vastissima scelta che ci offre la cucina italiana, potremmo pensare a delle tartine o delle mini-pizze, per le quali il **"Giacobazzi 7 - Linea Gold" Prosecco Doc Spumante Brut di Giacobazzi** è un'opzione più che valida grazie alla capacità di ammorbidire le punte sapide e a tendenza acida del pomodoro.

Entrando nel mondo Valdobbiadene e Asolo, le due Docg dedicate all'uva Glera, si apre una possibilità quasi infinita di abbinamenti, che vanno dagli antipasti ai primi, magari sempre di pesce o comunque privi di concentrazioni "di terra", ma decisamente importanti e complessi. Proviamo a farci guidare dai residui zuccherini, cominciando dunque dalle due versioni più secche. Per il **"Rive di Refrontolo" Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Extra Brut 2021 di Santa Margherita** la scelta ricade su un crudo di pesce azzurro con erbe di campo, un'intensa scommessa che lega la delicatezza del mare con la concretezza di un vino di spessore, in grado di accompagnare senza sovrastare il piatto. A seguire il **"Collezione Serenitatis" Asolo Prosecco Superiore Docg Extra Brut Millesimato 2021 di Montelvini** sposa bene anche un carpaccio, delicato nella sua preparazione, di pesci a tendenza anche leggermente grassa come il tonno. In questo caso a sposarsi perfettamente sono il mix di sensazioni morbide e pungenti del piatto con la cremosità dell'effervescenza e la spina acida del vino.

Salendo leggermente nella scala delle tipologie passiamo ai Brut, con un piatto affascinante come il salmone scottato con riduzione di mela verde. L'abbinamento è con il **"Luxury Collection" Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut di Mionetto**, che al naso richiama proprio la frutta a pasta bianca ed è in grado di contrastare la tendenza dolce del salmone grazie a un retrogusto con note lievemente amaricanti. ➡



CANTINE MASCHIO WWW.CANTINEMASCHIO.COM**PINOT ROSA
TREVENEZIE IGT
VINO FRIZZANTE**

Nella linea frizzanti Igt di Cantine Maschio dal pack rinnovato spicca per colore e carattere il Pinot Rosa. Versatile e carico di stile, questo vino nasce da un accurato blend di Pinot Bianco e Pinot Nero, due vitigni internazionali nell'eccezione dell'Igt Trevenezie. Un incontro dal look seducente e dall'assaggio invitante, dove si incontrano l'eleganza del primo e il carattere del noir, per un'esperienza di gusto unica e sorprendente. Conquisterà già al primo sguardo con il suo colore cipria elegante dai riflessi ora rosa e convincerà la qualità al naso quando si scopriranno aperture note selvatiche di sottobosco che lasciano spazio ad espressioni floreali di iris e violetta, e sentori fruttati di lampone e ribes rosso. Al palato arriva la conferma. Fresco, pieno, armonico: seduce al primo assaggio. È invitante e brioso nel coniugare raffinatezza aromatica e persistenza gustativa, in costante equilibrio, fino a chiudere con un retrogusto piacevolmente fruttato. Prodotto eccellente in aperitivo l'identità rosé permette un abbinamento versatile a tutto pasto, accompagnando con stile e gusto sia portate di mare che di terra. Di sicuro affidamento nel pairing con i più svariati risotti.

GIACOBAZZI WWW.GIACOBAZZIVINI.IT**GIACOBAZZI METODO MARTINOTTI
EXTRA DRY**

La cantina Giacobazzi ha radici storiche. La famiglia da generazioni è dedita alla coltivazione della campagna e della vigna e nel 1958 decide di ampliare e potenziare la piccola cantina diventando ben presto punto di riferimento nella produzione, di qualità, di Lambrusco e spumanti italiani. Giacobazzi Metodo Martinotti Extra Dry è un vino bianco spumante, di colore giallo paglierino chiaro, dagli intensi aromi floreali e dotato di una piacevole sensazione di freschezza gustativa. Estremamente versatile, è ideale come aperitivo, ma può piacevolmente accompagnare primi piatti, pesce e carni bianche. Temperatura di servizio 6 - 8 °C.

CANTINE MASCHIO WWW.CANTINEMASCHIO.COM**PROSECCO
TREVISO DOC
SPUMANTE
EXTRA BRUT**

Deciso e sorprendente, il Prosecco Doc Treviso Extra Brut è l'ultimo arrivato nella gamma dedicata a questo vitigno di successo. Qui la denominazione storica della Doc Treviso si presenta in una versione meno usuale, con un residuo zuccherino ridotto. I profumi classici dell'uva Glera che caratterizzano il Prosecco qui entrano in un gioco di equilibrio che apre a una nuova esperienza di degustazione sempre più amata dagli appassionati e wine lover. Questa versione "extra brut" si presenta con un colore giallo paglierino e una spuma candida e cremosa, accompagnata da un perlage ricco e persistente. Il profumo intenso riporta a fiori di campo e acacia ed è al contempo fragrante di frutti a polpa bianca, mela e pera. Al palato si presenta fresco, deciso e persistente con un assaggio ben equilibrato tra acidità e sapidità. Il Prosecco Doc Treviso Extra Brut trova perfetta collocazione in abbinamento con finger food di mare. Per la sua sapidità diventa la scelta ideale per accompagnare primi e secondi piatti di pesce soprattutto con molluschi e crostacei.

CANTINA VALTIDONE WWW.CANTINAVALTIDONE.IT**"UNIC'O" COLLI PIACENTINI DOC
ORTRUGO SPUMANTE BRUT 2021**

Uve Ortrugo in purezza, raccolte in anticipo rispetto alla normale vendemmia, con un rilevante tenore di acidità fissa, un limitato contenuto zuccherino e un buon patrimonio di aromi varietali. Vinificazione "in bianco" con pigiatura soffice; prima fermentazione in tini d'acciaio a bassa temperatura (18 °C) per mantenere intatti i profumi; presa di spuma in autoclave col metodo Martinotti-Charmat; passaggio in bottiglia senza perdita di pressione (imbottigliamento isobarico). Alcol: 11% Zuccheri: 10 g/l Spuma bianca; perlage fine, continuo, persistente; profumo delicato ma bene espresso, con sentori di frutta bianca, fiori di campo e pane biscottato; sapore asciutto, pulito e garbato, con un bel fondo fruttato che si sofferma giustamente in bocca. Da bere entro un paio d'anni dalla vendemmia. Va servito ben fresco, a 8-10 °C come aperitivo e per accompagnare tutti i cibi delicati, con l'esclusione della pasticceria. Curiosità: l'Ortrugo, vitigno autoctono coltivato esclusivamente suo Colli Piacentini, è particolarmente adatto alla produzione di vini spumanti e frizzanti.

GIACOBAZZI WWW.GIACOBAZZIVINI.IT**GIACOBAZZI 7 -
LINEA GOLD
PROSECCO DOC
SPUMANTE
BRUT**

Nella cantina Giacobazzi, l'attenzione unita ad una solida esperienza e ad un'autentica adorazione per la vinificazione, sono da sempre garanzia di qualità. L'immagine dei vini Giacobazzi comunica un innovativo stile narrativo, raccontando silenziosamente la propria storia fatta di sfide, perseveranza e un amore tenace per i propri prodotti, come Giacobazzi 7 Prosecco Doc Spumante Brut - Linea Gold. Un vino estremamente versatile, ideale come aperitivo, ma può piacevolmente accompagnare tutto il pasto, in particolare se a base di pesce, crostacei e frutti di mare. Ottimo anche con carni bianche e carrelli dei formaggi. Il colore è giallo paglierino con riflessi verdognoli. Degustandolo ricorda il glicine e i fiori d'acacia; la mela gialla e la pesca. Fresco, gioioso e con una spuma fine e generosa. Temperatura di servizio 6° - 8°C.

SANTA MARGHERITA WWW.SANTAMARGHERITA.COM**"RIVE DI REFRONTOLO" VALDOBBIADENE PROSECCO
SUPERIORE DOCG EXTRA BRUT 2021**

Santa Margherita crede nelle potenzialità della spumantizzazione delle uve Glera dal lontano 1952, dieci anni prima dell'avvio del Consorzio di tutela e 17 anni in anticipo sul primo Disciplinare della Denominazione Prosecco. Nel 2011, momento di esplosione del fenomeno Prosecco, Santa Margherita intuisce che si impone la necessità di focalizzarsi ancora di più sul prodotto e di valorizzare le tante anime di questo vino. Nasce così la Tenuta di Refrontolo, nel cuore della Doccg Conegliano-Valdobbiadene, una delle 43 "Rive", le esclusive sotto-denominazioni che racchiudono il meglio della specificità del Prosecco Superiore. Ed è proprio da questi 18 ettari vitati immersi nei boschi, che si dà avvio alla produzione del Millesimato "Rive di Refrontolo" Valdobbiadene Prosecco Superiore Doccg Extra Brut, un vino prezioso, frutto della migliore sapienza enologica e tradizione di spumantizzazione, che esprime un elegante e al contempo sobrio legame con il territorio. Il colore giallo paglierino brillante con riflessi verdolini fa da preludio a un naso dai profumi di fiori di pesco e di acacia e di frutta a polpa bianca. Al palato risulta tonico e fresco, scintillante e avvolgente, con un perlage di estrema finezza che prolunga nel tempo la ricchezza delle sensazioni gustative e aromatiche. La gift box limited edition, in formato 75 cl, celebrativa dell'importante traguardo raggiunto è disponibile presso enoteche selezionate e shop aziendali.

MONTELVINI WWW.MONTELVINI.IT**"COLLEZIONE
SERENITATIS"
ASOLO PROSECCO
SUPERIORE DOCG
EXTRA BRUT
MILLESIMATO
2021**

L'Asolo Prosecco Superiore Extra Brut Millesimato fa parte della collezione Serenitatis di Montelvini e rappresenta la massima espressione della Doccg dell'Asolo Prosecco Superiore. Questo Prosecco è ottenuto a partire dalle uve Glera nel territorio della Doccg asolana ed è vinificato per esaltare la freschezza e il carattere della varietà. Sulle uve viene eseguita una selezione accurata che garantisce una particolare armonia e finezza organolettica. Questa etichetta si caratterizza per un giallo paglierino con riflessi verdi, con un perlage molto fine e delicato, dall'ottima consistenza e persistenza. All'olfatto delicate note floreali si fondono ad un sentore fruttato di mela e pera, mantenendo la naturale eleganza e mineralità tipica dalle uve Glera. L'intensità e la struttura sono bilanciate con una piacevole freschezza e acidità, regalando un'ottima corrispondenza tra sensazioni olfattive e retro-olfattive. La raccolta delle uve si effettua nei primi giorni di settembre, con un mosto fiore ottenuto a partire da una spremitura soffice con una lavorazione che tiene sotto controllo le temperature, in modo da mantenere intatta l'aromaticità tipica della varietà del territorio asolano.

MIONETTO WWW.MIONETTO.COM**"LUXURY COLLECTION" VALDOBBIADENE
PROSECCO SUPERIORE DOCG BRUT**

Il Valdobbiadene Prosecco Superiore Doccg Brut Luxury Collection, la più esclusiva e rappresentativa collezione, espressione di stile e raffinatezza "made in Italy" e dedicata al canale Horeca, è uno spumante fine e scintillante, dal colore giallo paglierino tenue e un perlage sottile e persistente. Fresco, equilibrato, con un bouquet ricco di delicati sentori fruttati e floreali, tipici delle uve provenienti dalle zone collinari dell'area del Prosecco Superiore Doccg. Al gusto esprime tutta la sua tipicità attraverso intensi sentori di mela golden, pera, miele e fiori d'acacia, con un retrogusto piacevolmente amarognolo. Uno spumante di grande versatilità grazie al perfetto equilibrio tra acidità, sapidità e moderato residuo zuccherino, ideale sia come aperitivo che a tutto pasto in abbinamento ad antipasti a base di pesce e verdure, piatti della tradizione mediterranea, pesce e crudità di mare.



➔ Allarghiamo l'orizzonte gastronomico andando in Asia, realtà che conosciamo solo in parte ma dalla quale abbiamo importato sicuramente la passione per due piatti a base di pesce ormai noti a livello internazionale, sushi e sashimi. Li possiamo utilizzare entrambi e in sequenza, volendo, grazie ai prossimi due vini. Nel primo caso, con il **Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut di Santa Margherita**, il sushi nelle sue varie forme - ma sempre con un pizzico di sapidità aggiunta dalle salse per contrastare la parte dolciastra del riso - è un abbinamento di grande leggerezza e, se ci è consentito il termine, divertimento. Si rischia di non riuscire a smettere... Per il sashimi, dove il pesce deve essere scelto per complessità e ricchezza, si può optare per il **"Casa Vittorino" Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut Rive di Astoria Wines**, un "Rive di Refrontolo" Millesimato al quale l'azienda tiene tantissimo. L'abbinamento qui si gioca sulla selezione del pesce, crudo, che non potrà essere troppo delicato ma, al contrario, avrà bisogno di struttura e concentrazione per sposare un vino di ampia beva e ottimi profumi.

Ma non di solo pesce sono fatti gli antipasti, e i primi, per il **"Ville d'Arfanta" Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut Millesimato 2021 di Serena Wines 1881** abbiamo infatti pensato a dei panzerotti gourmet ripieni di formaggi semistagionati con una crema di Parmigiano Reggiano, un piatto ricco di gusto e strutturato, con una parte grassa importante, che necessita di un prodotto di punta come questo, caratterizzato da una grande sapidità, capace dunque di contrastare le note morbide della pietanza, accompagnandola grazie alla sua persistenza. Con il **"52" Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut 2021 di Santa Margherita** andiamo decisamente sui primi piatti, sebbene centrati sull'eleganza piuttosto che sulla struttura.



SANTA MARGHERITA WWW.SANTAMARGHERITA.COM

VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG BRUT



Tra i pionieri della spumantizzazione a Valdobbiadene dal 1952, Santa Margherita porta oggi questo iconico Valdobbiadene Prosecco Superiore Brut sulle tavole di oltre 90 Paesi nel mondo. Immaginato per un pubblico moderno - che ama consumare vino in contesti non abitudinari o convenzionali, ricercando una bollicina che sia coerente con il proprio stile di vita - questo Prosecco Superiore resta saldamente legato alla tradizione, rispettando fedelmente il territorio d'origine. Il profumo pulito, piacevolmente fruttato, il gusto morbido e armonico, la freschezza vibrante e la straordinaria finezza del perlage sono le chiavi del successo di questo vino-icona ed esprimono tutto il savoir faire di Santa Margherita: una tradizione lunga settant'anni fatta di eleganza, di fine effervescenza e di altissima qualità. Per celebrare il settantesimo anniversario dalla prima spumantizzazione delle uve Glera a Valdobbiadene, Santa Margherita presenta una gift box limited edition per il formato 75 cl, disponibile presso enoteche selezionate e shop aziendali.

SERENA WINES 1881 WWW.SERENAWINES.IT

"VILLE D'ARFANTA" VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG



Serena Wines 1881, azienda pionieristica e lungimirante nelle sue eccellenti produzioni, è collocata nel cuore della regione del Prosecco, a due passi da Conegliano, terra a cui è connessa con un forte legame come raccontano le sue storiche residenze sparse tra le dolci colline ricamate dai vigneti. L'azienda, dal 1881 a conduzione familiare, è giunta alla quarta generazione con Giorgio e alla quinta con il figlio Luca che è oggi al timone. Serena Wines 1881 si dimostra sempre al passo con i trend del mercato, pronta ad osare e a proporre innovative eccellenze. La linea di nicchia di Serena Wines è Ville d'Arfanta, un brand legato alla tenuta sulle colline del Prosecco Patrimonio Unesco, e alla famiglia che con storicità e tradizione porta avanti il sapere. Il packaging di Ville d'Arfanta è curato nei minimi dettagli, con un effetto sorpresa quando si apre la capsula. Le etichette sono sostenibili, viene infatti utilizzata una carta da recupero. Il Valdobbiadene Prosecco Docg Millesimato brut viene prodotto con le uve raccolte nei vigneti di proprietà di Serena. Il terroir conferisce a questo Prosecco profumi di gelsomino e rosa, sentori di mela golden, banana e ananas. Al palato la bollicina è fine, ha un'ottima sapidità e risulta persistente.

SANTA MARGHERITA WWW.SANTAMARGHERITA.COM

ASTORIA WINES WWW.ASTORIA.IT

"CASA VITTORINO" VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG BRUT



Astoria Wines festeggia quest'anno i 35 anni e si regala una nuova bottiglia per il suo vino più rappresentativo e premiato, il Casa Vittorino, in omaggio a Vittorino Polegato, fondatore dell'azienda. Un "Rive di Refrontolo" millesimato: 100% di uve Glera raccolte a mano nel vigneto della Tenuta Astoria a Refrontolo. È il Prosecco nella sua espressione più caratteristica: un vino dal perlage fine ed elegante, che al naso presenta un profumato bouquet di fiori di glicine, con note dolci di pera e banana, gusto asciutto e fresco con sentori di frutta. Una freschezza che lo rende un vino adatto all'aperitivo ma anche ad accompagnare piatti dai gusti delicati. Astoria è conosciuta anche per la cura dedicata al packaging dei propri vini. Casa Vittorino conferma questa attenzione, con l'elegante grafica nera e dorata ricca di elementi che raccontano il territorio dove nasce questo spumante: dalle sagome del vigneto dove vengono raccolte le uve, alle incisioni in lingua venetica, a ricordare la storia di questa terra. Una bottiglia importante dunque, per celebrare degnamente i momenti di festa. Disponibile in enoteche, ristoranti e online su www.astoriawineshop.com

"52" VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG BRUT 2021

Settant'anni fa Santa Margherita, intuendo il potenziale della spumantizzazione della Glera e del suo territorio d'elezione, le colline di Conegliano-Valdobbiadene, diede avvio alla produzione di Prosecco Superiore, entrando nel ristretto gruppo delle cantine pioniere che contribuirono al grande successo di questo formidabile ambasciatore dell'"Italian way of life". Protagonista indiscusso di questi primi settant'anni di successi è il "52" Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut, che deve il suo nome non soltanto all'anno della prima spumantizzazione ma anche al numero delle migliori parcelle di Glera selezionate per realizzare la cuvée originale. Fiero rappresentante della gamma di Prosecco Superiore Millesimati firmati Santa Margherita, conquista con il suo perlage finissimo che veicola l'intensità aromatica di frutta a polpa gialla anticipata dai sentori floreali di pesca e acacia. Un vino prezioso, prodotto oggi esclusivamente da uve provenienti dalla Tenuta di Refrontolo, sinonimo della migliore sapienza enologica e tradizione spumantistica veneta. In occasione delle celebrazioni del settantesimo anniversario, Santa Margherita rinnova l'immagine del suo più iconico Prosecco Superiore con una gift box in limited edition per il formato 75 cl, disponibile presso enoteche selezionate e shop aziendali.





Un risotto, ad esempio, con crostacei ma senza pomodoro, dove si andrà a ricercare il punto di equilibrio tra la tendenza dolce dell'amido e la freschezza viva dell'effervescenza, per un matrimonio di gusto da ricordare.

Cambiamo metodo, dal Martinotti al classico, e cambiamo piatti. Ormai siamo a tavola e vogliamo proseguire in questo percorso del gusto senza più fermarci. Aperitivi, antipasti, primi piatti... è ora di confermare queste scelte e, se possibile, aumentare ancora la struttura dei piatti, seguendo questa volta l'affinamento più che i dosaggi. Ancora riso ma questa volta con tartufo e funghi per il **"Leonia" Pomino Doc Spumante Bianco 2018 Metodo Classico - Brut Millesimato di Frescobaldi** capace di restituire non solo la nota minerale e sapida delle colline di provenienza ma, anche, di affrontare alla pari la complessità aromatica di un piatto di questo tipo, senza paura, faccia a faccia. Spesso si punta ad abbinarli alle preparazioni di mare, ma perché i vini "di montagna" non possono sposare anche piatti di pianura? Ci proviamo, abbinando **"Oro Rosso", il Trento Doc Riserva 2017 Dosaggio Zero di Cembra Cantina di Montagna** con i classici tortelloni burro e salvia, la versione "asciutta" del piatto tipico bolognese (in brodo). Qui i sapori avvolgenti e la ampia parte grassa del piatto chiamano con grande forza acidità e freschezza, c'è bisogno quasi di un vino duro - come è per alcuni il dosaggio zero - così da permettere una più facile pulizia del palato per proseguire il pasto. Con il **"1673" Trento Doc Riserva 2014 di Cesarini Sforza**, ancora Chardonnay e ancora Valle di Cembra, si può arrivare tranquillamente a un secondo, carne bianca volendo ma anche pollame di una certa importanza come la faraona, magari tartufata così da richiamare i sentori dei boschi che guardano questi vigneti. Un abbinamento rischioso ma sostenuto dalla complessità e dalla struttura di un vino di alto livello.

Un viaggio concluso degnamente potremmo dire, al quale però manca un'ultima cosa, a testimonianza di quanto vario e versatile sia il mondo delle bollicine... il dolce! La **Cantina Valtidone** ci toglie questa ultima "voglia" con il suo **"Venus" Colli Piacentini Doc Malvasia Spumante Dolce 2021**. Realizzato con Malvasia di Candia ci regala sensazioni aromatiche fresche e un corpo leggero, che non appesantisce ulteriormente la cremosità e la dolcezza del sorso. Un abbinamento ideale per un semifreddo castagne e cachi, che in questo periodo fa affondare mente e corpo nei colori e nei profumi dell'autunno inoltrato, preparandoci al Natale...



FRESCOBALDI WWW.FRESCOBALDI.IT

"LEONIA" POMINO DOC SPUMANTE BIANCO 2018 METODO CLASSICO - BRUT MILLESIMATO

Leonia Pomino Brut, un vino audace che esprime la voglia di intraprendere nuove strade, coraggioso e determinato, dal carattere espressivo, che incarna l'eleganza e lo stile dei vini del Castello Pomino. Il suo è un color giallo paglierino brillante. Il perlage è fine e consistente, carezzevole ed elegante al palato, suggerendo una delicata cremosità. Il bouquet intenso e complesso spazia tra note agrumate quali il cedro e il bergamotto, sentori di pesca e profumi floreali di biancospino e di ginestra. Ben evidenti i sentori di pasticceria e crosta di pane, affiancati da ricordi di miele e frutta in parte candita ed in parte tostata. L'ingresso in bocca è pulito, belle la mineralità e la sapidità.



CEMBRA CANTINA DI MONTAGNA WWW.CEMBRACANTINADIMONTAGNA.IT

"ORO ROSSO" TRENTO DOC RISERVA 2017 DOSAGGIO ZERO

Situata a 700 m slm, Cembra Cantina di Montagna è la cantina più alta del Trentino e la sua è una realtà a misura d'uomo che affonda i propri valori nella territorialità e in quell'indissolubile legame con i propri conferitori. Nata nel 1952 per iniziativa di alcuni viticoltori, oggi Cembra Cantina di Montagna annovera circa 300 soci che si dedicano alla viticoltura eroica lungo le impervie terrazze della valle. Qui i vigneti sono ricamati da 708 km di muretti a secco che sostengono le vigne lungo la valle, bilanciando grazie artigiana e pendenze estreme. Oro Rosso Dosaggio Zero Riserva è un Trentodoc eroico, profondo e cremoso, con un timbro inconfondibile di eleganza e freschezza. Nasce da uve Chardonnay coltivate in terreni d'altura ricchi di porfido, il cosiddetto Oro Rosso, una roccia che conferisce sapidità, mineralità e persistenza straordinarie. La pigiatura soffice e lenta delle uve con il torchio verticale Marmonier preserva le proprietà organolettiche di ogni singolo acino. La resa ottenuta è in mosto fiore limpido e di altissima qualità. Uno spumante che non ha timore di sfidare il tempo.



CESARINI SFORZA WWW.CESARINISFORZA.IT

"1673" TRENTO DOC RISERVA 2014

Cesarini Sforza è tra le più note case spumantistiche trentine e una delle aziende che hanno contribuito alla nascita di TrentoDoc, la denominazione oggi simbolo delle migliori bollicine di montagna. Fondata a Trento nel 1974 da Lamberto Cesarini Sforza assieme a un ristretto gruppo di amici, Cesarini Sforza produce spumanti Metodo Classico che sono specchio fedele di un territorio vocato e di una viticoltura di qualità, uniti a un'attenta filosofia produttiva fatta di storia, tradizione e innovazione. Prodotto con le migliori uve Chardonnay provenienti dai vocati vigneti d'altura della Valle di Cembra, 1673 Riserva si rende portavoce dell'eccellenza di Cesarini Sforza. La marcata escursione termica tra il giorno e la notte e l'ottimale esposizione contribuiscono a una perfetta maturazione delle uve e alla concentrazione dei ricercati aromi nei grappoli. Il terreno sabbioso e profondo, di origine porfirica, conferisce sapidità e mineralità di lunga persistenza. La raccolta manuale, la pressatura soffice con il torchio verticale Marmonier e la precisione in ogni fase della produzione permettono di ottenere un prodotto di pregio di innato equilibrio e raffinata armonia gustativa.



CANTINA VALTIDONE WWW.CANTINAVALTIDONE.IT

"VENUS" COLLI PIACENTINI DOC MALVASIA SPUMANTE DOLCE 2021

Uve Malvasia di Candia al 100%, coltivate nelle vigne più vocate sulle colline della Val Tidone (200-250 m.s.m.). Vinificazione "in bianco" con pigiatura soffice; il mosto fiore fermenta parzialmente in acciaio a temperatura controllata, in modo da lasciare un consistente residuo zuccherino naturale; la presa di spuma si svolge in autoclave; segue il passaggio in bottiglia senza perdita di pressione. Alcol svolto: 6,5% vol Zuccheri: > 80 g/l Spuma bianca esuberante; perlage a grana sottile, continua e persistente; profumo intenso, aromatico, con sentori di fiori di salvia, muschio, frutta matura; sapore dolce, fresco e leggero, con un gradevole fondo fruttato e floreale che permane a lungo in bocca. Va bevuto giovane, entro un anno dalla vendemmia. Servire ben fresco, a 8 °C, è indicato per la pasticceria da forno e per la frutta non acida, in particolare pesche, fragole, lamponi. Curiosità: quella di Candia è una delle varietà più pregiate di Malvasia, un'uva originaria della Grecia (il nome viene dalla città di Monemvasia, nel Peloponneso) importata in Italia oltre duemila anni fa.



PROGETTO BASEFUTURA

Nuove frontiere nello studio dell'identità dei vini



Come le dinamiche ambientali e il contesto climatico possono incidere sul gusto del vino? È possibile sviluppare strumenti di supporto decisionale alla vinificazione basati sulla conoscenza di uno specifico contesto produttivo e che possano aiutare ad esaltarne il potenziale?

BaseFutura si è posto l'obiettivo di rispondere a queste domande. In questo articolo i risultati del primo anno di indagine che si è focalizzata sugli spumanti metodo classico

di STEFANO SADERI ⁽¹⁾, ANGELO DIVITTINI ⁽¹⁾, MARTA DONNA ⁽¹⁾, LEONARDO VALENTI ⁽²⁾, FULVIO MATTIVI ⁽³⁾, SILVIA CARLIN ⁽³⁾, URSKA VRHOVSEK ⁽³⁾, ISABELLA GHIGLIENO ⁽⁴⁾

⁽¹⁾ Sata Studio Agronomico; ⁽²⁾ Università degli Studi di Milano; ⁽³⁾ Centro Ricerca e Innovazione della Fondazione Edmund Mach ⁽⁴⁾ Agrofood Research Hub - DICATAM Università degli Studi di Brescia

L'attitudine enologica di una varietà d'uva in una specifica area geografica è un concetto che sta alla base della struttura qualitativa dell'enologia odierna al di là di ogni aspetto stilistico o indirizzo produttivo. Gli stretti legami tra gli elementi del terroir concorrono all'unicità di ciascun vino e tali elementi sono costituiti da variabili caratterizzate da un differente grado di stabilità nel tempo. L'aspetto climatico è oggi la variabile più nota e discussa in quanto sta mostrando, in tempi relativamente brevi, una marcata tendenza all'innalzamento delle temperature e alla diminuzione e differente distribuzione delle precipitazioni nel corso della stagione. In questo contesto la modificazione dell'attitudine geografica delle varietà di uva da vino è un aspetto estremamente concreto dei cambiamenti in atto. La risposta tecnica a tale scenario in evoluzione è basata su più fronti che convergono nella necessità di utilizzare piante più resistenti agli stress biotici e abiotici e applicare un'agronomia

sempre più puntuale e calata nelle singole specificità territoriali. L'aspetto enologico, allo stesso modo, deve sempre più allontanarsi da schematiche ricette che risultano scarsamente applicabili a scenari in evoluzione. Tale approccio deve invece cedere il passo ad una approfondita conoscenza degli aspetti che concorrono a determinare l'identità gustativa di un prodotto "territoriale" e le sue specifiche dinamiche evolutive. La complessità di questi temi stimola la ricerca che deve trovare risposte rapide non tanto per contrastare gli scenari odierni, ma più che altro per consentire al settore vitivinicolo di fronteggiare gli importanti cambiamenti in atto, innovando ed evolvendo gli stessi concetti di territorialità che nel vino rappresentano un cardine ben conosciuto anche dal consumatore. In tal senso lo spostamento dei vigneti verso siti in quota, l'introduzione di nuove varietà nei disciplinari di produzione, il miglioramento genetico e una rinnovata attenzione verso il suolo, inteso come serbatoio di vita, sono tutti processi in atto e che caratterizzeranno il futuro del settore vitivinicolo.



BaseFutura: gli obiettivi

Gli obiettivi del progetto BaseFutura sono riferiti alla volontà di comprendere in modo più approfondito come il cambiamento climatico possa in qualche modo incidere su aspetti di territorialità dei vini fornendo indicazioni tecniche sulla gestione delle fasi di trasformazione primaria e presa di spuma. Oltre a questo, lo sviluppo di uno strumento di supporto decisionale rispetto alla scelta delle basi spumante da destinare per le cuvée con differente prospettiva di consumo rappresenta un concreto elemento di interesse per l'intero settore spumantistico. Oggi, a conclusione del primo anno di indagine, BaseFutura si pone come progetto pilota di un percorso più lungo e complesso i cui risultati consentiranno di avvicinare anche vini caratterizzati da processi produttivi più rapidi e da prospettive di consumo più brevi.

Il progetto "BaseFutura"

Il progetto "BaseFutura", ideato da Sata Studio Agronomico (www.agronomisata.it) in collaborazione con il Centro Ricerca e Innovazione della Fondazione Edmund Mach di San Michele all'Adige, l'Università degli Studi di Milano e Agrofood Research Hub - DICATAM Università degli Studi di Brescia, si pone l'ambizioso obiettivo di approfondire le dinamiche ambientali che possono incidere sul gusto del vino oltre che di sviluppare uno strumento di supporto decisionale per prevedere il potenziale di invecchiamento di un vino destinato ad un processo produttivo di media lunga durata. Per fare questo si è scelto di lavorare sui vini che in assoluto presentano i più elevati livelli di complessità legati

ad un processo produttivo lungo ed articolato, ovvero gli spumanti Metodo Classico. La varietà scelta per la prova è lo Chardonnay in quanto vitigno molto diffuso e dalla nota versatilità territoriale che gli consente, ad oggi, di essere una delle varietà più coltivate in Italia. Il progetto BaseFutura si pone oggi, a conclusione del primo anno di indagine, come progetto pilota di un percorso più lungo e complesso i cui risultati consentiranno di avvicinare anche vini caratterizzati da processi produttivi più rapidi e da prospettive di consumo più brevi.

L'approccio sperimentale
Per lo studio degli effetti ambientali sulle caratteristiche dei vini si è deciso di approfondire l'aspetto dei composti

volatili utilizzando un nuovo metodo in quanto è ormai noto come questi, assieme all'attività dei lieviti, siano alla base dell'espressione identitaria dei vini. L'assunto alla base della prova è infatti legato all'aspettativa che un differente contesto climatico possa modificare il quadro compositivo delle uve, dei mosti e dei vini e che quindi gli aspetti metabolici dell'attività del lievito, sia in prima fermentazione che in presa di spuma, possano avere un ruolo prioritario sulla caratterizzazione del prodotto finito. I fattori climatici sono attesi modulare anche l'accumulo di precursori di aromi primari che si rivelano durante l'affinamento. Il fatto che viviamo in un contesto climatico in evoluzione deve quindi essere considerato nelle implicazioni gustative

che questo può comportare oltre che stimolare approcci tecnici differenti in relazione agli specifici contesti climatici.

Descrizione del piano sperimentale

La prova è stata suddivisa in 2 parti e ha inizialmente messo a confronto 15 basi spumante di Chardonnay provenienti, a gruppi di 5, da tre zone della Franciacorta classificate come precoce, media e tardiva per quanto concerne la fenologia. Su queste basi si sono analizzati più di 60 composti volatili al fine di evidenziare eventuali differenze riconducibili al contesto climatico. Successivamente i vini sono stati mantenuti a temperature di 40 e 50 °C per un periodo di 4 settimane per simulare gli effetti dell'invecchiamento

sull'evoluzione del quadro aromatico che è stato nuovamente analizzato. Questa prima fase è servita per tarare il metodo per poi allargare il raggio di osservazione anche a vini spumantizzati. Dopo la prima fase, infatti, il lavoro ha previsto la spumantizzazione con metodo classico di un totale di 6 basi spumante ottenute da Chardonnay, tre delle quali provenienti dalla Franciacorta e tre dalla zona meridionale della Sicilia. Tutti i vini base inclusi nella sperimentazione sono stati ottenuti mediante la medesima gestione delle pressature e frazionamento dei mosti. La differente provenienza dei vini si è proposta di simulare il potenziale effetto del cambiamento climatico sugli aspetti qualitativi della

materia prima e del prodotto finito. La spumantizzazione ha previsto diverse condizioni di presa di spuma per quanto concerne la concentrazione di cellule di lievito che sono state impostate a 450 mila e 3 milioni di cellule per millilitro e le temperature di rifermentazione differenziate a 14 e 20 °C, aspetti questi con incidenza diretta sul metabolismo del lievito. Le 24 tesi generate dalle variabili in gioco hanno quindi delineato il piano sperimentale descritto nella **Tabella 1**. Al termine della presa di spuma, su tutte le tesi, si sono nuovamente effettuati test di invecchiamento accelerato osservando l'evoluzione dei composti volatili di interesse e ricercando correlazioni con quanto riscontrato sulle rispettive basi spumante. Tale



TABELLA 1.
Struttura del piano sperimentale

Basi Spumante	N° cell/ml	T °C in rifermentazione	Codice Tesi
FRANCIACORTA	Base 1	450K	14 B1FK
		20	B1CK
	3M	14	B1FM
		20	B1CM
	Base 2	450K	14 B2FK
		20	B2CK
3M	14	B2FM	
	20	B2CM	
Base 3	450K	14 B3FK	
	20	B3CK	
3M	14	B3FM	
	20	B3CM	
SICILIA	Base 4	450K	14 B4FK
		20	B4CK
	3M	14	B4FM
		20	B4CM
	Base 5	450K	14 B5FK
		20	B5CK
	3M	14	B5FM
		20	B5CM
	Base 6	450K	14 B6FK
		20	B6CK
	3M	14	B6FM
		20	B6CM

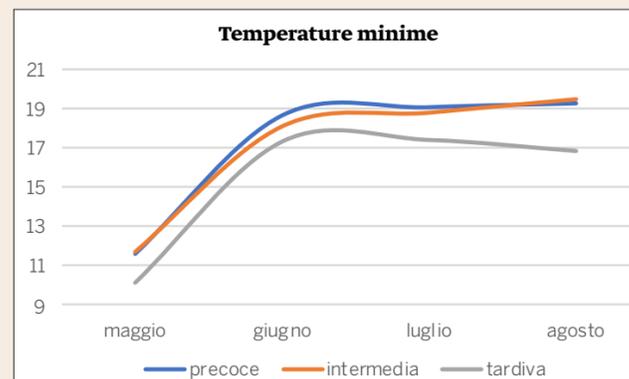


FIGURA 1. Andamento temperature Franciacorta 2022. La linea grigia identifica la zona più tardiva. Le Tmax non hanno mostrato differenze significative.

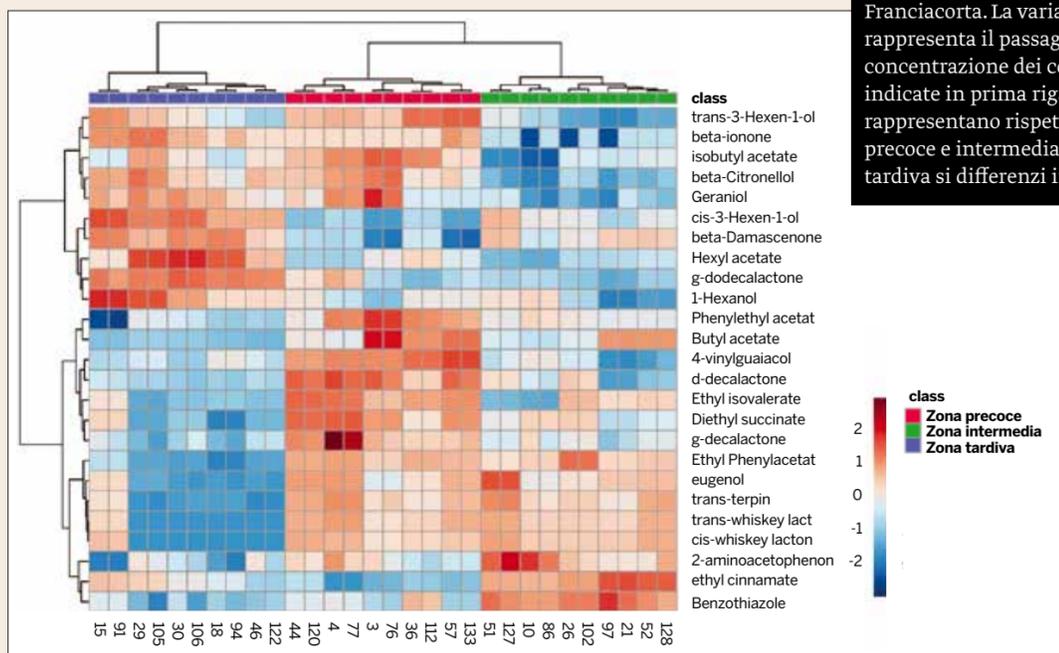
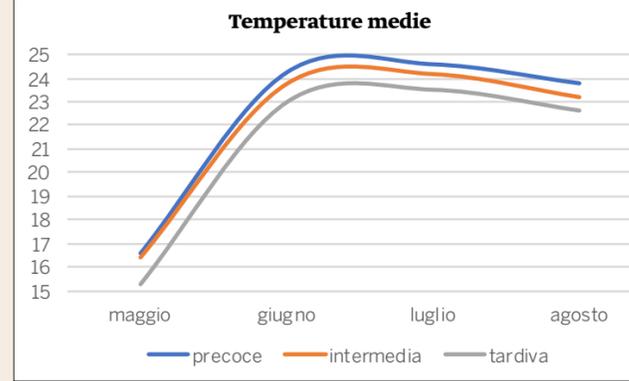


FIGURA 2. Rappresentazione grafica del quadro dei metaboliti volatili nelle diverse zone della Franciacorta. La variazione di colore dal blu al rosso rappresenta il passaggio da una bassa ad un'elevata concentrazione dei composti analizzati. Le colonne, indicate in prima riga dai colori blu, rosso e verde rappresentano rispettivamente le zone tardiva, precoce e intermedia. Appare chiaro come la zona tardiva si differenzi in modo marcato dalle altre aree.

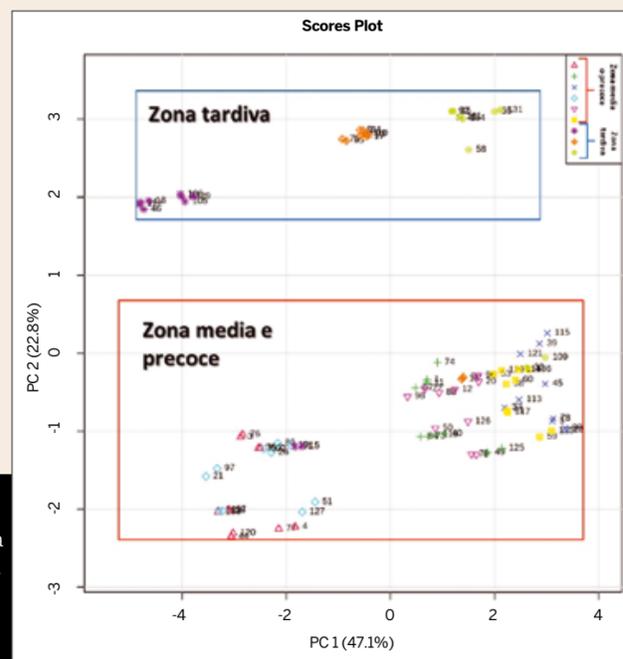


FIGURA 3. Rappresentazione grafica del quadro dei metaboliti volatili di basi spumanti provenienti da diverse zone della Franciacorta e sottoposte a test di invecchiamento accelerato.

metodo verrà successivamente validato nel tempo attraverso analisi sugli stessi vini invecchiati naturalmente.

Risultati

La prima parte della prova ha evidenziato una potenziale correlazione tra l'andamento climatico differente delle tre zone della Franciacorta osservate e il profilo dei composti volatili delle basi spumante analizzate. Le temperature minime e medie della zona più tardiva si sono infatti mostrate significativamente più basse rispetto alle zone con fenologia media e precoce (Figura 1). Questo ha determinato un differente accumulo di composti volatili nelle basi spumante provenienti dalla zona più tardiva e caratterizzata da clima più fresco. Tali

variazioni sono evidenti anche a livello grafico nel differente quadro aromatico delle basi analizzate (Figura 2). La seconda parte della prova ha riconfermato quanto evidenziato in precedenza consentendo di distinguere le diverse zone di provenienza dei vini anche attraverso l'analisi degli aromi nel quale si è apprezzato come alcuni composti possano rappresentare potenziali marker per distinguere contesti climatici più o meno caldi. Osservando infatti il livello di norisoprenoidi nei vini base spumante si riscontra un maggiore contenuto nei vini siciliani rispetto ai vini franciacortini (Figura 4). Tale condizione appare coerente rispetto al ruolo di foto-protettori dei carotenoidi da cui i norisoprenoidi derivano. ➡

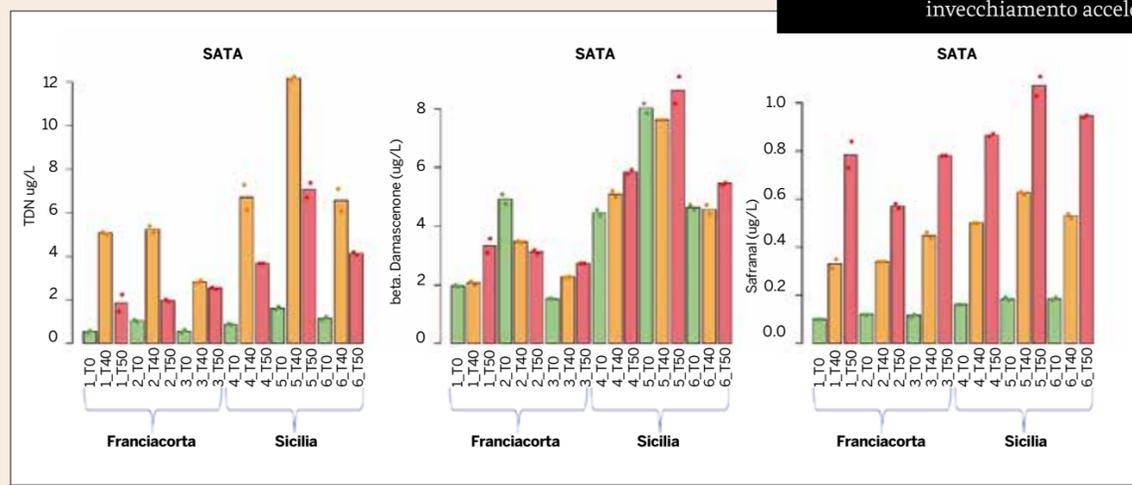
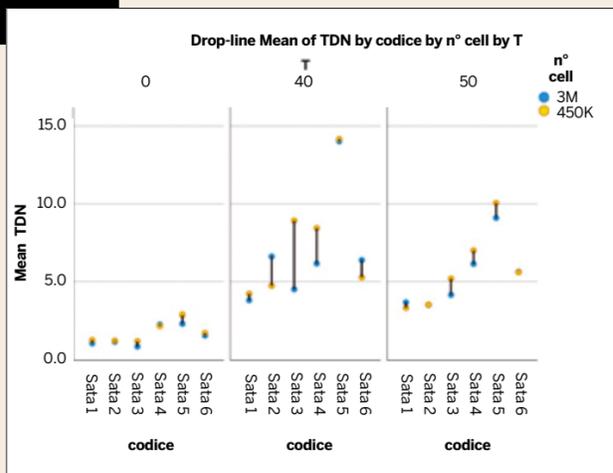


FIGURA 4. Rilievo a T0 ed evoluzione dei norisoprenoidi nei test di invecchiamento accelerato.

FIGURA 5. Nei test di invecchiamento accelerato il livello di TDN mostra spesso un incremento con concentrazioni di lievito più basse.



➔ I test di invecchiamento accelerato confermano tale trend con un tendenziale maggiore accumulo in un contesto climatico più caldo. Se infatti osserviamo tre molecole appartenenti al gruppo dei norisoprenoidi come TDN (1,1,6-trimetil-1,2-diidronaftalene) uno dei sentori chiave dei vini Riesling, beta-damascenone e safranale riscontriamo una maggior presenza all'interno delle basi spumante siciliane rispetto a quelle franciacortine ma soprattutto, anche in assenza di forti differenze a tempo zero (T0-verde), un accumulo significativamente maggiore dopo i test di invecchiamento accelerato (T40 arancio, T50 rosso) (Figura 4).

Differenze più o meno marcate si riscontrano anche per quanto riguarda gli esteri che a livello di base spumante registrano minori contenuti negli Chardonnay siciliani rispetto a quelli della Franciacorta. Gli stessi risultati si riscontrano nei test di invecchiamento accelerato con i vini franciacortini che presentano i livelli più elevati di tali composti. Interessante da questo punto

di vista notare una certa corrispondenza nei risultati riscontrati su base rispetto a quanto osservato su vino spumantizzato e sottoposto a invecchiamento accelerato. Un'ulteriore validazione al metodo sarà conseguita analizzando i vini invecchiati naturalmente.

A seguito delle prove di spumantizzazione si sono riscontrati risultati interessanti anche per quanto riguarda l'effetto della concentrazione di lievito e della temperatura durante la presa di spuma. Nel primo caso, infatti, si evidenzia la tendenza a riscontrare un maggiore livello di TDN oltre che di esteri e acetati con concentrazioni di lievito più basse (Figura 5 e 6).

Questi dati, tuttavia, necessiteranno di nuovi riscontri per essere confermati e saranno oggetto di ulteriori prove.

Nelle prove effettuate la temperatura di rifermentazione sembra avere effetto inferiore rispetto alla concentrazione di lievito e non restituisce risultati coerenti e ripetibili all'interno delle diverse tesi. Alcuni composti appartenenti al gruppo degli esteri come l'acetato di isoamile (sentore di banana) e l'acetato di esile, risultano sempre più elevati post spumantizzazione nelle tesi rifermentate a temperatura più bassa sebbene con l'invecchiamento tali differenze risultino meno significative.

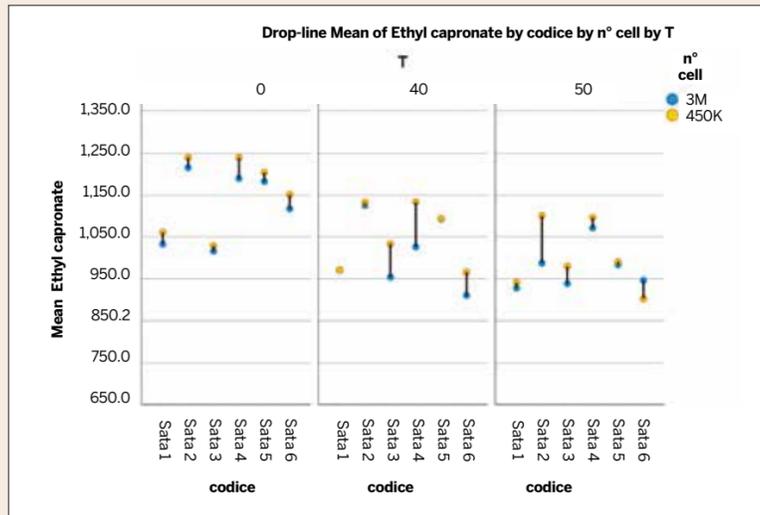


FIGURA 6. Esteri ed acetati fanno registrare livelli più elevati con concentrazioni di lievito più basse

Conclusioni

Al termine del primo anno di sperimentazione si rilevano numerosi spunti di interesse sui quali impostare le future prove che avranno l'obiettivo primario di approfondire e validare quanto fino ad ora osservato anche in contesti climatici e su varietà differenti. Il focus tematico del progetto BaseFutura rimarrà comunque legato allo studio delle interazioni tra clima e aspetti identitari dei vini per fornire strumenti concreti a supporto della vinificazione che siano basati innanzitutto sulla conoscenza del proprio contesto produttivo e che possano aiutare ad esaltarne il potenziale.



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



*Molte volte le idee nascono dai sogni,
e a volte i sogni diventano realtà.*

Noi ci siamo riusciti.

SYNCROCAP™ **SERIES**

DISTRIBUTORE CAPSULE A GESTIONE COMPLETAMENTE ELETTRONICA

Grazie ad un innovativo progetto mecatronico (FEDS Technology), il nuovo distributore SYNCROCAP riesce ad adattarsi automaticamente alle diverse capsule da lavorare riducendo così i tempi di cambio formato fino all'80% e le imperfezioni dovute all'intervento umano.

Il nuovo sistema di distribuzione prevede un funzionamento mecatronico perfetto, dove meccanica ed elettronica sono progettate e fuse per creare una simbiosi unica: gestione, movimentazione e settaggio vengono gestiti e controllati da servo azionamenti in grado di autoregolarsi in funzione del tipo di capsula da lavorare.

Inoltre il nuovo sistema è assolutamente orientato al futuro poiché rappresenta un ulteriore passo in avanti nell'era della digitalizzazione industriale e un reale dispositivo utilizzabile in un sistema di lavoro con standard Industria 4.0.



CHANGE THE RULES

NOI SIAMO GIÀ NEL FUTURO... E TU?

 **nortan**
Passione, tecnologia, innovazione

Via dell'Industria, 11
37040 Veronella (VR) - Italy
Tel. +39 0442 47884
info@nortan.it - www.nortan.it

seguici su:



SPUMANTI

PROPOSTE & NOVITÀ



Una selezione, a cura delle aziende, di macchine, attrezzature, servizi e prodotti disponibili sul mercato

AEB Linea Cristal: per la produzione di spumanti di qualità



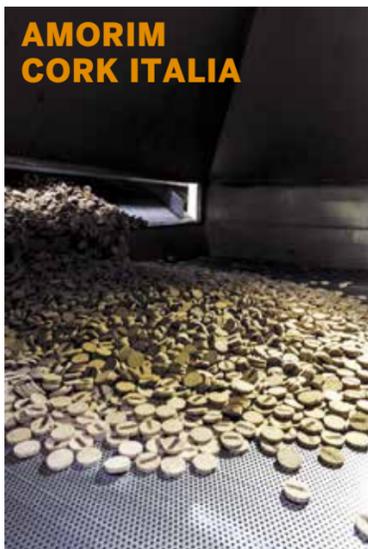
Dal know-how e dall'esperienza maturata negli anni nel settore degli spumanti in Francia, e nei Paesi dove questa tecnologia era in espansione, nasce la linea Cristal, firmata Oenolia. La linea Cristal è frutto di un'avanzata ricerca del Gruppo AEB in un settore complesso, dove le sfumature sono la chiave per il successo del prodotto nel mercato. L'accuratezza nella selezione delle biotecnologie e dei coadiuvanti abbraccia il processo della rifermentazione: troviamo quindi un'attenta selezione di lieviti, fra cui Levulia Cristal, autorizzato e certificato dal CIVC (Comité Interprofessionnel du vin de Champagne), ideale per la prima fermentazione e per

stabilizzare il potenziale redox durante la presa di spuma. A ciò si unisce il supporto specializzato di AEB, che garantisce al cliente il giusto approccio alla tecnologia della spumantizzazione e alle sue peculiarità. *Info: aeb-group.com*

la presa di spuma; e Levulia Agglo, LSA agglomerante capace di ridurre i tempi di remuage. Enovit Perlage è invece un nutriente studiato per garantire un rapido avvio della fermentazione. Specifici per la chiarifica e l'affinamento sono Adjuvant Cristal A e Adjuvant Cristal T, utilizzabili sia per remuage manuali che meccanizzati. La gamma si completa con Fortifa Cristal, una selezione di tannini di rovere e castagno in grado di

ALEA EVOLUTION Winebrain®, gestione integrata della fermentazione

WineBrain® è semplice e rapido da installare. Utilizza un'interfaccia intuitiva con tecnologia web che permette di controllare le fermentazioni e gestirne i parametri da remoto. Cosa fa: controllo remoto vinificazione, grafico di fermentazione in tempo reale, dosaggio automatico nutrienti liquidi, Micro & Macro ossigenazione. Parametri controllati: densità mosti / CO₂ spumanti, temperatura, dosaggio 2 nutrienti, dose O₂, volume mosto. Punti di forza: miglioramento cinetica fermentativa, riduzione costi energetici, veloce turn-over serbatoi, riduzione costi di manodopera, riduzione errore umano, ottimizzazione consumo nutrienti, registrazione storico fermentazioni, modelli di vinificazione personalizzati. WineBrain® può essere utilizzato sia per le prime fermentazioni, sia per la presa di spuma in autoclave. Nel primo caso il sistema rileva la densità del mosto in fermentazione permettendo di seguire il consumo degli zuccheri. In autoclave il sistema rileva la sovrappressione di CO₂ consentendo un controllo remoto che facilita la gestione dei punti critici del processo di spumantizzazione (chiusura degli sfianti, raffreddamento finale, sosta sur lies, gestione della riduzione). WineBrain® facilita la gestione della nutrizione, riduce la manodopera e permette un controllo preciso e in tempo reale delle fermentazioni, anche da remoto.



AMORIM CORK ITALIA

Brindisi affidabili con CorkNova

Per i vini dei brindisi è necessario affidarsi a chi investe da sempre nella ricerca tecnologica, ma anche a chi ha l'autorevolezza storica per garantire che il rituale delle celebrazioni venga tutelato, anche sensorialmente. È con questa visione d'insieme che il gruppo Amorim ha sviluppato un trattamento specifico per la stabilizzazione e la neutralizzazione dei dischi che entrano a contatto con il vino, realizzando tappi perfetti per l'evoluzione di un prodotto complesso come lo spumante. Si tratta del sistema CorkNova®, processo fisico ad elevato rendimento che permette di volatilizzare i principali fattori di rischio sensoriale per il sughero, quali il Tca e i suoi precursori, oltre ad altre molecole volatili ed estranee al sughero, che in qualche modo hanno impatto negativo

nell'evoluzione e maturazione dello spumante in bottiglia. Per ottenere la totale eliminazione dei rischi, vengono gestiti in modo specifico il calore e l'umidità dei cicli di lavoro, sia nella loro quantità sia nel sistema di distribuzione, utilizzando al contempo una specifica movimentazione che permetta al disco di sughero di subire un omogeneo e globale trattamento di sanificazione. Altrettanto importante è la fase finale del trattamento, che assicura ai dischi di sughero un corretto e naturale ritorno alle condizioni standard. Il fine ultimo è eliminare totalmente impurità e molecole volatili e creare, quindi, un tappo per spumante che rappresenti un nuovo standard di mercato e una reale barriera funzionale, priva dei rischi legati alla sua naturalità. Sicuro, è Amorim.

ASTRO Sovracapsule Astro Titan per impreziosire i piccoli formati degli spumanti

Le vendite di vini spumanti nei piccoli formati (20 cl) sono in forte incremento, spinte dalla diffusione di nuove occasioni di consumo tra le mura domestiche, quali aperitivo e accompagnamento ai pasti. Con la linea Titan, Astro si pone come il leader assoluto nella produzione di sovracapsule per le capacità minori degli spumanti. *Astro Titan: l'impatto visivo di un vero tappo in sughero.* Accoppiate alla chiusura in alluminio e a un termoretraibile, le sovracapsule Titan replicano fedelmente il classico effetto "a fungo" del tappo in sughero, simbolo di tutti gli spumanti e champagne di qualità. Tutte le Astro Titan sono prodotte nello stabilimento di Baldichieri, per garantire un maggiore controllo e l'applicazione dei rigidi standard qualitativi dell'azienda. *Astro Titan e Bacchus SW: nate per lavorare insieme.* Le sovracapsule Titan garantiscono un perfetto accoppiamento a pressione con il tappo in alluminio della bottiglia. Il loro abbinamento ideale è con le chiusure della gamma Astro Bacchus SW, specificamente studiate per l'imbottigliamento dei vini mossi e frizzanti. L'incastro tra Titan e Bacchus SW sarà sempre ottimale, senza alcun utilizzo di colle o mastici che potrebbero trasferire aromi sgradevoli o nocivi al contenuto. Le chiusure Bacchus SW sono dotate del liner Saturn, che utilizzano una speciale miscela di polietilene per una tenuta assoluta senza cessione di odori o sapori al liquido.



DAL CIN Qualunque sia lo stile di bollicine ricercato

Programmare ogni fase della presa di spuma, in autoclave e in bottiglia, qualunque sia lo stile di consumo da soddisfare: biologico, con ridotti solfiti, di piacevole freschezza o più impegnativo. **Sicurezza**
- BattKill XXL: protegge il vino base dallo sviluppo dei batteri lattici, riducendo o eliminando l'impiego di SO₂.

- Polimersei e wynTube ProLife: detossificano il vino base, eliminando gli inibitori endogeni formati durante la prima fermentazione.
- Aromaticità**
- Fervens Brio: longevità, intensità ed eleganza negli spumanti, anche destinati alla bottiglia bianca.
- Fervens Pro6: frutta e fiori in autoclave. Selezionato per la vinificazione di Prosecco, è ideale per tutti gli spumanti giovani.
- Lalvin CH14: il lievito di riferimento per rifermentazione in bottiglia e per lo charmat lungo, con l'inconfondibile eleganza

- dei profumi e del perlage. **Qualità organolettica**
- wynTube Spuma: nutriente specifico per la presa di spuma; limita la produzione di composti solforati, acetaldeide e acido piruvico. Il glutazione ridotto e i peptidi riducenti, proteggono gli aromi e il colore del vino nel tempo. **Longevità**
- Harmony Vitality: migliora la longevità dei profumi preservandoli dai fenomeni ossidativi.
- Redox Longevity: all'imbottigliamento per contrastare il gusto di luce, stabilizzare il colore nel tempo, prolungare la freschezza e la longevità del vino.

Tanti altri spunti per ottimizzare la presa di spuma su www.dalcin.com

DIAM BOUCHAGE Mytik Diam: una gamma di tappi per spumanti al servizio dell'oenologia moderna

Per Diam Bouchage, il tappo è più di un semplice otturatore; è l'ultimo atto enologico del produttore vinicolo. Deve permettere di preservare la buona evoluzione del vino imbottigliato durante tutta la sua evoluzione nel rispetto del profilo aromatico che gli si vuole conferire. La gamma Mytik Diam, dedicata agli spumanti, offre prodotti con diversi livelli di permeabilità e diverse garanzie meccaniche, a seconda delle esigenze del vostro vino.

Mytik Diam 3, Mytik Diam 5 e l'ultimo nato Mytik Diam 10 offrono durate meccaniche ottimali da 3 a 10 anni. Test di invecchiamento accelerato - identici a quelli utilizzati dall'industria aeronautica - sono stati in grado di confermare l'eccezionale durata di Mytik Diam 10 e in particolare un'eccellente preservazione della CO₂ nel tempo. La gestione degli scambi gassosi è l'argomento numero 1 dell'oenologia moderna e Diam Bouchage lavora da oltre 15 anni



sulla permeabilità dei suoi tappi. L'azienda dedica una parte significativa del proprio budget di R&D allo studio di questa tematica, in collaborazione con molte università in tutto il mondo. La gamma Mytik Diam ha ora due livelli di permeabilità che consentono una gestione precisa dell'ossigeno: basso per MD3 e MD5 e molto basso per MD10. Quest'ultimo ha una quantità di O₂ desorbita dal tappo (Oxygen Initial Release) molto meno importante di

quella dei tappi tradizionali e questo in modo omogeneo da un tappo all'altro. Inoltre, MD10 ha un Otr (Oxygen Transfer Rate) molto basso per una lenta evoluzione del vino in bottiglia. È particolarmente indicato per vini spumanti da invecchiamento, vini spumanti con pochi o nessun solfito e offre molti vantaggi a vini sensibili come spumanti rosati o mezza bottiglie. In Champagne, 1 bottiglia su 4 è tappata da un tappo Mytik Diam.

ENARTIS

Prodotti specifici per migliorare la qualità del perlage

Spuma e perlage sono elementi peculiari del vino spumante che rivestono una grande importanza nella sua valutazione qualitativa. Essi non sono solo attributi visivi ma fattori che influenzano in modo significativo le sensazioni gustative di cremosità, morbidezza e croccantezza. Le condizioni in cui avviene la presa di spuma hanno una forte effetto sulla qualità del perlage ma anche la composizione del vino base gioca un ruolo determinante nel definire la finezza della bolla e la persistenza della spuma. La bollicina è una struttura in cui la CO₂ è separata dal vino da un'interfase. L'interfase è formata da molecole di natura anfipatica, mannoproteine e glicoproteine, che orientando la coda apolare idrofoba all'interno della bolla e la testa polare idrofila all'esterno, aumentano la solubilità della CO₂. Maggiore la solubilità della CO₂, maggiore la finezza e la persistenza del perlage. Per migliorare la qualità del perlage, Enartis



ha sviluppato prodotti ricchi in sostanze di natura anfipatica utilizzabili nella produzione di spumanti ottenuti sia con metodo classico che Charmat. Surli Mousse è un derivato di lievito ricco in mannoproteine libere da usare durante la presa di spuma. Riduce le dimensioni della bolla rendendola più persistente ed elegante al palato. Surli KPA VL, a base di mannoproteine e poliaspartato, migliora la cremosità del perlage e la resistenza del vino all'ossidazione. Usato in pre-imbottigliamento aumenta il perdurare della freschezza aromatica e gustativa. Alla sboccatura e in pre-imbottigliamento, Maxigum Plus aumenta la qualità della spuma, la complessità aromatica e le sensazioni di volume e dolcezza al palato.

Info: www.enartis.com/it/

FIPAL

Impianti e macchine per il packaging: tutte le ultime novità

Fipal, costruttrice di impianti e macchine per il packaging, basa la propria politica aziendale sul lavoro, la ricerca e lo sviluppo tecnologico senza dimenticare l'etica e la valorizzazione delle persone. Durante la fiera Simec che si è tenuta dal 15 al 18 novembre a Milano, Fipal ha avuto modo di presentare e introdurre le tante novità del settore tra cui: la linea prodotti Combiline, le isole robotizzate completamente automatiche e la nuova piattaforma digitale AI. Studiata per linee a bassa cadenza, il sistema di fine linea Combiline consente di inglobare il confezionamento e la pallettizzazione in pochissimo spazio, garantendo elevata affidabilità e semplicità di utilizzo. Le isole robotizzate multifunzione Falcon possono essere accessoriate e inserite in base alle proprie esigenze per gestire i prodotti con qualsiasi forma e dimensione garantendo la

massima flessibilità d'applicazione, sia per l'incartamento che per la pallettizzazione. Grazie alle ultime innovazioni, qualora sia necessario un cambio di testata, il robot potrà eseguire la variazione in automatico andando incontro alle esigenze degli operatori fornendo un grande vantaggio sia per la movimentazione di oggetti pesanti sia per ridurre al minimo i tempi di switch prodotto. Per ultimo ma non per importanza, Fipal ha introdotto per i clienti la nuova piattaforma digitale in ottica Industria 4.0, la quale fornisce sia supervisione di linea ma soprattutto analisi predittive sui macchinari e sugli impianti nel loro complesso, tramite un sistema di intelligenza artificiale potendolo personalizzare in base alle proprie necessità, il sistema ha potenzialità enormi raggiungendo livelli sempre più alti e sempre più dettagliati. Info: www.fipal.it



L'impiego di Isiox durante l'imbottigliamento permette di regolare le concentrazioni dei gas, mantenendo la struttura e gli aromi del vino



EXPERTI

Isiox®: gestione dei gas disciolti nel vino e sostenibilità in cantina

Isiox è il sistema innovativo prodotto in Italia che ottimizza i gas nel vino in modo semplice e non invasivo. Ad oggi abbiamo superato le 150 referenze in Italia. Le applicazioni sono in grado di gestire il contenuto di O₂ e di CO₂ in qualsiasi momento del processo di elaborazione e i vantaggi riguardano il miglioramento della qualità organolettica e dell'aromaticità e il miglioramento della shelf-life dei vini in bottiglia. Isiox è un impianto ad alta tecnologia con sensoristica e algoritmi avanzati, facile da utilizzare grazie alla semplice interfaccia uomo-macchina. Il sistema lavora in modalità automatica e semi-automatica in grado di sottrarre ossigeno dai vini in lavorazione e preimbottigliamento; sottrarre acido solfidrico e metilmercaptano, regolare il contenuto di anidride carbonica e gestire la

pressione in bottiglia. Isiox è utile quando si vuole: 1) modificare la concentrazione di ossigeno e anidride carbonica nel vino senza stripping; 2) incontrare i livelli di CO₂ precisi del mercato di destinazione; 3) utilizzare il confezionamento flessibile come tetrapack e bag in box; 4) ridurre la quantità di anidride solforosa all'imbottigliamento. Isiox permette inoltre un'attenzione particolare alla sostenibilità: sociale: riduzione dell'impiego della solforosa a favore della salubrità del vino; economica: sostituzione di processi manuali più dispendiosi, minore consumo di gas tecnico rispetto allo stripping e limitato consumo di elettricità; ambientale: limitato consumo di acqua, lunga durata di utilizzo e limitata necessità di ricambi (no smaltimento). Per prenotare un test in cantina contattare experti@experti.it

FEDERFIN TECH

Tappi in alluminio a vite e personalizzazioni ad hoc anche per piccoli quantitativi

Federfin Tech produce, crea e distribuisce tappi in alluminio a vite per bottiglie di vino, liquori, olio, e aceto nel suo stabilimento di Tromello (PV) per rispondere alle aspettative dei suoi clienti in tutto il mondo. La sua esperienza trentennale nel mondo dei tappi in alluminio e i suoi macchinari efficienti e flessibili, le consentono di essere leader nel campo delle chiusure a vite. Il forte spirito di squadra e la grande integrazione fra i vari reparti produttivi le consentono una grande flessibilità, tempi di produzione e consegna veloci garantendo un prodotto finale di alta qualità. Sempre più marcata è la strategia del marketing di focalizzarsi su un'immagine di prodotto particolareggiato e curato a livello di immagine enfatizzato dalle tecniche di stampa offset, hotfoil e serigrafia. Ai 20.000 mq dell'azienda è stato aggiunto un reparto produttivo da 5.000 mq dedicato alla personalizzazione di colore, alla ricerca focalizzata sulla differenziazione di prodotto gestita dall'utilizzo di macchinari specializzati e sviluppati appositamente anche per la gestione di piccoli quantitativi, e orientate a un mercato di nicchia che fa della personalizzazione il "must have" del settore. La tecnologia di stampa Spray consente di realizzare colorazioni uniche e speciali come metallizzati o colorazioni a campione su richiesta del cliente, attraverso la stampa in spray che colora il tappo del colore che si desidera anche e soprattutto per piccoli quantitativi di bottiglie.



LAFFORT ITALIA

Mannospark per il miglioramento dell'estetica della bolla



Laffort, grazie all'attenzione ai fenomeni naturali che regolano i processi enologici e alla sua costante ricerca, è stata la pioniera nell'introduzione delle mannoproteine nel mondo del vino. Correvano gli anni 90 quando dava vita, in seno all'Università di Bordeaux, ai primi studi scientifici su questo tema. Nei 30 anni trascorsi la rosa dei ricercatori e delle ricerche sull'argomento sono cresciute mettendone in luce le molteplici proprietà enologiche. Molti tecnici ed enologi da tempo hanno colto l'esistenza di un rapporto virtuoso tra mannoproteine e spumantizzazione o più precisamente tra mannoproteine e bollicine. Da qui l'avvio da parte di Laffort di una ricerca mirata alla comprensione dei meccanismi d'azione ed effetto di alcune macromolecole derivanti da lieviti sull'effervescenza dei vini. Questa ha condotto alla messa a punto di Mannospark. Si tratta di una soluzione di specifiche mannoproteine, ad una concentrazione del 20%, risultate particolarmente vocate nel miglioramento dell'estetica della bolla (persistenza, dimensioni, quantità, comportamento...), elemento chiave del successo ed apprezzamento dei vini spumanti. Nel caso del metodo classico può essere applicato sia nella liqueur de tirage che nella liqueur d'expédition alla dose di 50 - 100 mL/hL. Nel caso del metodo Charmat l'aggiunta può essere fatta al momento dell'avvio della rifermentazione, alla sua fine ma anche al momento dell'imbottigliamento, su vino pronto. In questo caso la dose può variare da 10 a 50 mL/hL. L'esperienza ad oggi acquisita conferma che il prodotto non induce modificazioni del profilo olfattivo e dell'espressione varietale, mentre migliora visibilmente il perlage. Il fatto che la bolla sia più stabile e meno esplosiva fa sì che l'impatto in bocca risulti più cremoso e avvolgente.

LALLEMAND

Soluzioni innovative per l'elaborazione di vini spumanti di qualità

Dalla fine della fermentazione alcolica al momento della rifermentazione l'esposizione all'ossigeno delle basi spumanti rappresenta per gli spumantisti un momento delicato: i meccanismi ossidativi sono responsabili della perdita di aromi freschi e fruttati ed alterazioni del colore. Un progetto scientifico in collaborazione con l'Inra di Montpellier ha chiarito che alcuni derivati di lievito possiedono una differente e quantificabile capacità di consumo dell'ossigeno nel vino. Nasce così Pu-

re-Lees™ Longevity, uno strumento naturale con un'elevata capacità di consumo dell'ossigeno disciolto per il trattamento dei vini bianchi e rosati. Prove condotte su basi spumanti conservate con bassi quantitativi di SO₂ hanno dimostrato l'efficacia del prodotto nel proteggere il colore dall'imbrunimento e la componente aromatica dall'ossidazione; aggiunto al riempimento dell'autoclave favorisce la produzione di spumanti di qualità, preservando freschezza e potenziale aromatico. Per il controllo di popolazioni di batteri lattici ed aceti-



LALLEMAND OENOLOGY
Original by culture

ci ed evitare fermentazioni malolattiche indesiderate, in particolare in vini con bassi solfiti aggiunti, Lallemand ha messo a punto un ulteriore strumento naturale, Bactiless™ - un biopolimero derivato dalla chitina di origine fungina estratto da *Aspergillus niger*. Questo prodotto, utilizzato in sinergia con le altre pratiche enologiche adottate di cantina (SO₂, freddo, filtrazioni etc.), trova applicazione durante la conservazione dei vini base spumante in cui sia necessario inibire la fermentazione malolattica.



M2X CHIUSURE ITALIA

Arriva Senso: il primo tappo a 2 rondelle perfetto e garantito

Ottenere un tappo per vino spumante tradizionale a doppia rondella organoletticamente perfetto e garantito è possibile? Oggi sì, lo è. Siamo orgogliosi di presentare il nuovo tappo Senso che va ad ampliare la gamma di Sagrera & Cie, storico produttore di tappi per vini spumanti sito in Epernay. Il processo di estrazione è oggi disponibile a livello industriale, dopo uno studio durato 5 anni. Senso è il primo ed unico tappo nel suo genere: non si tratta di una selezione ma di un vero e proprio trattamento che garantisce al tappo la perfezione totale e un'assoluta neutralità. Senso sfrutta le caratteristiche uniche dell'ultravuoto con 3 tappe fondamentali: temperatura, ultravuoto e

idratazione. Sagrera sfrutta pompe criogeniche che possono operare a -280 °C. Il fenomeno della pressione e depressione, adattato perfettamente a misura della "non deformazione" del sughero, è la chiave per eliminare totalmente e definitivamente le molecole che causano imperfezioni organolettiche (non solo Tca), conferendo al tappo Sagrera Classic A2R una neutralità assoluta e garantita. Senso, tappo tradizionale a 2 rondelle, insieme al tappo Fortis Thor va quindi ad ampliare la gamma dei nostri tappi di altissima qualità, con perfezione organolettica assoluta e garantita. Grazie alla varietà della nostra gamma possiamo offrire alle cantine, in base alle loro specifiche esigenze ed alle caratteristiche intrinseche del vino, il prodotto più adatto in termini di sviluppo, pulizia organolettica e qualità meccanica. Radoppiamo la garanzia e la perfezione per i nostri clienti.



M.A.SILVA

L'evoluzione di un marchio naturalmente storico

Dal 1972, M.A.Silva opera all'avanguardia nell'industria del sughero, con un processo di produzione verticalizzato al 100% per i tappi di sughero naturale e tecnico. Con processi e tecnologie all'avanguardia al servizio della produzione - come ad esempio Neotech®, Onebyone® e Sara Advanced® - ha ricevuto diversi premi e riconoscimenti, in particolare per quanto riguarda l'eradicazione del Tca. Dopo 50 anni di vita, M.A.Silva ora si reinventa con un nuovo marchio, mantenendo però intatto il suo rapporto simbiotico con la natura e il suo impegno verso il futuro. Nel passaggio da Manuel Alves da Silva, fondatore e presidente (vedi foto nel tondo), ai suoi successori, rafforza lo spirito familiare e la professionalità che da sempre la contraddistinguono. Suo figlio, José Silva, ceo dell'azienda, si impegna a preservare il rigore e la professionalità, insieme alla fiducia nei team. Prossimità, innovazione e resilienza rimangono i pilastri del servizio d'assistenza al cliente di alto livello. Per celebrare i suoi 50 anni, rafforza anche il suo posizionamento come leader tecnologico nell'industria del sughero, con una nuova firma - Premium Cork Stoppers - adattata al principio della qualità in serie, a cui va aggiunta la migliore materia prima e la migliore consegna, naturalmente. Parallelamente, si sta affermando un nuovo concetto di comunicazione - Naturally Better - basato sul fatto che l'azienda ha Better Source, contribuisce ad una Better Nature ed è fatta di Better People. Uno studio recente condotto dalla società di consulenza Kpmg ha concluso che l'impronta di carbonio di tutti i tappi M.A.Silva analizzati - naturali, spumante e microagglomerato - è negativa. La nuova identità comprende anche nuovi colori, i verdi della natura, i toni terra della foresta di querce da sughero, i rouges del vino e l'oro, che rappresenta la corona della materia prima regina: il sughero.

MAXIDATA

uve2k.Blue: le procedure software dedicate agli spumanti

La spumantizzazione è un processo che richiede particolare attenzione e che ha le sue peculiarità. Andare sempre più nel dettaglio per fornire uno strumento software in grado di dare un supporto utile e preciso è fondamentale per Maxidata. Per questo motivo le procedure vengono costantemente aggiornate e arricchite. Le ultime implementazioni hanno coinvolto il modulo dedicato alla gestione della spumantizzazione. Tenendo conto della complessità e in molti casi anche della lunga durata del processo di spumantizzazione, si rende necessario avere a disposizione delle procedure estremamente semplici e guidate che permettano di ottenere una visione globale della situazione in cantina. Tramite l'apposito modulo è quindi possibile tenere sotto controllo lo stato di avanzamento della lavorazione, operare direttamente sulle partite di vino in corso di spumantizzazione e gestirne la tracciabilità, dalla preparazione della cuvée fino alla sboccatura ed al confezionamento. Le procedure guidate presenti semplificano l'esecuzione di tutte le operazioni necessarie, tra cui la gestione delle certificazioni per i vini Doc e Docg, gli imbottigliamenti, le sboccature e operazioni quali l'arricchimento con il saccarosio, così come la creazione dei codici prodotto necessari al processo di spumantizzazione. Sono inoltre previste pagine di riepilogo e dashboard, sia per singola partita, che per il dettaglio di tutte le operazioni. Il sistema è progettato per essere elastico ed adattabile alle diverse modalità di lavorazione, perfetto sia per il metodo classico che per il metodo Martiniotti, ma anche per i vini frizzanti, bianchi e rossi.



MBF

Il gruppo Collis sceglie ancora l'innovazione: nuovo monoblocco isobarico con gabbiettrice integrata

che ha portato la cantina a scegliere nuovamente MBF come partner, per effettuare un ulteriore step di crescita tecnologica nel processo di imbottigliamento dei propri prodotti. Efficienza e flessibilità, garantite da: tamponi universali e sostegni collo automatici; coni centratori universali (rimpiatrice); imboccatori universali per tappi raso

Lavorare in sinergia con i clienti è da sempre una prerogativa essenziale di MBF, e il nuovo monoblocco isobarico con gabbiettrice integrata fornito alla cantina Riondo del gruppo Collis ne è l'esempio più recente. Questo è uno dei motivi e fungo tra i nuovi brevetti MBF; stelle universali, coclea universale a doppio principio, brevetti MBF; regolazione guide posteriori nastro automatizzata, prima del suo genere. *User Friendly*: la nuova interfaccia operatore E.M.I. su touchscreen portrait di 21 pollici permette un altissimo livello di gestione dell'impianto. *Manutenibilità*: la diagnostica avanzata, possibile anche da remoto, e l'architettura della macchina, facilitano e velocizzano gli interventi di manutenzione. *Sanificazione e sostenibilità*: un moderno sistema flessibile e personalizzabile consente di razionalizzare la fase di sanificazione, ottimizzando e riducendo tempi ciclo, consumi di acqua, prodotti di sanificazione ed energia elettrica. Sostenibilità garantita anche attraverso motorizzazioni brushless e altri dispositivi e sensori che riducono sia consumi di energia che sprechi di prodotto.



MPF IMPIANTI

Sistemi di trasporto interni, lava-asciugatrici e tunnel di asciugatura



L'azienda MPF Impianti Srl con sede a Calamandrana, provincia di Asti, è leader nel settore enomeccanico per la produzione e fornitura di sistemi di trasporto interni, di macchinari atti al trattamento esterno bottiglie come lava-asciugatrici, tunnel di asciugatura. La gamma include inoltre termocondizionatori (FI-FO e a massa) progettati appositamente per eliminare i problemi di condensa che si forma sulla superficie delle bottiglie quando si effettua il riempimento a freddo, in modo da garantire di seguito la perfetta etichettatura. La MPF Impianti Srl è in grado di garantire una pronta risposta nel caso di richieste con consegne in tempi rapidi avvenute a disposizione un proprio taglio laser all'interno dell'officina per la produzione di tutta la

carpenteria necessaria. Tutto il personale MPF Impianti Srl ha comprovata esperienza nel settore enomeccanico, ed è a completa disposizione per dare il proprio supporto tecnico-commerciale in base alle richieste ed esigenze del mercato. Per tale scopo, negli ultimi mesi, sia il reparto tecnico che commerciale sono stati potenziati con personale di grande professionalità e serietà.

Info: info@mpfimpianti.it - www.mpfimpianti.it

NORTAN

Distributore di capsule Syncrocap

Rispetto ai distributori di capsule standard, il nuovo distributore Syncrocap ha rappresentato un passo avanti significativo per tutto il settore. Ogni componente è stato completamente ripensato e riprogettato attorno ai seguenti obiettivi: ottimizzazione della lavorazione, aumento dell'affidabilità, integrazione in un ambiente in Industria 4.0, riduzione e semplificazione della manutenzione, riduzione al minimo dei tempi di cambio formato a carico degli operatori. Il cuore principale dell'innovazione è il gruppo di separazione e distribuzione a gestione completamente elettronica dove è stata implementata una nuova tecnologia mecatronica proprietaria (Patent Pending) denominata F.E.D.S. Technology (Fully Electronic Distribution System). Questo porta a una riduzione dei tempi

di settaggio e cambio formato da parte dell'operatore di circa l'80% e alla completa eliminazione degli errori e problematiche dovuti a regolazioni approssimative. Inoltre, grazie a una serie di algoritmi che racchiudono tutta l'esperienza Nortan, sono stati eliminati tutti i dispositivi meccanici ed è stato introdotto il concetto di "Camma Elettronica" che permette di adattare automaticamente le fasature e i parametri dei vari componenti in base al tipo di capsula in lavoro. La riduzione dei particolari del 40% e l'ottimizzazione dei processi produttivi ha portato a un notevole aumento di affidabilità. Progettato in ottica 4.0, il software monitora costantemente tutti i parametri di lavoro e si interfaccia con i programmi di gestione di linea scambiando informazioni in tempo reale sullo stato della macchina.



SORDATO

Soluzioni personalizzate per ogni bollicina

La produzione di uno spumante di alta qualità, sia ottenuto con fermentazione in bottiglia che in autoclave, richiede molti passaggi ognuno dei quali di grande importanza. Sordato ha messo a punto una serie di applicazioni e impianti specifici per aiutare l'enologo spumantista in questo compito. Realizziamo moduli per l'abbattimento della temperatura dell'uva intera raccolta in cassetta o bins, sistemi di smistamento e raffreddamento del mosto, impianti per la gestione controllata del-

la prima fermentazione con impostazione della curva fermentativa. Per quanto riguarda il metodo classico, successivamente alla fase di tiraggio, le bottiglie vengono accompagnate alla presa di spuma in ambienti sanificati con lo ionizzatore Oxyon e a temperatura e ventilazione controllata. Ognuna delle fasi successive prevede impianti di climatizzazione specifici per mantenere al meglio il prodotto e le attrezzature necessarie alla realizzazione di un grande spumante. Per quanto riguarda la spumantizzazione in autoclave gli

impianti realizzati da Sordato permettono all'enologo di scegliere nel gestionale Wine Controller una serie illimitata di ricette personalizzate studiate su misura per ogni specifico prodotto. Si va così a definire per ogni fase di produzione (riscaldamento, raffreddamento, agitazione, sgrassaggio, abbattimento di temperatura, stabilizzazione ecc.) tempi e modi di svolgimento. Le soluzioni per la spumantizzazione Sordato esaltano ogni bollicina e aiutano ogni enologo a realizzare la propria opera d'arte.

**VASONGROUP**

Auroras®: la selezione di prodotti per diminuire l'impatto della pratica enologica sul vino

Auroras® è il marchio di VasonGroup che raggruppa una selezione dei prodotti di Juclas ed Enologica Vason, creati per diminuire l'impatto della pratica enologica nel vino, restituendo un prodotto più salubre e rispettoso della materia prima, capace di abbracciare le pretese di trasparenza e responsabilità richieste dal consumatore e dal legislatore internazionale. L'aurora non è solo uno spettacolo di luce, è l'incontro fra due entità diverse e lontane, che insieme generano qualcosa di meraviglioso. Tutto questo è Auroras®: una filosofia radicata nella realtà. Auroras® è la visione di VasonGroup. Con essa, vogliamo presentare la miglior tecnologia di Juclas e i prodotti innovativi di Enologica Vason, pensati e progettati per diminuire l'impatto della pratica enologica sul vino, restituendo un prodotto più autentico, che rispetta il lavoro in vigna e capace di rispondere al bisogno di trasparenza e responsabilità sia del cliente che delle nuove normative europee ed internazionali. È una grande opportunità di innovazione tecnologica nel mondo del vino e ad essa dedichiamo e dedicheremo tutto il nostro know-how e passione. *Meno additivi.* L'elettrodialisi permette di raggiungere la stabilità tartarica dei vini, a temperatura ambiente e senza aggiunta di additivi. *Meno solfiti.* Con la corretta gestione dei gas disciolti per vini rossi giovani, bianchi e rosati in vinificazione, affinamento e confezionamento. *Più equilibrio.* Sfruttare la dealcolazione per ridurre il tasso alcolemico, senza interferire con colore, struttura e corredo aromatico originari. *Più identità.* X-Pro® la gamma di prodotti a base di lieviti inattivi, privi di sostanze chimiche o additivi, che conservano la freschezza degli aromi e le tonalità dei vini.

**VASONGROUP****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 fillosera. 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 a 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 portinesti. Questi sono dislocati in diverse regioni e gestiti direttamente dalla Cooperativa.

**VETROPACK**

Echovai: le prime bottiglie a rendere al mondo, realizzate in vetro leggero temperato

L'ultima innovazione dell'azienda, Echovai, riflette le priorità assegnate alla sostenibilità: Vetropack Improved

Performance Glass è stato sviluppato nel nostro Innovation Center di Pöchlarn, in Austria. Si tratta di una bottiglia in vetro a rendere leggera, particolarmente stabile e a basso consumo di materiali. Il minor peso del prodotto consente di ridurre l'utilizzo di materie prime, energia e materiali, con una conseguente diminuzione delle emissioni di CO₂ per unità prodotta. Anche le emissioni legate al trasporto sono, di conseguenza, ridotte. Per anni, gli studi di settore hanno dimostrato che i contenitori in vetro a

rendere sono tra gli imballaggi più sostenibili e rispettosi dell'ambiente. Solo il peso e la resistenza di questo materiale sono considerati punti di debolezza. Grazie a Echovai, Vetropack è il primo produttore al mondo in grado di fornire una soluzione per migliorare, in modo rilevante, questi elementi. Si tratta di un vetro particolarmente robusto, pur essendo fino al 30% più leggero rispetto alle normali bottiglie a rendere, ma anche più resistente alle gessature. "Echovai offre una vera soluzione di alto livello e ha il potenziale di trasformare radicalmente il mercato dei contenitori di vetro a rendere", ci spiega Daniel Egger, Head of Innovation di Vetropack. A oggi, milioni di bottiglie sono state vendute con successo e riutilizzate da un cliente che partecipa al progetto pilota e test approfonditi hanno confermato la maggiore durata e resistenza del prodotto.

**VIT.EN.** CENTRO DI SAGGIO E CASA EDITRICE

SPECIALIZZATI IN VITICOLTURA ED ENOLOGIA

Via Bionzo 13bis - 14052 Calosso (AT)

info@viten.net www.viten.net



sul canale Youtube
VIT.EN. VITICOLTURA ED ENOLOGIA
trovi i nostri video di divulgazione tecnica

Altre pubblicazioni disponibili:

- VIGNA IN TASCA (IIIa edizione)
- VITIBOOK
- Biovitiologia... ..o no?
- Bacco Didattico I Vendemmia
- Bacco Didattico II Peronospora della vite
- Bacco Didattico III Contorni del vino
- Bacco Didattico IV Vigna Nuova

CORSI 2022-2023

Venerdì 2 Dicembre 2022 **POTATURA DELLA VITE**
Principi base per la potatura di allevamento e di produzione

Venerdì 24 Febbraio 2023 **VIDEOVITIS**
Riconoscimento delle malattie della vite

Giovedì 23 e Venerdì 24 Marzo 2023 **ABC VITE**
Principi base per la gestione dei vigneti

Lunedì 27 e Martedì 28 Marzo 2023 **ABC VINO**
Principi base per la gestione della cantina

per info davide.morando@viten.net



MERCATO DELLO SFUSO
A PORTATA DI CLIC

Scopri le funzionalità della nuova piattaforma Osservatorio del Vino di Unione Italiana Vini: la banca dati - unica in Italia - contiene le rilevazioni di oltre 460 tipologie di vino quotate settimanalmente dal 2010 a oggi da Med.&A., l'associazione dei mediatori di vino affiliata a Unione Italiana Vini. Il sistema consente sia ricerche puntuali (per settimane e annate di produzione) sia di elaborare trend storici, creando medie annuali su singolo prodotto o comparative su prodotti diversi. Sono presenti sia i vini (Dop, Igp, varietali, comuni), sia i mosti, raggruppati per territorio/piazza di quotazione, sia le uve, quotate quotidianamente per tutto il periodo della vendemmia.

Sul sito www.osservatoriodelvino.it la possibilità di fare un free trial di 48 ore e approfittare dell'offerta lancio, che prevede particolari sconti anche per gli altri due database: Commercio mondiale e Potenziale produttivo (superfici, produzioni, giacenze e gli imbottigliamenti di tutte le Do e Igt italiane).

MERCATI
VINICOLI

QUOTAZIONI E ANDAMENTI
DEL VINO SFUSO

SITUAZIONE AL 17 NOVEMBRE 2022

NOTA: in corrispondenza delle colonne variazioni % la cella vuota indica che non ci sono state variazioni rispetto alla rilevazione della settimana precedente.

Le quotazioni dei vini della Romagna e della Toscana riprenderanno nelle prossime settimane.



rilevazioni a cura di MED.&A.

PIEMONTE

Alba		Vino Dop (litro)			
Barbaresco	2019	6,20		6,40	
Barbera d'Alba	2021	2,80		3,00	
Barolo	2018	9,00		9,50	
Dolcetto d'Alba	2021	1,90		2,05	
Nebbiolo d'Alba	2021	2,80		3,00	
Roero Arneis	2022	2,90		3,10	

Alessandria		Vino Dop (litro)			
Dolcetto del Monferrato	2021	1,05		1,30	
Dolcetto di Ovada	2021	1,10		1,30	
Piemonte Barbera	2021	1,10		1,15	
Piemonte Cortese	2021	nq		nq	

Asti		Vino Dop (litro)			
Barbera d'Asti	2021	13	1,35		1,45
	2021	13,5	1,40		1,70
Barbera del Monferrato	2021	12-13,5	1,15		1,25
Grignolino d'Asti	2021		1,30		1,40
Piemonte Barbera	2021		1,10		1,15
Piemonte Cortese	2021		nq		nq
Piemonte Grignolino	2021		1,20		1,30

Asti		Mosto (kg)			
Mosto uve aromatiche Moscato DOP	2022		0,95		1,15

FRIULI - VENEZIA GIULIA

Vino Dop annata 2022 (litro)					
Friuli Cabernet Franc	12-12,5	1,00		1,20	
Friuli Carbernet Sauvignon	12-12,5	1,00		1,20	
Friuli Chardonnay	12-12,5	1,00		1,10	
Friuli Friulano	12-12,5	0,95	-5,0%	1,05	-4,5%
Friuli Merlot	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Pinot bianco	12-12,5	1,00		1,10	
Friuli Pinot grigio	12-12,5	1,15		1,25	
Friuli Pinot nero	12-12,5	1,20		1,40	
Friuli Refosco	12-12,5	1,00		1,10	
Friuli Ribolla	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Sauvignon	12-12,5	1,30		1,50	
Friuli Verduzzo	12-12,5	0,85		0,90	
Pinot grigio delle Venezie	12-12,5	1,05		1,15	

Vino Igp annata 2022 (litro)					
Venezia Giulia Ribolla	12-12,5	0,85		0,95	
Venezia Giulia/Trevezie Cabernet Sauvignon	12-12,5	0,80		0,85	-5,6%
Venezia Giulia/Trevezie Chardonnay	12-12,5	0,75		0,80	
Venezia G./Trevezie Merlot	12-12,5	0,60		0,68	-2,9%
Venezia G./Trevezie Pinot bianco	12-12,5	0,75		0,85	
Venezia G./Trevezie Pinot nero	12-12,5	0,85		0,95	
Venezia G./Trevezie Refosco	12-12,5	0,75		0,85	
Venezia G./Trevezie Sauvignon	12-12,5	0,90		1,00	
Venezia G./Trevezie Verduzzo	12-12,5	0,65		0,70	

LOMBARDIA

Vino Dop annata 2022 (litro)					
Oltrepò Pavese Bonarda	12,5	1,00		1,30	
O. Pavese Pinot nero vinif. bianco	11,5	1,20		1,40	
O. Pavese Pinot nero vinif. rosso	12	1,20		1,40	
Oltrepò Pavese Riesling	11,5-12,5	0,90		1,00	
Oltrepò Pavese Sangue di Giuda-Buttafuoco	11,5	1,10		1,40	

Vino Igp annata 2022 (litro)					
Provincia di Pavia Barbera	11,5	0,90		1,10	
Provincia di Pavia Croatina	12	1,00		1,30	
Provincia di Pavia Moscato		1,20		1,25	
Provincia di Pavia Pinot grigio		1,00		1,20	

EMILIA

Vino comune annata 2022 (ettogrado)					
Rossissimo desolfato	11,5-12,5	6,60		7,00	
Rossissimo desolfato mezzo colore	11-12,5	4,50		5,00	

Vino Igp annata 2022 (ettogrado)					
Emilia Lambrusco	10,5-11,5	4,50		4,80	
Emilia Lambrusco bianco	10,5-11,5	4,70		5,00	

Vino Igp annata 2022 (litro)					
Emilia Malvasia	11-13	0,85		1,00	

Vino Igp annata 2022 (prezzi grado distillazione+zuccheri)					
Emilia Lambrusco bianco frizzantato	10,6-11,5	5,10		5,40	
Emilia Lambrusco rosso frizzantato	10,6-11,5	4,90		5,20	

Mosto annata 2022 (Fehling peso x 0.6)					
Mosto muto Lancellotta	11-12	5,80		6,20	

MARCHE

Vino comune (ettogrado)					
Rosato	2021	11-12,5	nq		nq
Rosso	2021	13,5-14	nq		nq

Vino comune (litro)					
Montepulciano	2021	14-15	nq		nq

Vino Dop annata 2021 (litro)					
Falerio Pecorino	2021	13-14	nq		nq
Lacrima di Morro d'Alba	2021	12,5-13	nq		nq
Rosso Conero	2021	13-14	nq		nq
Rosso Piceno	2021	13-14	nq		nq
Verdicchio Castelli Jesi C.	2021	13-13,5	nq		nq
Verdicchio di Matelica	2021	12,5-13	nq		nq

Vino Igp annata 2021 (litro)					
Marche bianco	2021	12-13,5	nq		nq
Marche Passerina	2022	12-13	0,85		0,90
Marche Sangiovese	2022	13	0,83		0,90
Marche Trebbiano	2021	12-12,5	nq		nq

UMBRIA

Vino Dop annata 2021 (litro)					
Orvieto	12	0,70		0,80	
Orvieto Classico	12	0,80		0,90	

Vino Igp annata 2021 (ettogrado)					
Umbria bianco	11-12	4,00		4,50	
Umbria rosso	12-12,5	4,50		5,00	

Vino Igp annata 2021 (litro)					
Umbria Chardonnay	12-12,5	0,75		0,85	
Umbria Grechetto	12	0,75		0,85	
Umbria Pinot grigio	12	0,80		0,90	

PUGLIA - Foggia, Cerignola, Barletta, Bari

Vino comune (ettogrado)					
Bianco	2022	10,5-12	2,80		3,00
Bianco termovinificato	2022	10,5-12	3,30		3,50
Rosso	2022	10,5-12	2,80		3,20
Rosso da Lambrusco	2022	12,5-13,5	4,00		4,50
Rosso da Montepulciano	2022	11-12	3,00		3,50

Vino Igp (ettogrado)					
Daunia Sangiovese	2022	11-11,5	3,00		3,40
Puglia Lambrusco	2022	10-11,5	nq		nq
Puglia Lamb. frizzant.	2022	10-11	nq		nq
Puglia Malvasia bianca	2022	12-12,5	3,60		4,00
Puglia rosato	2022	11-12,5	3,60		4,00
Puglia Sangiovese	2022	11-11,5	3,20		3,60
Puglia Trebbiano	2022	11-12	3,00		3,70

Vino Igp (litro)					
Puglia Chardonnay	2022	11-12	0,50		0,55
Puglia Pinot bianco	2022	11-12,5	0,50		0,55
Puglia Pinot grigio	2022	11,5-12,5	0,80		0,85
Puglia Primitivo	2021	13-15	0,90		1,20
Puglia Primitivo rosato	2021	11,5-13	nq		nq

(segue) Mosto (gr. Bé q.le)					
Mosto muto rosso Lambrusco	2022	12-13	2,90		3,20

Mosto (gr. rifr. x 0.6 x q.le)					
MCR	2022	65-67	3,60		3,70

Mosto (kg)					
Mosto da uve aromatiche Moscato	2022	11-12	0,75		0,80

PUGLIA - Lecce, Brindisi, Taranto

Vino comune annata 2021 (ettogrado)					
Rosso		12-13	3,30		4,00

Vino comune annata 2021 (litro)					
Rosso strutturato		14-16	0,90		1,55

Vino Dop annata 2021 (litro)					
Primitivo di Manduria		14-15	2,70		3,00
Salice Salentino		13-14	0,85		1,00

Vino Igp annata 2021 (litro)					
Salento Cabernet		13-14	0,90		1,00
Salento Chardonnay		13-13,5	0,90		1,00
Salento Fiano		13-13,5	1,00		1,10
Salento Malvasia nera		12-14,5	0,80		1,10
Salento Negroamaro		12-13,5	0,65		0,80

(segue) Vino Igp annata 2021 (litro)					
Salento Primitivo		14-15	1,00		1,30
Salento rosato		13-14	0,75		0,85
Tarantino Merlot		13-14	0,90		1,00

VENETO

VERONA

Vino comune (ettogrado)

Bianco	2022	9,5-12	5,00		5,50
--------	------	--------	------	--	------

Vino Dop (ettogrado)

Soave	2022	11,5-12,5	6,50		7,50
-------	------	-----------	------	--	------

Vino Dop (litro)

Bardolino	2022		1,00		1,05	
Bardolino Chiaretto	2022		1,10		1,15	
Bardolino Classico	2022		1,15		1,20	
Custoza	2021		nq		nq	
Delle Venezie bianco	2022	12	0,70		0,80	
Garda Bianco	2022	12-12,5	0,75		0,80	
Garda Chardonnay	2022		0,95		1,00	
Garda Garganega	2022	12-12,5	0,75		0,80	
Garda Pinot grigio	2022	11-12,5	1,10		1,20	
Lugana	2022		3,50		3,80	
Pinot grigio d.Venezie	2022	12-12,5	1,05		1,20	
Soave Classico	2021	12-13	1,00		1,15	
Valdadige Pinot grigio	2022		1,45		1,50	
Amarone e Recioto d.V.	2019		10,50	5,0%	11,00	1,9%
Vino atto Amar. e Recioto	2020		10,50	5,0%	11,00	4,8%
Vino atto Amar. e Recioto	2021		10,50		11,00	
Amarone e Recioto della Valpolicella Classico	2019		11,00	1,9%	11,50	
Vinoatto Amar. Cl.e Recioto	2020		11,00	4,8%	11,50	4,5%
Vinoatto Amar. Cl.e Recioto	2021		11,00		11,50	
Valpolicella	2022		2,20		2,40	
Valpolicella Classico	2021		nq		nq	
Valpolicella Ripasso	19/20	13-13,5	3,20		3,40	
Valpolicella atto Ripasso	2021	13-13,5	nq		nq	
Valpolicella atto Super.	2022		2,30		2,60	
Valpol. Classico Ripasso	19/20	13-13,5	3,60		3,90	
Valpol. Cl. atto Ripasso	2021	13-13,5	nq		nq	
Valpol. Cl. atto Super.	2022		2,80		3,10	

Vino Igp (ettogrado)

Merlot	2021	11-12,5	5,80		6,00
Provincia di VR bianco	2022	10-13	5,70		5,90
Provincia di VR Merlot	2022	11,5-12,5	5,50		6,00
Provincia di VR rosso	2021	10-12	nq		nq

segue Verona / Vino Igp (litro)

Chardonnay	2022	10-12	0,85		0,90
Durello	2021		nq		nq

TREVISIO

Vino Dop annata 2022 (litro)

Delle Venezie bianco	12	0,70		0,80	
Piave Cabernet	12-12,5	0,95		1,05	
Piave Merlot	11,5-12	0,85		0,90	
Pinot grigio delle Venezie	10-12	1,05		1,15	
Pinot nero atto taglio Prosecco rosé		1,25		1,40	
Prosecco Valdob. Cartizze Docg	9-10	10,00		11,00	
Prosecco Conegliano Valdobbiadene Rive Docg	9,5-10	3,10		3,25	
Prosecco Coneg. Valdob. Docg	9-10	3,00		3,15	
Prosecco Asolo Docg	9,5-10	2,30		2,40	
Prosecco Doc	9-10	2,05		2,20	
Venezia Pinot grigio	11-12	1,10		1,20	

Vino Igp annata 2022 (ettogrado)

Cabernet Franc	10-12	6,50		7,50	
Cabernet Sauvignon	10-12	6,50		7,50	
Chardonnay	10-12	6,50		6,80	
Glera	9,5-10	6,20		6,50	
Marca Trevigiana Tai	10,5-12	6,00		6,50	
Marca Trevigiana/Veneto/Trevezie rosso	10-11	nq		nq	
Merlot	10-12	5,00		5,80	
Pinot bianco	10-12	6,50		6,80	-2,9%
Raboso rosato	9,5-10,5	6,50		7,00	
Raboso rosso	9,5-10,5	6,50		7,00	
Refosco	10-12	6,00		6,50	
Sauvignon	10-12	8,00		10,00	
Veneto/Trevezie bianco	10-11	5,00		5,50	
Verduzzo	10-11	5,50		6,00	

Vino Igp annata 2022 (litro)

Pinot nero	10,5-12	0,85		0,95	
------------	---------	------	--	------	--

Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0,6 x q.le)

Mosto concentrato rettificato Bx 65/68° (origine Italia)	65-68	3,60		3,80	
--	-------	------	--	------	--

TRENTINO - ALTO ADIGE

Vino Dop (litro)

Lago di Caldaro	2021	1,65		1,95	
Teroldego Rotaliano	2021	1,80		2,10	
Trentino Cabernet Sauvignon	2021	1,65		2,20	
Trentino Chardonnay	2022	1,80		2,15	
Trentino Lagrein	2021	1,80		2,20	
Trentino Lagrein rosato Kretzer	2021	1,60		1,95	
Trentino Marzemino	2021	1,45		1,90	
Trentino Merlot	2021	1,25		1,80	
Trentino Moscato	2022	1,90		2,30	
Trentino Müller Thurgau	2022	1,45		1,75	
Trentino Nosiola	2022	1,80		2,20	
Trentino Pinot bianco	2022	1,90		2,30	
Trentino Pinot grigio	2022	1,90		2,20	
Trentino Pinot nero	2022	2,70		3,80	
Trentino Riesling Renano	2022	2,00		2,40	
Trentino Sauvignon	2022	2,20		3,20	
Trentino Sorni bianco	2022	1,80		2,15	
Trentino Sorni rosso	2021	1,80		2,10	
Trentino Traminer	2022	3,60		4,30	
Trento	2022	2,30		2,85	
Trento Pinot nero base spumante	2022	3,00		3,60	
Valdadige Schiava	2021	1,50		1,70	

Vino Igp (litro)

Vigneti Dolomiti Chardonnay	2022	1,20		1,50	
Vigneti Dolomiti Merlot	2021	0,80		1,05	
Vigneti Dolomiti Müller Thurgau	2022	1,45		1,75	
Vigneti Dolomiti Pinot grigio	2022	1,40		1,90	
Vigneti Dolomiti Schiava	2021	1,35		1,60	
Vigneti Dolomiti Teroldego Novello	2022	nq		nq	

LAZIO

Vino comune annata (ettogrado)

Bianco	2022	11-12	3,50		4,00
Rosso	2022	11-12	3,50		4,00

Vino Dop annata (litro)

Castelli Romani bianco	2022	11	0,50		0,60
Castelli Romani rosso	2022	12	0,60		0,65
Frascati	2021	12	0,85		0,90
Roma bianco	2021	12	0,95		1,10
Roma rosso	2021	13	1,20		1,40

Vino Igp annata (ettogrado)

Lazio bianco	2021	12	4,00		4,50
Lazio rosso	2021	12	4,00		4,50

Vino Igp annata (litro)

Lazio Chardonnay	2021	12	0,80		0,90
Lazio Pinot grigio	2021	12	0,85		0,90



Vino Dop (litro)

Rosso Piceno	2021	13-14	nq		nq
Rosso Piceno Sup.	2020	13,5-14	nq		nq
Montepulciano d'Ab.	2021	13-14,5	0,95		1,30
Trebbiano d'Abruzzo	2021	11,5-12,5	0,72		0,78
Sicilia Grillo	2022	12-13	0,70		0,75
Sicilia Nero d'Avola	2022	12,5-14,5	1,00		1,20
Pinot gr. delle Venezie TV	2022		1,30		1,40
Pinot gr. delle Venezie VR	2021		1,50		1,65
Pinot gr. delle Venezie VR	2022		1,50		1,60
Prosecco Doc	2022		2,25		2,40
Soave	2021	11,5-12,5	1,00		1,20
Bardolino Chiaretto	2022		1,50		1,60
Valpolicella atto Ripasso	2021	13-13,5	3,90		4,10
Valpolicella	2021		2,60		2,80
Valpolicella	2022		3,00		3,20
Valpolicella Classico	2021		3,00		3,20

Vino Igp (litro)

Marche Sangiovese	2021	13,5-14,5	nq		nq
Terre di Chieti Passerina	2022	11-12,5	nq		nq
Terre di Chieti Pecorino	2022	12-13	nq		nq
Terre di Chieti Pinot gr	2022	11,5-13	1,00		1,05
Puglia Chardonnay	2022	11-12,5	0,80		0,90
Puglia Pinot grigio	2022	11,5-12,5	1,00		1,10
Puglia Primitivo	2021	13-15	1,10		1,40
Puglia Sangiovese	2022	11-12,5	0,55		0,65
Salento Primitivo	2021	13-15	1,20		1,50
Chardonnay (Sicilia)	2022	12-13	1,00		1,10
Terre Siciliane Pinot g	2022	12-13	0,95		1,10

ABRUZZO - MOLISE

Vino comune (ettogrado)

Bianco	2022	10-11,5	2,80		2,90
Bianco termocondiz.	2022	9,5-13,5	3,60		3,80
Rosso	2022	11-12	3,30		3,50
Rosso	2022	12,5-13,5	3,60		5,30

Vino Dop annata 2021 (ettogrado)

Trebbiano d'Abruzzo	2021	11-12,5	3,80		4,00
---------------------	------	---------	------	--	------

Vino Dop annata 2021 (litro)

Montepulciano d'Abruzzo	2021	12-13,5	0,57		0,77
-------------------------	------	---------	------	--	------

Vino Igp (ettogrado)

Chardonnay	2022	10,5-13	5,00		5,30	-3,6%
Sangiovese	2022	11-12,5	nq		nq	

Vino Igp annata 2021 (litro)

Terre di Chieti Passerina	2022	11-12,5	0,65		0,75
Terre di Chieti Pecorino	2022	12-13	0,65		0,75
Terre di Chieti Pinot gr	2022	11,5-13	0,85		0,90

SICILIA

Vino comune annata 2022 (ettogrado)

Bianco	10,5-12	2,90		3,10	
Bianco termocond	12-12,5	3,50		4,00	
Rosso	12,5-14,5	5,00		7,00	

Vino Dop annata 2022 (litro)

Sicilia Cabernet	13-14,5	1,10		1,30	
Sicilia Grillo	12,5-13,5	0,65		0,70	
Sicilia Merlot	13-14,5	1,00		1,30	
Sicilia Nero d'Avola	13-14,5	0,90		1,10	
Sicilia Syrah	13-14,5	0,90		1,10	

Vino Igp annata 2022 (litro)

Catarratto	11-12,5	3,80		4,00	
Grecanico	11-12,5	3,80		4,00	
Inzolia	11,5-12,5	3,80		4,00	
Cabernet	13-14,5	1,05		1,25	
Chardonnay	12,5-13,5	0,90		1,00	
Merlot	13-14,5	0,90		1,25	
Pinot grigio	12-13	0,85		1,00	
Syrah	13-14,5	0,80		1,10	
Zibibbo	11,5-13,5	0,90		1,00	

Mosto annata 2022 (gr. Babo x q.le)

Mosto muto bianco 16-17°	15-17	1,40		1,50	
--------------------------	-------	------	--	------	--

Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0,6 x q.le)

MCR	65-67	3,60		3,70	
-----	-------	------	--	------	--

COMMISSIONE PREZZI MED.&A.

PIEMONTE
Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas)

LOMBARDIA
Federico Repetto (L'Agencia Vini Repetto & C. srl)

VENETO
VERONA: Severino Carlo Repetto (L'Agencia Vini Repetto & C. srl)
TREVISO: Fabrizio Gava (Quotavini srl)

TRENTINO-ALTO ADIGE
Fabrizio Gava (Quotavini srl)

FRULI-VENEZIA GIULIA
Fabrizio Gava (Quotavini srl)

ROMAGNA ED EMILIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

TOSCANA
Federico Repetto (L'Agencia 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
Andrea Verlicchi (Impex srl)

SICILIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

SARDEGNA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

SARDEGNA

Vino Dop annata 2022 (litro)

Cannonau di Sardegna	13-14	1,90
----------------------	-------	------

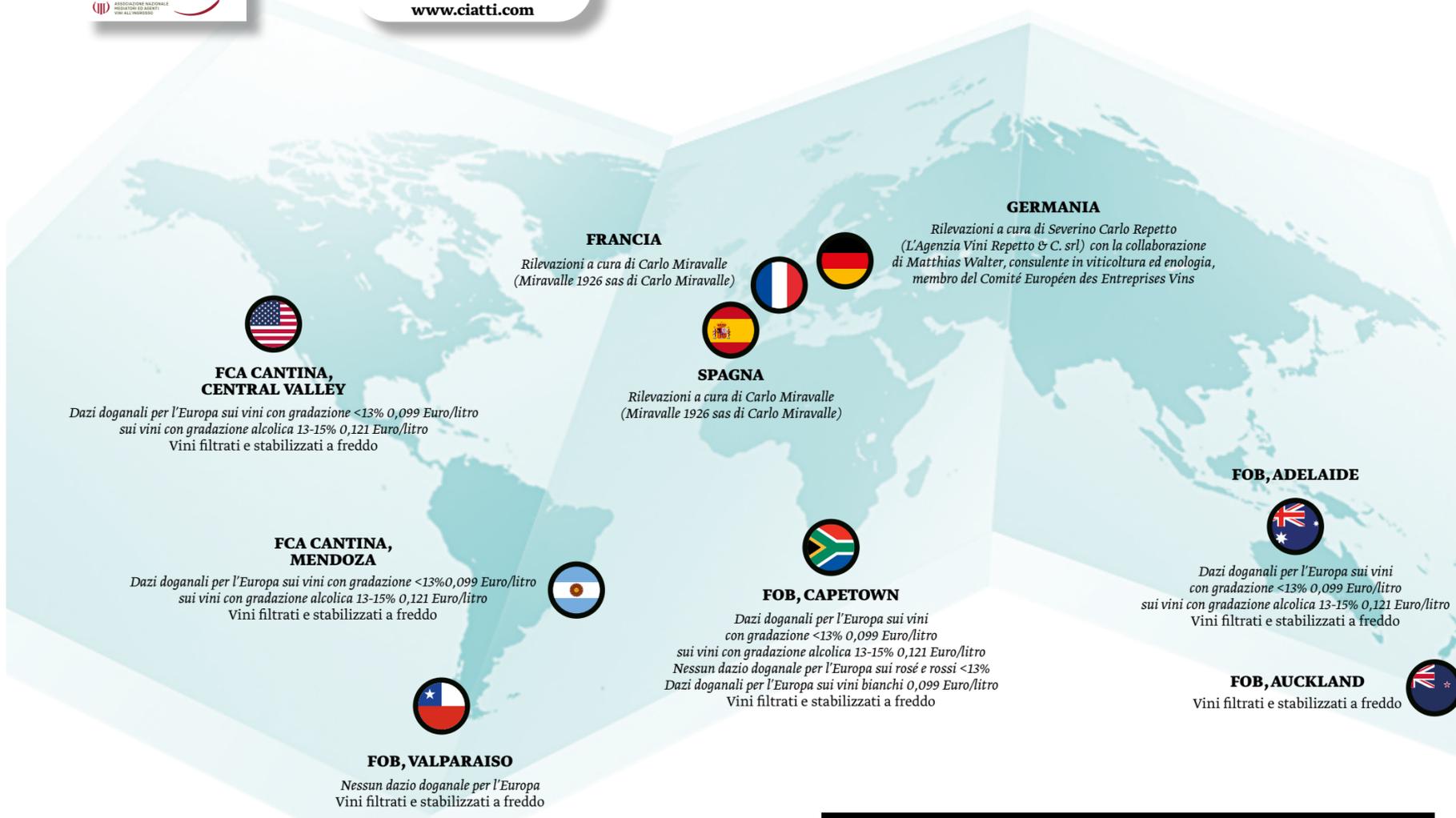
Quotazioni per l'Europa
rilevate da Med.&A.
Prezzi al 17 novembre



Quotazioni per il resto del mondo
rilevate da Ciatti Company
Prezzi al 19 ottobre 2022



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



FCA CANTINA, CENTRAL VALLEY

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

FCA CANTINA, MENDOZA

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

FOB, VALPARAISO

Nessun dazio doganale per l'Europa
Vini filtrati e stabilizzati a freddo

FRANCIA

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

SPAGNA

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

GERMANIA

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

FOB, ADELAIDE

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

FOB, AUCKLAND

Vini filtrati e stabilizzati a freddo

GERMANIA

Mosto comune (litro)					
GW weiss - vino comune bianco	2022	0,50		0,55	10%
GW rot - vino comune rosso	2022	0,50		0,55	
Vino Igp (litro)					
LW weiss - Igp bianco	2022	0,75	12%	0,80	14%
LW rot - Igp rosso	2021/2022	0,70	8%	0,90	29%
Müller Thurgau LW Igp	2022	0,75	15%	0,80	14%
Vino Dop (litro)					
Müller Thurgau QW Dop	2022	1,00	11%	1,10	10%
Vino Igp (litro)					
Riesling LW Igp	2022	0,85	13%	0,95	19%
Vino Dop (litro)					
Riesling QW Dop	2022	1,05	5%	1,20	9%
Riesling QW Dop	2021	1,05	5%	1,20	
Vino (litro)					
Weissburgunder - Pinot bianco	2022	1,00	-9%	1,30	

SPAGNA 2022

Vino comune (ettogrado)				
Bianco FC (ferm. contr.)	10-12	3,40		3,60
Bianco base spumante	10,5-11	3,50		3,70

FRANCIA 2021

Cépage - IGPOC (hl partenza)				
Sauvignon	11,5-12,5	110,00		130,00
Chardonnay	13-13,5	140,00		160,00
Viognier	13-13,5	140,00		160,00
Merlot	13-14	85,00		100,00
Cabernet	13-14	90,00		105,00
Syrah	13-13,5	90,00		105,00
Grenache, Cinsault, Syrah rosé	12-12,5	85,00		95,00
Vin de France générique (hl partenza)				
Vin de France bianco	11-12	95,00		105,00
Vin de France rosé	11-12	80,00		90,00
Vin de France rosso	11,5-12,5	80,00		90,00

CALIFORNIA 2021

Bianco comune	1,05	1,15	▲	Rosso comune	1,00	1,15	▲
Chardonnay	1,40	1,80	▲	Cabernet Sauvignon	1,15	1,25	◀▶
Pinot grigio	1,30	1,59	◀▶	Merlot	1,15	1,40	▲
Muscat	1,15	1,45	▲	Pinot noir	1,40	1,85	◀▶
White Zinfandel	1,05	1,15	▲	Syrah	1,05	1,45	◀▶
Colombard	1,10	1,25	▲	Zinfandel	1,25	1,65	◀▶

ARGENTINA

Bianco comune	2021	0,75	0,85	▲	Cabernet Sauv.	2020/21	1,30	1,50	▲
Bianco c. (Criolla)	2021	0,80	0,90	▲	Malbec Entry-level	2020/21	1,10	1,30	▲
Chardonnay	2021	1,50	1,70	▲	Malbec Premium	2020/21	1,40	1,70	▲
Torrontes	2021	0,90	1,00	▲	Syrah	2020/21	1,10	1,20	▲
Sauvignon Blanc	2021	1,40	1,60	▲	Merlot	2020/21	1,10	1,20	▲
Muscat	2021	0,85	0,95	▲	Tempranillo	2020/21	0,95	1,05	▲
Rosso comune	2021	0,85	0,95	▲	Bonarda	2020/21	0,95	1,05	▲

CILE 2022

Bianco comune NV	0,65	0,75	▼	Malbec (Var.Plus)	2021/22	1,50	2,00	◀▶
Chardonnay	0,95	1,10	◀▶	Rosso comune NV		0,50	0,55	◀▶
Chardonnay (Varietal Plus)	nq	nq		Cabernet S. (basic)	2021/22	0,55	0,65	▼
Sauvignon Blanc	0,95	1,00	▼	Cabern. Sauvignon	2021/22	0,70	0,80	▼
Sauvignon Blanc cool climate	nq	nq		Carmenere	2021/22	0,75	0,85	◀▶
Syrah	0,75	0,85	◀▶	Carmenere (Var.Plus)	2021/22	0,95	1,10	◀▶
Pinot noir	0,95	1,05	▼	Merlot	2021/22	0,60	0,70	▼
Malbec	0,75	0,85	◀▶	Merlot (Var.Plus)	2021/22	1,25	1,40	◀▶

SUDAFRICA

Bianco comune	2020/21	0,27	0,33	▼	Rosso comune	2020/21	0,46	0,49	◀▶
Chardonnay	2020/21	0,59	0,64	▲	Cabernet Sauvignon	2020/21	0,60	0,71	◀▶
Sauvignon Blanc	2020/21	0,60	0,74	▲	Ruby Cabernet	2020/21	0,49	0,57	◀▶
Chenin Blanc	2020/21	0,39	0,45	▼	Merlot	2020/21	0,60	0,68	◀▶
Muscat	2020/21	0,37	0,39	▲	Pinotage	2020/21	0,55	0,63	◀▶
Rosé comune	2020/21	0,33	0,35	◀▶	Shiraz	2020/21	0,60	0,66	◀▶
Cultivar rosé	2020/21	0,45	0,46	◀▶	Cinsault rosé	2020/21	0,46	0,49	◀▶

AUSTRALIA - NUOVA ZELANDA

Bianco secco NV		0,53	0,60	◀▶	Rosso secco NV		0,28	0,34	▼
Chardonnay	2022	0,60	0,69	◀▶	Cabernet Sauvignon	2021/22	0,31	0,44	▼
Sauvignon Blanc	2022	0,91	1,10	◀▶	Merlot	2021/22	0,31	0,44	▼
NZ Marlborough SB	2022	3,12	3,40		Shiraz	2021/22	0,31	0,44	▼
Pinot Gris	2022	0,75	0,81	◀▶	Muscat	2021/22	0,56	0,63	◀▶