



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



Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

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

EDITRICE UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26
Abbonamento per l'Italia: 120,00 euro (Iva assolta);
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.

ESCLUSIVO: PARLA L'AD DI CLESSIDRA DOPO L'OPERAZIONE MONDODELVINO

VERSO UN POLO DA 500 MILIONI DI EURO



Alessandro Botter (a sinistra) e Alfeo Martini

La più importante operazione di M&A del settore porterà (nei piani) a un polo da mezzo miliardo di fatturato in pochi anni. Strategie e problemi, prospettive e criticità di un progetto destinato a mutare gli equilibri di settore e la forza commerciale del vino italiano nel mondo. "Operazione industriale e non finanziaria" assicura Andrea Ottaviano. Il pensiero degli altri protagonisti, nelle parole di Alessandro Botter (Botter) e Alfeo Martini (Mondodelvino)



Andrea Ottaviano

A PAGINA 2

DOSSIER SPUMANTI 9ª EDIZIONE

**L'analisi esclusiva
dell'Osservatorio
del VINO UIV**

4.

Grazie alla collaborazione degli Organismi di certificazione, contate per la prima volta le produzioni di bollicine lungo lo Stivale. Che crescono anche sotto la linea storica del Po, a dimostrazione che la "sparkling fever" sta contagiando tutti i territori. I rosati? 50 milioni di pezzi, con il Prosecco nuovo grande protagonista, che potrebbe far crescere un fenomeno nel fenomeno

12.

SPUMANTI ROSATI
Valgono il 4% della produzione. Il quadro degli imbottigliamenti 2020

16.

PROSECCO ROSÉ: IL DEBUTTO
Alla prova del mercato e nelle parole dei produttori

**L'ITALIA DELLO SPUMANTE
VALE 750 MILIONI
DI BOTTIGLIE**

26.

**COMMERCIO
MONDIALE**

-9% i valori, ma non è solo il Covid

32.

**SPECIALE
CHAMPAGNE**
Il bilancio di un anno "diverso"

36.

**FOCUS
GERMANIA**
Bollicine (italiane) tra Covid e ripresa

39.

**PIEMONTE
& SPUMANTI**
Un territorio alla ricerca di strategie

47.

**MERCATO
ITALIA**
Vendite totali a consuntivo segnano solo un +6%

44.

EXPORT ITALIA
Ci si sta mangiando un patrimonio in valore

**SYNCRONCAP™
SERIES**

Noi siamo già nel futuro... E tu?

norton
Passione, tecnologia, innovazione...

www.norton.it

[YouTube](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#)

ESCLUSIVO

Parla l'ad di Clessidra dopo l'operazione Mondodelvino

Andrea Ottaviano, ad Clessidra



La più importante operazione di M&A del settore porterà (nei piani) a un polo da mezzo miliardo di fatturato in pochi anni. Strategie e problemi, prospettive e criticità di un progetto destinato a mutare gli equilibri di settore e la forza commerciale del vino italiano nel mondo. “Operazione industriale e non finanziaria” assicura Andrea Ottaviano. Il pensiero degli altri protagonisti, nelle parole di Alessandro Botter (Botter), Alfeo e Marco Martini (Mondodelvino)



CLESSIDRA
Private Equity SGR

VERSO UN POLO DA 500 MILIONI DI EURO

di GIULIO SOMMA E FABIO GIBELLINO

Dopo il susseguirsi di rumors andati in scena nell'ultimo anno, il polo del vino italiano da 500 milioni di euro in ricavi voluto da Clessidra, società leader nel private equity italiano, ha finalmente preso forma. E lo ha fatto nell'arco di un solo mese e mezzo. Un periodo di tempo apparentemente breve ma che invece è frutto di un paio d'anni di studi e riflessioni. E tanto già potrebbe bastare per valutare la portata, non solo finanziaria, di un progetto che è inevitabilmente destinato a far discutere. Una discussione che interessa un po' tutta la filiera, ma che in questa fase di start-up preoccupa, più di ogni altro, chi l'uva la coltiva e la conferisce. Preoccupazioni che **Andrea Ottaviano**, amministratore delegato della società di gestione dedicata al private equity controllata al 100% da Italmobiliare Spa, la holding di investimenti italiana della famiglia Pesenti, ha voluto spegnere sul nascere parlando per la prima volta del progetto in questa intervista esclusiva rilasciata al Corriere Vinicolo: “In questo progetto tutti gli attori che concorrono alla produzione del vino rappresentano un valore, perché la loro stessa capacità di produrre qualità per noi è un valore; e su questo punto non c'è modo di prescindere, parliamo di un progetto di lungo respiro e maggiore sarà la capacità di valorizzare queste competenze, maggiore sarà la soddisfazione di tutte le parti coinvolte”. Ma andiamo per ordine, riepilogando quest'ultimo mese e mezzo di storia. Un periodo che è stato caratterizzato da due giorni ben precisi. Il primo è datato giovedì 11 marzo, quando Clessidra mette a segno il primo colpo rilevando le quote di maggioranza di Botter da IDEa Taste for Italy, il ramo finanziario di De Agostini, e dalla famiglia fondatrice. Il secondo, ancora fresco d'inchiostro, è lunedì 26 aprile, quando viene siglata l'acquisizione di Mondodelvino. Realtà fondata nel 1991 dalla famiglia Martini in società con Roger Gabb e Christoph Mack e che comprende le etichette dei diversi rami del gruppo: MGM, Cuvage e Ricossa in Piemonte, Poderi dal Nespole in Emilia-Romagna e Barone Montalto in Sicilia. Il risultato, calcolatrice alla mano, è la messa in opera di una società da 350 milioni di euro sulla base dei fatturati 2020. Somma naturalmente ottenuta dai 120 milioni di euro registrati da Mondodelvino con le sue oltre 62 milioni di bottiglie prodotte, il 90% delle quali esportate, e dai 230 milioni di euro maturati da Botter, con un centinaio di milioni di pezzi, il 98% dei quali distribuiti oltre

confine. A questo, per dovere di cronaca, non si aggiungeranno i proventi maturati dal sito di e-commerce Callmewine, che non fa parte della progettualità pur rientrando nelle disponibilità di Italmobiliare, e che tutt'al più potrebbe diventare un partner commerciale. Dunque il target prefissato nel quinquennio è sì ancora distante, ma non così tanto perché, come ha spiegato lo stesso Andrea Ottaviano: “Sarà raggiunto attraverso un mix di crescita organica e di acquisizioni”. E quest'ultima, anche se piuttosto prevedibile, è una notizia. Oltretutto sapendo che la sfida è lanciata da una holding che dalla sua fondazione a oggi ha completato ventiquattro investimenti per un ammontare complessivo di oltre 2 miliardi di euro e con un enterprise value aggregato di oltre 18 miliardi di euro. Curriculum che, tra le righe, spiega il perché di un'operazione così articolata nella sua complementarità, sia in termini di denominazioni di vino accolte che in termini di mercati geografici serviti. Aspetto confermato dal numero uno di Clessidra Private Equity quando spiega che: “La genesi del progetto parte proprio dalla logica di mettere insieme due realtà simili ma complementari per prodotti offerti, per poi razionalizzarne gli aspetti comuni ma, soprattutto, permettere agli imprenditori la possibilità di farne parte”. Opportunità che le entrate delle famiglie fondatrici, Botter e Martini, hanno colto. In Veneto, hanno accettato la nuova sfida tenendosi un 42% delle quote, in Emilia Romagna invece i dettagli dell'operazione per ora sono affare privato. Quel che si sa è che Clessidra ha rilevato la totalità delle parti in carica a Gabb e Mack e una percentuale della famiglia Martini. L'intento naturalmente è chiaro, e non può far altro che condurre a quanto già successo in altri grandi gruppi, soprattutto all'estero, come ha sottolineato lo stesso Andrea Ottaviano: “Basta guardare a come si è comportato un colosso come Lvmh che ha sempre tenuto legato all'azienda chi ha creato e pensato il prodotto”. D'altronde quando si parla di un investimento così importante, perché va ricordato che Clessidra metterà sul piatto centinaia di milioni, il saper mettere le persone giuste al posto giusto non è solo una questione di razionalità, ma è anche il primo vero tassello verso il successo.

Condivisione e autonomia

E così il tutto, almeno in questo caso, sembra di quasi democratica levatura perché, come ha spiegato Ottaviano, guardando all'acquisizione di Mondodelvino: “È stata condivisa

con Botter, perché la capacità di mettere insieme realtà così importanti non può prescindere dalla condivisione, un principio che vale per entrambe le famiglie”. È per questo che, a conti fatti, l'autonomia degli attori coinvolti sarà una colonna portante del progetto, perché, “queste due società hanno specificità molto diverse tra loro, soprattutto legate alla produzione, ma anche perché il vino in sé è competenza distintiva”. Certo le sinergie ci saranno, com'è inevitabile che sia quando si devono produrre e muovere centinaia di milioni di bottiglie. E lo saranno ancor di più quando il gruppo diventerà ancora più importante: “Ma saranno legate a fasi di realizzazioni comuni e soprattutto avranno a che vedere, a esempio, con tutto quello che saranno le attività di marketing nella loro accezione più ampia”. Dunque affittuari e fornitori di uve e vigneti non hanno di che preoccuparsi perché, come Andrea Ottaviano precisa: “Nel giorno in cui dovessimo uscire da questo progetto, non vorrò raccontare al futuro acquirente, americano, cinese o magari italiano che sia, perché abbia senso investire, piuttosto vorrò far vedere che questa realtà ha un margine di crescita sostenibile e che il suo valore poggia basi su una piattaforma completa in tutte le sue parti; illustrerò quindi un progetto organico, complesso e strutturato che non ha nulla a che fare con venti centesimi risparmiati su un chilo d'uva. Al contrario, la peculiarità di questo progetto è strettamente legata alla qualità della sua filiera”. Aggiungendo inoltre che: “Per capire quello che stiamo facendo dobbiamo precisare che il nostro non sarà un approccio di breve periodo. Abbiamo investito su un percorso di creazione di un leader di mercato e lo svilupperemo”. La missione dunque è chiara e, per certi versi inevitabile visto il contesto in cui opera e che, come detto, parte da lontano ed è figlia di un percorso di studi e considerazioni più organico di quanto è dato immaginare. “Noi come Clessidra monitoriamo tutti i settori, le evoluzioni e le tendenze attese all'interno di ciascuno di essi - ha spiegato Ottaviano - guardando al mondo del vino italiano, così legato alle sue tradizioni, abbiamo cercato di capire se potesse rappresentare un qualcosa di mutabile e di applicarvi un concetto di accelerazione che rappresentasse un'opportunità in termini di innovazione apportabile, favorendo un percorso di accelerazione del cambiamento più in linea con quelle che sono le esigenze del mercato internazionale, che va nella direzione dei grandi numeri”. D'altronde: “Questo è un settore dove una certa trasformazione è necessaria e prima



o poi sarebbe partita. La capacità di anticipare e sostenere queste trasformazioni è il nostro mestiere". Così, dopo aver attraversato molte delle eccellenze italiane, la finanza, e Clessidra nella fattispecie, è arrivata in cantina, e lo ha fatto: "Perché ci siamo accorti che ora è attrattiva e perché c'è competenza". Il tutto agendo su quelle che sono le criticità di un settore che, nonostante la posizione di leadership per qualità e quantità di vino prodotto, sul palcoscenico internazionale, almeno per quel che riguarda il segmento di mercato medio-alto a cui si fa riferimento, lo collocano in una posizione subalterna per quel che riguarda l'espressione di attori opportunamente dimensionati: "Criticità che sono facilmente individuabili nella frammentazione delle realtà produttrici e nella capacità di vendita del prodotto, ma che non interessano invece la qualità o la redditività, entrambe già elevate. E per questo non avrebbe senso intervenire sulla filiera con il rischio di danneggiarla".

Il percorso e i possibili sviluppi

Visto e considerato che dimensioni e aspetti commerciali sono tutto, o quasi, almeno in un confronto con i giganti francesi,

americani o australiani, ecco che si torna a confrontarsi con l'obiettivo quota 500 (milioni) e, conseguentemente, con quello che, come parzialmente anticipato, dovrà, o potrà, essere il prossimo passo. Il percorso tracciato da Andrea Ottaviano è ovviamente già scritto: "Sul breve periodo ci dedicheremo al consolidamento di quello che abbiamo appena fatto, ma certamente nel frattempo guarderemo attentamente in giro". Anche perché sulla piazza non è che ci siano poi molte realtà corrispondenti alle esigenze di un progetto così ben definito: "Che però rappresenta anche un percorso che una volta raccontato e illustrato nelle sue prospettive può catalizzare tante altre idee, anche più piccole". Il che, tradotto, significa: "Se abbiamo già in mente qualcosa la risposta è sì, se questo qualcosa potrà essere concretizzato nel prossimo futuro, vedremo". Di sicuro, continua il manager, c'è, "che rimarremo verticali sul progetto vino, perché in questa fase ci vuole disciplina, quindi le ipotetiche future acquisizioni potranno interessare, a esempio, produttori di geografia diversa o anche distribuzione diverse". Mentre di ipotetico c'è: "L'estero, che potrebbe riguardare una seconda fase nella logica di esportare in altri Paesi questo

approccio. Vediamo la Spagna come realtà molto attrattiva, a esempio". Quanto durerà quest'avventura, perché con la finanza generalmente nulla è eterno, non è ancora dato a sapere, come conferma lo stesso Andrea Ottaviano: "Non ci siamo dati un periodo di scadenza perché è prematuro prevedere oggi quando diventerà opportuno uscire dall'investimento. In questo momento è importante il successo del progetto in sé, indipendentemente dalla presenza del fondo o meno". Ribadendo inoltre che: "Il nostro obiettivo è che tutta la piattaforma funzioni a regime e autonomamente, se questo avverrà in futuro con una quotazione in borsa, l'acquisizione da parte di un altro fondo o di un industriale poco importa, il nostro non è un mordi e fuggi, crediamo che questo progetto abbia una vita estremamente lunga con molti sviluppi in divenire, che magari saranno già realizzati da noi".

La linea è tracciata e porta lungo una via dell'internazionalizzazione che, a meno di sorprese, non dovrebbe subire il fascino delle etichette iconiche: "Perché lo sbocco più importante delle nostre bottiglie è la Grande distribuzione, di conseguenza non abbiamo questa necessità. Se in futuro dovessimo invece percepirne l'utilità non saremmo contrari". Ora, in attesa di capire se il prossimo colpo parlerà toscano piuttosto che abruzzese, non resta che scoprire come dovremo chiamare questo progetto, perché un nome ancora non ce l'ha: "La verità è che non ci abbiamo pensato, siamo stati talmente presi dalla sua costruzione che non abbiamo ancora ragionato a riguardo". Però, indipendentemente dall'anagrafe, e questa è un'altra notizia, la scatola c'è ed è pronta per essere riempita e spedita.

La visione
di **ALESSANDRO
BOTTER**

Aggregarsi per crescere

“La sfida dimensionale è oggi diventata la leva competitiva primaria del nostro sistema vitivinicolo sui mercati internazionali e, per questo motivo, abbiamo accolto con favore il progetto industriale lanciato da Clessidra che si è ulteriormente consolidato in questi giorni con l'operazione Mondodelvino". Così **Alessandro Botter**, socio dell'azienda di famiglia, ha commentato le recenti evoluzioni del progetto promosso da Clessidra, che ha coinvolto come protagonista nella prima fase, l'azienda di Fossalta di Piave.

“Dopo aver scalato la classifica delle prime aziende vinicole italiane per fatturato - ha continuato Botter - l'unica strada che la nostra famiglia aveva di fronte per crescere ancora e operare un salto dimensionale capace di renderci un player di riferimento internazionale passava necessariamente attraverso la partecipazione a un progetto di consolidamento. Un percorso non semplice ma oggi diventato l'unico in grado di conciliare economie di scala e tempistiche contenute, se gestito con attenzione e intelligenza".

Il progetto che ha visto condividere il percorso delle famiglie Botter e Martini "rappresenta un punto di svolta per il sistema vitivinicolo italiano - prosegue Alessandro Botter -. Abbiamo messo insieme competenze e filiere di diverse

regioni italiane, una capacità produttiva di eccellenza mista ad un know-how unico sui mercati internazionali dove la nostra azienda realizza il 98% del proprio fatturato". Sviluppo di sinergie di sistema del nuovo gruppo ma anche rigore nel mantenere identità di impresa e dei diversi brand commerciali gestiti dalle due aziende sono i binari del prossimo futuro. "Equilibrio indispensabile per capitalizzare il

valore delle nostre storie imprenditoriali e delle migliaia di famiglie di viticoltori che rappresentiamo tutti i giorni sui mercati - conclude Botter - ma con un obiettivo altrettanto chiaro: entrare come primo gruppo privato italiano nella top ten del ranking mondiale delle imprese del vino. Traguardo e ambizione di impresa, ma obiettivo strategico per tutto il sistema vino italiano".



Alessandro Botter



“Abbiamo lavorato trent'anni per costruire filiere territoriali in grado di portare le eccellenze del vino italiano nel mondo e, oggi, siamo orgogliosi di essere protagonisti di una grande operazione di sistema della filiera vitivinicola nazionale". Commenta così **Alfeo Martini**, fondatore del Gruppo Mondodelvino Spa, la partnership siglata nei giorni scorsi con Clessidra Private Equity Sgr, finalizzata alla creazione, come spiega in queste pagine l'ad di Clessidra Andrea Ottaviano, del più grande polo produttivo e vitivinicolo privato del nostro Paese.

“La sfida competitiva sui mercati internazionali impone al sistema vitivinicolo italiano, oggi, un salto di qualità anche dimensionale che porti l'Italia ad avere più gruppi produttivi in grado di affrontare le nuove sfide commerciali internazionali - ha dichiarato Alfeo Martini, commentando l'operazione -. L'eccellenza qualitativa, la tipicità e il posizionamento restano caratteristiche essenziali, ma non sono più sufficienti, da sole, a vincere una sfida che si gioca anche sui grandi numeri di fatturato nel quotidiano confronto con i grandi gruppi stranieri del nostro settore dove, oggi, l'Italia sconta una storica frammentazione della produzione e della proposta commerciale.

Quest'operazione di 'filiera finanziaria' a carattere totalmente privato concorrerà a rafforzare tutta la filiera e il sistema vitivinicolo del nostro Paese, mantenendo quel ruolo di leadership internazionale riconosciuto nella qualità e nell'eccellenza delle proprie etichette e che, oggi, deve consolidarsi anche da un punto di vista economico a favore dell'intera catena del valore, a partire dal vigneto fino ad arrivare al mercato e viceversa".

Gli obiettivi di Mondodelvino nella nuova partnership, ha concluso Alfeo Martini "sono l'accelerazione della crescita aziendale, il presidio e lo sviluppo dei mercati internazionali, il potenziamento delle tecnologie e della struttura produttiva di Mondodelvino, con forte attenzione alla cura dei territori e dei distretti produttivi in cui operiamo stabilmente". "Con questa operazione rafforzeremo la nostra capacità finanziaria e organizzativa - ha sottolineato, invece, **Marco Martini** - potendo contare anche su nuove potenzialità di investimento, che ci aiuteranno a sviluppare il nostro modello di business diversificato nelle filiere territoriali, valorizzate all'interno delle nostre tenute (Cuvage e Ricossa in Piemonte, Poderi dal Nespoli in Romagna e Ba-



La nuova Mondodelvino
secondo **ALFEO
E MARCO MARTINI**

Protagonisti del primo progetto di "filiera finanziaria" in ambito vitivinicolo



Alfeo (a destra) e Marco Martini

rone Montalto in Sicilia) e nel core innovativo del gruppo rappresentato da MGM. La partnership con Clessidra e i Botter costituisce per noi il riconoscimento del valore della nostra esperienza imprenditoriale, ben rappresentato dalle crescite delle nostre attività nell'ambito del settore, e siamo molto soddisfatti che abbiano deciso di includere Mondodelvino nel loro progetto di consolidamento - ha concluso Marco Martini -. Siamo consapevoli del ruolo e dell'importanza di poter contare su partner come Clessidra e la Botter per accelerare il percorso di crescita e di sviluppo, mantenendo nello stesso tempo i valori dei fondatori. Vogliamo ringraziare i nostri soci storici Roger Gabb e Christoph Mack che, oltre a mio padre, hanno fornito un prezioso supporto in questi 30 anni. Un sentito ringraziamento va inoltre a tutti i collaboratori che hanno contribuito al successo dell'azienda, insieme ai quali continueremo il nostro percorso".

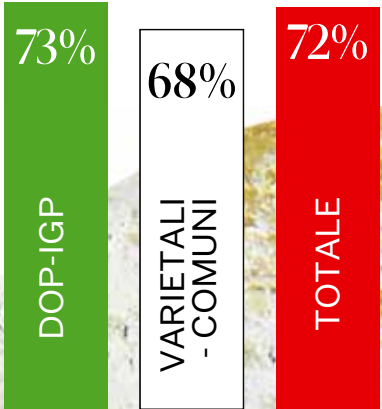


OSSERVATORIO
DEL VINO

GLI IMBOTTIGLIAMENTI 2020 NELL'ANALISI
DELL'OSSERVATORIO DEL VINO UIV

Se è vero che il solo Prosecco Doc fa oltre la metà del totale, i numeri dicono che il fenomeno ha strabordato dai confini storicamente posti sopra la linea del Po: dall'Emilia Romagna alla Sicilia, è ormai tutto il Paese a mostrare il desiderio insopprimibile di volersi cimentare con le bolle. Perché con una quota export del 70% si può andare veramente lontano...

QUOTA EXPORT
SU PRODUZIONE

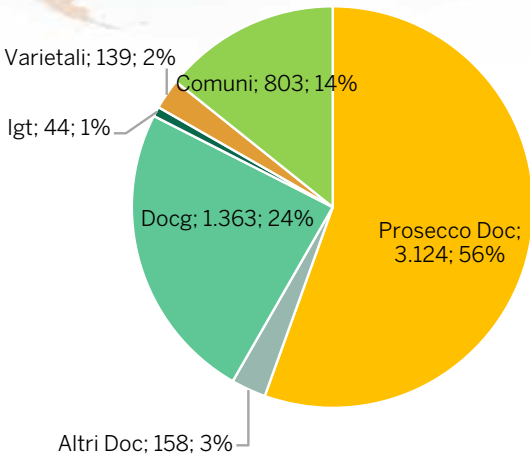


L'Italia dello spumante vale 750 milioni di bottiglie

di CARLO FLAMINI

Poco più di 750 milioni di bottiglie, di cui oltre 600 milioni a denominazione di origine, con una propensione all'export di oltre il 70%. Da una parte il gigante Prosecco, che da solo fa oltre la metà del totale e i due terzi delle Do-Ig, e all'estremo opposto l'80% di denominazioni che non superano i 2.000 ettolitri di imbottigliato, per un quantitativo che rappresenta solo l'1% del totale. Una produzione fondamentalmente sbilanciata sui bianchi, con solo il 4% del totale in rosa e numeri ancor più piccoli per i rossi, concentrati per lo più in piccoli areali e in denominazioni "bandiera". L'utilizzo infine di una varietà enorme di vitigni: oltre alla Glera, mattone dei Proseccchi veneti e friulani, e agli internazionali, come Chardonnay e Pinot nero, cocktail di base per i metodo classico, sono piccoli-grandi protagonisti i vitigni locali, come Lambruschi, Trebbiani, Moscati, Falanghine, Grechetti, Malvasie, Grillo, Nero d'Avola, Negroamaro e Vermentini. Una dimostrazione inequivocabile che la "febbre da spumante", accesa dal successo planetario del Prosecco, ha contagiato tutto lo Stivale, spingendo moltissimi territori a cercare (o creare ex novo) la propria vocazione alle bollicine. La fotografia dello spumante italiano che presentiamo in queste pagine è stata resa possibile grazie all'elaborazione dei dati che l'Osservatorio del Vino UIV ha ricavato presso gli organismi di certificazione italiani, enti preziosissimi non solo per la loro quotidiana attività di controllo delle produzioni, ma anche per la certosina opera di catalogazione e riordino di dati che rivelano - una volta saldati insieme - la potenzialità di uno strumento straordinario a disposizione di tutto il settore.

1. RIRIPARTIZIONE
IMBOTTIGLIAMENTI
PER TIPO (.000 hl)



IL QUADRO D'INSIEME

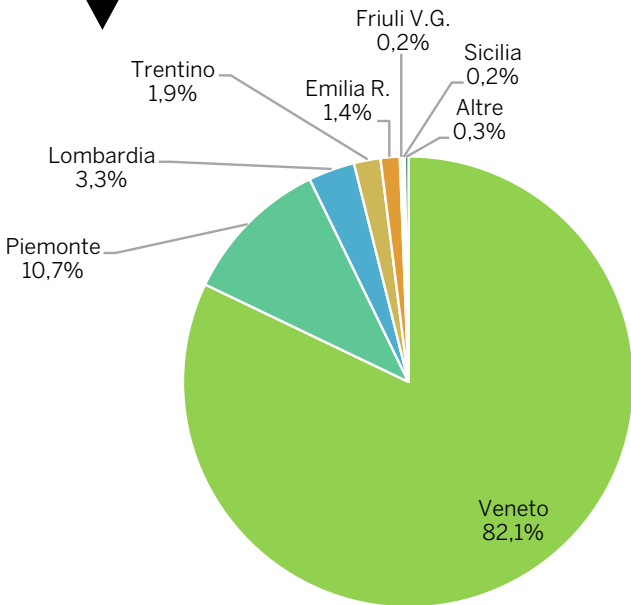
TABELLA 2. IMBOTTIGLIAMENTI
DOP-IGP-VARIETALI

	Ettolitri	Bottiglie	%
Veneto	3.963.580	528.477.301	82,1%
Piemonte	515.177	68.690.209	10,7%
Lombardia	160.302	21.373.611	3,3%
Trentino	92.282	12.304.307	1,9%
Emilia R.	65.991	8.798.823	1,4%
Friuli V.G.	9.454	1.260.586	0,2%
Sicilia	7.860	1.047.957	0,2%
Marche	3.850	513.384	0,1%
Alto Adige	2.801	373.473	0,1%
Campania	1.570	209.319	0,0%
Puglia	1.281	170.847	0,0%
Sardegna	887	118.308	0,0%
Toscana	765	102.056	0,0%
Abruzzo	529	70.531	0,0%
Lazio	312	41.637	0,0%
Calabria	222	29.579	0,0%
V. d'Aosta	203	27.124	0,0%
Liguria	8	1.081	0,0%
Totale	4.827.076	643.610.133	100,0%

Andiamo per ordine: come detto, gli imbottigliamenti di vino spumante in Italia sono ammontati nel 2020 a 5,6 milioni di ettolitri, pari a 750,6 milioni di bottiglie da 0,75. A questo numero si arriva sommando 438 milioni di bottiglie di spumante Doc (58%), di cui 417 milioni di Prosecco Doc, 182 milioni di Docg (24%), 6 milioni di Igt (1%) e il resto di varietali e comuni, questi ultimi stimati (in quanto fuori dai circuiti di certificazione) attorno ai 107 milioni di pezzi (tabella 1 e grafico 1). A livello di territorio, e restringendo l'analisi ai prodotti Dop-Igp-varietali, il più grande bacino produttivo è ovviamente il Veneto (tabella 2 e grafico 2): qui non si parla di ubicazione territoriale del produttore, ma di origine territoriale del vino, per cui è più corretto dire che gli spumanti veneti (3,9 milioni di ettolitri, pari a 528 milioni di bottiglie) sono quelli

più prodotti, con una quota dell'82% del totale (per comodità si considera in questa classifica il Prosecco Doc un prodotto di origine veneta, anche se la produzione è spalmata anche in Friuli e quote importanti di imbottigliamento si registrano in regioni come Piemonte e Lombardia). Seguono gli spumanti piemontesi (69 milioni di pezzi, l'11% del totale) e quelli lombardi, con una quota del 3%, equivalente a 21,3 milioni di bottiglie. Sopra l'1% di quota altre due regioni: Trentino (12 milioni) ed Emilia Romagna (8,8 milioni). Da lì in giù solo due regioni sono sopra il milione di pezzi: Friuli Venezia Giulia (1,3) e Sicilia (1 milione tondo), mentre tutte le altre presentano numeri ancora piuttosto piccoli, comprese big come la Toscana, che con lo spumante denota invece pochissima dimestichezza.

2. IMBOTTIGLIAMENTI
DOP-IGP-VARIETALI



Continua a pagina 6 ➡

Gli OdC, sentinelle statistiche dei territori

Questo ampio e articolato servizio che fotografa in modo assolutamente originale l'Italia delle bollicine è stato reso possibile dalla elaborazione da parte dell'Osservatorio del Vino UIV dei dati provenienti dai diversi territori del Paese comunicati dagli Organismi di Certificazione delle Do-Ig interessate. Un esempio di collaborazione, nata sul campo, che ha messo insieme due grandi risorse – una rete di raccolta ed elaborazione dei dati e uno strumento di lettura e interpretazione – in grado di restituire a tutto il comparto indicatori preziosi di trend, diventati sempre più indispensabili per pensare presente e futuro delle strategie del vino italiano. Abbiamo voluto sottolineare questa collaborazione perché vorremmo che proseguisse anche su altri fronti e per altre occasioni. Ringraziamo gli Organismi di Certificazione che hanno accolto la nostra richiesta di collaborazione perché è grazie a loro che abbiamo disegnato questa inedita mappa geografico-produttivo dello spumante italiano. **Giulio Somma**

GRAZIE A AGROQUALITÀ, CAMERA DI COMMERCIO DI BOLZANO, CAMERA DI COMMERCIO DI TARANTO, CAMERA DI COMMERCIO DI TRENTO, CCPB, CEVIQ, IRVO, SIQUIRIA, TOSCANA CERTIFICAZIONE AGROALIMENTARE-TCA, TRIVENETA CERTIFICAZIONI, VALORITALIA. UNA BELLA SQUADRA. ALLA PROSSIMA!

TABELLA 1. IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2020

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
Abruzzo			
Doc	Abruzzo spumante	529	70.531
	Abruzzo spumante bianco (Charmat)	43	5.710
	Abruzzo spumante bianco (MC)	188	25.026
	Abruzzo spumante bianco millesimato (MC)	186	24.778
	Abruzzo spumante rosé (Charmat)	30	3.991
	Abruzzo spumante rosé millesimato (MC)	83	11.026
Alto Adige			
Doc	Alto Adige spumante	2.801	373.473
Calabria			
Igt	Calabria	222	29.579
	Calabria rosato spumante	89	11.893
	Calabria bianco spumante	82	10.969
	Calabria Greco Bianco spumante	48	6.384
	Calabria Zibibbo spumante	2	332

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
Campania			
Doc	Aversa Asprinio	182	24.206
	Aversa Asprinio spumante	150	19.956
	Aversa Asprinio spumante di qualità	32	4.250
Doc	Campi Flegrei Falanghina spumante brut	124	16.499
Doc	Costa d'Amalfi bianco spumante (MC)	10	1.324
Doc	Falanghina del Sannio	791	105.471
	Falanghina del Sannio Spumante Brut	528	70.402
	Falanghina del Sannio Spumante di Qualità Brut	81	10.833
	Falanghina del Sannio Spumante Extra Dry	81	10.826
	Falanghina del Sannio Guardia Sanframondi Spumante di Qualità Metodo Classico	51	6.744
	Falanghina del Sannio Spumante di Qualità Extra Dry	25	3.333
	Falanghina del Sannio Spumante	15	2.000
	Falanghina del Sannio Spum. di Qualità Metodo Classico Brut	10	1.333
Doc	Irpinia	370	49.385
	Irpinia spumante Fiano	155	20.699
	Irpinia spumante Greco	138	18.400
	Irpinia spumante Falanghina	77	10.286
Doc	Sannio Aglianico rosato spumante di qualità extra dry	22	2.890
Doc	Vesuvio	205	27.367
	Vesuvio Caprettone spumante di qualità	130	17.333
	Vesuvio Caprettone spumante	75	10.034

Vinificatori in legno 4.0

Richiesta di Brevetto 102020000012844

Credito d'imposta al 50%

Vinificatori disponibili in vari formati con tecnologia 4.0

Funzionano anche senza impianto di termocondizionamento centralizzato

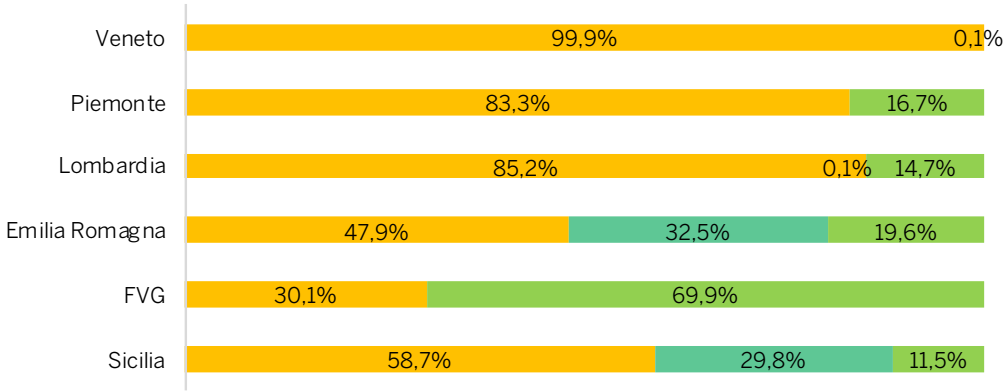
www.garbellotto.com

info@garbellotto.it

➡ **TABELLA 1. IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2020**

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
Emilia Romagna			
Doc	Lambrusco di Sorbara	1.669	222.512
	Lambrusco di Sorbara rosso spumante	1.085	144.719
	Lambrusco di Sorbara rosato spumante	583	77.793
Doc	Lambrusco Grasparossa di Castelvetro	444	59.163
	Lambrusco Grasparossa Castelvetro rosso spumante	281	37.456
	Lambrusco Grasparossa Castelvetro rosato spumante	163	21.707
Doc	Lambrusco Salamino di Santa Croce	285	38.008
	Lambrusco Salamino di Santa Croce rosato spumante	269	35.928
	Lambrusco Salamino di Santa Croce rosso spumante	16	2.080
Doc	Modena	2.063	275.108
	Lambrusco rosato di Modena spumante	1.355	180.653
	Lambrusco di Modena spumante	646	86.084
	Bianco di Modena spumante	45	5.940
	Rosato di Modena spumante	18	2.431
Doc	Ortrugo dei Colli Piacentini spumante	1.302	173.648
Doc	Pignoletto	20.448	2.726.367
	Pignoletto spumante	15.339	2.045.133
	Pignoletto spumante Sottozona Reno	3.644	485.929
	Pignoletto spumante Sottozona Modena	1.422	189.577
	Pignoletto spumante Sottozona Colli d'Imola	43	5.727
Doc	Colli Bolognesi Bologna spumante	61	8.091
Docg	Colli Bolognesi Pignoletto spumante	381	50.745
Doc	Colli di Parma	162	21.591
	Colli di Parma Malvasia spumante	100	13.328
	Colli di Parma Sauvignon spumante	62	8.263
Doc	Colli di Scandiano e di Canossa	1.372	182.901
	Colli di Scandiano e di Canossa Spergola spumante	1.164	155.175
	Colli di Scandiano e di Canossa Malvasia spumante	157	20.887
	Colli di Scandiano e di Canossa Bianco spumante	51	6.840
Doc	Colli Piacentini	485	64.677
	Colli Piacentini Chardonnay spumante	245	32.644
	Colli Piacentini Malvasia spumante	240	32.033
Doc	Reggiano	535	71.329
	Reggiano Lambrusco spumante	511	68.149
	Reggiano Bianco spumante	24	3.180
Doc	Romagna	2.409	321.167
	Romagna Bianco spumante	1.770	235.964
	Romagna rosato spumante	425	56.651
	Romagna Trebbiano spumante	214	28.552
lgt	Emilia	12.763	1.701.675
	Emilia Lambrusco spumante	4.795	639.371
	Emilia Lambrusco rosato spumante	3.320	442.647
	Emilia Lambrusco Vinif. Bianco spumante	2.832	377.533
	Emilia Malvasia spumante	836	111.432
	Emilia Bianco spumante	443	59.061
	Emilia Spergola spumante	196	26.172
	Emilia Pinot Nero Vinif. Bianco spumante	85	11.327
	Emilia rosato spumante	79	10.579
	Emilia Chardonnay spumante	71	9.451
	Emilia Pinot Nero spumante	53	7.060
	Emilia Grechetto Gentile spumante	34	4.589
	Emilia Sauvignon spumante	18	2.453
lgt	Forlì rosato spumante	178	23.732
lgt	Ravenna	142	18.908
	Ravenna Famoso spumante	106	14.069
	Ravenna rosato spumante	36	4.839
lgt	Rubicone	8.357	1.114.213
	Rubicone Trebbiano spumante	5.675	756.697
	Rubicone Bianco spumante	1.469	195.811
	Rubicone rosato spumante	691	92.153
	Rubicone Chardonnay spumante	371	49.495
	Rubicone Moscato Bianco spumante	99	13.200
	Rubicone Grechetto Gentile spumante	51	6.857
Varietali	Varietali	12.937	1.724.988
	Spumanti varietali Pinot - Chardonnay	4.880	650.667
	Spumanti varietali Moscato	3.982	530.897
	Spumanti varietali Malvasia	2.443	325.691
	Spumanti varietali Pinot Nero	357	47.644
	Spumanti varietali Pinot Rosato	300	39.945
	Spumanti varietali Chardonnay	284	37.845
	Spumanti varietali Trebbiano	171	22.801
	Spumanti varietali Moscato rosé	113	15.120
	Spumanti varietali Croatina	111	14.821
	Spumanti varietali Riesling	101	13.476
	Spumanti con indicazione di annata bianchi	85	11.319
	Spumanti varietali Pinot - Sauvignon	46	6.185
	Spumanti con indicazione di annata rosati	39	5.180
	Spumanti varietali Marsanne	21	2.807
	Spumanti varietali Pinot	4	589

2 bis.
RIPARTIZIONE PER TIPO E REGIONI



➡ Segue da pagina 4

La composizione per tipologie prodotte è alquanto sorprendente (*grafico 2bis*): se gli spumanti veneti sono per la quasi totalità a denominazione di origine, ben altra conformazione troviamo in Piemonte e Lombardia, dove il peso dei varietali (trainati dal Moscato)

raggiunge quote del 15%. Rilevante invece la quota di Igt in Emilia Romagna, in associazione ai varietali, per un peso sul totale di oltre la metà degli imbottigliamenti. In Friuli, tolto il Prosecco Doc, la maggior parte degli imbottigliamenti vira sul varietale (base Ribolla gialla), mentre in Sicilia il peso maggiore è sbilanciato sulle

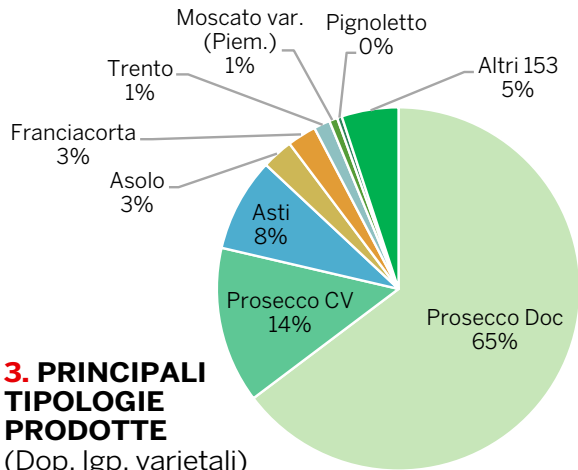
denominazioni di origine, con un 30% di Igt e il resto varietale. A proposito di varietali, la classifica vede in testa i Moscati (quasi 10 milioni di pezzi su un totale di 18,5 censiti), quindi i millesimati (14%) e i base Pinot. Principali imbottiglieri sono i piemontesi (62% di quota), seguiti da lombardi (17%) ed emiliano-romagnoli (9%).



LA CLASSIFICA DELLE DO-IG

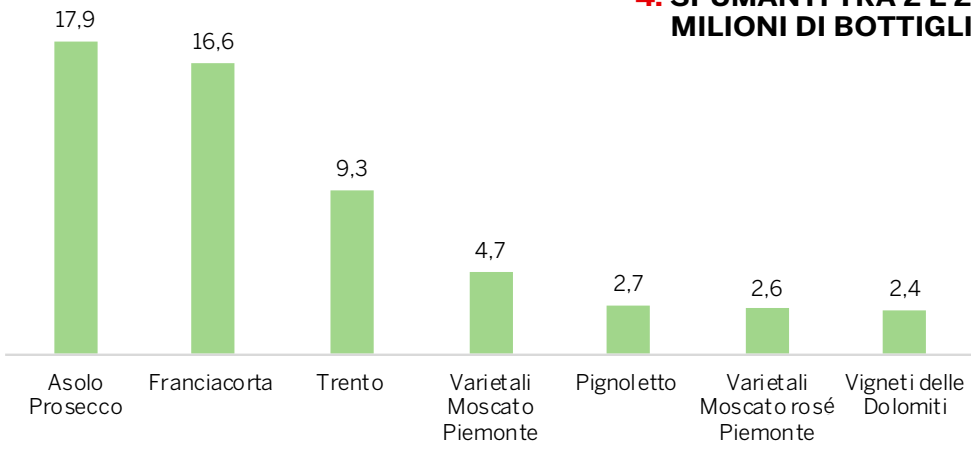
Nella classifica per denominazioni (*grafico 3*), ovviamente il Prosecco Doc - con i suoi 417 milioni di pezzi (ricordiamo che si parla solo di spumante) - stravince a mani basse: 65% di quota sul totale Do-Ig-varietali. Lo segue il cugino Docg di Conegliano-Valdobbiadene, che con poco meno di 90 milioni di pezzi sfiora il 14%. Quindi una parentesi piemontese, l'Asti spumante (8% di share, per 54 milioni di bottiglie), e il ritorno in provincia di Treviso con l'Asolo, che si è arrampicato fino in quarta posizione, scavalcando la Franciacorta di oltre 1,2 milioni di bottiglie, a 17,9 milioni di pezzi. La corazzata Prosecco cuba qualcosa come 524 milioni di bottiglie, ovvero l'81% del totale a Do-Ig e il 70% del totale nazio-

3. PRINCIPALI TIPOLOGIE PRODOTTE (Dop, Igp, varietali)



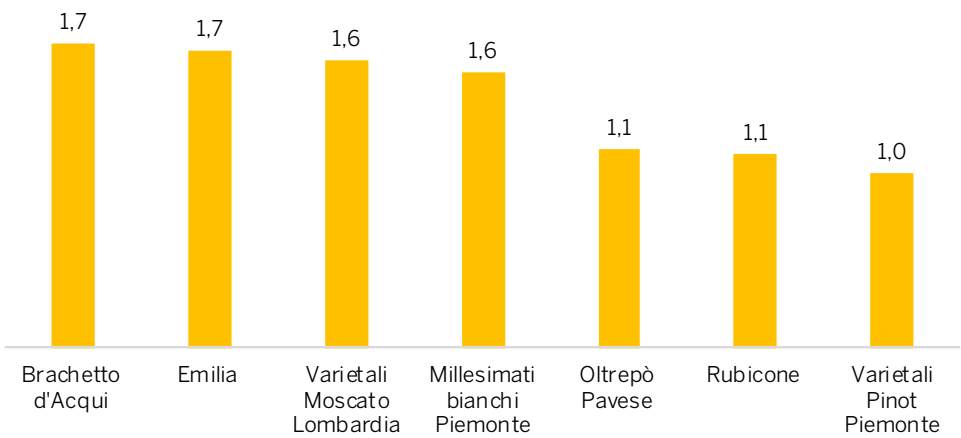
nale comprensivo dei comuni. Dietro la Franciacorta un altro metodo classico, il Trento, 9,3 milioni di pezzi e una share dell'1,4%, quindi il varietale base Moscato prodotto in Piemonte, con 4,7 milioni di pezzi, a cui si aggiungono i 2,6 milioni della versione rosata, blend tra Moscato e Brachetto. In mezzo tra i due Moscati il Pignoletto emiliano, 2,7 milioni di pezzi e una share di quasi lo 0,5% (*grafico 4*). Sopra il milione di pezzi altre sette tipologie, tra cui Brachetto d'Acqui, l'Igt Emilia, i Moscati

4. SPUMANTI TRA 2 E 20 MILIONI DI BOTTIGLIE

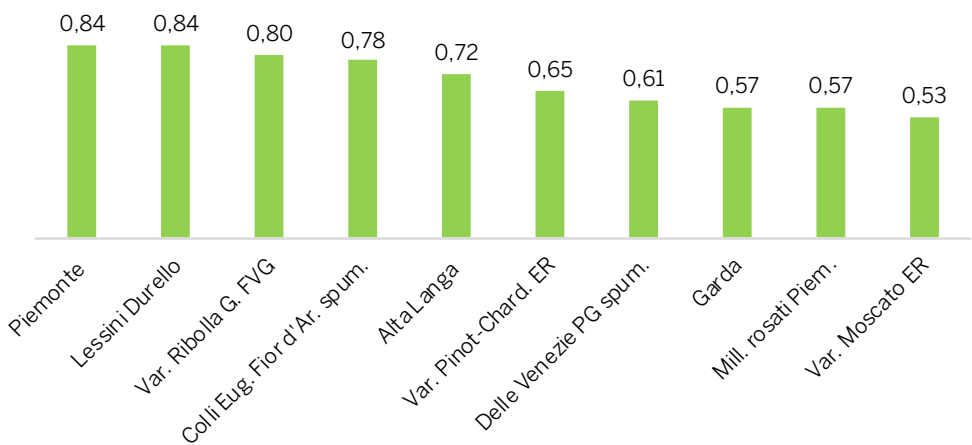




5. SPUMANTI TRA 1 E 2 MILIONI DI BOTTIGLIE



6. SPUMANTI TRA 500.000 E 1 MILIONE DI BOTTIGLIE



varietali di marca lombarda e i millesimati piemontesi, quindi Oltrepò Pavese (Doc, non Docg, che non supera i 440.000 pezzi), il romagnolo Rubicone e ancora varietali piemontesi, questa volta base Pinot, a 1 milione di bottiglie tondo (grafico 5). Tra mezzo milione e 1 milione di bottiglie infine una pattuglia di 10 spumanti, tra cui la Doc Piemonte con la sua decina di tipologie, Lessini Durello e il varietale base Ribolla Gialla prodotto in Friuli sopra gli 800.000 pezzi, il Fior d'Arancio

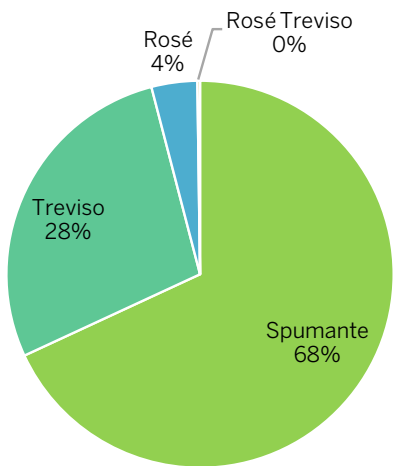
dei Colli Euganei e l'Alta Langa sopra 700.000 e anche il Pinot grigio delle Venezie in versione spumante, che cuba poco meno di 610.000 bottiglie (grafico 6). Il resto delle tipologie censite - 135 - sta sotto i 500.000 pezzi: rielaborando il totale per classi di produzione, si ha che il 92% del potenziale è fatto da solo cinque denominazioni, ovvero il 4% del totale, mentre all'opposto il 76% delle denominazioni (123 su 162) si divide l'1% dei volumi, pari a 49.000 ettolitri (grafico 7).

LE REGIONI

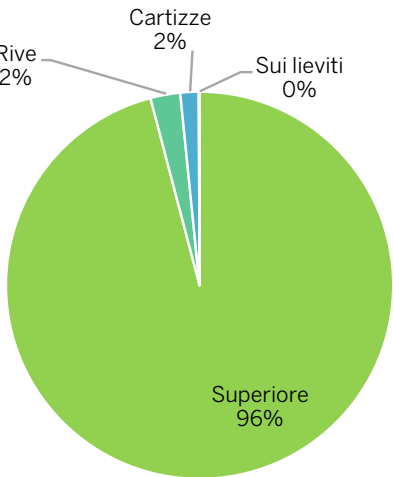
Andiamo ad analizzare i volumi e le tipologie espressi dalle varie regioni, partendo dal Veneto, e segnatamente dai Proseccchi: il Doc vede due colori (bianco e rosé) e quattro tipologie, base e con riferimento a "Treviso". La più prodotta è la versione base bianca (68%), mentre la Treviso arriva a circa il 30% (116 milioni di bottiglie). Il rosé al suo esordio ha imbottigliato 16,8 milioni di pezzi e la sua incidenza per ora si attesta al 4% del totale della Do (grafico 8): numeri che comunque già

consentono a questo prodotto di essere la tipologia spumante rosa più prodotta in Italia (si veda servizio dedicato agli spumanti rosé a pagina XXX). Il Conegliano Valdobbiadene (grafico 9) vede la quasi totalità degli imbottigliamenti concentrati nella versione "base", mentre Rive e Cartizze cubano il 2% ciascuna. Produzione amatoriale per ora la versione sui lieviti. Stesso discorso per l'Asolo, la cui versione "sur lies" non arriva a 18.000 bottiglie su un totale di 18 milioni. ➡

8. PROSECCO



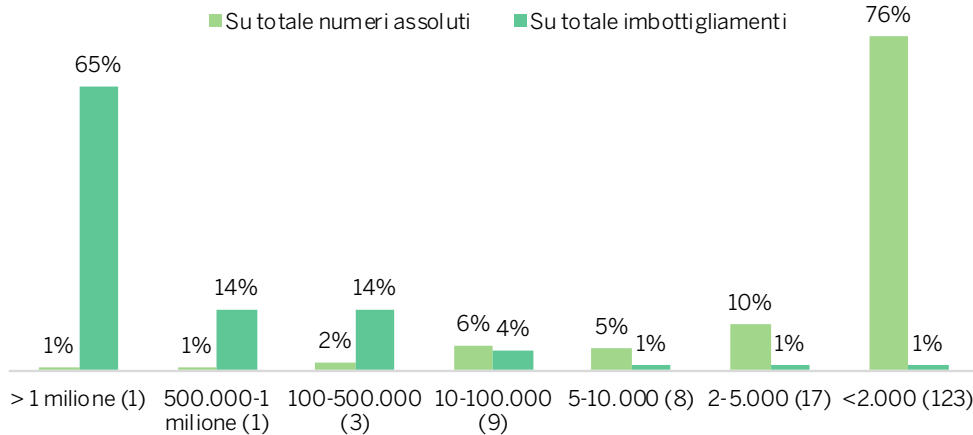
9. PROSECCO CONEGLIANO VALDOBBIADENTE



➡ TABELLA 1. IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2020

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
Friuli Venezia Giulia			
Doc	Friuli	2.849	379.908
	Friuli Ribolla Gialla spumante	2.822	376.229
	Friuli spumante metodo classico	20	2.679
	Friuli spumante di qualità metodo classico	8	1.000
Varietali	Varietali	6.605	880.677
	Spumanti varietali Falanghina	301	40.145
	Spumanti varietali Ribolla Gialla	6.020	802.600
	Spumanti varietali Moscato	284	37.932
Lazio			
Doc	EST! EST!! EST!!! di Montefiascone spumante	281	37.530
Doc	Moscato di Terracina spumante	31	4.107
Liguria			
Doc	Golfo del Tigullio-Portofino spumante	8	1.081

7. PESI PER CLASSI DI PRODUZIONE (milioni di bottiglie in legenda)



Un'esplosione di profumi

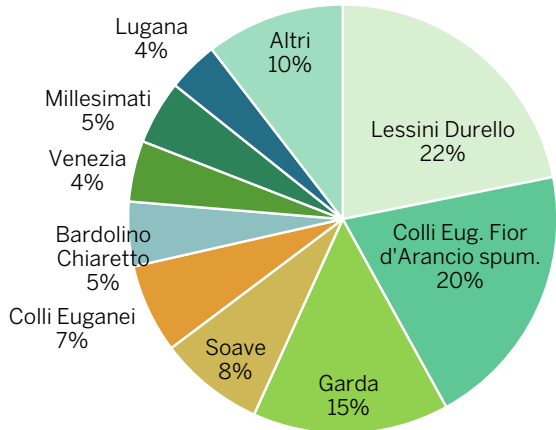
MUREDDU "IGEA SPUMANTE" è la nuovissima linea di tappi a fungo 100% garantiti "OFF-FLAVOURS FREE - zero deviazioni" e con riordino cellulare "NEW CELL".

Frutto dell'esperienza e dell'assoluto focus aziendale nella purezza organolettica, la tecnologia **IGEA 2.0** viene ora estesa, oltre che sui migliori tappi naturali, anche alle rondelle di primissima selezione. "IGEA Spumante" è il tappo a fungo tradizionale della linea premium – primo sul mercato ad essere certificato 100% off-flavours free - dedicato ai grandi spumanti d'Italia. Dopo una severa validazione organolettica e gascromatografica su 800 pz/lotto le migliori partite vengono trattate attraverso il sistema **IGEA 2.0**. Questo impiega unicamente mezzi fisici - zero chimica - per l'estrazione volatile del comparto aromatico delle rondelle. Attraverso uno stripping individuale delle stesse per mezzo di vapore modulare, pressione e altre temperature controllate il risultato organolettico è di grandissima neutralità. Oltre all'abbattimento di tca, tba, geosmina, pirazine e guaiacolo, il nostro sistema consente il rinnovamento cellulare delle rondelle. "New Cell" significa +15% della suberina disponibile fra le cellule a vantaggio di una maggior recupero elastico.

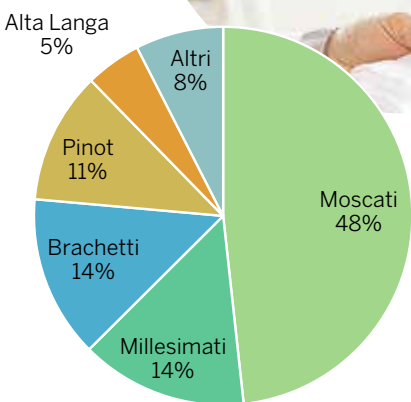
➔ **TABELLA 1. IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2020**

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
Lombardia			
Docg	Franciacorta	124.691	16.625.427
	Franciacorta	95.479	12.730.596
	Franciacorta Saten	17.751	2.366.760
	Franciacorta rosato	11.461	1.528.071
Doc	Oltrepo' Pavese	8.530	1.137.325
	Oltrepo' Pavese Riesling spumante	4.104	547.253
	Oltrepo' Pavese Pinot nero spumante vin in b.co	2.447	326.273
	Oltrepo' Pavese Moscato spumante	1.978	263.799
Docg	Oltrepo' Pavese Metodo Classico	3.275	436.692
	Oltrepo' Pavese Metodo Classico	111	14.863
	Oltrepo' Pavese Metodo Classico Pinot nero	2.458	327.721
	Oltrepo' Pavese Metodo Classico Pinot nero Rosé	680	90.727
	Oltrepo' Pavese Metodo Classico Pinot nero Rosé Vigna	25	3.381
	Sangue di Giuda dell'Oltrepo' Pavese spumante	25	3.333
	Colleoni spumante	46	6.140
Igt	Alpi Retiche	114	15.185
	Alpi Retiche spumante metodo classico	93	12.425
	Alpi Retiche spumante metodo classico rosato	21	2.760
Varietali	Varietali	23.621	3.149.508
	Spumanti con indicazione di annata bianchi	2.043	272.391
	Spumanti con indicazione di annata rosati	106	14.125
	Spumanti varietali Chardonnay	648	86.411
	Spumanti varietali Malvasia	784	104.575
	Spumanti varietali Moscato	12.354	1.647.136
	Spumanti varietali Moscato rosé	1.805	240.680
	Spumanti varietali Muller Thurgau	1.233	164.355
	Spumanti varietali Passerina	108	14.400
	Spumanti varietali Pinot - Chardonnay	375	50.027
	Spumanti varietali Pinot Bianco	1.970	262.729
	Spumanti varietali Pinot Grigio	184	24.480
	Spumanti varietali Pinot Rosato	1.731	230.733
	Spumanti varietali Ribolla Gialla	24	3.233
	Spumanti varietali Riesling	247	32.881
	Spumanti varietali Timorasso	10	1.352

10. VENETO
(Prosecchi e Delle
Venezie esclusi)



11. PIEMONTE
(Asti escluso)



➔

Se togliamo dal campo i Proseccchi e il Delle Venezie spumante (quest'ultimo tra l'altro con 607.000 bottiglie ha un'incidenza di appena lo 0,3% sul totale Pinot grigio prodotto dalla Doc), la tipologia più imbottigliata in regione è il Lessini Durello, seguito dal Fior d'Arancio padovano e dal veronese Garda Doc (grafico 10). Veronese che con Soave e le versioni spumanti di Bardolino Chiaretto, Custoza e Lugana risulta essere un bacino piuttosto interessante, anche di produzioni a metodo classico. Nel Veneziano sono concentrati altri 180.000 pezzi, di cui 80.000 rosati, e nel Padovano altri 260.000 (7%), fatti con Moscato e Serprino, il Glera dei Colli Euganei, mentre produzioni minori si trovano anche nel Vicentino (Colli Berici, Breganze, Vicenza e Gambellara). Trecentomila infine le bottiglie di varietale e millesimati, con questi ultimi che tra bianchi e rosati cubano 185.000 pezzi.

Veniamo al Piemonte, una regione che a dispetto della piattaforma potenziale tutta Doc esprime un grande bacino di produzioni varietali, pari a 86.000 ettolitri, il 17% del totale (grafico 11): togliendo l'Asti, che cuba 54 milioni di pezzi ed è il primo spumante imbottigliato in regione, il grosso delle bottiglie viene fatto con Moscato varietale, anche in versione rosa in blend soprattutto con il Brachetto, per un totale di 54.000 ettolitri, equivalenti a metà del totale. Un altro 28% è fatto di spumanti millesimati e di Brachetti, sia Docg (13.000 hl) che Doc Piemonte (2.600 hl). Alta la percentuale di produzioni a base dei vari Pinot, sia in varietale sia dentro la Doc regionale, attorno all'11%, con chiusura al 5% per l'Alta Lan-



**Viniflora®
Frootzen™**

Bioprotezione del tuo bianco
e del tuo rosato,
con un'esplosione di profumi

CHR HANSEN

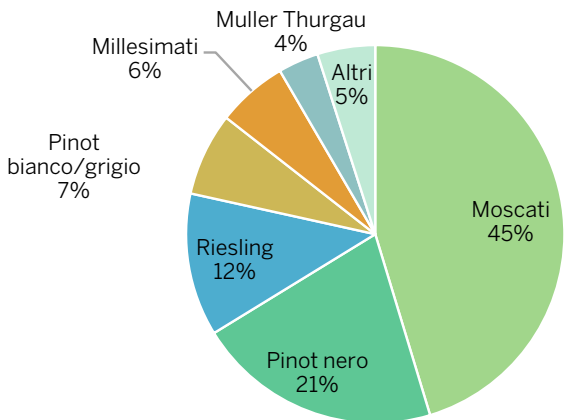
Improving food & health

PRODOTTO IMPORTATO PER L'ITALIA DA

**ENOLOGICA
VASON** S.p.A.

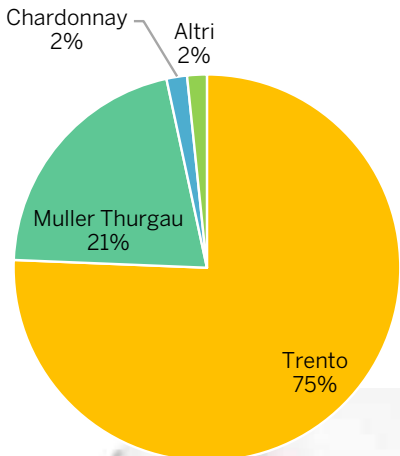
WWW.VASON.COM
INFOVASON@VASON.COM
VIA NASSAR, 37029 SETTIMO
VERONA, ITALIA

12.
LOMBARDIA
(Franciacorta escluso)



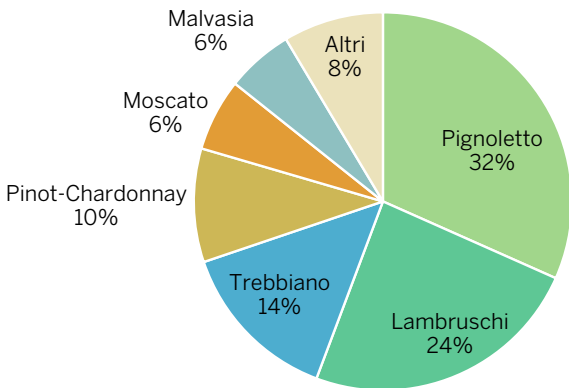
ga, attestato a 720.000 bottiglie. Chicche sono per ora le produzioni base Nebbiolo, nella zona di Alba, un metodo classico in rosa da 34.000 pezzi, mentre in crescita è la versione Marengo del Cortese Piemonte, attestato a 82.000 bottiglie. Anche la Lombardia fa un grande uso dei Moscati in versione varietale (grafico 12): 16.000 ettolitri, prodotti prevalentemente in Oltrepò. Tolto il Franciacorta, i varietali base Moscato sono di fatto la tipologia più prodotta, con il 45% di quota sul totale. Seguono le produzioni base Pinot nero, tra Oltrepò Doc (326.000 pezzi) e Docg (437.000, con la versione rosa ancora sotto le 100.000 unità), ma soprattutto varietale rosato (231.000 bottiglie). Il resto degli imbottigliamenti segue la composizione varietale dell'Oltrepò, con Riesling, Pinot bianco e grigio in cima alla lista. In Trentino (grafico 13) ovviamente l'ammiraglia della spumantistica provinciale è il Trento Doc, con 9,3 milioni di bottiglie base Chardonnay prodotte e una quota del 75% sul totale, di cui il 7% di rosato. La seconda tipologia più prodotta è il Muller Thurgau, 2,6 milioni di pezzi, di cui 360.000 di provenienza comunitaria. Segue lo Chardonnay non utilizzato per il Trento, imbottigliato in prevalenza come varietale o nell'Igt Dolomiti. Veniamo all'Emilia Romagna (grafico 14): la tipologia spumante più prodotta è il Pignoletto, 21.000 ettolitri e 32% di quota, seguito dalla pattuglia dei Lambruschi al 24%. Quindi le produzioni romagnole base Trebbiano, con la sola Doc Romagna che è arrivata a cubare 260.000 pezzi, a cui si aggiungono 57.000 bottiglie di rosato base Sangiovese, e l'Igt Rubicone a quasi 1 milione di bottiglie tra bianco e Trebbiano. Un 10% di imbottigliamenti viene fatto con uvaggi di Pinot e Char-

13.
TRENTINO



donnay, in versione soprattutto varietale, quindi Moscato e Malvasie. Il totale varietale in regione arriva a 1,7 milioni di pezzi, il 20%. Torniamo ai Lambruschi: il totale prodotto a spumante tra Doc e Igt è pari a 2,1 milioni di bottiglie, con prevalenza di rosso (46%) ma una buona quota di rosato (36%, con l'Igt Emilia rosato seconda tipologia imbottigliata in assoluto, 443.000 unità). Interessante comunque quel 18% di bianco, espresso dall'Igt Emilia in 380.000 pezzi, terza tipologia prodotta in assoluto (grafico 15).

14.
EMILIA ROMAGNA



15.
I COLORI DEL
LAMBRUSCO
SPUMANTE
totale 2,1 milioni
di bottiglie

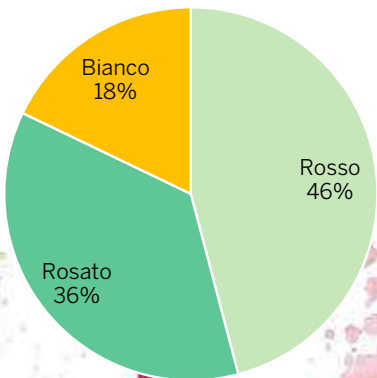


TABELLA 1. IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2020

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
Marche			
Doc	Vernaccia di Serrapetrona	778	103.733
Doc	Colli Maceratesi Ribona spumante	9	1.227
Doc	Pergola rosato spumante	9	1.148
Doc	San Ginesio	229	30.473
	San Ginesio spumante dolce	190	25.297
	San Ginesio spumante secco	39	5.176
Doc	Terre di Offida Passerina spumante	227	30.265
Doc	Verdicchio dei Castelli di Jesi spumante	1.044	139.196
Doc	Verdicchio di Matelica spumante	59	7.852
Igt	Marche	615	81.991
	Marche Passerina spumante di qualità	190	25.357
	Marche Bianco spumante di qualità	182	24.284
	Marche rosato spumante di qualità	166	22.124
	Marche Chardonnay spumante di qualità	49	6.492
	Marche Sauvignon spumante di qualità	28	3.733
Varietali	Spumanti varietali Moscato	881	117.499
Piemonte			
Docg	Asti	402.500	53.666.693
	Asti spumante	402.444	53.659.228
	Asti spumante Metodo Classico	56	7.465
Docg	Brachetto d'Acqui	13.083	1.744.393
Docg	Alta Langa	5.389	718.551
	Alta Langa	4.653	620.400
	Alta Langa rosato	670	89.272
	Alta Langa rosato Riserva	66	8.825
Docg	Erbaluce di Caluso spumante	209	27.829
Docg	Gavi	90	12.043
	Gavi spumante Metodo Classico	73	9.679
	Gavi del Comune di Gavi spumante Metodo Classico	11	1.409
	Gavi del Comune di Gavi spumante	7	955
Docg	Roero	281	37.467
	Roero Arneis spumante	96	12.816
	Roero Arneis spumante Metodo Classico	185	24.651
Doc	Colli Tortonesi	59	7.869
	Colli Tortonesi Terre di Libarna spumante	51	6.763
	Colli Tortonesi Terre di Libarna spumante Metodo Classico	8	1.107
Doc	Colline Saluzzesi Quagliano spumante	25	3.333
Doc	Malvasia di Casorzo d'Asti spumante	49	6.524
Doc	Malvasia di Castelnuovo Don Bosco spumante	645	85.969
Doc	Nebbiolo d'Alba	260	34.675
	Nebbiolo d'Alba spumante rosato Metodo Classico	253	33.667
	Nebbiolo d'Alba spumante Rosé	8	1.008
Doc	Piemonte	6.337	844.888
	Piemonte Brachetto spumante	2.556	340.860
	Piemonte Chardonnay spumante	1.079	143.877
	Piemonte spumante	1.004	133.879
	Piemonte Cortese Marengo spumante	618	82.419
	Piemonte rosato spumante	330	44.043
	Piemonte Pinot nero spumante rosato	241	32.083
	Piemonte Cortese spumante	173	23.105
	Piemonte Pinot Chardonnay spumante	168	22.413
	Piemonte Pinot nero spumante	158	21.009
	Piemonte Pinot grigio spumante	9	1.200
Varietali	Varietali	86.250	11.499.975
	Spumanti varietali Moscato	35.210	4.694.628
	Spumanti varietali Moscato rosé	19.176	2.556.811
	Spumanti con indicazione di annata bianchi	11.787	1.571.624
	Spumanti varietali Pinot	7.504	1.000.495
	Spumanti con indicazione di annata rosati	4.286	571.495
	Spumanti varietali Pinot - Chardonnay	2.709	361.244
	Spumanti varietali Sauvignon - Chardonnay	1.804	240.537
	Spumanti varietali Durella	1.153	153.729
	Spumanti varietali Pinot Rosato	845	112.631
	Spumanti varietali Pinot Grigio	788	105.097
	Spumanti varietali Chardonnay	624	83.241
	Spumanti varietali Pinot Bianco	247	32.945
	Spumanti varietali Malvasia	46	6.120
	Spumanti varietali Chardonnay - Pinot	45	6.000
	Spumanti varietali Malvasia Moscata	25	3.377

IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE
ERNESTO ABBONA

DIRETTORE RESPONSABILE
GIULIO SOMMA g.somma@uiv.it

CAPOREDATTORE
CARLO FLAMINI c.flamini@uiv.it

REDAZIONE
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it

HANNO COLLABORATO
Fabio Gibellino, Fabio Ciarla, Andrea Donà, Omar Bison, Bertrand Ballesta, Joel Payne, Giancarlo Montaldo

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

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

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana



16.

DOC SICILIA,
TERRE SICILIANE IGT
E VARIETALI

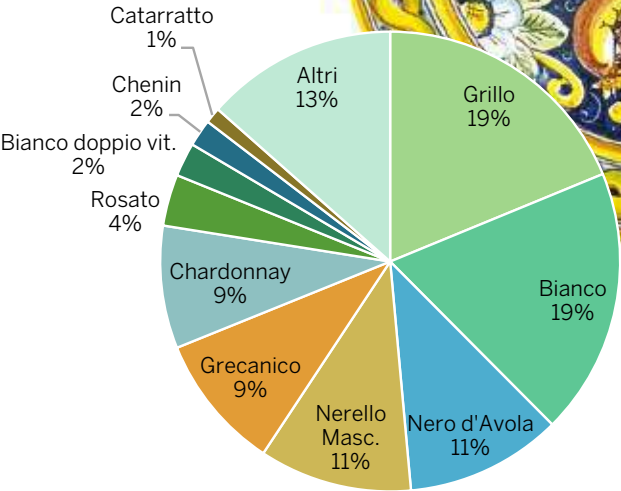


TABELLA 1. IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2020

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
Puglia			
Doc	Castel del Monte	386	51.513
	Castel del Monte bianco spumante	200	26.699
	Castel del Monte rosato spumante	186	24.815
Igt	Murgia rosato spumante	3	400
Igt	Puglia	268	35.733
	Puglia bianco/Marchione B.	102	13.600
	Puglia bianco spumante	85	11.333
	Puglia rosato	51	6.800
	Puglia Negroamaro spumante vinif. bianco	30	4.000
Igt	Salento	396	52.800
	Salento rosato spumante	103	13.733
	Salento Vermentino spumante	99	13.200
	Salento vino spumante di qualità rosato	93	12.400
	Salento Negroamaro rosato spumante	53	7.067
	Salento bianco spumante/Minutolo B.	48	6.400
Igt	Valle d'Itria	228	30.400
	Valle d'Itria Verdeca spumante	158	21.067
	Valle d'Itria Verdeca spumante	33	4.400
	Valle d'Itria Maresco spumante	19	2.533
	Valle d'Itria Maresco/Maresco B. spumante	18	2.400
Sardegna			
Igt	Isola dei Nuraghi	250	33.295
	Isola dei Nuraghi rosso Cagnulari spumante	247	32.957
	Isola dei Nuraghi rosato spumante	3	337
Varietali	Varietali	638	85.013
	Spumanti varietali Moscato	276	36.856
	Spumanti varietali Pinot - Chardonnay	118	15.788
	Spumanti varietali Torbato	243	32.369
Sicilia			
Doc	Etna	1.407	187.553
	Etna spumante bianco	907	120.979
	Etna spumante rosato	308	41.047
	Etna spumante rosato brut	114	15.245
	Etna spumante bianco brut	77	10.283
Doc	Sicilia	3.151	420.169
	Sicilia bianco spumante	2	331
	Sicilia bianco spumante brut	187	24.997
	Sicilia Carricante spumante brut	410	54.611
	Sicilia Catarratto spumante brut	25	3.271
	Sicilia Catarratto spumante di qualità brut	6	791
	Sicilia Catarratto spumante di qualità brut nature	8	1.015
	Sicilia Catarratto spumante di qualità extra-brut	33	4.400
	Sicilia Chardonnay spumante brut	15	1.963
	Sicilia Chardonnay spumante di qualità brut	344	45.907
	Sicilia Chardonnay spumante di qualità brut nature	75	10.007
	Sicilia Grillo spumante brut	265	35.397
	Sicilia Grillo spumante di qualità brut nature	79	10.580
	Sicilia Grillo spumante extra dry	761	101.436
	Sicilia Nero d'Avola spumante vinificato in bianco brut	483	64.400
	Sicilia Nero d'Avola spumante vinificato in rosato brut	123	16.447
	Sicilia Nero d'Avola spumante vinificato in rosato extra dry	98	13.075
	Sicilia Pinot nero spumante di qualità vinificato in rosato extra brut	53	7.000
	Sicilia spumante rosato	5	605
	Sicilia spumante rosato brut	81	10.823
	Sicilia spumante rosato extra dry	98	13.116
Doc	Erice spumante brut	44	5.860
Doc	Pantelleria Moscato spumante	10	1.300



Scendiamo in Sicilia, dove l'analisi per vitigno utilizzato nella Doc e Igt regionali e nelle versioni varietali porta a rilevare che il Grillo è il più spumantizzato in assoluto (*grafico 16*): 19% di quota e 1.200 hl, concentrati quasi tutti nella Doc regionale. Si associa poi un altro 19% di bianco senza menzione varietale (con altra presenza di Grillo ovviamente), quasi tutto Terre Siciliane, e il Nero d'Avola, con 704 ettolitri tutti Doc, di cui il grosso vinificato in bianco. Anche per il Nerello Mascalese utilizzato nell'Igt la quota è attorno all'11%, poi si scende con Grecanico, Chardonnay ecc. Sull'Etna si producono 188.000 bottiglie di spumante, di cui 131.000 bianco. Il totale regio-

nale vede fortissima prevalenza di bianco, 86%, contro il 14% di rosato e gocce di rosso.

LE REGIONI MINORI

Dando uno sguardo alle regioni più piccole dal punto di vista produttivo, in Abruzzo i quantitativi sono attorno alle 70.000 bottiglie, con la quota più significativa riservata ai metodo classico (86% sul totale). In Campania il grosso della spumantistica vede protagonista la Falanghina (132.000 bottiglie su un totale di 209.000), mentre in Puglia le produzioni sono quasi tutte concentrate sulle Igt, con discreta presenza delle versioni in rosa, base Negroamaro a sud e Nero di Troia nella

zona di Castel del Monte. Nelle Marche, oltre alla Vernaccia di Serrapetrona, storico spumante in rosso, si producono discrete quantità di bollicine base Passerina, varietali base Moscato e 160.000 bottiglie di Verdicchio, soprattutto a Jesi. In Friuli, infine, al netto del Prosecco, la cosa interessante da notare è lo sbilanciamento dell'utilizzo della Ribolla gialla nella produzione di varietali: 803.000 bottiglie contro le 380.000 spumantizzate dalla Doc Friuli. Amatoriali le produzioni toscane, con due denominazioni che producono spumante: Maremma, soprattutto base Vermentino, e Pomino, poco sopra le 82.000 bottiglie.

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
► Sicilia			
Igt	Terre Siciliane	2.343	312.360
	Terre Siciliane Ansonica spumante brut	89	11.808
	Terre Siciliane bianco spumante brut	633	84.376
	Terre Siciliane bianco spumante extra-dry	378	50.357
	Terre Siciliane Carricante spumante brut	39	5.212
	Terre Siciliane Catarratto bianco comune spumante	45	6.048
	Terre Siciliane Catarratto bianco lucido spumante	23	3.047
	Terre Siciliane Catarratto bianco lucido spumante extra dry	14	1.800
	Terre Siciliane Chenin spumante brut	122	16.332
	Terre Siciliane Frappato rosato spumante	21	2.760
	Terre Siciliane Grecanico dorato spumante	0,3	35
	Terre Siciliane Grecanico dorato spumante brut	10	1.271
	Terre Siciliane Nerello Mascalese rosato spumante	127	16.973
	Terre Siciliane Nerello Mascalese vinificato in bianco spumante brut	463	61.751
	Terre Siciliane Nerello Mascalese vinificato in bianco spumante extra brut	97	12.996
	Terre Siciliane riferimento a doppio vitigno bianco spumante extra brut	152	20.261
	Terre Siciliane rosato spumante	32	4.320
	Terre Siciliane rosato spumante brut	15	2.040
	Terre Siciliane rosato spumante extra dry	26	3.415
	Terre Siciliane Zibibbo spumante	8	1.011
	Terre Siciliane Zibibbo spumante brut	49	6.548
Varietali	Varietali	905	120.715
	Varietale spumante Grecanico dorato	603	80.443
	Varietale spumante Chardonnay	118	15.720
	Varietale spumante Grillo	97	12.876
	Varietale spumante Pinot Nero	88	11.676
Toscana			
Doc	Maremma Toscana	150	19.977
	Maremma Toscana Vermentino spumante	122	16.269
	Maremma Toscana Bianco spumante	28	3.708
Doc	Pomino	616	82.079
	Pomino spumante	516	68.791
	Pomino spumante rosato	100	13.288
Trentino			
Doc	Trento	69.804	9.307.197
	Trento spumante di qualità	54.145	7.219.299
	Trento spumante di qualità Vigna Zell	39	5.206
	Trento Riserva spumante di qualità	10.446	1.392.798
	Trento Riserva spumante di qualità Vigna Zell	12	1.659
	Trento rosato Riserva spumante di qualità	792	105.580
	Trento rosato Riserva spumante di qualità Vigna Zell	10	1.349
	Trento rosato spumante di qualità	4.354	580.469
	Trento rosato spumante di qualità Vigna Zell	6	837
Igt	Vallagarina rosato spumante	15	2.010
Igt	Vigneti delle Dolomiti	18.237	2.431.567
	Vigneti delle Dolomiti Müller Thurgau spumante	16.403	2.187.046
	Vigneti delle Dolomiti Bianco spumante	1.054	140.584
	Vigneti delle Dolomiti Chardonnay spumante	709	94.565
	Vigneti delle Dolomiti Moscato Giallo spumante	70	9.372
Varietali	Varietali	4.226	563.533
	Varietale Altri paesi U.E. Müller Thurgau Spumante	2.668	355.745
	Varietale Italia Chardonnay Spumante	875	116.676
	Varietale Italia Rosato Spumante	349	46.548
	Varietale Italia Müller Thurgau Spumante	304	40.592
	Varietale Italia Bianco Spumante	30	3.972
Valle d'Aosta			
Doc	Valle d'Aosta Blanc de Morgex et de La Salle spumante	203	27.124

➡ **TABELLA 1. IMBOTTIGLIAMENTI SPUMANTI 2020**

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 Taranto, Camera di Commercio di Trento, CCPB, Ceviq, Irvo, Siguria, Toscana Certificazione Agroalimentare-TCA, Triveneta Certificazioni, Valoritalia

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
Veneto			
Doc	Arcole Bianco spumante	78	10.362
Docg	Asolo Prosecco spumante	134.059	17.874.471
	Asolo Prosecco spumante Superiore	133.924	17.856.495
	Asolo Prosecco spumante Superiore sui lieviti	135	17.976
Doc	Bagnoli spumante rosato	31	4.128
Doc	Bardolino Charetto spumante	1.410	188.042
Doc	Breganze Vespaio spumante	642	85.610
Doc	Colli Berici	50	6.672
	Colli Berici Bianco spumante	29	3.928
	Colli Berici Tai Rosso spumante	21	2.744
Doc	Colli Euganei	1.946	259.529
	Colli Euganei Moscato spumante	1.057	140.985
	Colli Euganei Serprino spumante	889	118.544
Docg	Colli Euganei Fior d'Arancio spumante	5.838	778.388
Docg	Conegliano Valdobbiadene Prosecco spumante	671.799	89.573.232
	Conegliano Valdobbiadene Prosecco spumante Superiore	644.361	85.914.789
	Conegliano Valdobbiadene Prosecco spumante Superiore Rive	16.704	2.227.171
	Conegliano Valdobbiadene Prosecco spumante Sup. di Cartizze	10.256	1.367.421
	Conegliano Valdobbiadene Prosecco spumante Sup. sui lieviti	479	63.851
Doc	Custoza spumante	624	83.196
Doc	Delle Venezie Pinot grigio spumante	4.554	607.200
Doc	Gambellara spumante	204	27.175
Doc	Garda	4.289	571.901
	Garda Bianco spumante	3.508	467.744
	Garda Bianco spumante metodo classico	559	74.559
	Garda rosato o Rosè spumante	175	23.332
	Garda rosato o Rosè spumante metodo classico	47	6.266
Doc	Lessini Durello	6.336	844.803
	Lessini Durello spumante metodo charmat	3.547	472.975
	Lessini Durello spumante	1.696	226.089
	Lessini Durello Riserva spumante di qualità metodo classico	922	122.962
	Lessini Durello spumante di qualità metodo classico	171	22.777
Doc	Lugana	1.109	147.801
	Lugana spumante Metodo Charmat	573	76.452
	Lugana spumante Metodo Classico	535	71.349

Tipo	Regione e Denominazione/sottotipologie	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
► Veneto			
Doc	Prosecco Doc spumante	3.124.173	416.556.437
	Prosecco spumante	2.127.496	283.666.189
	Prosecco spumante Treviso	870.313	116.041.684
	Prosecco spumante rosé	119.429	15.923.825
	Prosecco spumante rosé Treviso	6.936	924.739
Docg	Recioto di Gambellara spumante	274	36.595
Doc	Soave spumante	2.308	307.692
Doc	Venezia	1.332	177.575
	Venezia rosato spumante	602	80.289
	Venezia bianco spumante	552	73.579
	Venezia Pinot spumante	178	23.707
Doc	Vicenza Pinot Bianco spumante	41	5.464
Varietali	Varietali	2.483	331.028
	Spumanti con indicazione di annata bianchi	1.290	171.945
	Spumanti con indicazione di annata rosati	107	14.248
	Spumanti varietali Chardonnay	252	33.559
	Spumanti varietali Manzoni	93	12.436
	Spumanti varietali Moscato	222	29.576
	Spumanti varietali Pinot - Chardonnay	93	12.419
	Spumanti varietali Pinot Grigio	87	11.597
	Spumanti varietali Ribolla Gialla	302	40.319
	Spumanti varietali Verduzzo	37	4.929

Italia	Ettolitri	Bottiglie 0,75 equivalenti
Doc	3.281.753	437.567.090
Docg	1.362.647	181.686.259
Igt	44.129	5.883.848
Varietali	138.547	18.472.936
Comuni (stima)	802.500	107.000.000
Totale	5.629.576	750.610.133



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.



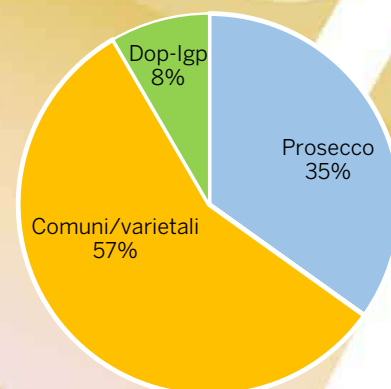
Da 40 anni, la più ampia gamma di sistemi di chiusura per tappi in sughero naturale, agglomerato e sintetici, capsule in alluminio ROPP e tappi corona, per vino, alcolici e olio. Da 1.000 bph fino a 72.000 bph. Scopri la nostra gamma completa su arol.com - contatti: info@arol.com



SPUMANANTI ROSATI GLI IMBOTTIGLIAMENTI IN ITALIA

Nel 2020 la neonata tipologia veneto-friulana ha portato sul mercato 17 milioni di pezzi, 1/3 del totale nazionale, fatto ancora per lo più di prodotti senza indicazione territoriale o varietali, grandi protagonisti in regioni come Lombardia e Piemonte, dove i vini comuni in genere sono marginali. Le bollicine rosa valgono circa il 4% della produzione totale di spumanti

1. Ripartizione produttiva spumanti rosati 2020 totale 48,3 milioni di bottiglie



ALL'OMBRA DEL GIGANTE PROSECCO

di CARLO FLAMINI

Un totale di 48,3 milioni di bottiglie, di cui 21 con una denominazione di origine/indicazione geografica. La predominanza del Prosecco rosé, che con 16,8 milioni di pezzi cuba più di 1/3 del totale, portando il Veneto al 70% di quota nazionale, seguito da Piemonte e Lombardia. Sono i numeri della spumanti-

stica in rosa del nostro Paese, come emergono in questa analisi dell'Osservatorio del Vino di Unione Italiana Vini su dati raccolti presso i principali Organismi di certificazione. Venendo alle tipologie di prodotto, se come abbiamo detto il 35% delle bollicine rosa è oggi appannaggio del Prosecco, la fetta più grossa è ancora nella categoria degli spumanti senza origine territoriale o varietale/

indicazione di annata (grafico 1): un totale di 27,4 milioni di pezzi, equivalenti al 60% circa di quota sul totale. La fetta più piccola della torta è costituita dalle bollicine Dop-Igp (escluso Prosecco): 4 milioni di bottiglie, di cui la stragrande maggioranza fatte in Lombardia ed Emilia Romagna, per una share dell'8%.

Continua a pagina 15 ➡

CI PRENDIAMO CURA DEL TUO PRODOTTO

Enoveneta, grazie ad uno **staff tecnico altamente specializzato** e ad un **know-how di oltre 50 anni** nel settore, è in grado di affiancare il cliente già nella fase di analisi della soluzione migliore. Per questo Enoveneta è il **partner tecnologico di riferimento** per quanto riguarda la vinificazione.

Scopri di più su
www.enoveneta.it



IMPIANTI DI DEPURAZIONE

specifici per il trattamento
di acque reflue da
**processi di vinificazione
e imbottigliamento**



Impianto biologico funzionante
a innovativa tecnologia MBR,
con reattore monoblocco
serie **ECOBLOCK®**, con membrane
di ultrafiltrazione, a servizio
cantina di imbottigliamento
con produzione
20 milioni di bottiglie/anno.



hibu.
Brewery
The Beer Power!

Impianto biologico
a tecnologia SBR
per il trattamento reflui
derivanti da attività
produzione birra.

Installazione presso:
Birificio HIBU
BERNAREGGIO
(Monza e Brianza)



IMPIANTI DI DEPURAZIONE

DEPUR PADANA ACQUE SRL

Via Maestri del Lavoro, 3 45100 Rovigo, Italy

Tel +39 0425 472211 info@depurpadana.it

www.depurpadana.com



enoplastic

ēxtrafit®

dona un look perfetto al tuo spumante

con Extrafit® la capsula si attacca
e non si muove più



extrafit® è una tecnologia
brevettata che permette
di **bloccare la capsula** al vetro



senza l'utilizzo di colle,
durante il processo
di produzione o sul collo
della bottiglia



anche dopo l'apertura, il capsulone
non crea inestetismi né si muove,
assicurando un **look perfetto**



DERMA™
GREEN TECHNOLOGY

MATERIALE
INNOVATIVO

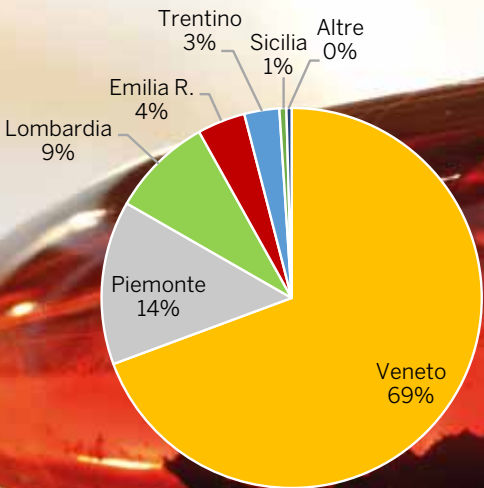
RIDUZIONE
DELL'IMPRONTA ECOLOGICA

PROCESSO PRODUTTIVO
PULITO ED EFFICIENTE

SCOPRI DI PIÙ SU
ENOPLASTIC.COM

PROGETTOROSA
IL TERZO COLORE DEL VINO

2. Spumanti rosati Dop-Igp-varietali: classifica per regioni



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 Taranto, Camera di Commercio di Trento, CCPB, Ceviq, Irvo, Siquiria, Toscana Certificazione Agroalimentare-TCA, Triveneta Certificazioni, Valoritalia

➡ Segue da pagina 12

Tabella 1. Imbottigliamenti spumanti rosati Dop-Igp-varietali - 2020

Regione	Tipo	Tipologia	HI	Bottiglie
Abruzzo	Doc	Abruzzo spumante rosé millesimato (Classico)	83	11.025
	Doc	Abruzzo spumante rosé millesimato (Charmat)	30	3.991
Calabria	Igt	Calabria rosato spumante	89	11.893
Emilia Romagna	Igt	Emilia Lambrusco rosato spumante	3.320	442.647
	Doc	Lambrusco rosato di Modena spumante	1.355	180.653
	Igt	Rubicone rosato spumante	691	92.153
	Doc	Lambrusco di Sorbara rosato spumante	583	77.793
	Doc	Romagna rosato spumante	425	56.651
	Varietali	Spumanti varietali Pinot Rosato	300	39.945
	Doc	Lambrusco Salamino di Santa Croce rosato spumante	269	35.928
	Igt	Forlì rosato spumante	178	23.732
	Doc	Lambrusco Grasparossa Castelvetro rosato spumante	163	21.707
	Varietali	Spumanti varietali Moscato rosé	113	15.120
	Igt	Emilia rosato spumante	79	10.579
	Varietali	Spumanti con indicazione di annata rosati	39	5.180
	Igt	Ravenna rosato spumante	36	4.839
	Doc	Rosato di Modena spumante	18	2.431
Lombardia	Docg	Franciacorta rosato	11.461	1.528.071
	Varietali	Spumanti varietali Moscato rosé	1.805	240.680
	Varietali	Spumanti varietali Pinot Rosato	1.731	230.733
	Docg	Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot nero rosé	680	90.727
	Doc	Riviera del Garda Classico Spumante Rosè	197	26.267
	Varietali	Spumanti con indicazione di annata rosati	106	14.125
	Docg	Oltrepò Pavese Metodo Classico Pinot nero rosé Vigna	25	3.381
Marche	Igt	Marche rosato spumante di Qualita	166	22.124
	Doc	Pergola rosato spumante	9	1.148
Piemonte	Varietali	Spumanti varietali Moscato rosé	19.176	2.556.811
	Varietali	Spumanti con indicazione di annata rosati	4.286	571.495
	Varietali	Spumanti varietali Pinot Rosato	845	112.631
	Docg	Alta Langa rosato	670	89.272
	Doc	Piemonte rosato spumante	330	44.043
	Doc	Nebbiolo d'Alba spumante rosé Metodo Classico	253	33.667
	Doc	Piemonte Pinot nero rosato spumante	241	32.083
	Docg	Alta Langa rosato Riserva	66	8.825
Puglia	Doc	Castel del Monte rosato spumante	186	24.815
	Igt	Salento rosato spumante	156	20.800
Sardegna	Igt	Isola dei Nuraghi rosato spumante	3	337
Sicilia	Doc	Etna spumante rosato	422	56.292
	Doc	Sicilia Nero d'Avola spumante rosato	221	29.521
	Doc	Sicilia spumante rosato	184	24.544
	Igt	Terre Siciliane Nerello Mascalese spumante rosato	127	16.973
	Igt	Terre Siciliane rosato spumante	73	9.775
	Doc	Sicilia Pinot nero spumante rosato	53	7.000
Toscana	Igt	Terre Siciliane Frappato spumante rosato	21	2.760
	Doc	Pomino spumante rosato	100	13.288
Trentino	Doc	Trento rosato spumante di qualità	4.354	580.469
	Doc	Trento rosato Riserva spumante di qualità	792	105.580
	Varietali	Varietale Italia Rosato Spumante	349	46.548
	Igt	Vallagarina rosato spumante	15	2.010
	Doc	Trento rosato Riserva spumante di qualità Vigna Zell	10	1.349
	Doc	Trento rosato spumante di qualità Vigna Zell	6	837
Veneto	Doc	Prosecco spumante rosé	119.429	15.923.825
	Doc	Prosecco spumante rosé Treviso	6.936	924.739
	Doc	Bardolino Chiaretto spumante	1.410	188.000
	Doc	Venezia rosato spumante	602	80.289
	Doc	Garda rosato spumante	175	23.332
	Varietali	Spumanti con indicazione di annata rosati	107	14.248
	Doc	Garda rosato spumante metodo classico	47	6.266
Totale	Doc	Bagnoli spumante rosato	31	4.128
			185.633	24.751.082

Restringendo l'analisi alle tipologie Dop-Igp e varietali, di cui l'Osservatorio è riuscito ad avere i dati (elencati in *tabella 1* e ripartiti per regioni nel *grafico 2*), l'offerta è fatta da circa una sessantina di prodotti. La quota maggioritaria la si trova in Emilia Romagna: 14 tipologie, con il Lambrusco Emilia a fare da corazzata con 443.000 bottiglie, seguito da un altro Lambrusco rosa, quello di Modena, a 181.000. In totale i Lambruschi spumantizzati in rosa cubano 760.000 bottiglie. Nutrita anche la partecipazione dei romagnoli, con in testa Rubicone rosato (92.000 pezzi), seguito da Romagna rosato (57.000). Nove sono invece le tipologie registrate in Piemonte, regione tutta Dop, ma con al vertice un varietale a base di Moscato e Brachetto (2,6 milioni di pezzi), seguito da un millesimato rosato e da un Pinot varietale. La prima Dop è l'Alta Langa in versione rosa, che ha due tipologie distinte: versione "base" e Riserva.

In Veneto ovviamente a comandare è il Prosecco rosa, con due versioni: la base, la più prodotta con 16 milioni di pezzi, e quella con sottozona Treviso, a poco meno di 1 milione. In terza posizione la versione con le bolle del Bardolino Chiaretto, 190.000 pezzi prodotti nel 2020, seguito da Venezia e Garda, Doc che prevede il rosa solo nella tipologia spumante (23.000 bottiglie). In Lombardia, dietro la capofila Franciacorta rosé (1,5 milioni di pezzi), siedono due varietali, come in Piemonte a base di Moscato e Pinot. La Docg tutta rosa dell'Oltrepò non arriva a 95.000 pezzi, di cui 3.400 con menzione Vigna, un vero oggetto per collezionisti. In Trentino, per rimanere nelle regioni più grandi, la versione base del Trento rosa comanda la classifica (poco meno di 600.000 pezzi, a cui aggiunge altre tre tipologie), mentre in Sicilia è la Doc Etna quella più prodotta in rosa (56.000 bottiglie), seguita da due spumanti registrati dentro la Doc regionale, di cui uno a base Nero d'Avola. Nelle regioni minori, trovia-

mo 14.000 bottiglie di rosati abruzzesi, di cui 11.000 a metodo classico, 12.000 bottiglie di spumanti calabresi sotto l'Igt regionale, 22.000 bottiglie di spumanti marchigiani e 40.000 pugliesi equamente divisi tra Nord e Sud. Riassendendo le varie sottotipologie e menzioni nelle rispettive Doc base, si ha ovviamente in testa Prosecco rosé (17 milioni di pezzi e una share del 68% sul totale Do-Ig-varietali), seguito dal Moscato rosé varietale piemontese (10%) e dal rosato franciacortino (6%). Distanziatissimi tutti gli altri, capitanati da Trento Doc (700.000 pezzi scarsi, 3%), i millesimati piemontesi e via via tutti gli

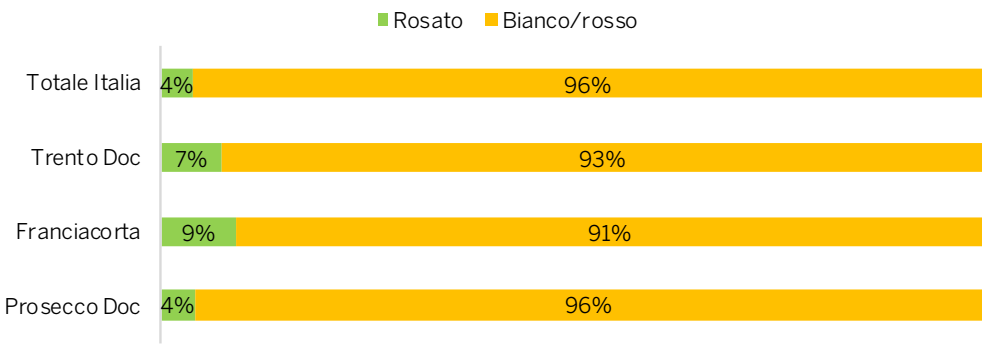
altri con quote inferiori all'1% (*tabella 2*). Per finire, il peso della tipologia rosato sul totale spumanti nazionale sta attorno al 4%, allineato a quello del neonato Prosecco, con punte del 9% per la Franciacorta e del 7% per il Trento Doc (*grafico 3*). A livello regionale, la maggiore incidenza di rosati la si ritrova in Calabria e Puglia, regioni dai numeri relativi molto piccoli, mentre sulle grandi Veneto e Piemonte viaggiano tra 3 e 5%, con quote che salgono sopra il 10% per Lombardia ed Emilia Romagna. Buona anche la presenza di spumanti rosa in Sicilia, che totalizza un 14% (1.100 ettolitri su 8.000 circa spumantizzati).

Tabella 2. I più prodotti

	Bottiglie	Quota %
Prosecco spumante rosé	16.848.564	68,1%
Moscato rosé varietale (Piemonte)	2.556.811	10,3%
Franciacorta rosato	1.528.071	6,2%
Trento rosato	688.235	2,8%
Spumanti mill. rosati (Piemonte)	571.495	2,3%
Emilia Lambrusco rosato	442.647	1,8%
Moscato rosé varietale (Lombardia)	240.680	1,0%
Pinot Rosato varietale (Lombardia)	230.733	0,9%
Bardolino Chiaretto spumante	188.000	0,8%
Lambrusco rosato di Modena spumante	180.653	0,7%
Pinot Rosato varietale (Piemonte)	112.631	0,5%
Rubicone rosato spumante	98.097	0,4%
Oltrepò Pavese Met. Class. Pinot nero rosé	94.108	0,4%
Alta Langa rosato	89.272	0,4%
Venezia rosato spumante	80.289	0,3%
Lambrusco di Sorbara rosato spumante	77.793	0,3%
Altri	723.003	2,9%
Totale	24.751.082	100%



3. Quote rosati su produzione spumanti Dop-Igp-varietali



PROGETTOROSA
IL TERZO COLORE DEL VINO

Un prodotto per l'estero?

IL PROSECCO ROSÉ

alla prova del mercato italiano e nelle parole dei produttori

Riuscire a prevedere come evolverà il mercato fa di un imprenditore un uomo di successo. Nel caso del Prosecco rosé, in virtù dei primi riscontri, l'idea di mettere sotto lo stesso cappello - o, meglio, nella stessa bottiglia - una tendenza già in atto, come quella della crescita nei consumi di vini spumanti, e una in divenire, l'aumento della richiesta di vini rosa, pare destinata a portare la Denominazione verso nuovi successi. Come abbiamo visto nella panoramica sui dati (vedi articolo alle pagg. 12-15), quando si muove il Prosecco i volumi sono subito importanti, tanto da conquistare - a soli sei mesi dal lancio della nuova tipologia - la leadership nel segmento "spumanti rosa". Quello che altri territori esprimerebbero come un piccolo esperimento sul mercato, nel caso del Prosecco acquisisce un peso specifico così alto da cambiare gli equilibri generali. Insomma, oltre 16 milioni di bottiglie come "lancio" non è cosa da poco, ma come e dove sono state vendute? Ovviamente i dati di dettaglio non sono ancora disponibili, meglio dunque cercare di capire come il prodotto si è mosso - intanto in Italia - e qual è stato il processo che ha portato le grandi aziende a scommetterci.

Dai due approfondimenti che seguono emerge nettamente la sensazione che, per motivi contingenti e scelte strategiche, si è puntato innanzitutto sull'estero. I volumi presenti e "lavorati" sul mercato italiano sono ancora piccoli, concentrati quasi esclusivamente in Gdo, mentre l'e-commerce è in attesa di un lancio vero e proprio e l'Horeca aspetta, invece, di poter riaprire per fare nuovi ordini. In ogni caso tutti e tre i canali sembrano convinti che c'è un futuro di successo per il Prosecco rosé, purché sia supportato da adeguate campagne di comunicazione e promozione.

Sul piano produttivo alcune grandi aziende hanno raccontato la genesi del prodotto ma anche gli obiettivi strategici che si aspettano da questa nuova tipologia, a cominciare dall'ampliamento di gamma ma con un orientamento chiaro verso la fascia premium del segmento. Insomma, si tratta di certo di una partenza "lanciata", corredata da previsioni ottimistiche. Se, poi, il Prosecco rosé aiuterà il consumo di Prosecco in generale, o magari sarà solo capace di "spostare" consumatori da una tipologia all'altra nella Denominazione, se farà crescere i consumatori di vino spumante o quelli di vino rosa, è ancora tutto da vedere.

di FABIO CIARLA

Motivi contingenti e scelte strategiche hanno fatto sì che la nuova tipologia della Doc spumantistica condivisa da Veneto e Friuli debuttasse al di fuori dei confini nazionali, muovendo numeri subito importantissimi in rapporto alle produzioni tricolori di settore. Ma l'ottimismo regna anche tra i produttori e gli operatori del mercato di casa nostra

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

PROGETTOROSA
IL TERZO COLORE DEL VINO

LA PAROLA ALLE AZIENDE

Opportunità da sfruttare
per avvicinare nuovi
consumatori al Prosecco

di ANDREA DONÀ

Il primo approccio al Prosecco rosé di quattro grandi aziende nelle parole dei protagonisti, ai quali abbiamo chiesto di raccontare la scelta produttiva, i dati tecnici e commerciali delle etichette proposte, i mercati di riferimento e gli obiettivi futuri. Nonostante la difficile situazione sanitaria ed economica globale emerge tuttavia una certa fiducia sul futuro della nuova tipologia dalle parole

di Francesca Benini (Cantine Riunite & Civ), Sandro Bottega (Bottega), Alberto Serena (Montelvini) e Alessio Del Savio (Mionetto)



FRANCESCA BENINI
Sales & marketing director
Cantine Riunite & Civ



SANDRO BOTTEGA
Presidente e managing
director Bottega Spa



ALBERTO SERENA
Ceo Montelvini Srl



ALESSIO DEL SAVIO
Managing director
& technical director
Mionetto Spa

LA SCELTA PRODUTTIVA
E IL POSIZIONAMENTO

“Crediamo fermamente che il mercato italiano, sulla scia del successo registrato dagli spumanti rosati nei mercati internazionali, sia pronto per cavalcare il trend della bollicina rosé con opportunità di sviluppo davvero molto interessanti.

In questo scenario siamo stati fra i primi a lanciare due diverse linee: il Prosecco Doc rosé di Cantine Maschio per il canale moderno, a scaffale in Italia già da novembre del 2020, e Maschio dei Cavalieri per il canale Horeca. I due prodotti si differenziano innanzitutto per la selezione delle basi: vigneti più vocati per Maschio dei Cavalieri, più tradizionali per il rosé di Cantine Maschio. Il Prosecco Doc rosé nasce da Glera (85-90%) e Pinot nero vinificato in rosso (10-15%), con rese generalmente più basse rispetto ai complementari della versione bianca.

La durata della permanenza in autoclave per l'elaborazione è di 60 giorni, ossia il doppio rispetto alle altre produzioni. Ne deriva che il processo produttivo è più articolato e oneroso. Questa prima considerazione, unita al fatto che nel percepito del consumatore il Prosecco rosé viene vissuto come prodotto elegante, raffinato e distintivo, ci ha portato a definire un prezzo di posizionamento fra quelli del Prosecco Doc e del Docg.

Nello specifico si tratta di due fasce di prezzo differenti, 16-18 € per Maschio dei Cavalieri e 6,5-7,5 € per Maschio (prezzo a scaffale). Sfruttando poi la leadership e il successo del formato 20 cl, abbiamo appena lanciato

il Prosecco Doc rosé nel formato piccolo per entrambe le linee, convinti che possa rappresentare un ulteriore punto di forza.”
Francesca Benini (sales & marketing director Cantine Riunite & Civ)

“La scelta di produrre Prosecco rosé è stata in qualche modo una risposta a un mercato che, oggi, è molto più interessato e attento nel consumare vini rosati, siano essi fermi o spumanti. Inoltre riteniamo che questo prodotto permetterà di far riscoprire la tradizione vinicola veneta che, oltre al Prosecco, ha sempre avuto un occhio di riguardo per gli spumanti rosati. Mi riferisco in particolare alle versioni a base di Pinot nero e Raboso, oltre al blend di Glera e Raboso. Per questo abbiamo appoggiato da subito e con entusiasmo la scelta del Consorzio, tant'è che una nostra prima autoclave era già pronta a iniziare la fermentazione ad agosto del 2020. Il nostro Prosecco rosé nasce dalla grande esperienza che possiamo vantare nella produzione di vini spumanti, ma con uve qualitativamente superiori. Il prodotto è frutto di una lavorazione molto elaborata, che si sviluppa in un tempo più lungo rispetto al Prosecco classico, capace di donare eleganza e struttura. Nel posizionamento del prezzo abbiamo deciso di aggiungere un 10% al valore medio del Prosecco Doc, realizzando due versioni: un Prosecco Doc rosé intorno agli 8 € e una versione 'Pink', dove la componente di Pinot nero è davvero

eccezionale nel suo aroma di fragola ma anche nell'intensa freschezza e decisa struttura, che si posiziona nella fascia 22-24 €.”
Sandro Bottega (presidente e managing director Bottega Spa)

“Da diversi anni riteniamo molto interessante proporre un Prosecco rosé, idea supportata da analisi di mercato che ci indicavano una clientela matura e curiosa. Attenzione che aumentava ulteriormente grazie alla presenza in commercio di prodotti analoghi. Per partire erano necessarie regole condivise e la creazione della Doc, non appena si sono realizzate entrambe ci siamo fatti trovare pronti e con le idee chiare. Siamo usciti sul mercato con due versioni: il Prosecco rosé Doc linea 'Promosso' e il Prosecco rosé Treviso Doc linea 'Serenitatis', ottenuto dai vigneti maggiormente vocati e da uve (specie quelle di Pinot nero) che per qualità e selezione sono a livello dei prodotti Docg. Il pricing risulta coerente con la nostra attuale strategia a livello 'premium', inserendosi tra la Doc Treviso e l'Asolo Docg, ovvero 10 € per il 'Serenitatis' e 8 € per il 'Promosso’.”

Alberto Serena (ceo Montelvini Srl)

“Mionetto è una delle aziende leader del settore Prosecco - prodotto che rappresenta il core business della Cantina - e quindi ci è sembrato giusto cogliere l'opportunità creata

dalla modifica del disciplinare del Consorzio, riguardante appunto la produzione del nuovo Prosecco rosé Doc. Con questo arricchimento della nostra gamma ci auguriamo di avvicinarci ancor più all'ampia fascia di consumatori amanti dei vini rosati (sia secchi che spumanti).

Nel nostro catalogo abbiamo già alcune cuvée di spumanti rosati metodo Charmat, come ad esempio la Cuvée Sergio Rosé Luxury Collection (Raboso 70%, Lagrein 30%), pensata e realizzata per il canale Horeca che, tra l'altro, sta dando ottimi risultati. Anche per questo la nostra proposta è stata divisa in due linee: Luxury, dedicata all'Horeca con un packaging e una bottiglia molto elegante, e Prestige Collection, di cui abbiamo presentato recentemente il nuovo restyling, destinata al mercato internazionale (sia off trade che on trade) e alla Gdo italiana. Il prezzo della versione Luxury si trova in una fascia alta, ovvero tra il 10 e il 15% in più del Prosecco bianco, anche perché frutto di un uvaggio selezionato e di una lavorazione molto più lunga (fino ad 80-90 giorni per la presa di spuma). Inoltre poiché realizzavamo già la versione da 20 cl per il Prosecco bianco - che sta andando molto bene all'estero, soprattutto in Germania e negli Usa - abbiamo deciso di proporla anche per il Prosecco rosé e stiamo valutando come posizionarla”.

Alessio Del Savio (managing director & technical director Mionetto Spa)

NON RESISTE SOLAMENTE ALLE FESTE



VIVA®

I tappi VIVA® creati per dare
la massima tenuta alle pressioni
elevate con la qualità e l'affidabilità
produttiva garantite dalle nostre
tecnologie più avanzate.

Per questo e per molti altri motivi
è la chiusura ottimale di alcuni
dei migliori spumanti al mondo.

OGGI CELEBRIAMO PER IERI E PER DOMANI



MASILVA
WEARECORK

Leader tecnologico dal 1972

it
t
n
a
m
n
d
s

PROGETTOROSA

IL TERZO COLORE DEL VINO

I DATI DI PRODUZIONE

➡ Segue da pagina 17

La nostra produzione è partita immediatamente subito dopo il placet del Consorzio, con l'obiettivo di iniziare a distribuire e vendere preferibilmente sul mercato estero oltre che in Italia. Abbiamo chiuso il primo anno con circa 400.000 bottiglie, mentre per il 2021 prevediamo di realizzare circa 2,5 milioni di pezzi su una produzione aziendale di 32 milioni di bottiglie".

Alessio Del Savio (managing director & technical director Mionetto Spa)

Considerando il periodo da novembre 2020 (data di commercializzazione in Italia con vendemmia 2019) a fine marzo 2021, la quota del rosé rappresenta circa il 10% del totale dei nostri volumi di Prosecco Doc. Fare una stima per il 2021 è, al momento, complicato perché dipende da diversi fattori come l'andamento della pandemia, la stabilizzazione della situazione nel Regno Unito post Brexit e le difficoltà logistiche attualmente presenti verso i mercati del Centro e Nord America".

Francesca Benini (sales & marketing director Cantine Riunite & Cív)

Nella prima annata, il 2020 appunto, abbiamo avuto una produzione di circa 48.000 bottiglie mentre per il 2021 prevediamo di arrivare ad almeno 400.000 pezzi, volume che rappresenta il 10% del totale da noi prodotto per la linea Prosecco, su un totale di 4,5 milioni. Valore, questo, assolutamente in linea con la forbice elaborata dal Consorzio (10-15%) che dovrebbe rappresentare una dimensione opportunamente assorbibile dal mercato sia nazionale che internazionale".

Sandro Bottega (presidente e managing director Bottega Spa)

Siamo partiti con 50.000 bottiglie nel 2020 (annata 2019) mentre quest'anno prevediamo di arrivare almeno a 350.000. Su un totale di 7 milioni di pezzi, sulla tipologia Prosecco, il rosé rappresenta il 5%; quota che ci pone leggermente sotto la fascia indicata dal Consorzio (10%) in quanto nel calcolo non teniamo conto dello spumante senza denominazione".

Alberto Serena (ceo Montelvini Srl)

LE STRATEGIE DI MERCATO

La nostra strategia prevede, per questo anno, di andare con il Prosecco rosé per il 65% sul mercato estero, dove la percentuale maggiore (90%) sarà rappresentata dall'Europa con il contributo determinante di Gran Bretagna e Francia (4° Paese consumatore di Prosecco), che mostrano gli incrementi maggiori rispetto agli anni passati, e la Russia che da sola copre il 50% dell'estero. Più ridotti invece i volumi per Usa e Canada (10%). All'Italia andrà la restante parte del 35%. I principali canali di distribuzione sono Horeca (80%) e Gdo (20%) e al momento non siamo molto interessati a investire sui grandi players dell'e-commerce, anzi abbiamo realizzato un nostro shop on line che ha da poco compiuto il suo primo anno di vita. Tornando al rosé, per noi questa è una fase di analisi e studio di alcuni fattori variabili: tempi di ripartenza dei consumi, eventuale quota del Prosecco bianco 'cannibalizzata' dal rosé e composizione della clientela (ovvero il mix tra i nuovi clienti che riusciremo a raggiungere e la clientela fidelizzata che deciderà di ampliare la propria domanda). Superata l'attuale fase di curiosità,

occorrerà capire su quali valori effettivi il mercato si stabilizzerà prima di decidere se fare ulteriori investimenti per aumentare la nostra capacità produttiva".

Alberto Serena (ceo Montelvini Srl)

La nostra rete di consorelle dislocate in 70 Paesi nel mondo, ci consente di avere un fortissimo grip internazionale tant'è che esportiamo la maggior parte della nostra produzione nel mercato Usa, seguito poi da Germania, Belgio, Polonia, Repubblica Ceca, Romania e Gran Bretagna. A livello azienda, la suddivisione per canale è tra Horeca e Gdo (qui il Prosecco rosé sarà presente già a partire da questo 2021). Chiaramente la strategia per questo nuovo prodotto vuole ottenere un duplice effetto: completamento della gamma e consolidamento delle quote di mercato, soprattutto all'estero".

Alessio Del Savio (managing director & technical director Mionetto Spa)

Abbiamo impostato una strategia a più step, a una fase iniziale di progettazione e di inserimento distributivo faremo seguire il supporto il sell out nella fase successiva, al fine di intercettare e soddisfare la domanda presente in nuovi segmenti di mercato, ovviamente differenziandoci tra Italia ed estero. Questo perché per l'Italia il consumo dei rosati è ancora contenuto, mentre il trend delle bollicine, specie su un target prettamente femminile che ricerca eleganza e raffinatezza, è in continua crescita. Sul mercato estero abbiamo attese diverse in base alle aree di riferimento: negli Usa ad esempio, i rosati hanno avuto una crescita esponenziale negli ultimi 4 anni (+40% l'anno); stesso discorso per mercati europei come Gran Bretagna o Francia (che ha il trend europeo di crescita più alto per il consumo dei rosé), dove vogliamo sviluppare con il nuovo Prosecco quanto abbiamo già consolidato con l'attuale catalogo; riteniamo poi molto interessanti i numeri e i trend di alcuni

Continua a pagina 21 ➡

FINALtouch®
WINE PERFECTION

POP

Mannoproteine per raggiungere la perfezione dei vini effervescenti

Comète and Co - comete-co.com - 04/2021

Final touch POP è una soluzione unica a base di mannoproteine liquide, formulata specificamente per il miglioramento della qualità dei vini effervescenti. **Final touch POP** migliora sensibilmente le qualità organolettiche e la stabilità tartarica dei vini effervescenti preservando l'eleganza, la freschezza e l'equilibrio grazie all'azione colloidale delle mannoproteine che la compongono. **Final touch POP** si impiega immediatamente prima dell'imbottigliamento nei vini frizzanti e spumanti ottenuti con il metodo Charmat/Martinotti.

OENOBRA S S

Parc Agropolis II - Bât 5
2196 Boulevard de la Lironde
CS 34603 - 34397 Montpellier Cedex 5
RCS Montpellier - SIREN 521 285 304

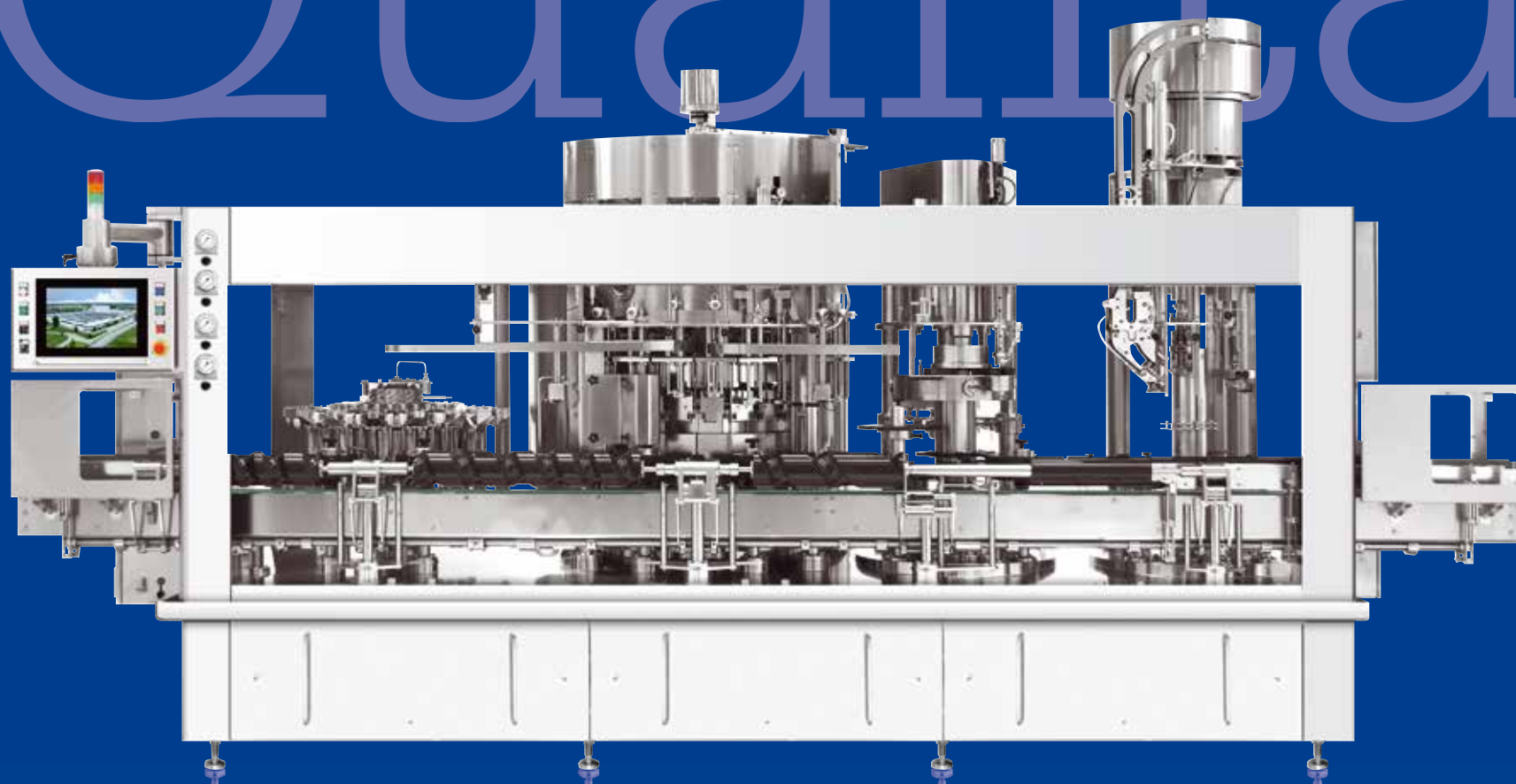
info@oenobrand.com
www.oenobrand.com

DISTRIBUTORE:

Via Cjarbonaris, 19
34076 Romans d'Isonzo GO
Tel: +39 0481 91008
info@corimpex.it

CORIMPEX
Balance your Service

Qualità



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



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

GAI



➡ Segue da pagina 19

LE STRATEGIE DI MERCATO

Paesi dell'Europa dell'Est come Polonia, Paesi Baltici, Romania e Repubblica Ceca, per citarne alcuni. Considerando che complessivamente la nostra produzione viene equamente distribuita tra Italia ed estero e che i nostri canali di vendita sono la Gdo (80%) e l'Horeca (20%), gli obiettivi che ci prefiggiamo non sono solo di sviluppare il fatturato ma anche di migliorare il posizionamento di immagine della azienda e del territorio. Il Prosecco viene considerato la bollicina italiana nel mondo, in questo devo dire che il Consorzio ha lavorato davvero bene dal punto di vista della comunicazione e della promozione, e il rosé potrebbe essere un ulteriore elemento per raccontare il territorio".

Francesca Benini (sales & marketing director Cantine Riunite & Civ)

Per quanto riguarda la distribuzione, noi destiniamo il 60% al mercato Europa (con l'Italia che si assesta su un 18%), il 20% alle Americhe e il rimanente 20% al resto del mondo. All'estero i due principali canali di vendita si ripartiscono equamente il mercato, on-trade e off-trade, quest'ultimo per noi si differenzia in diversi sottocanali come i duty free, le compagnie aeree, i negozi specializzati, le catene di supermercati 'premium' e l'e-commerce. In Italia, invece, abbiamo un tipo di distribuzione leggermente più a favore dell'Horeca (60%) rispetto alla Gdo (40%), poiché preferiamo mantenere alto il posizionamento di tutti i nostri prodotti e quindi anche del Prosecco rosé. L'opportunità di business che stiamo cogliendo ha lo scopo di completare la gamma e ampliare l'offerta con un nuovo prodotto che non vuole fare concorrenza, né cannibalizzare la linea del Prosecco Doc bianco. La nostra strategia, infatti, prevede di consolidare il mercato attuale che a nostro avviso è molto interessato al Prosecco rosé soprattutto in una fascia di consumatore prettamente femminile che chiede un prodotto diverso, più raffinato e dal packaging accattivante. Infine vogliamo raggiungere anche quel target di clienti che oggi non ama particolarmente il Prosecco bianco perché non ne apprezza le caratteristiche organolettiche, o perché non lo ritiene idoneo al consumo durante il pasto".

Sandro Bottega (presidente e managing director Bottega Spa)

DOSSIER SPUMAN TI

PROGETTOROSA

IL TERZO COLORE DEL VINO



GLI OBIETTIVI

L'obiettivo che ci poniamo con questa scelta produttiva è quello di consolidare il valore dell'azienda sul mercato, farci conoscere per la qualità e la passione che mettiamo nel nostro lavoro. Vogliamo costruire un marchio che sia vittorioso nel tempo. La risposta dei consumatori al momento sembra essere estremamente positiva, sia in Italia che all'estero. Considerando che siamo presenti in oltre 140 Paesi sarà interessante, nei prossimi mesi, analizzare in dettaglio i risultati delle diverse aree. Al momento siamo in una fase di grande curiosità da parte di tutti coloro che hanno voglia di provare un prodotto elegante ma gustoso, dotato di grande acidità e più facilmente abbinate. Di certo la pandemia ha fortemente condizionato l'esordio del Prosecco rosé, specie nel segmento Horeca ancora oggi bloccato e segnato dai diversi lockdown. La prossima sfida che dovremo affrontare, con il supporto del Consorzio, sarà quella di migliorare non solo l'immagine del comparto ma anche la longevità del Prosecco. Oggi grazie alle tecniche di altissimo livello sperimentate nella Docg è possibile allungare la sua vita fino a sette anni, contro gli attuali due. Non basta vendere la freschezza del Prosecco ma occorre garantire che questa venga mantenuta nel tempo, in questo percorso l'inserimento della versione rosé è stato un

passaggio evolutivo fondamentale".

Sandro Bottega (presidente e managing director Bottega Spa)

La nostra strategia è chiara: raggiungere un segmento di consumatori non ancora esplorato e arrivare nei prossimi 3 anni a ottenere risultati significativi in termini di fatturato, ovvero un aumento tra il 3 e il 5%. Ci aspettiamo una crescita non tanto legata a maggiori volumi di vendita, quanto alla possibilità di cogliere nuovi clienti che fino a ieri non eravamo in grado di raggiungere, una fascia nella quale privilegiare la qualità del prodotto e del packaging senza perseguire una logica di mero ribasso dei prezzi. Confidiamo di mantenere le nostre quote di mercato sia in Italia che all'estero - dove Usa e Gran Bretagna sono mercati maturi e con quote consolidate ma pur sempre in continua crescita - cercando di posizionarci anche in altre realtà molto interessanti come l'Europa dell'Est (Polonia, Repubblica Ceca, Lituania ma anche Kazakistan) che sta dimostrando un grande interesse e una predilezione per la bollicina. I risultati, per questo 2021, restano vincolati all'andamento della pandemia, che ha condizionato anche l'esordio del rosé, soprattutto per noi che puntiamo molto sul canale Horeca, per quanto è ormai evidente che si

tratta di una crisi congiunturale e non strutturale. Sicuramente una ripartenza dei consumi già da questa estate aiuterebbe ad essere più confidenti sulle nostre previsioni, ma sappiamo anche che sarà necessario attendere almeno un biennio per tornare ai risultati pre-pandemici e ricominciare a correre. Crediamo che il Consorzio abbia lavorato davvero bene in questi anni, specie nella comunicazione e nella promozione del nostro territorio, ma forse non ha tutte le leve per spingere l'intero movimento del Prosecco verso l'alto sia in termini di immagine che di valori commerciali. Ci attendono decisioni importanti nei prossimi mesi, ci sono migliaia di ettari di Glera che al momento - fortunatamente agguanto - non sono ancora entrati nella Doc".

Alberto Serena (ceo Montelvini Srl)

Tra i nostri obiettivi oltre alla crescita del fatturato (ma non del volume) abbiamo anche l'intenzione di raggiungere mercati inesplorati come il Sud Est asiatico o l'Australia, verso i quali il Prosecco rosé Doc potrebbe funzionare come interessante 'apripista'. Al momento, sebbene la pandemia abbia sicuramente ostacolato l'esordio del rosé, registriamo un grandissimo interesse ed entusiasmo nel mercato statunitense. Questo grazie anche alla nostra consorella locale che ha svolto un lavoro molto efficace in termini di comunicazione e diffusione, nonostante tutte le complica-

zioni che si possono facilmente immaginare. Se quest'estate ci dovesse essere una totale riapertura - in sicurezza, ovviamente - siamo convinti che il mercato esploderà, a tal proposito stiamo seguendo con grande interesse quello che accade in Gran Bretagna dove nel primo weekend dopo le restrizioni ristoranti e pub sono stati letteralmente presi d'assalto".

Alessio Del Savio (managing director & technical director Mionetto Spa)

Analizzando con molta attenzione i primi dati disponibili possiamo dire che la risposta del consumatore è positiva. È necessario però tener conto che le vendite, non solo in Italia ma anche sui mercati esteri, si sono concentrate prevalentemente sul canale off trade (Gdo e Retail) a causa delle limitazioni governative per il canale on trade. Ne consegue che è relativamente presto per trarre delle conclusioni sull'effettivo appeal che questo nuovo prodotto avrà per il consumatore finale. Sono da sempre un'ottimista e credo che se durante l'estate l'Horeca avrà la possibilità di ripartire, il grande desiderio di 'new normal' che abbiamo dovuto reprimere in questo ultimo anno, si rifletterà positivamente sulle vendite. Per tornare ai livelli pre Covid, però, occorrerà attendere almeno la fine del 2022".

Francesca Benini (sales & marketing director Cantine Riunite & Civ)

Andrea Donà



OTTIMIZZA I TEMPI DEL REMUAGE CON LEVULIA AGGLO



IL LIEVITO PER UNA PRESA DI SPUMA SEMPLICE E VELOCE

LEVULIA AGGLO è un lievito selezionato per le sue caratteristiche genetiche legate all'adesione tra cellula e cellula, che avviene grazie a una specifica famiglia di proteine della parete cellulare chiamate flocculine. Le sue caratteristiche permettono di **sedimentare più facilmente e velocemente** nel collo della bottiglia, rendendo così più semplice la sua eliminazione durante il degorgement.

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





TAPPI A VITE IN ALLUMINIO

FEDERFIN TECH

produce, crea e distribuisce **tappi in alluminio a vite** per bottiglie di vino, liquori, olio, aceto e **teste capsulatrici*** in tutto il mondo.

Lo stabilimento di 20.000 mq di Tromello si avvale di macchinari innovativi, modernissimi, efficienti e flessibili nella produzione delle svariate tipologie di tappi in alluminio, che le consentono di essere leader nel campo delle chiusure a vite.

Il management aziendale si avvale di **un'esperienza trentennale** nel mondo dei tappi, con uffici commerciali in Francia, Germania, Olanda, Austria,

Spagna, Portogallo, Cile, Argentina, Norvegia, Belgio, Finlandia, che hanno consentito di raggiungere nel 2019 il traguardo del miliardo e 400 milioni di tappi venduti nel mondo.

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**.



* Teste capsulatrici

Visita il nostro sito
www.federfintech.com

o chiamaci allo
0382/809124

PROGETTOROSA

IL TERZO COLORE DEL VINO



Il Prosecco rosé è arrivato sugli scaffali e nelle vetrine online da troppo poco tempo per fare un bilancio dettagliato del suo impatto; in ambito Horeca la situazione è ancora più complicata per via delle chiusure in atto, ma alcuni segnali di interesse si possono già notare. Quello che emerge dalle parole di Tannico, Vivino, Callmewine e Vino.com, Esselunga, Todis, Coop Italia e Partesa è però un generale ottimismo sul futuro della tipologia, anche se non manca qualche distinguo

Gdo, e-commerce e grossisti: pochi numeri e tante sensazioni, tutte positive

di OMAR BISON

È ancora presto per avere una tendenza definita di mercato e una prospettiva chiara, eppure il Prosecco rosé da fine 2020 ha fatto capolino su quasi tutti gli scaffali della Grande distribuzione organizzata, è presente nei listini dei giganti dell'e-commerce e dei grossisti dell'Horeca, sperando il canale possa presto aprire e rilanciarsi. Dati difficili da sommare e da interpretare, ma la lettura che ne danno gli operatori commerciali è omogenea e volta all'ottimismo: il rosa "tira" nel mondo e il Prosecco ha mercato, l'abbinata dunque non potrà che risultare premiante, soprattutto all'estero. È un prodotto che andrà ad aggiungere qualcosina alla quota attuale di Prosecco Doc venduto, ma tendenzialmente ci sarà un rimescolamento interno tra i prodotti espressi dalla denominazione e qualche piccolo spazio conquistato nel mondo bollicine; è un prodotto che in abbinamento esprime una versatilità più ampia della maggior parte delle bollicine e che per questo godrà di una platea di consumo potenziale più grande.



MAURO BRICOLO

E-COMMERCE

TANNICO ne sta proponendo poche unità e non riesce a raccogliere ancora uno spaccato significativo su questa tipologia. VIVINO, invece, non ha ancora nessun prodotto a catalogo: "Tuttavia - puntualizza **Mauro Bricolo**, country manager Italy - essendo Vivino anche un market place, alcuni clienti nei propri spazi e nelle proprie vetrine stanno proponendo Prosecco rosé Doc. A breve, comunque, lo inseriremo tra le nostre referenze dirette e credo si possa parlare di una tipologia destinata ad avere successo. Ne ho personalmente degustato qualcuno e trovo che la qualità sia piuttosto alta. È un prodotto interessante e versatile negli abbinamenti".



PAOLO ZANETTI

CALLMEWINE al momento propone tre etichette: Bosco del Merlo (in vendita dall'11 novembre 2020), Paladin (dal 9 novembre 2020) e Ruggeri (dal 1° marzo 2021). "Complessivamente ne vendiamo un centinaio al mese - sostiene il fondatore e ceo **Paolo Zanetti** - e ci sembra stia conquistando spazio a discapito di altre tipologie di Prosecco ma soprattutto di altri spumanti metodo Martinotti. Natale è andato bene e immaginiamo sarà un crescendo nei mesi a venire. In ogni caso aumenteremo le referenze dopo aver valutato le proposte delle cantine e assaggiato il prodotto".



ANDREA NARDI DEI

Conferme arrivano pure da VINO.COM: "Solo recentemente i numeri del Prosecco rosé sono diventati rilevanti - afferma il presidente e amministratore delegato **Andrea Nardi Dei** -. Per quanto ci riguarda, nel primo trimestre di quest'anno ha rappresentato il 26% delle vendite dell'intera denominazione. Si tratta di un dato molto incoraggiante, destinato a crescere ulteriormente nei prossimi mesi".

GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

Attualmente le referenze di Prosecco rosé Doc in ESSELUNGA sono tre e a breve verrà inserita una quarta etichetta. "Nei prossimi mesi - sottolineano - valuteremo l'andamento della nuova denominazione. A Natale con due delle attuali referenze, non avendo un piano promozionale dedicato, la performance non è stata rilevante. Per avere successo è indispensabile far conoscere i prodotti e auspichiamo che il Consorzio Prosecco Doc contribuisca a valorizzare e a promuovere la denominazione investendo in comunicazione. A Pasqua, pur essendo lontani dai risultati della più nota e storica denominazione di Prosecco Doc e Docg, le vendite sono andate meglio".

Tendenze confermate dal mondo TODIS: "C'è una crescita tendenziale del vino rosé in generale, sia fermo che spumante. Nonostante sia una variante del Prosecco Doc di recente fattura e distribuzione - puntualizza il responsabile commerciale **Francesco Iuculano** - si avverte che è un prodotto in grado di esprimere una qualità più che alta e che per questo sembra destinato a farsi spazio sul mercato. Nel 2020 il Prosecco rosé ha raggiunto l'8% di tutto il mondo spumanti in Todis, dove sommiamo una cinquantina di referenze tra bollicine continuative e stagionali. Un risultato in linea con la crescita che ci ha visti da un paio d'anni aumentare il numero e la qualità media delle etichette. Nel 2020 abbiamo segnato un +220% nelle vendite vino rispetto al 2019. Non solo a Natale - conclude Iuculano - ma pure a Pasqua il Prosecco rosé ha avuto buoni risultati a



FRANCESCO IUCULANO



FRANCESCO SCARCELLI

conferma che c'è un consumatore, forse più femminile, che cerca la bollicina rosa. E questa, trainata dal brand Prosecco, può raggiungere dati interessanti. Siamo convinti avrà un mercato suo, aggiuntivo agli altri ai quali non toglierà spazio".

COOP ITALIA attualmente ha in vendita 5 referenze che coprono diverse fasce di prezzo: "Noi abbiamo attualmente in vendita dalle 5 alle 6 referenze di Prosecco rosé, che coprono le 5-6 fasce diverse di prezzo. Oggi il Prosecco rosé - puntualizza **Francesco Scarcelli**, responsabile Coop alcolici a gestione integrata - sia a valore che a volume vale il 4% della categoria Prosecco. Parliamo degli ultimi cinque mesi essendo entrato a scaffale a novembre. Non è un dato molto significativo in assenza di almeno un anno di vendita continuativa. Inoltre, in questi mesi oltre al lancio ci sono stati i due momenti di picco stagionale più importanti in assoluto che sono il Natale e la Pasqua nei quali abbiamo venduto, in promozione, il 60% di tutto il Prosecco rosé proposto sin dall'inizio. Ad oggi esprime il 20% di spazio a scaffale di tutta la categoria composta da 25 etichette. Guardando in prospettiva, saremo in grado di valutare il maggiore o minore successo del prodotto quando arriverà il lancio vero e proprio e fuori dalle stagionalità e quindi dalle promozioni. Da adesso e fino a novembre, quando verrà proposto in continuativo, si vedrà se avrà un senso avere 5 o 6 referenze. Ad oggi lo scaffale è già molto pieno. Se vedremo che il Prosecco rosé si venderà bene e a prezzo corretto in continuativo andremo ad aumentare il numero di etichette. Se vedremo che si venderà solo in promozione potremo anche diminuirle. Il gioco, comunque, si farà nei prossimi mesi. A sensazione credo che il prodotto sia stato costruito principalmente per il mercato estero. Rosé all'estero si vende bene, Prosecco si vende bene, quindi l'accoppiata sembra destinata ad avere successo. Nel mercato italiano potrà avere i suoi spazi che credo saranno sostituiti di altri prodotti. Poche le vendite aggiuntive".

GROSSISTI HORECA

"Il Prosecco rosé Doc - evidenzia **Alessandro Rossi**, wine manager in PARTESA SRL - è entrato in commercio da pochi mesi. Non abbiamo quindi ancora i dati relativi ai consumi nell'Horeca, mercato tra l'altro gravemente colpito dalla crisi, che ha visto e vede ancora molti locali chiusi. Sono questi i motivi che ci portano a parlare di sensazioni da raccontare e non di trend del mercato. Il Prosecco, che oggi possiamo definire un vero e proprio brand e non più solo una categoria, traina il mercato mondiale delle bollicine, valorizzando una tipicità puramente italiana e il nuovo nato, nella versione rosé, risulta sicuramente interessante, soprattutto tra le nuove generazioni, che hanno vedute più ampie e senza preconcetti. In Italia la produzione di rosé è sempre stata delegata a pochi territori di elezione, caratterizzati dalle loro tipicità, tra i quali la Puglia, l'Abruzzo e il Trentino Alto Adige, mentre per i nostri vicini d'Oltralpe la tipologia è entrata nelle produzioni di molte cantine, in tutto il Paese, che agiscono come una vera e propria squadra, generando cultura su questa tipologia di prodotto. Se i produttori del nostro Paese riusciranno a prendere spunto dai nostri vicini francesi, unendosi e presentandosi, soprattutto all'estero, come un unico brand, sono certo che il mercato risponderà in modo positivo. Noi in Partesa analizzeremo l'andamento del Prosecco rosé, per valutare l'eventuale ampliamento delle etichette di questa categoria, sulla quale siamo confidenti e che, grazie alla sua versatilità, soddisferà i consumatori e ne tratterà i consumi".



ALESSANDRO ROSSI

ROAD TO BUBBLES

HARMONY REFINE

PREPARARE ALLA BOTTIGLIA



FERVENS BRIO

PREPARARE IL PIED DE CUVE



WYNTUBE SPUMA

GESTIRE LA RIFERMENTAZIONE



WYNTUBE PROLIFE

PREPARARE IL VINO BASE



FRESCHE BOLLICINE

PERLAGE ELEGANTE E AROMI AL TOP!



www.dalcin.com

bertolaso

CASE HISTORY CANTINE PIROVANO - BERTOLASO



Beatrice,
Vittoria,
Enzo
e Laura
Pirovano



L'incremento delle proprie esportazioni verso tanti Paesi differenti ha posto Cantine Pirovano davanti alla necessità di effettuare continui cambi formato. Le due nuove linee di imbottigliamento complete e automatiche costruite da Bertolaso, grazie alla loro versatilità, hanno permesso di rispondere a questa esigenza semplificando notevolmente tutto il processo



Quando la flessibilità diventa un must

Cantine Pirovano affina e imbottiglia vini provenienti da diverse zone del Nord, Centro e Sud Italia. L'azienda venne fondata nel 1910 dai fratelli Antonio e Costantino Pirovano, che trasformarono l'attività paterna (una locanda per la mescita del vino) in una piccola ditta artigianale per l'imbottigliamento del vino e la rivendita all'ingrosso, ampliando via via negli anni la gamma dei fornitori. Oggi le redini sono in mano alla quarta generazione della famiglia, rappresentata da Enzo Pirovano, affiancato dalla moglie Laura e dalla figlia maggiore Beatrice. La sede principale è situata a Calco, in provincia di Lecco, su un'area di 45 mila metri quadri, dove l'anno scorso è stata ultimata la costruzione di un nuovo magazzino. Dal 1997 la famiglia Pirovano è proprietaria anche dell'azienda agricola Terre Bentivoglio, una tenuta di 90 ettari nell'Oltrepò pavese dove si coltivano i principali vitigni della zona e si produce Barbera, Bonarda, Pinot nero, Pinot grigio, Riesling e Chardonnay, oltre a spumanti sia con metodo Charmat che con metodo classico. In totale l'azienda vende ogni anno 30 milioni di bottiglie, sia sul mercato italiano (direttamente alla Grande distribuzione oppure tramite grossisti) che su quello estero, quest'ultimo cresciuto notevolmente negli ultimi 5-6 anni, fino ad arrivare a coprire più del 40% del fatturato. La produzione è estremamente diversificata perché deve rispondere all'ampio ventaglio di esigenze di un mercato di riferimento molto variegato, ed è proprio questo il presupposto che ha portato Cantine Pirovano a rivolgersi a Bertolaso per l'installazione di due nuove linee complete automatiche caratterizzate da una grande versatilità.

Flessibilità nei cambi formato

“La motivazione che ci ha spinto ad acquistare gli impianti Bertolaso è stata la necessità di avere una maggiore flessibilità”, spiega **Beatrice Pirovano**, entrata in azienda nel 2014 dopo avere concluso gli studi in Economia a Londra, perfezionando così anche la sua conoscenza della lingua inglese. È soprattutto lei a fare da volano per l'export, ma rivolgersi a tanti Paesi diversi significa anche interfacciarsi con richie-

ste differenti per quanto riguarda sia le tipologie di vino che il packaging. “Ciascuna delle nazioni dove vendiamo i nostri vini ha la propria preferenza. Ad esempio, nei Paesi baltici e in Russia è molto richiesto il vino rosso in una bottiglia importante, particolare, con etichetta stampata oro, mentre Svezia e Norvegia preferiscono che il vino sia bio e l'etichetta semplice. Relativamente alle chiusure, per tanti Paesi stiamo adottando il microagglomerato, ma non per la Cina, che predilige il sughero monopezzo, mentre il tappo a vite va tanto in Inghilterra e Canada. Con la macchina che avevamo prima, nata per lavorare con lo stesso formato per una settimana o più, non riuscivamo più a gestire la produzione dovendo soddisfare così tante esigenze diverse. Basti pensare che per effettuare il cambio formato dovevamo stare fermi mezza giornata, perché erano necessari degli interventi manuali per la sostituzione dei pezzi. Con le nuove macchine di Bertolaso, invece, è veramente facile passare da un formato all'altro, così riusciamo a essere più flessibili e a organizzarci in poco tempo se arriva un ordine urgente. Inoltre, riducendo al minimo i tempi di fermo macchina si abbattano anche i costi di produzione”.

Le due nuove linee

Due sono le nuove linee Bertolaso installate presso Cantine Pirovano: una, di dimensioni più grandi, arrivata a ottobre 2020 e in funzio-



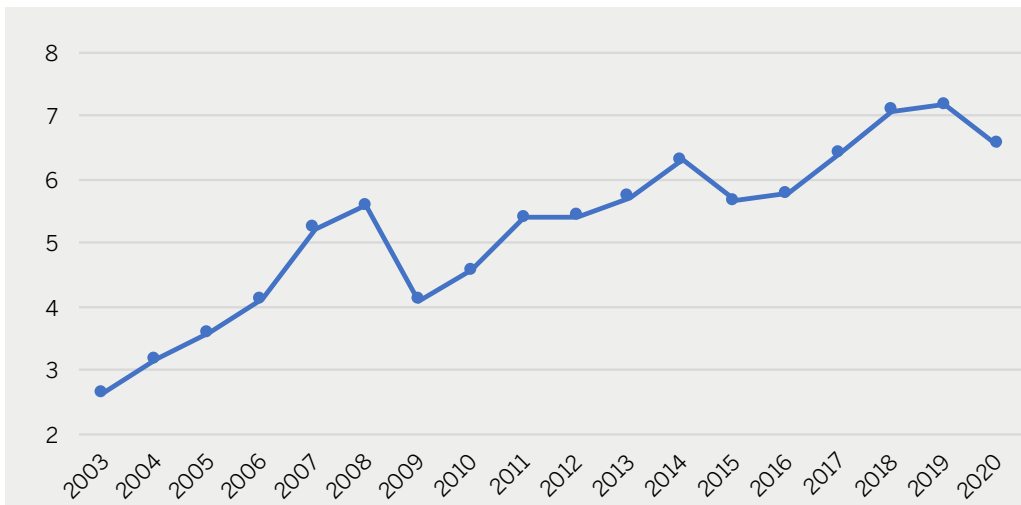
ne da dicembre, e una più piccola installata a gennaio di quest'anno. Si tratta di monoblocchi modulari automatici con postazioni di sciacquatura, riempimento e tappatura, dotati di PLC per la gestione elettronica di tutte le fasi del processo. La linea più grande, che opera a velocità da 9.000 a 12.000 bottiglie l'ora (a seconda dei formati), è adatta a vini fermi, frizzanti e spumanti. Gestisce bottiglie che vanno dai 250 ml a 1,5 litri, con diametri da 55 a 105 mm e altezze da 180 a 380 mm, tappi in sughero (raso collo o a fungo) e di alluminio a vite, e sovra-tappo in plastica per bottiglie di spumante. Si compone di una sciacquatrice a 54 ugelli fissi, una riempitrice isobarica a 72 rubinetti, due tappatori a 9 teste per la chiusura con tappi in sughero (uno per quelli raso collo e l'altro per i tappi a fungo), un tappatore a 8 teste per le chiusure a vite in alluminio e un secondo tappatore a 8 teste per applicare i sovratappi. La macchina attua in automatico: il pre-settamento della velocità di produzione in base al formato bottiglie da lavorare e l'autoregolazione della velocità in base al flusso bottiglie presente a monte ed a valle dell'uniblocco, il pre-settamento della macchina nel cambio formato bottiglia con regolazione in altezza, la regolazione del livello di riempimento relativo al nuovo formato.

La seconda linea è dedicata all'imbottigliamento di vino fermo in bottiglie bordolese da 750 ml o 1,5 litri. È costituita da una sciacquatrice auto-

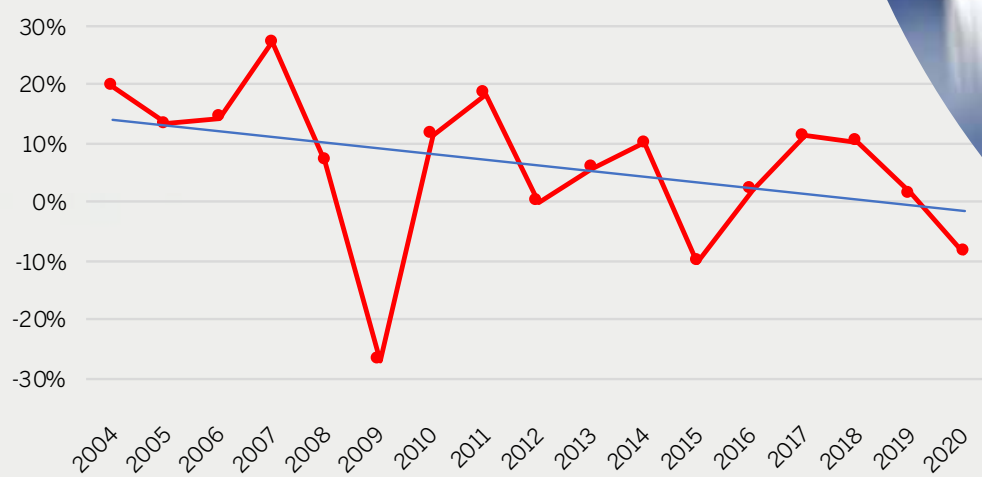
matica a 45 ugelli fissi che opera alla velocità di 10.000 bottiglie l'ora, una riempitrice elettropneumatica a 45 rubinetti modello No-Oxygen (previene il rischio di ossidazione del vino allontanando l'aria e insufflando gas inerte all'interno delle bottiglie), due tappatori automatici, uno a 9 teste per tappi di sughero raso collo e uno a 8 teste per tappi a vite in alluminio. In entrambe le linee la motorizzazione e sincronizzazione delle varie unità avvengono mediante motori brush-less, con possibilità di movimentare in maniera indipendente ogni singola unità durante la fase di cambio formato. La motorizzazione con motori brushless (Siemens) ha diversi vantaggi: riduzione di tutti gli elementi meccanici di trasmissione e innesto, riduzione dei tempi di cambio formato, risparmio di consumo di corrente elettrica, minore usura meccanica, possibilità di controllo e diagnosi di eventuali problematiche a mezzo PLC, possibilità di aggiunta di nuovi moduli, possibilità di usare riduttori standard.

Manutenzione anche da remoto

“Nelle fasi di installazione e avviamento ci siamo trovati benissimo - commenta Beatrice Pirovano -. I tecnici di Bertolaso erano molto competenti e sono stati veloci. Erano sempre presenti nei momenti di avviamento con i vari formati. Si sono occupati di fare la formazione dei nostri operatori per insegnare loro a utilizzare i pannelli touch screen che permettono di impostare i programmi. Sono stati molto disponibili a mostrare anche più volte i vari procedimenti”. Oltre a flessibilità e rapidità nei cambi formato, le linee di Bertolaso presentano una elevata facilità di manutenzione, che può essere svolta da remoto dai tecnici della casa costruttrice. Un ulteriore aspetto messo in evidenza riguarda la semplicità di pulizia: “Facciamo i cicli di lavaggio costantemente, senza fermare il processo - dichiara Beatrice Pirovano -. Ogni volta che cambiamo tipo di vino facciamo un lavaggio rapido, mentre nel weekend, quando la produzione si ferma, laviamo in modo più accurato. Nella macchina è già inserito un programma con i cicli lavaggi impostati: gli orari di inizio e di fine e la velocità. Si schiaccia un bottone e si risolvono tutti i problemi!”. C.R.



2. VARIAZIONI ANNUUE VALORI



Valori in calo del 9%, ma non è solo il Covid

Al di là dell'impatto della pandemia, soprattutto sullo Champagne, l'evoluzione recente dimostra che la crescita esplosiva degli ultimi anni si è ormai arrestata. Il mercato prossimo venturo va affrontato con nuovi strumenti

Move Bottling Forward



Synchrofill 1200

MBF vuol dire prima di tutto innovazione nel processo di imbottigliamento. Questo è il nostro **monoblocco isobarico elettronico Synchrofill** con **30 rubinetti** per una velocità fino a **4200 bottiglie orarie** per vino frizzante.

www.mbf.it

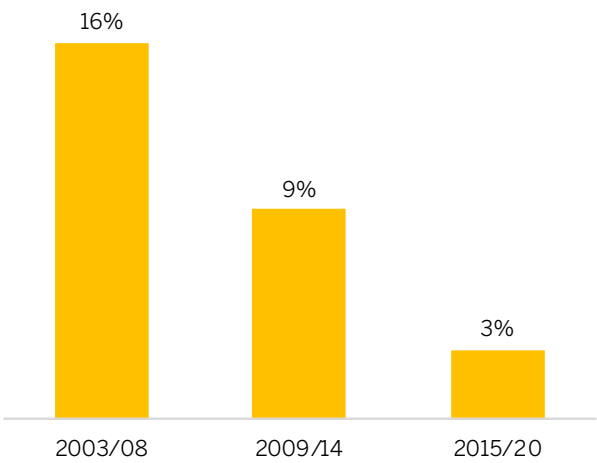




IMPORTAZIONI MONDIALI DI SPUMANTI - .000 US\$			
	2020	Var.%	Share %
Totale	6.562.605	-9%	100%
Usa	1.304.719	-9%	20%
UK	805.491	-14%	12%
Giappone	540.918	-22%	8%
Germania	430.456	-7%	7%
Belgio	286.422	-5%	4%
Singapore	262.222	-24%	4%
Russia	220.588	3%	3%
Svizzera	202.249	-3%	3%
Italia	192.931	-12%	3%
Australia	189.918	-8%	3%
Svezia	175.244	7%	3%
Canada	162.987	-5%	2%
Paesi Bassi	153.601	13%	2%
Francia	105.705	-1%	2%
Altri	1.529.154	-4%	23%

IMPORTAZIONI MONDIALI DI SPUMANTI - .000 LITRI			
	2020	Var.%	Share %
Totale	833.585	-5%	100%
UK	147.100	-5%	18%
Usa	143.477	-7%	17%
Germania	61.735	-8%	7%
Russia	46.648	4%	6%
Belgio	39.333	-14%	5%
Giappone	35.436	-19%	4%
Francia	28.328	-3%	3%
Svezia	27.876	8%	3%
Lettonia	22.032	121%	3%
Svizzera	20.858	2%	3%
Paesi Bassi	18.626	-6%	2%
Canada	17.641	-4%	2%
Australia	16.856	-7%	2%
Austria	16.799	-2%	2%
Lituania	14.838	4%	2%
Polonia	12.930	12%	2%
Altri	163.072	-9%	20%

3. CAGR QUINQUENNALI



di CARLO FLAMINI

Nel 2020 il commercio mondiale di spumanti ha segnato una brusca battuta d'arresto: i valori dei vini importati sono calati del 9%, a 6,6 miliardi di dollari, mentre i volumi sono scesi del 5%, a poco più di 8,3 milioni di ettolitri. Non è la prima volta che le dinamiche commerciali segnano brutto tempo (grafici 1 e 2): cali ancora più marcati si erano avuti nel 2009, anno della grande bolla finanziaria, quando si scese del 30%, a 4 miliardi di dollari. E ancora cali, nell'ordine del 10%, si sono registrati più recentemente, nel 2015, dovuti a involuzione di 4 tra i maggiori mercati di importazione: UK, Germania, Giappone e Belgio. Il mercato ha dimostrato sempre di poter ripartire, anche se non sono da dimenticare alcune particolarità: nel 2009, il Prosecco sui mercati come lo conosciamo oggi non c'era, e fu proprio il boom di questa tipologia di vino a determinare la crescita inarrestabile

registrata fino al 2014, con lo sfondamento di quota 6 miliardi di dollari di valore. La stessa ripartenza segnata dopo il funesto 2015 fu dovuta ancora a Prosecco, le cui importazioni in UK e Usa portarono il totale del valore degli scambi a superare i 7 miliardi di dollari per due anni consecutivi, 2018 e 2019. Il calo odierno ha qualcosa di diverso: vero che a determinare la più forte erosione di valore è stato il Covid, che ha impattato le vendite di Champagne su tutti i mercati (vedi servizio a pagina 28) ma è altrettanto vero che attendersi una nuova ripartenza a raz-

zo come è stato negli anni precedenti può essere un azzardo. A guardare i dati di crescita cumulata degli ultimi tre quinquenni (grafico 3), si può notare con tutta evidenza che la spumantistica sta entrando in quella che è da considerarsi un'era di stabilità: da +16% del quinquennio 2003/08 si è scesi a +9% di quello successivo, per planare al +3% del periodo 2015/20. Probabilmente, nei prossimi anni, si assisterà a una crescita orizzontale, ovvero a un allargamento dei mercati - nuovi o inesplorati - piuttosto che a una verticalizzazione su quelli maturi, dove ancora più probabilmente si andrà incontro a una dinamica di sottrazione di quote tra pari piuttosto che di incremento di consumi tout-court, come è stato fino al recente passato. Perso in parte il fattore "novità", la distintività e l'innovazione (associata ovviamente sempre al fattore prezzo, determinante sulla maggior parte dei mercati) sarà una leva propulsiva per il futuro della spumantistica mondiale.

Interfalda in plastica per lo stoccaggio del vino imbottigliato
leggera | **impilabile** | lavabile | **sicura** | zero ingombro

Ristabilisce l'ordine

Apri nuovi orizzonti

Sostiene i tuoi piani

È un prodotto

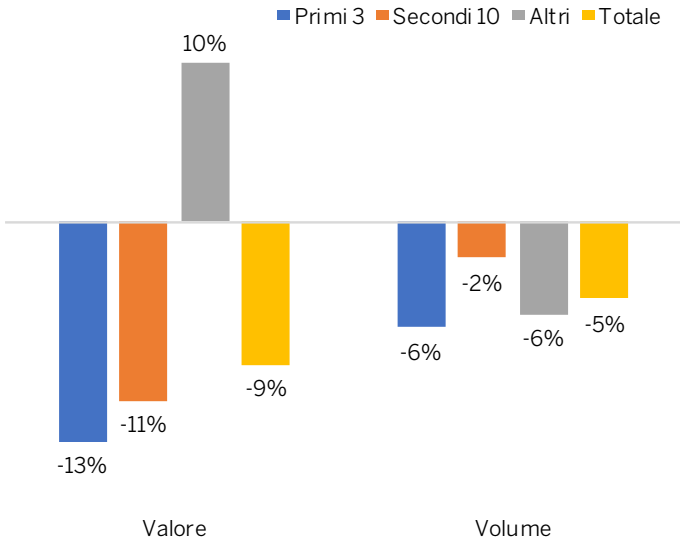
Via Revello 38 - 12037 Saluzzo (CN) | Tel. +39 0175 217560 - 1953000 | www.cmp-plast.it - info@cmp-plast.it

I MERCATI

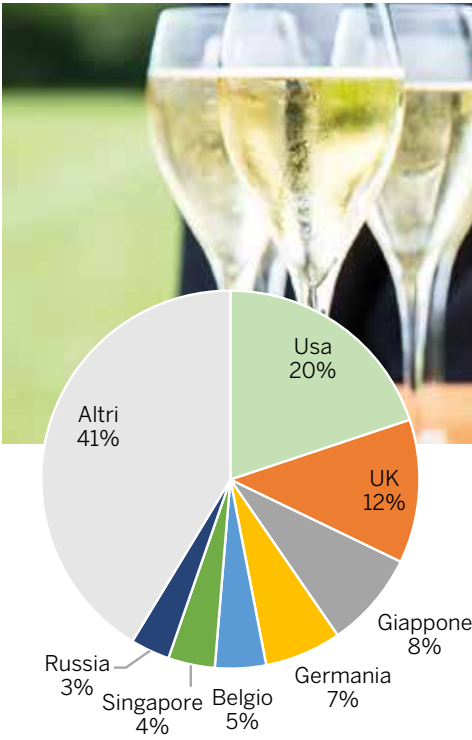
Tutti i maggiori Paesi di importazione hanno visto cali piuttosto importanti sulla componente valore (grafici 4 e 5): cumulando i primi tre (Usa, UK e Giappone), che fanno il 40% del totale, la perdita è del 13%, a cui si associa il -11% dei secondi dieci (che incorporano Singapore, hub di riexport per lo Champagne), per un altro 40% sul totale. Il resto del mondo (20% di quota) è invece in crescita del 10%, attorno a 1,2 miliardi di dollari, ma stiamo parlando di 200 destinazioni circa, di cui solo cinque attorno ai 100 milioni di dollari di valore (Francia, Emirati Arabi, Austria, Spagna e Lettonia, quest'ultima con ruolo di riesportatore). Sul lato volume, dalla top ten ovviamente scompare Singapore, ma i pesi rimangono inalterati: i primi sette, con la Fran-

cia in classifica, fanno sempre il 60% di quegli 8,3 milioni di ettolitri importati (grafico 6). I primi tre - UK, Usa e Germania - cumulano una perdita del 6%, a 3,5 milioni di ettolitri di prodotto assorbito, contro il -2% dei secondi dieci (3,2 milioni) e il -6% dei restanti 200 mercati (1,6 milioni).

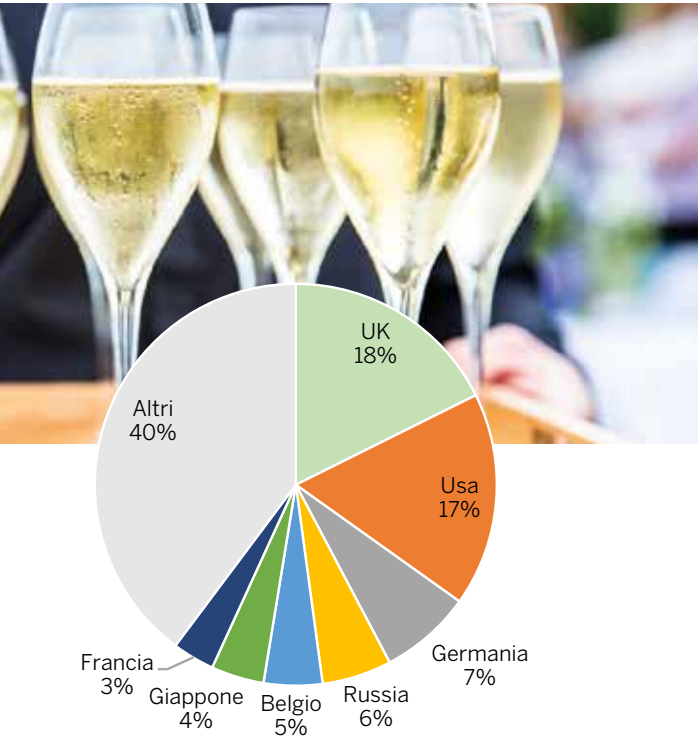
4. IMPORT MONDIALE - SALDI 2020/19



5. IMPORT MONDIALE - QUOTE % VALORE

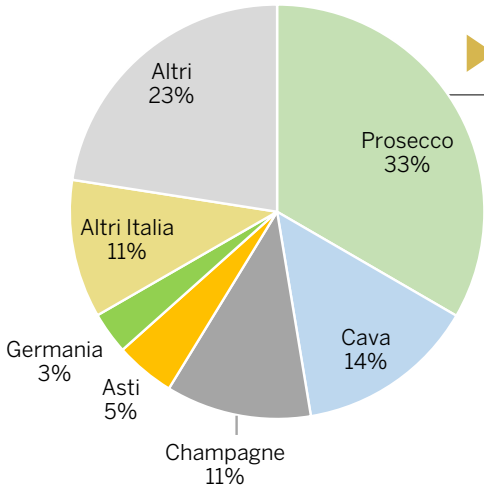


6. IMPORT MONDIALE - QUOTE % VOLUME



LE PERFORMANCE PER TIPOLOGIE

7. PESO VOLUME SU TOTALE IMPORT MONDO (2020)



Dettagliando per tipo di spumante (grafico 7), nel 2020 il Prosecco, con 2,8 milioni di ettolitri di prodotto veicolato in giro per il mondo, ha costituito un terzo esatto del volume globale, seguito dal Cava (14%) e dallo Champagne (11%). Un altro 11% di quota è rappresentato da spumante italiano, a cui si aggiunge un 5% di Asti spumante, per un totale Italia del 50%. Il peso del Prosecco spumante (grafico 8) è ovviamente soverchiante in UK (2/3 delle importazio-







FORTIS
Thor technology



Sagrera & Cie
Selezione Plus.

SOLUZIONI DI TAPPATURA M 2 X

M2X CHIUSURE ITALIA presenta due autentiche eccellenze per la tappatura dei Vostri spumanti.

SAGRERA Selezione Plus: grazie ad una rigida e metodica selezione sia sulla materia prima che sui tappi finiti Selezione Plus garantisce una assoluta pulizia organolettica ai Vostri tappi con rondelle in sughero naturale.

FORTIS Thor: sfrutta le elevatissime capacità estrattive della CO2 allo stato super critico, garantendo al tappo una totale ed assoluta assenza di TCA, una completa estrazione di molecole fenoliche e altri agenti che ne influenzano l'impatto sensoriale.

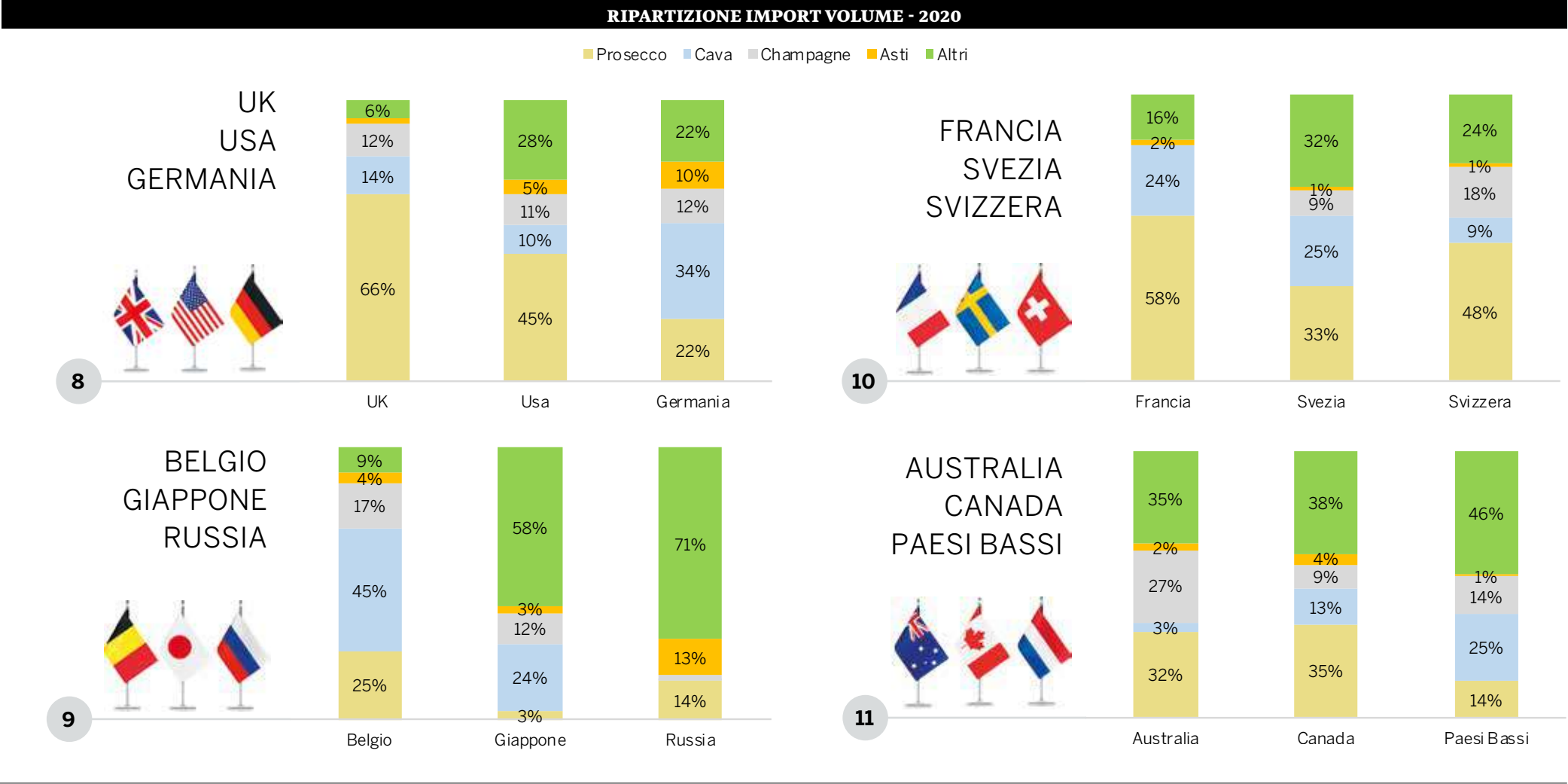


COSPAK



QCi

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



ni) e predominante in Usa (45% del totale), mentre più magre sono le quote in Germania, dove vince il Cava (34% contro 22%, ma il peso del Prosecco salirebbe inglobando anche il frizzante). Sui mercati di seconda fascia (grafico 9), ancora Cava predominante in Belgio (43%) e Giappone (24%, contro un misero 3% del Prosecco). In Russia, Asti e Prosecco ormai hanno le stesse quote di mercato, almeno quello di diretta esportazione, considerando che molto Asti viene triangolato dai Paesi Baltici.

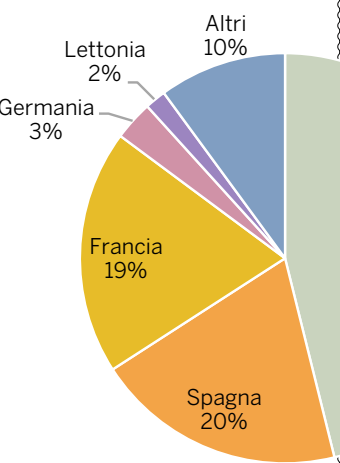
Sui mercati francese, svedese e svizzero (grafico 10), la crescita delle bollicine veneto-friulane ha consentito di guadagnare quote di assoluto rilievo, con in particolare la Francia diventata un vero e proprio feudo del Prosecco. Crescite significative anche nella lontana Australia, dove si è superato a volume lo Champagne, e in Canada, con quota sul totale del 35%. Meno brillante la situazione in Olanda, dove la predominanza dei Cava è ancora di là dall'esser messa in discussione (grafico 11).



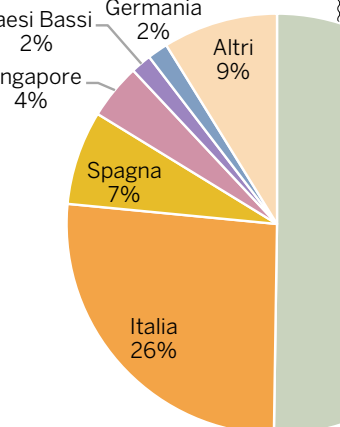
EXPORT IL PESO DEI TRIANGOLATORI

Paesi Baltici, ma anche Paesi Bassi e Danimarca incrementano le proprie quote: il totale riesportato vale il 10% degli scambi mondiali

EXPORT MONDIALE - QUOTE % VOLUME



EXPORT MONDIALE - QUOTE % VALORE



Una sessantina di Paesi esportano spumante, ovviamente non tutti sono produttori diretti, molti - la maggior parte - sono triangolatori, ovvero importano e riesportano prodotti altrui: i casi più emblematici sono Singapore, che a valore sta al quarto posto del ranking mondiale (273 milioni di US\$, il 4% del totale), seguito da Paesi Bassi, UK e Paesi Baltici, che riesportano ingenti volumi verso la Russia e la Scandinavia (la sola Lettonia su 100 milioni di valore importato nel 2020, ne ha riesportato per 71 milioni). Il valore globale delle esportazioni nel 2020 è calato del 12% (contro il 9% dell'import, che ha contabilizzato parte del prodotto esportato nel 2019, quindi esente da influenza Covid), a 6,4 miliardi di dollari: pesano ovviamente i cali di Francia, leader mondiale con la metà esatta del giro d'affari (-16%), a cui si associa il -32% di Singapore, ma anche le riduzioni segnate da Italia e Spagna (grafico 1). In aumento il valore generato dai riesportatori, come Lettonia (+81%) e Paesi Bassi (+10%), mentre in drastica riduzione sono risultate le spedizioni tedesche, scese di un quarto, come quelle - ancora limitate a dir la verità - dell'Australia, -12% a poco meno di 40 milioni di dollari. La classifica per volumi (8,9 milioni di ettolitri di prodotto, calo del 4%) vede Italia al primo posto con poco meno del 50% di quota, seguita da Spagna e Francia (20% ciascuna). Interessante notare come alcuni riesportatori (Baltici, Paesi Bassi, Danimarca) abbiano quasi tutti segnato percentuali di crescita piuttosto importanti, con la Lettonia che ha duplicato il volume, a 120.000 ettolitri totali: sommati, questi Paesi hanno totalizzato quasi il 10% del valore globale in transito per il mondo, quota ormai stabile da un quinquennio. Carlo Flamini

Ottieni il credito di imposta
INDUSTRIA 4.0
SENZA CAMBIARE IL TUO MODO DI LAVORARE
CON O SENZA SOFTWARE GESTIONALE

La soluzione WINE MONITORING DSS BY SORDATO
ti permette di ottenere il credito di imposta 4.0 su impianti,
serbatoi, vinificatori, autoclavi e macchine di terze parti.

TUTTI I PARAMETRI FUNZIONALI, DI PERFORMANCE E ALLARMISTICA
in un unico punto di controllo autonomo o integrato al tuo ERP

SCANSIONA IL QR CODE
O VAI SUL SITO
WWW.SORDATO.IT

SORDATO
Soluzioni Innovative per l'Enologia.



Ma qualche buona notizia si trova

di CARLO FLAMINI

I tre big hanno esportato 660 milioni di bottiglie per un valore di 3,8 miliardi di euro, il 70% del totale mondo. In decrescita i principali mercati, ma per il Prosecco le destinazioni secondarie crescono e limitano i danni

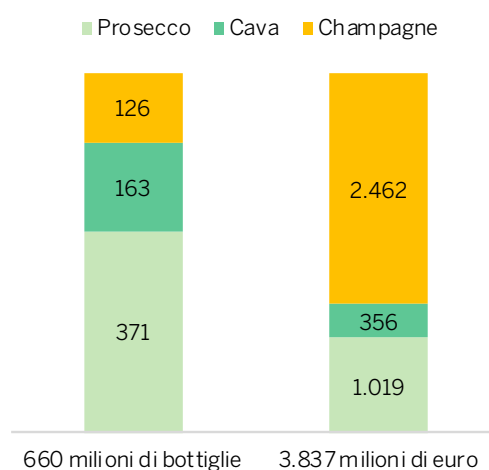
Il 2020 è stato un anno di forte criticità anche per i tre colossi della spumantistica mondiale. Se considerassimo Prosecco, Cava e Champagne come un unico prodotto, la potenza espressa in bottiglie sarebbe pari a 660 milioni, il 60% del totale export mondo, per un valore di 3,9 miliardi di euro, ovvero il 70% (grafici 1 e 2). Indicatori in riduzione sul 2020, almeno sul lato valore, pari a una perdita di 670 milioni di euro, mentre i volumi sono risultati stabili (-1%), con Prosecco e Cava che hanno compensato la perdita del 17% patita dallo Champagne. Champagne che ovviamente resta l'azionista di maggioranza a valore del trio, con 2,5 miliardi di euro e una quota del 64%, mentre a volume il protagonista indiscusso è il Prosecco, con 371 milioni di pezzi, equivalenti al 56% del terzetto. Se come dicevamo lo Champagne

è l'unico che ha perso anche in volume, sul lato valore le percentuali negative hanno coinvolto anche Prosecco e Cava: a livello di totale export, il Prosecco ha chiuso l'anno Covid a -3%, mentre gli spagnoli sono arrivati a -8%, per chiudere con il sonoro -20% dei francesi (grafici 3 e 4). Segmentando per destinazioni, sui rispettivi primi tre mercati di sbocco, le percentuali sono negative per tutti e tre, con il Prosecco che fa -8% cumulato in UK, Usa e Francia (anche se quest'ultimo mercato fa +5%). Per il Cava i primi tre (Germania, Belgio e Usa) stanno a -16% e per lo Champagne si scende a -26% (Usa, UK e Singapore). Unica nota critica di distinzione è data dal fatto che le prime tre destinazioni per il Prosecco fanno il 60% del valore totale, contro valori attorno al 40% per gli altri due spumanti, quindi la negatività espressa in cima alla piramide è relativamente più preoccupante.

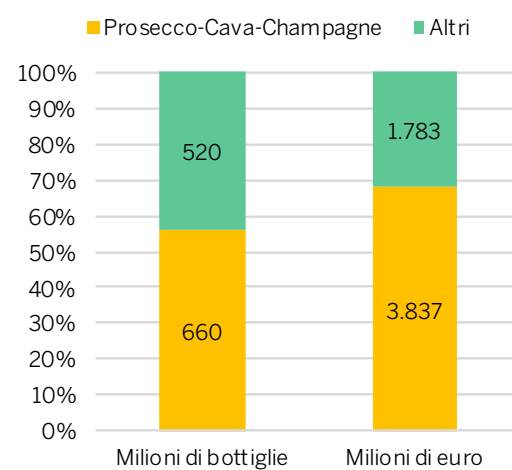
PROSECCO, CAVA E CHAMPAGNE

670 MILIONI DI EURO DI PERDITE

1. I pesi dei 3 big nel 2020



2. Il peso dei 3 big sull'export mondiale

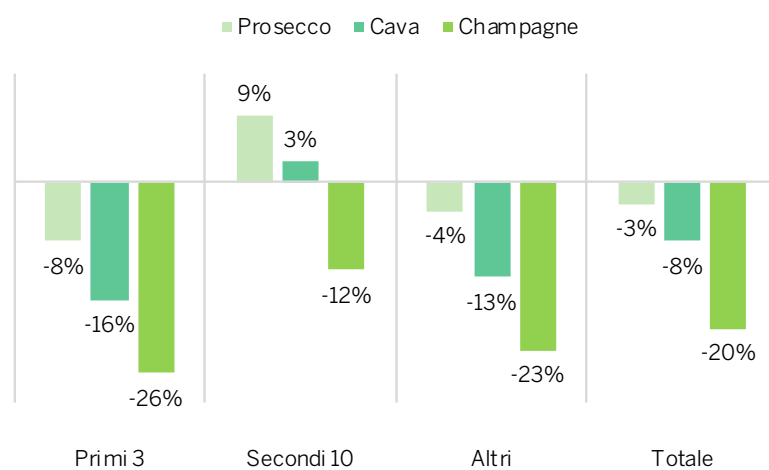


A compensazione di questa criticità endemica, il Prosecco però recupera terreno sui 10 mercati di seconda fascia, dove dall'anno scorso è stata relegata anche la Germania (+6%), superata dalla Francia: questi dieci Paesi, in crescita del 9% cumulato, fanno un buon 30%

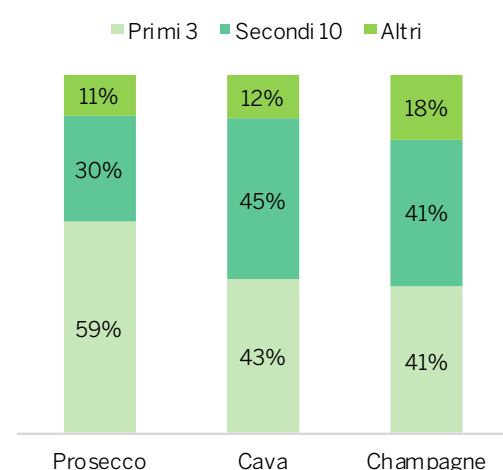
di traffico, e sono da considerarsi la vera nota positiva per le bollicine veneto-friulane, considerando il -12% dello Champagne (per il quale i 10 valgono il 41%) e il magro +3% dei Cava, anch'essi altamente sbilanciati sui secondi 10 mercati (45% di quota).

Tra questi mercati positivi per il Prosecco, annotiamo Svizzera (+6%), Svezia (+15%), Belgio (+10%), Austria (+19%), Norvegia (+12%) e Russia (+28%), con esiti leggermente negativi solo in Canada e Australia (-1%). Sul resto, che comprende piazze piccole e anche piccolissime,

3. Variazioni % valore 2020/19 per mercati



4. Quote % valore per mercati



Protezione antiossidante e antimicrobica

Hideki, che in giapponese significa **splendida opportunità**, è il nuovo tannino Enartis composto dalle frazioni molecolari ottenute per selezione e purificazione dei tannini gallici, ellagici e condensati più efficaci nel proteggere il vino dall'ossidazione e dagli effetti dello sviluppo di microrganismi indesiderati in modo naturale.



enartis

Inspiring innovation.

秀機

Nuovo Tannino
Hideki



Export di Prosecco - Prime 20 destinazioni

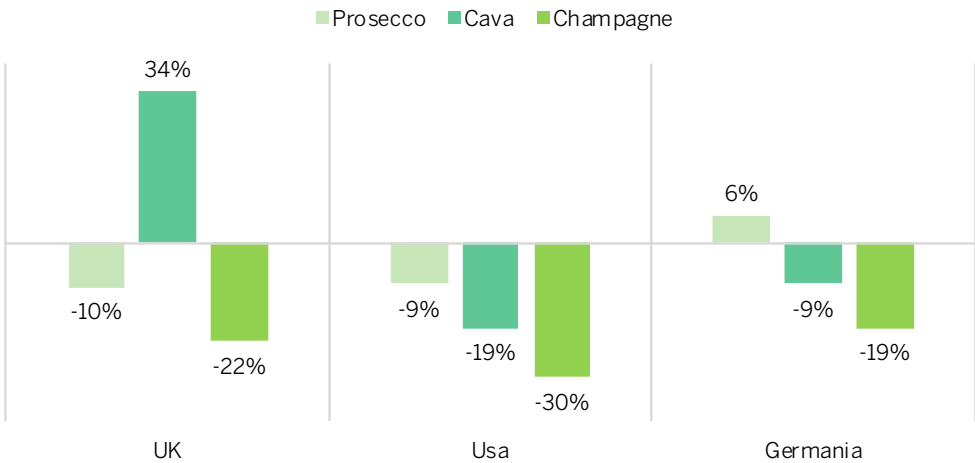
	Litri	Var. %	Euro	Var. %	Prezzo medio	Var. %
UK	92.929.624	-2%	288.768.210	-10%	3,11	-8%
Usa	65.068.634	-3%	259.755.960	-9%	3,99	-6%
Francia	16.163.229	18%	54.388.447	5%	3,36	-11%
Germania	13.607.044	18%	53.150.527	6%	3,91	-11%
Svizzera	10.011.877	8%	45.391.345	6%	4,53	-2%
Canada	6.186.635	-1%	31.143.326	-1%	5,03	-1%
Svezia	9.143.465	22%	34.767.780	15%	3,80	-6%
Belgio	9.858.171	17%	32.410.334	10%	3,29	-7%
Australia	5.462.137	4%	22.596.752	-1%	4,14	-4%
Polonia	6.209.992	16%	22.252.200	9%	3,58	-6%
Austria	5.491.105	22%	24.094.405	19%	4,39	-3%
Russia	6.641.201	36%	24.655.226	28%	3,71	-6%
Norvegia	3.093.148	18%	13.506.435	12%	4,37	-5%
Paesi Bassi	2.546.834	41%	10.285.719	23%	4,04	-12%
Lettonia	2.406.824	27%	9.288.014	22%	3,86	-4%
Rep. Ceca	1.908.358	23%	7.154.014	8%	3,75	-12%
Spagna	1.474.004	-11%	4.406.772	-29%	2,99	-20%
Finlandia	1.624.619	15%	7.105.054	16%	4,37	0%
Giappone	1.149.731	9%	5.415.749	5%	4,71	-4%
Romania	1.608.734	27%	5.644.054	16%	3,51	-9%
Altri	15.558.712	-2%	63.208.961	-12%	4,06	-10%
Totale	278.144.078	4%	1.019.389.284	-3%	3,66	-7%

valori in decrescita per tutti e tre, con picco negativo ancora per lo Champagne (-23%) e Prosecco a -4%: il peso di questo centinaio di marchi è ancora piccolo, appena l'11% del totale. Andando a guardare le performance singole sui tre grandi mercati - Usa, UK e Germania,

non necessariamente coincidenti con le prime tre destinazioni (*grafico 5*) - il Prosecco denota vitalità solo in Germania, archiviando un pesante -10% su UK e Usa. Di contro, i Cava si comportano più che bene in UK, balzato alla quarta posizione, ma cedono pezzi importanti

di valore in Usa (-20%) e Germania (-10%). Champagne ovviamente negativo su tutte e tre le piazze, con picco del 30% in Usa, a cui va associato - per rimanere nelle main destinations - il -25% patito a Singapore, che fa il 10% del valore generato dalle maison transalpine nel mondo.

5. UK, Usa e Germania: variazioni % valore 2020/19



Export di Cava - Prime 20 destinazioni

	Litri	Var. %	Euro	Var. %	Prezzo medio	Var. %
Germania	21.224.343	-4%	48.350.143	-9%	2,28	-6%
Belgio	17.696.938	-13%	47.304.951	-19%	2,67	-7%
Usa	14.783.580	-14%	44.987.225	-19%	3,04	-5%
UK	19.230.010	112%	31.386.960	34%	1,63	-37%
Giappone	8.545.046	-8%	29.615.130	-10%	3,47	-2%
Svezia	6.948.239	14%	23.781.481	13%	3,42	-1%
Francia	6.824.720	-14%	15.714.174	-17%	2,30	-3%
Paesi Bassi	4.684.013	28%	13.387.705	16%	2,86	-10%
Canada	2.335.288	2%	11.079.807	1%	4,74	-1%
Finlandia	2.236.430	7%	7.486.102	-6%	3,35	-12%
Svizzera	1.867.053	-4%	5.744.227	-2%	3,08	2%
Norvegia	1.237.415	-14%	4.528.958	-13%	3,66	1%
Danimarca	1.205.289	-4%	3.607.262	-15%	2,99	-11%
Polonia	1.482.113	1%	3.323.111	-16%	2,24	-17%
Ucraina	1.038.836	73%	3.127.641	76%	3,01	2%
Lettonia	919.905	30%	2.915.014	22%	3,17	-6%
Estonia	952.590	41%	2.243.173	8%	2,35	-24%
Australia	579.492	-10%	2.167.135	-9%	3,74	2%
Brasile	850.571	0%	2.148.025	-18%	2,53	-18%
Lituania	747.829	-10%	2.061.822	-13%	2,76	-3%
Altri	6.649.885	-15%	21.639.739	-25%	3,25	-12%
Totale	122.039.585	3%	326.599.785	-8%	2,68	-11%



Export di Champagne - Prime 20 destinazioni

	Litri	Var. %	Euro	Var. %	Prezzo medio	Var. %
Usa	15.303.506	-22%	444.214.888	-30%	29,03	-10%
UK	16.165.695	-22%	344.268.938	-22%	21,30	0%
Singapore	7.374.117	-26%	219.188.753	-25%	29,72	2%
Germania	7.539.294	-14%	163.091.881	-19%	21,63	-6%
Giappone	4.210.979	-22%	147.149.545	-21%	34,94	1%
Italia	5.010.227	-13%	142.545.928	-17%	28,45	-5%
Belgio	6.550.075	0%	138.926.512	-3%	21,21	-3%
Svizzera	3.649.409	-9%	93.505.003	-14%	25,62	-6%
Australia	4.565.199	18%	90.256.234	17%	19,77	-1%
Paesi Bassi	2.627.060	26%	66.349.314	12%	25,26	-11%
Spagna	2.357.196	-29%	61.720.409	-35%	26,18	-8%
Svezia	2.447.476	3%	54.300.136	2%	22,19	0%
Canada	1.628.254	-7%	52.437.701	-9%	32,20	-1%
Hong Kong	885.970	2%	31.993.734	8%	36,11	5%
Danimarca	983.406	2%	27.267.743	-2%	27,73	-5%
Austria	985.467	-15%	26.936.649	-20%	27,33	-6%
Corea Sud	826.376	-1%	26.121.724	2%	31,61	2%
Cina	532.745	-30%	20.305.141	-15%	38,11	22%
Emirati AU	547.866	-61%	19.771.606	-59%	36,09	6%
Russia	710.213	1%	16.071.889	-13%	22,63	-14%
Altri	9.718.194	-26%	275.782.971	-25%	28,38	1%
Totale	94.618.724	-17%	2.462.206.699	-20%	26,02	-4%



BATTISTELLA
SINCE 1961



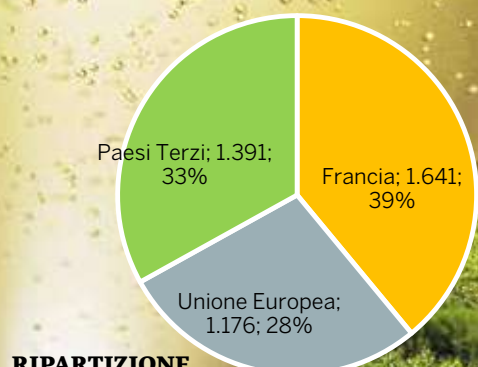
L'abito perfetto, cucito su misura

capsulebattistella.it

Champagne

CATASTROFE SCAMPATA

© CIVC



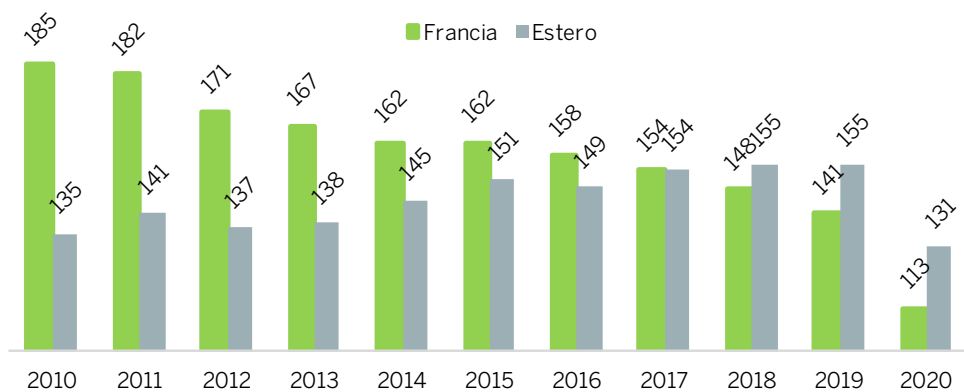
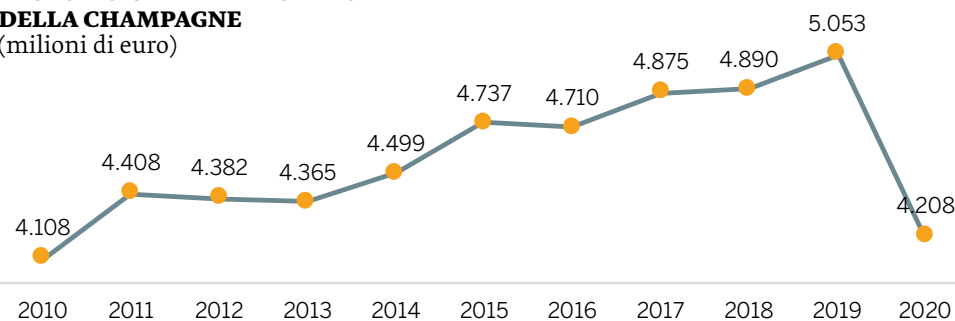
**RIPARTIZIONE
FATTURATI
PER AREA**
(milioni di euro,
2020)

Fonte grafici:
Comité Champagne

Ad aprile 2020 gli indicatori più realistici davano perdite di fatturato addirittura attorno al 30%. Ma poi l'estate, i mercati internazionali e una chiusura d'anno col botto hanno consentito di limitare i danni. E di guardare a questo 2021 con ritrovata speranza. Perché quando si dovrà celebrare la fine del Covid, si celebrerà a Champagne

di BERTRAND BALLESTA

**EVOLUZIONE DEL FATTURATO
DELLA CHAMPAGNE**
(milioni di euro)



**EVOLUZIONE
DELLE
SPEDIZIONI DI
CHAMPAGNE
PER ZONA
GEOGRAFICA
IN VOLUME**
(milioni di
bottiglie da 75 cl)



JEAN-MARIE
BARILLÈRE
(© UMC)

Nel 2020 la crisi del Covid-19 ha colpito duramente il settore dei vini e degli alcolici francesi. L'arresto improvviso della distribuzione on-trade (bar, ristoranti ecc.) ha notevolmente sconvolto i mercati con conseguenti ed evidenti crolli delle esportazioni, -13,9%, per raggiungere la soglia dei 12,1 miliardi di euro, lo stesso livello del 2016. Il calo ha interessato la quasi totalità delle categorie di prodotti, ma è stato particolarmente pronunciato per lo Champagne, prima

Aoc viticola mondiale in valore con circa 5 miliardi di euro, le cui vendite hanno registrato una riduzione significativa del 20% in volume, pari a 244 milioni di bottiglie spedite, e del 18% a valore, ovvero 4,2 miliardi di euro.

Per analizzare la congiuntura economica attuale dello Champagne e comprendere le sfide future di questo spumante espressione del lusso e dell'eccellenza alla francese, abbiamo incontrato **Jean-Marie Barillère**, presidente del Comitato Champagne (organismo interprofessionale del vino dello Champagne) e dell'Umc (Unione delle "Maisons" di Champagne).

Secondo Barillère, nel 2020 si possono individuare due fasi distinte, la prima incomincia dal mese di aprile con l'insorgere della pandemia: "Abbiamo assistito a un vero arresto della vita durante il primo confinamento, che si è tradotto in un congelamento delle spedizioni di Champagne da aprile a maggio. La seconda fase, da giugno a fine anno, è stata per noi una vera sorpresa: siamo riusciti a stabilizzare i volumi intorno a -10%, malgrado l'arresto del turismo e il suo peso notevole sul consumo di Champagne. La crisi che abbiamo affrontato nel 2020 è molto particolare e inedita per la Champagne: è la prima volta in trent'anni che, durante una crisi, il mercato francese non fa meglio dell'export. Nel 2007, durante la crisi dei subprimes negli Stati Uniti, il mercato francese è stato decisivo, l'export si era completamente fermato. In passato, è sempre stata la Francia che ha guadagnato quote di mercato durante le varie crisi che abbiamo incontrato: questo fattore non si è verificato per la prima volta con la crisi sanitaria Covid. La spiegazione risiede certamente in parte nello stop del turismo nazionale, soprattutto quello parigino: 100 milioni di turisti sono una manna per la Champagne".

Continua a pagina 35 ➡

© CIVC



© CIVC





©CVC

*Il bilancio di un anno
“straordinario”
nelle parole di Jean-
Marie Barillère
(presidente del
Comitato Champagne),
Quentin Meurisse,
vicepresidente marketing
Mumm e Perrier-Jouët
(Gruppo Pernod-Ricard),
e Charles-Armand de
Bellenet, direttore generale
Bollinger*



© PERRIER-JOUËT



© MUMM



© MUMM

QUI MUMM E PERRIER-JOUËT (GRUPPO PERNOD-RICARD) 283 ettari e oltre 11 milioni di bottiglie vendute

Contro la crisi un marchio forte, una rete internazionale
e la capacità di creare nuove occasioni di consumo

QUENTIN MEURISSE, VICEPRESIDENTE MARKETING MUMM E PERRIER-JOUËT

“Nel 2020, come tutte le maison di Champagne, abbiamo subito l'impatto della chiusura di tutti i ristoranti, bar e locali notturni. Anche se abbiamo registrato un evidente calo del fatturato, la nostra resistenza è stata migliore rispetto alle altre aziende, per due motivi: il primo, in un periodo di crisi si vede che i consumatori tendono a rivolgersi verso i marchi simbolo, e i nostri Champagne godono di un'immagine molto forte presso i consumatori. Il secondo, alcune maison sono molto dipendenti da certi mercati, mentre per Mumm e Perrier-Jouët disponiamo all'interno del gruppo Pernod Ricard di 85 filiali internazionali che ci hanno permesso di essere reattivi e presenti immediatamente su tutti i mercati, adattandoci in tempo reale alle varie situazioni di confinamento e lockdown, alle chiusure e riaperture.

La potenza del marchio associata alla forza della nostra rete internazionale sono stati vantaggi reali in tempi di crisi. Abbiamo poi saputo captare nuovi momenti di consumo: per esempio, cosa succede al consumatore quando i ristoranti e i locali sono chiusi? Vede il suo potere d'acquisto in aumento e quindi desidera soddisfare il suo desiderio di prodotti di qualità. Si è assistito a un'esplosione dell'e-commerce, che ha guadagnato quasi 5 anni di crescita durante la pandemia. Il commercio elettronico è stato uno strumento di marketing decisivo per mantenere e aumentare le nostre vendite in alcuni Paesi. A partire da maggio 2020, abbiamo lanciato nelle nostre 85 filiali internazionali piani di e-commerce, riorientando verso i mezzi digitali una parte degli investimenti destinati ai ristoranti. Eravamo abituati a ricevere i giornalisti in casa nostra, abbiamo dovuto digitalizzare le nostre degustazioni in tempo reale con l'aiuto di un sistema di videoconferenza tecnologicamente molto avanzato. Uno dei mezzi per resistere alla crisi si è rivelato essere questa adattabilità, flessibilità e la capacità di implementare rapidamente strumenti digitali innovativi. Nei primi tre mesi del 2021, si sta mantenendo una tendenza simile a quella di novembre-dicembre 2020, con un mercato americano molto attivo e una forte resistenza dei mercati asiatici e australiani. Si prevede inoltre un notevole rimbalzo nel Regno Unito nei prossimi due mesi. Un aneddoto, la sera dell'elezione di Joe Biden negli Stati Uniti non c'era più una bottiglia di Champagne in vendita in tutta New York. Quando c'è un senso di rinnovamento, un senso di speranza, il primo prodotto consumato è lo Champagne. I consumatori vivono da più di 12 mesi con una privazione della libertà, il giorno della riapertura e del ritorno alla normalità si tufferanno verso la bevanda delle feste per eccellenza, ovvero lo Champagne. Pensiamo che a partire dall'estate 2021 e fino al 2022, ci sarà una correzione del mercato con un graduale ritorno a livelli di pre-crisi”.



GORTANI ENGINEERING:
l'offerta integrata di progettazione
e sviluppo di soluzioni “chiavi in mano”.

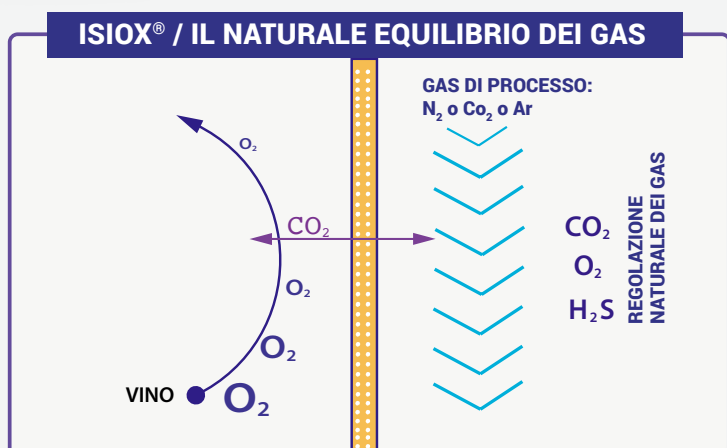
SE PUOI PENSARLO, PUOI FARLO.

Tecnologie
avanzate per
la vitivinicoltura

Made in Italy

GORTANI

www.gortani.com



Gestire la CO₂: come, quando e perché. L'ossigeno è il principale nemico della serbevolezza dei vini.
ISIOX® la protegge.

Riduzione in O₂ disciolto
- 95÷97%

Arricchimento in CO₂
+ 12 g/l

Riduzione in CO₂
- 70÷80%

Riduzione H₂S
-90%

IL NATURALE EQUILIBRIO DEI GAS

I gas disciolti nel vino esprimono in via diretta o indiretta una importante valenza organolettica. Le tecniche fin qui utilizzate per regolare in aumento o diminuzione la relativa concentrazione presentano importanti effetti collaterali negativi. La tecnologia a membrana idrofobica sviluppata nel sistema ISIOX, consente la regolazione fino a livello molecolare, senza effetti collaterali e con una automazione anche elevata. Numerose referenze ne testimoniano la grande utilità!

LE PRINCIPALI APPLICAZIONI PRATICHE DI ISIOX®

- ✓ **Togliere ossigeno** durante un travaso, allo scarico di cisterne stradali, dopo la stabilizzazione tartarica o una filtrazione (anche preimbottigliamento) per **migliorare la conservabilità dei vini**.
- ✓ **Togliere, mantenere o aggiungere CO₂** fino a 12 g/l (6 bar) per modificare l'impatto gustativo secondo le preferenze dei clienti o i gusti tipici dei mercati (- CO₂ = + morbidezza; + CO₂ = + vivacità).
- ✓ **Togliere acido solfidrico** (anche se presente al di sotto della soglia olfattiva) per prevenire o eliminare i fenomeni di riduzione ed avere miglior pulizia olfattiva, anche dopo la presa di spuma.
- ✓ **Regolare la pressione di CO₂** di vini frizzanti e spumanti fino a 6 bar sia per avere un dato preciso ed omogeneo dalla prima all'ultima bottiglia, sia per evitare lo scoppio di bottiglie.
- ✓ **Togliere CO₂** prima del confezionamento in contenitori flessibili (BiB e Tetra Pack) per **evitarne la deformazione**.
- ✓ **Diminuire l'aldeide acetica** come dimostrato in recenti studi in collaborazione con l'Università di Napoli.

3M | Distributore *per la tecnologia Liqui-Cel™*

CONTATTACI PER UN TEST IN AZIENDA

ISIOX® è un'idea di TEBALDI.IT Risorse per l'enologia tel. 045 7675023 www.tebaldi.it

Tebaldi.it

Le performance



©CVC

Lo Champagne in cifre

Prima Aoc viticola mondiale in valore

Lo **0,5%** della superficie del vigneto mondiale

Il **9%** in volume e il **33%** in valore del consumo mondiale di vini spumanti

34.300 ettari
3 regioni
319 crus
16.100 vignaioli

140 cantine cooperative
360 case di Champagne

4.500 operatori di mercato
1.800 esportatori
244 milioni di bottiglie spedite
4,2 miliardi di fatturato

◆ Segue da pagina 32

Soddisfatti comunque

Nonostante i risultati negativi, Barillère sembra mostrare una certa soddisfazione di fronte a una congiuntura economica imprevedibile: "Siamo soddisfatti di aver finito a -18%, è comunque un buon risultato per noi. Può sembrare strano sentire questo discorso, ma avevamo previsto nel peggiore degli scenari un calo di fatturato vicino al 30%, ovvero una perdita di circa 1,5 miliardi di euro, pari a 100 milioni di bottiglie. A conti fatti, il calo del nostro fatturato si avvicina agli 800 milioni di euro, per una perdita di 60 milioni di bottiglie. Non si può dire che tali risultati non abbiano avuto un'influenza negativa, ma nessun fallimento aziendale è stato registrato. L'insieme dei viticoltori è stato accompagnato e aiutato con le misure di Stato: i prestiti garantiti, la disoccupazione tecnica e parziale. Siamo anche soddisfatti della nostra gestione della denominazione, con la limitazione delle rese tesa a non aumentare eccessivamente le scorte".

Sui vari fenomeni che hanno permesso di minimizzare i danni della crisi, il presidente dell'Interprofessione fa riferimento all'impatto dei mercati internazionali storici: "I mercati anglosassoni hanno svolto un ruolo preponderante in questo periodo di crisi: per quanto concerne il nostro primo mercato a valore, gli Stati Uniti, che rappresentano 501 milioni di euro, -24,5% rispetto al 2019, l'elezione alla presidenza di Joe Biden ha provocato un aumento significativo del consumo di Champagne negli Stati democratici: la costa orientale, la costa occidentale e in alcuni stati del Midwest in cui la cultura del vino e dello Champagne non è diffusa. Ciò che possiamo constatare in materia di comportamento di consumo, è che quando c'è una parvenza di ritorno alla vita normale, lo Champagne rimane in 'top of mind' presso il consumatore. Abbiamo anche notato una crescita delle vendite a fine dicembre: a dispetto del confinamento, la gente ha comunque celebrato le feste di fine anno e ha soprattutto comprato bottiglie di alta qualità".

Un positivo inizio di 2021

I primi 4 mesi del 2021 sembrano evidenziare una tendenza piuttosto positiva per il mercato dello Champagne. "Siamo molto sorpresi dice Barillère -, sembra che la pandemia sia sparita, le spedizioni di inizio anno sono molto buone. Siamo comunque sempre negativi rispetto a un anno cosiddetto normale, circa -10%, ma dovremmo essere prossimi al pareggio per fine giugno. Il mercato statunitense registra spedizioni molto elevate nei primi 3 mesi, dovute al forte consumo in novembre e dicembre che ha ridotto notevolmente gli stock dei distributori, quasi esauriti. L'annuncio del ritorno alla vita normale farà esplodere le vendite di Champagne negli Stati Uniti, nel Regno Unito e nei Paesi asiatici, specialmente in Cina. L'Australia continuerà la sua ascesa atipica, è stato l'unico Paese durante la pandemia a crescere, con 8,5 milioni di bottiglie (+10%) e 126 milioni di euro (+11%). Il mercato francese mancherà purtroppo all'appuntamento con la ripresa nel 2021: la riapertura dei bar e dei ristoranti da un lato e il rilancio del turismo dall'altro richiederanno ancora tempo per ritornare ai livelli pre-pandemia".

Oltre la pandemia

Oltre la pandemia e una congiuntura economica difficile, le istituzioni interprofessionali si stanno mobilitando con forza attorno alla riflessione sulla responsabilità sociale, i progetti sulla trasparenza e la transizione ecologica: "La Champagne non fa molto rumore su queste tematiche, abbiamo messo in atto la nostra visione di certificazione ambientale, che si chiama 'Viticultura sostenibile in Champagne'. Oggi il 30-40% delle aziende sono già certificate. Sono sfide importanti per il futuro, c'è una presa di coscienza molto forte, molto rapida a livello del mondo viticolo. La viticoltura del passato, che era una viticoltura assicurativa, cioè tratto la vite prima che si ammali, è diventata oggi 'osservo la vite per poi curarla'. È stato un grande cambiamento nella gestione del vigneto: non posso vivere del terroir senza mantenerlo, siamo tutti dipendenti dalla natura. Il cambiamento climatico e le aspettative sociali spazzeranno via le nostre conoscenze e le nostre convinzioni di 30-40 anni fa. Così il nostro approccio attuale alla viticoltura sostenibile persegue diversi obiettivi: controllare e ridurre l'uso dei prodotti fitosanitari; preservare e valorizzare il terroir, la biodiversità e i paesaggi viticoli; gestire in modo responsabile l'acqua, i residui, i sottoprodotti e i rifiuti; ridurre la dipendenza energetica e l'impronta carbonica della filiera".

La pandemia ha fatto ritrovare il vero senso del vino come legame di socialità e l'e-commerce ha consentito un consumo stabile

CHARLES-ARMAND DE BELLENET,
DIRETTORE GENERALE BOLLINGER

QUI BOLLINGER 178 ettari e oltre 2,55 milioni di bottiglie spedite



© BOLLINGER



© BOLLINGER



© MCG COMMUNICATION

“**I**l 2020 è stato un anno sorprendente che ha stravolto ogni pronostico. È iniziato con risultati promettenti, soprattutto sugli Champagne di alta gamma. Avevamo scelto il mese di marzo per lanciare a Milano il nostro nuovo millesimato 'La Grande année 2012', avevamo previsto un anno eccezionale. A partire dal 17 marzo, giorno dell'annuncio del confinamento, ci aspettavamo il peggio come nel 2008, con un crollo del mercato. Con l'Interprofessione abbiamo cercato di analizzare questa crisi e prevedere i livelli di perdita di fatturato. Per Bollinger si prevedeva -30%, un terzo delle nostre vendite è realizzato nella ristorazione. La situazione si annunciava catastrofica, d'altronde marzo e aprile sono stati mesi deboli, senza spedizioni. Abbiamo avuto un'accelerazione spettacolare delle vendite dall'estate e l'anno si è concluso con un dicembre eccezionale. Ci aspettavamo una catastrofe, ma in realtà abbiamo avuto un anno abbastanza stabile. Una stabilità che è dovuta in gran parte alla specificità di Bollinger, una

maison internazionale, il 90% delle nostre vendite è fatto all'estero. Abbiamo visto diversità in funzione dei Paesi e dei mercati: quelli a forte dominanza off-trade, come Inghilterra, Svezia, Danimarca, Australia e Stati Uniti, si sono comportati molto bene. Al contrario, i Paesi orientati sull'on-trade (Francia, Spagna) hanno abbastanza sofferto. I Paesi retail hanno contribuito alla crescita e hanno compensato le perdite in quelli on-trade più impattati. Uno degli insegnamenti di questa pandemia è il fatto di aver ritrovato il vero senso del vino, un vino vettore di un legame sociale eccezionale. In questi periodi di tensione e di crisi le persone hanno aperto bottiglie molto buone per ritrovare momenti di gioia e condivisione. I soldi che erano destinati ai viaggi o alle cene nei ristoranti sono stati usati per comprare bottiglie eccellenti. Ciò si è spiegato in parte con il trasferimento degli acquisti dalla ristorazione verso le piattaforme digitali. L'e-commerce è stato l'elemento chiave per consentire ai vini della Champagne un consumo stabile, limitando così le perdite previste. Abbiamo fatto questa scommessa ad aprile 2020, in piena pandemia, di lanciare il nostro nuovo

Champagne di alto livello 'PN' (Pinot Nero), con un evento 100% digitale. Si è rivelato un vero successo commerciale, ci ha permesso di vendere tutte le nostre bottiglie esaurendo gli stock.

Le prospettive sono piuttosto ottimistiche: appena la pandemia diventerà un brutto sogno, le vendite di Champagne esploderanno, si assisterà a uno stupefacente fenomeno di accelerazione del consumo e delle vendite.

Un altro tema che mi sta particolarmente a cuore è quello della valorizzazione del terroir dello Champagne. Fino a qualche anno fa, la Champagne era prima di tutto un marchio e ha trascurato un po' il terroir. Abbiamo in Champagne un terroir eccezionale con una grande varietà di suoli e climi. È nostro dovere evidenziare tutta la straordinaria varietà del nostro patrimonio viticolo. La sfida più grande nei prossimi anni sarà anche l'impatto del cambiamento climatico: dovremo adottare una viticoltura più virtuosa pur prendendo coscienza delle perdite di resa legate ai nuovi protocolli produttivi tesi a salvaguardare l'ambiente. Il periodo in cui producevamo 15.000 kg per ettaro è purtroppo finito, siamo attualmente su una media di 10.000 kg, 8.500 l'anno scorso. Di fronte a questo sconvolgimento climatico, si deve innovare per aiutare la vite ad adattarsi.

Per concludere, un piccolo accenno a ciò che ci rende ottimisti per il 2021: siamo lo Champagne ufficiale di James Bond, il nuovo film della serie dovrebbe uscire a ottobre. In Bollinger siamo molto superstiziosi: gli anni in cui esce un film di James Bond sono per i nostri Champagne eccezionali. Il film poi avrà un titolo abbastanza premonitore: 'No time to die'...".



© BOLLINGER

Importazioni tedesche di vino 2019 e 2020

	2019			2020			Differenza	
	ettolitri	.000 di euro	€/hl	ettolitri	.000 di euro	€/hl	Volume	Value
Bianchi	6.931.000	707.000	102	6.399.000	692.000	108	-7.7%	-2.0%
Rossi	6.261.000	1.256.000	201	5.977.000	1.239.000	207	-4.5%	-1.3%
Spumanti	612.000	392.000	640	599.000	362.000	604	-7.5%	-2.0%
Frizzanti	432.000	99.000	229	427.000	92.000	216	-1.1%	-6.9%
Liquorosi	79.000	30.000	381	83.000	30.000	365	+4.9%	+0.5%
Totale	14.516.000	2.522.000	174	13.657.000	2.464.000	180	-5.9%	-2.3%

Mentre i vini bianchi hanno sofferto leggermente di più dei rossi, l'import di bollicine, incluso il frizzante, ha ceduto circa 2,5 milioni di bottiglie nel 2020.

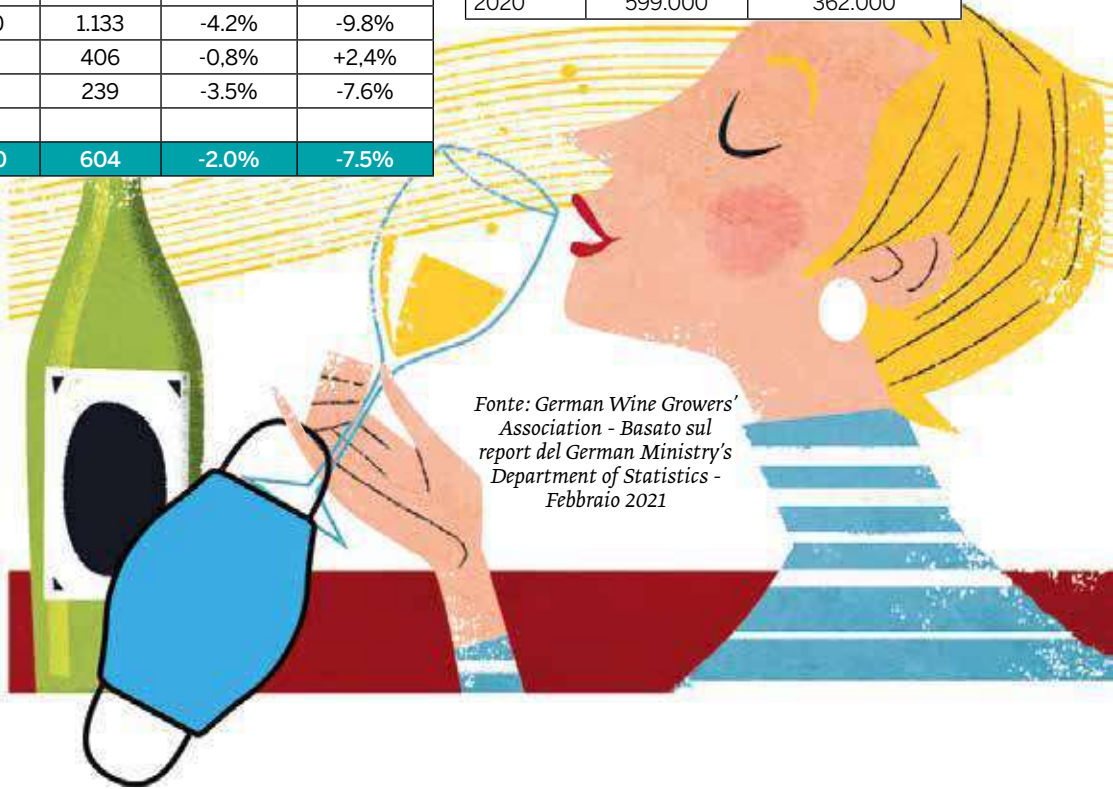
Importazioni tedesche di vini spumanti 2009-2020

Anno	Volume (hl)	Valore (.000 euro)
2009	675.900	331.200
2010	675.000	329.700
2011	825.200	416.700
2012	727.800	376.700
2013	739.400	373.009
2014	625.700	362.600
2015	639.000	362.250
2016	611.100	389.200
2017	704.450	409.400
2018	670.500	417.300
2019	612.000	392.000
2020	599.000	362.000

La Francia non solo vende leggermente più spumante alla Germania che non l'Italia, ma il prezzo medio dei propri prodotti è tre volte più elevato.

Paese	2019			2020			Differenza	
	ettolitri	.000 di euro	€/hl	ettolitri	.000 di euro	€/hl	Volume	Value
Francia	212.000	256.000	1.204	203.000	231.000	1.133	-4.2%	-9.8%
Italia	194.000	81.000	419	199.000	81.000	406	-0.8%	+2.4%
Spagna	193.000	48.000	249	186.000	45.000	239	-3.5%	-7.6%
Altri	13.000	7.000		11.000	5.000			
Totale	612.000	392.000	640	599.000	362.000	604	-2.0%	-7.5%

Il totale delle vendite ha ceduto dell'1,3% nel 2020 e il consumo è calato da 3,3 a soli 3,2 litri pro capite annui. Le tante restrizioni e lo scenario buio portato dalla pandemia hanno diminuito l'appel di un vino che è da sempre vissuto come parte integrante di momenti di gioia. Comunque, per il prossimo futuro, le previsioni sono di cauto ottimismo. Le testimonianze degli importatori Pino Sassano (Fischer & Trezza), Nino Consiglio (Consiglio Vini) e Anton Rößner (Weinland Abayan)



Fonte: German Wine Growers' Association - Basato sul report del German Ministry's Department of Statistics - Febbraio 2021

Germania: tiene il mercato delle bollicine. E per il futuro...

di JOEL B. PAYNE

La Germania è stata per lungo tempo uno dei maggiori mercati dei vini spumanti al mondo. Il Covid 19, pur non avendo cambiato questo primato, ha diminuito il “glamour” associato a un calice di bollicine. Mentre il totale delle vendite di alcol nei supermercati è salito, in quanto i consumatori bevono maggiormente a casa, il distanziamento sociale ha avuto un impatto negativo sul consumo dei vini spumanti. Secondo le statistiche diffuse dall'associazione dei produttori di vini spumanti, la Verband Deutscher Sektkellereien, il totale delle vendite ha ceduto dell'1,3% nel 2020. Parimenti, il German Wine Institute stima che il consumo di vino spumante sia calato da 3,3 a soli 3,2 litri pro capite annui, rilevando che ci sono state minori occasioni per “far saltare i tappi”. Ciò ha anche avuto un notevole effetto sui modelli di consumo. Il settore del “food” al dettaglio ha visto felicemente salire le proprie vendite di vini spumanti del 3% in volume e del 2,7% in valore nel 2020, secondo una ricerca di mercato condotta da Iri, ma il settore dell'on-trade, dove si alimentano visibilità e prestigio, ha perso il 35%, secondo Destatis, l'Ufficio federale di Statistica. Un business report titolato “Gli effetti del Covid 19” diffuso dall'Università di Geisenheim è giunto alle stesse conclusioni. I loro studi rivelano che la domanda di vini spumanti si è ridotta del 36% lo scorso anno dato che le occasioni di festa sono state cancellate, i ristoranti chiusi e gli eventi rimandati. Il 42% degli intervistati ha scelto di godere le proprie bollicine a casa nella misura in cui il lockdown gli ha fornito più tempo per mangiare e bere, seppur non per essere più allegri. Sì, si sono organizzate numerose degustazioni via Zoom che hanno fornito ai consumatori qualche sensazione di uno stile di vita normale, ma, se questo può essere considerato un buon strumento educativo che continuerà a giocare un ruolo in futuro, pochi vedono le video conferenze come una alternativa al contatto personale.

Import vs produzione nazionale

Nonostante la Germania abbia oltre 100.000 ettari di vigneto, la produzione nazionale è ben lungi dal soddisfare la domanda del consumatore. All'equivalente di circa 2 miliardi di bottiglie all'anno, la sete dei teutonici rende la Germania una fra le maggiori nazioni importatrici di vino al mondo. Mentre la Francia beneficia di un prezzo medio di gran lunga più elevato nel soddisfare questa domanda, l'Italia guida i giochi in volume con un'invidiabile quota di mercato del 36,7%. Parte di questo volume, è ovvio, viene importato sfuso, imbottigliato come marchi poco costosi per il settore della distribuzione al dettaglio europea e anche riesportato da gruppi distributivi tedeschi quali Aldi, Lidl, Rewe o Edeka, che tendono a rimanere fedeli ai propri fornitori di vino anche quando si espandono all'estero. Con un consumo annuale di quasi 25 litri pro-capite, i tedeschi

sono avidi bevitori di vino, ma il prezzo medio di vendita di una bottiglia non è particolarmente alto. Nel settore della distribuzione food, questo punto è appena sotto ai 3 euro al litro, che tradotto in un prezzo a scaffale non raggiunge i 4 euro. Di quel volume, i vini spumanti contano per approssimativamente quattro bottiglie a testa ogni anno, includendo circa 30 milioni di bottiglie di Prosecco. L'80% di questo, tuttavia, è frizzante, fatto che permette di evitare i dazi doganali tedeschi sui vini spumanti che am-

montano a poco più di un euro per bottiglia, avendo meno di tre bar di pressione. Ciò detto, la Glera è popolare per buoni motivi. “I consumatori amano il delicato sentore aromatico di pera, l'acidità contenuta, la bassa gradazione alcolica e un tenue finale dolce”, confida Hayo Klären, managing director di Segnitz e importatore di Borgo Molino. Per Soehlike di Smart Wines, uno dei maggiori agenti tedeschi, è più sanguigno nel proprio giudizio su questo mercato. “È difficile vendere Prosecco di qualità Premium in Ger-

LE OPINIONI
DEGLI OPERATORI



La famiglia di Pino Sassano è originaria di Gargano in Puglia. Cinquanta anni fa, il padre fu uno dei primi chef ad aprire un vero ristorante italiano in Germania. Durante gli ultimi venticinque anni suo figlio Pino ha lavorato come consulente per Fischer & Trezza a Stoccarda, uno dei

PINO SASSANO
Fischer & Trezza - Stoccarda

principali operatori nazionali specializzati in vini italiani.

Cosa pensano i consumatori tedeschi dei vini spumanti italiani?

La Germania è un vasto mercato per i vini spumanti, ma non per i prodotti di qualità. Inoltre, la maggior parte dei consumatori non comprende nemmeno la differenza fra un frizzante e uno spumante. Per loro è tutto riconducibile a Prosecco, che loro vedono come termine italiano equivalente a “Sekt”. Parola che sta a indicare un termine generico per bollicine.

Come viene consumato molto del vino spumante italiano?

Quasi nessuno compra una bottiglia di Prosecco per berla a casa, ecco perché la categoria è stata così duramente colpita durante la crisi del Coronavirus. O era tutto consumato a calici nei ristoranti, o, più fre-

quentemente di recente, come Aperol Spritz. Per questa ragione, tutto ciò che contava era il prezzo. Solo pochi ristoranti erano disposti a spendere più di 4,50 euro per una bottiglia.

Hai avuto tuttavia qualche fortuna con il vino spumante di alta qualità?

Abbiamo fatto bene con Contratto e siamo in grado di vendere circa 12.000 bottiglie all'anno, ma occorre avere una forza vendita motivata, una buona distribuzione, clienti fedeli e un piano ben chiaro. Altrimenti sarebbe come per Don Chisciotte affrontare i mulini a vento.

Quindi dove vedi opportunità?

Il Moscato d'Asti è divenuto molto popolare recentemente. Avremmo potuto venderne di più se ne avessimo avuto assegnato di più.

Import tedesco
di Champagne 2017-2020

Anno	Volume (bottiglie)	Valore (euro)	Euro/ bottiglia
2020	10.122.290	167.362.733	16,53
2019	11.655.420	203.408.583	17,45
2018	12.148.570	203.069.454	16,71
2017	12.283.690	196.772.725	16,01

Fonte: Champagne Producers's Guild

L'anno scorso il totale importato è diminuito a poco più di dieci milioni di bottiglie, scendendo dalle almeno quindicimila degli anni migliori. Inoltre, con un prezzo medio di "soli" 16,53 euro per bottiglia, si tratta di un mercato non propriamente di livello alto



mania - afferma - perché molti importatori, distributori e sommelier sono solo interessati al prezzo". Per questa ragione egli ha anche optato per uscire dal mercato dello spumante per focalizzarsi su vini Cava di Juve y Camps, le cui vendite hanno raddoppiato durante i lockdown. Nonostante questo, Per Soehlke vende ancora poco meno di 40.000 bottiglie di Cava all'anno. Un risultato tuttavia notevole questo per un Cava Premium dato che l'intera categoria incontra maggiori difficoltà dello spumante italiano nella dura guerra con lo Champagne. Sebbene, mentre circa 25 milioni di bottiglie di ognuna delle due categorie vengono vendute ogni anno in Germania, la bottiglia media di Cava raggiunge poco più della metà del prezzo di uno spumante. Nemmeno lo Champagne è stato risparmiato. L'anno scorso le esportazioni totali sono calate, raggiungendo una cifra poco sopra i 10 milioni di bottiglie, rispetto ai quasi 15 degli anni migliori. Inoltre, a un prezzo medio all'esportazione di "soli" 16,53 euro a bottiglia, non è propriamente definibile un mercato di livello alto. Il Giappone, che delle sublimi bollicine francesi ne compra leggermente di più, paga oltre 25.

I canali della distribuzione

Il settore della distribuzione al dettaglio, che contabilizza quasi i due terzi di tutte le vendite di vino, è essenzialmente diviso in due gruppi. Da una parte ci sono le insegne discount Aldi Süd e Aldi Nord, Lidl, Netto, Norma e Penny. Il commercio tramite i supermercati, dall'altra, è ora suddiviso fra le due maggiori cooperative che sono condotte come anche imprese di business; Rewe (Cologna) e Edeka (Amburgo). Il terzo membro di questo settore è Metro Group, che è stato lungamente soggetto a processi di ristrutturazione che hanno riguardato sia i propri negozi cash & carry sia i supermercati. La restante quota del mercato è suddivisa fra ristoranti, negozi specializzati e quei produttori vinicoli che vendono direttamente ai consumatori privati. Fino a che l'attuale crisi non li ha chiusi, circa il 15% di tutti i vini in Germania veniva venduto tramite i ristoranti. Un volume simile era tradizionalmente acquistato direttamente dalle circa 10.000 piccole aziende vitivinicole nel Paese, che hanno visto la propria quota di mercato crescere durante la pandemia. Mentre i venditori di vini pregiati contano per meno del 10% di tutte le vendite, le piattaforme on-line quali Hawesco, Lobenberg o Pinard de Picard hanno guadagnato una crescita esplosiva durante il lockdown dato che i consumatori

possono ordinare vino su internet a mezzanotte e averlo consegnato sulla propria soglia di casa.

Il consumo del futuro?

Non solamente le preferenze del consumatore, anche i trend della popolazione avranno un impatto significativo sul consumo di vino. Attualmente, come in gran parte dell'Europa, la popolazione tedesca sta lentamente diminuendo ogni anno e, dato che il tedesco medio vive più a lungo, la piramide dell'età si sta spostando verso la generazione d'argento. Ciononostante, questo gruppo, al momento, continua a consumare più vino pro-capite della propria controparte più giovane. Tuttavia, anche se il consumo medio in Germania dovesse rimanere stabile, il totale volume dei vini importati diminuirà al diminuire della popolazione. **Simone Loose**, professoressa presso l'Università di Geisenheim, è una specialista in demografia e prevede che la popolazione tedesca diminuisca dagli attuali poco più di 80 milioni di abitanti a meno di 70 al 2060. Inoltre, "dato che i più giovani consumatori non bevono così tanto vino, potremmo presto vedere un vuoto enorme nella popolazione che consuma vino". La Loose prevede che un rapido declino nel consumo di vino possa iniziare attorno al 2040. Vede inoltre un cambio graduale nel come e dove il vino verrà acquistato. Il settore distributivo al dettaglio, nella sua visione, diverrà via via più importante come canale di vendita del vino, ma i venditori di fine wines soffriranno, a meno di non diventare capaci di attrarre nuovi gruppi di consumatori. Anche le aziende vitivinicole potrebbero trovare maggiori difficoltà nella vendita diretta nel momento in cui, sempre più consumatori, che ora vivono nei pressi delle vigne, si sposteranno in città più grandi, creando una distanza fra se stessi e i produttori. Mentre il retail on-line sta ancora vivendo la propria infanzia, secondo le previsioni della Loose questo tipo di vendite continuerà a crescere velocemente. "La generazione più anziana spesso rifiuta di comprare vino tramite internet perché non può vedere la bottiglia, non può assaggiare il vino, non sono personalmente consigliati e non hanno una tangibile connessione con il prodotto", afferma. I consumatori più giovani, d'altro canto, comprano qualsiasi cosa online. Tuttavia, questo può non provvedere una sufficiente accelerazione per l'industria del vino, perché essi vogliono vedere prezzi di vendita attrattivi, si aspettano affari vantaggiosi e si rifiutano di pagare per la spedizione.

Il turismo in un mondo virale

Tornando alla pandemia, ora, notiamo "un altro capello nella minestra". I tassi di infezione in aumento, le prescrizioni e le limitazioni sui viaggi e le misure di quarantena hanno reso quasi impossibile viaggiare nel 2020. Mentre nel 2019 11,18 milioni di tedeschi hanno trascorso una media di 12,3 giorni in Spagna, nel 2020 solo 2,41 milioni di visitatori hanno volato verso le destinazioni vacanzieri preferite dai tedeschi. Ciò, ovviamente, significa che 8,77 milioni di tedeschi hanno passato quei 12,3 giorni a casa. Dato che il vino che essi avrebbero probabilmente goduto durante la loro vacanza è stato invece bevuto a casa nel proprio giardino, piuttosto che in un ristorante sull'isola di Maiorca o in una pizzeria prossima alla spiaggia a Rimini, è difficile indovinare quali modelli di consumo si verificheranno in futuro. Sarebbe tuttavia superficiale affermare che il consumo pro-capite di bevande alcoliche sia veramente aumentato in Germania. Similmente, secondo Statista, oltre un terzo dei tedeschi che sono riusciti a prendersi una vacanza sono rimasti nella propria nazione. Dato che i ristoranti erano in gran parte chiusi, anche questo ha contribuito alla crescita delle vendite nel segmento del food retail.

Anche i viaggi d'affari sono stati limitati alle nude necessità. Secondo l'Ufficio federale di Statistica solo 63 milioni di passeggeri hanno messo piede negli aeroporti tedeschi lo scorso anno, ovvero il 75% in meno di quanto avvenuto nel 2019. Per i produttori, che solitamente hanno vendite veloci nei Duty Free, ciò ha aggiunto sale sulla ferita.

Contrariamente a questa oscura disamina, appare sorprendente come il consumo di vino, e in particolare di vino spumante, non sia stato più seriamente compromesso. Rimane inoltre da verificare se le ripercussioni economiche della crisi da Coronavirus lasceranno i consumatori con minori disponibilità di reddito nel futuro prossimo. Il business report 2020 di Geisenheim, tuttavia offre motivi di un cauto ottimismo. Tali studi indicano che l'8% dei consumatori intervistati pianifica di consumare più vini spumanti nell'anno a venire. Dopo che l'ultimo cittadino sarà vaccinato, ci saranno sicuramente motivi sufficienti per celebrare. Quando quel giorno verrà i suoni di bicchieri tintinnanti, di liquidi sibilanti e di risate potranno essere facilmente uditi di nuovo in tutta la nazione.



NINO CONSIGLIO

Consiglio Vini - Düsseldorf

Nino Consiglio è cresciuto ad Agrigento, ma ha vissuto in Germania negli ultimi 40 anni. Nel 1989 ha fondato Consiglio Vini per supportare produttori italiani orientati alla qualità con le loro distribuzioni nel mercato germanico.

Il 2020 è stato un anno difficile per il commercio presso i ristoranti. Come ha influenzato questo aspetto i vini italiani?

Nonostante noi abbiamo solo pochi ristoranti italiani con stella Michelin in Germania, il settore dell'on-trade è molto importante per i vini italiani. Ciò premesso, lo scorso anno è stato molto difficile. Siamo stati in grado di compensare parte di tale perdita con distributori online quali Hawesco o Lobenberg, ma serviranno ancora altri mesi, se non un periodo più lungo, prima che le cose possano tornare alla normalità. È interessante notare, tuttavia, come i vini più pregiati non abbiano affatto sofferto.

In molti ristoranti lo Champagne è consumato solo al bicchiere, e non si ordina la

bottiglia. Come si comporta lo spumante?

Abbiamo un problema simile con lo spumante, evidenziato dal fatto che le migliori etichette di Franciacorta vendono tutte a prezzi simili a quello dello Champagne. I mercati del sud, in particolare Monaco, hanno affinità con l'Italia, e sono più aperti, ma questo non è affatto il caso di Berlino o Amburgo. Inoltre, solo pochi partner commercialmente fedeli a meno che non siano amici, sono assolutamente fedeli a un brand, per questo abbiamo iniziato a focalizzarci sulla vendita diretta ai consumatori.

Tu non hai Prosecco nel tuo portfolio. Questo è inusuale per un agente italiano. Perché?

Una volta avevo Nino Franco nelle mie referenze, ma la Germania è, per il Prosecco, un mercato "cane mangia cane" e io non ho più voluto lottare con i prezzi. I ristoranti dovrebbero comprare un Prosecco Premium per le occasioni importanti e un Prosecco a buon mercato per il "mixing", ma in realtà non lo fanno. Loro comprano soltanto il meno costoso. Allo stesso modo, nonostante adesso siano popolari, io non ho alcun Primitivo nel mio portfolio. Questo focus, tuttavia, mi permette di investire il mio tempo nei prodotti più fini, quali Bellavista.

ANTON RÖßNER

Weinland Abayan - Amburgo



Weinland Abayan è stata fondata nel 1984 con una specializzazione sui vini italiani. Fin dal 1989 è stata una degli specialisti nelle operazioni B-2-B presso Hawesco Group, uno degli attori chiave nel mercato del vino in Germania. Corriere Vinicolo ha parlato con il suo managing director, Anton Rößner.

I ristoranti hanno sempre

giocato un ruolo importante nella distribuzione di Abayan. Il 2020 deve essere stato un anno difficile. Sì, è vero, noi abbiamo 12.000 clienti on-trade che valgono circa il 40% del nostro business. Quelle vendite sono state in sostanziale

perse l'anno scorso. Ciò che mi preoccupa ancora di più, tuttavia, è che forse un quarto di quei ristoranti potrebbe non riaprire più. Per loro la pandemia è stata una condanna a morte.

Ciò deve aver colpito il segmento italiano in modo particolarmente duro. Come sono andati i tuoi vini spumanti?

Da categoria a categoria ci

sono stati vincitori e perdenti, ma, ovviamente, le bollicine italiane hanno sofferto considerevolmente perché c'è stato poco o nulla da celebrare lo scorso anno. Le nostre vendite di Prosecco sono scese del 46%, mentre i Franciacorta, che noi movimentiamo quasi esclusivamente tramite ristoranti italiani di alto livello, hanno ceduto ben i tre quarti.

Tutti gli spumanti hanno performed così debolmente?

No, noi siamo molto orgogliosi di aver invertito quel trend con Ferrari. Le nostre vendite hanno ceduto del 18% rispetto alle 130.000 bottiglie che movimentiamo ogni anno, ma abbiamo potuto gestire tale calo senza compromettere il prezzo. Ora che Ferrari è divenuto lo sponsor ufficiale delle gare di Formula Uno, ci attendiamo che il 2021 possa essere un anno ben migliore.





«Se è Mytik, dico Sì!»

winissimo © Foto: R. Sprang *TCA liberdale s. al limite di quantificazione di 0,3 mg/l

Da oltre 10 anni Mytik rivoluziona il mondo del vino grazie alla gamma dei suoi tappi tecnici in grado di preservare la buona evoluzione del vino in bottiglia, così come il vignaiolo immagina. Performance meccaniche, neutralità sensoriale* unica, permeabilità ben controllate che mantengono intatte le mappe sensoriali dei vini: con Mytik, ogni produttore di vino sa di offrire il meglio del suo lavoro. Per questo sceglie di dire sì. «Se è Mytik, dico Sì!»

www.diam-cork.com

Benoit Fedou, Maître d'Hôtel Sommelier, Ristorante En Marge.



Mytik
DIAM

Il garante degli aromi

SPUMANTE DEL PIEMONTE: QUALI STRATEGIE OGGI?



Territorio vocato con un glorioso passato, ma ciò che sembra essere mancato, soprattutto negli ultimi 20-25 anni, è una strategia regionale capace di orientare le scelte individuali - aziendali e territoriali - verso un progetto comune, evitando la polverizzazione esasperata e le inutili sovrapposizioni. Nelle parole dei protagonisti di questo settore, i progetti e i possibili sviluppi per recuperare oggi la leadership del passato

di GIANCARLO MONTALDO

Che l'attuale realtà dello spumante italiano abbia avuto nel passato forti legami con il Piemonte non lo dimostra solo la ricchezza e la forza dei fatti storici e dei personaggi che li hanno determinati e vissuti, primo fra tutti quel Carlo Gancia considerato l'artefice dell'avvio di uno sviluppo che si sarebbe potenziato con il trascorrere dei decenni e la crescita delle aziende e delle loro attività.

La conferma ci viene dall'attuale struttura del settore spumantistico piemontese, che vive di un modello territoriale capillarmente diffuso, nel quale sono pochi i vini a denominazione di origine che non sono legati, almeno con una tipologia, a questa particolare formula produttiva. E non solo. Moltissimi sono i vitigni autoctoni di questa regione che hanno dimostrato nel tempo una particolare attitudine alla produzione di spumanti, sia tra le varietà aromatiche, sia tra quelle che non sempre mantengono nei vini il loro aroma primario. E anche il carattere cromatico non ha fatto distinzione, visto che sono numerosi i vitigni autoctoni a frutto bianco che hanno evidenziato una propensione alla produzione spumantistica, seguiti a ruota da quelli a frutto nero. Nemmeno le caratteristiche ambientali sembrano discriminare in modo rigido queste produzioni, anche se spesso i vitigni che meglio si comportano nel produrre gli spumanti sono quelli che prediligono un clima freddo-temperato spiccato, con accentuate escursioni termiche tra il giorno e la notte e tra l'estate e l'inverno, e che preferiscono i suoli marnosi, le cosiddette "terre bianche".

Ciò che sembra essere mancato, soprattutto negli ultimi 20-25 anni, è una strategia regionale capace di orientare le scelte individuali - aziendali e territoriali - a un progetto comune, evitando la polverizzazione esasperata e le inutili sovrapposizioni.

Il confronto sui dati economici

Esaminando i dati relativi alla superficie vitata rivendicata e alle produzioni effettive, si nota la netta prevalenza degli spumanti dolci e aromatici rispetto a quelli secchi. Gioca a favore della prima categoria una tradizione più consolidata soprattutto a livello viticolo. Le produzioni spumantistiche di tipo secco - metodo classico e Martinotti - hanno per lungo tempo rinunciato a denominazioni territoriali piemontesi preferendo rifornirsi di materia prima in Oltrepò Pavese per il Pinot nero e in Trentino per lo Chardonnay. Lo stesso Progetto Spumante Metodo Classico in Piemonte, dal quale è scaturita la Docg Alta Langa, ha preso le mosse nel 1989, fornendo

i primi significativi riscontri nel 2002 con il riconoscimento della Doc. L'altro comparto rilevante - quello legato alla Doc Piemonte - ha visto la luce nel 1994 e non ha mai suscitato grande interesse tra i produttori vuoi per il carattere basilico della denominazione, vuoi per la concorrenza del contemporaneo sviluppo dell'Alta Langa. Un buon contributo allo sviluppo di questi spumanti potrebbe venire dal Progetto "Marengo", destinato a produrre e mettere sul mercato prodotti secchi a base Cortese, un vitigno che dispone di importanti basi produttive, sia come Piemonte Cortese che come Cortese dell'Alto Monferrato. Anche le tipologie Spumante in altre denominazioni (Roero Arneis, Erbaluce di Caluso, Colli Tortonesi, ecc.) ri-

spondono più a scelte aziendali che a strategie di settore. Questo spiega la dimensione limitata sia della superficie rivendicata sia della produzione effettiva rispetto al dato più generale della singola denominazione. Venendo ai dati concreti, la superficie vitata rivendicata nel 2020 per gli spumanti dolci è stimabile in 6.770 ettari, tenendo conto che nel caso dell'Asti il 58% del patrimonio vitato può essere attribuito allo Spumante, mentre il 42% è destinato a Moscato d'Asti. Questi 6.770 ettari rappresentano più del 15% della superficie vitata regionale. Sempre nel 2020, la rivendicazione per gli spumanti secchi fa riferimento a circa 400 ettari, meno dell'1% del vigneto regionale, con l'Alta Langa che primeggia con oltre 316 ettari.

ERNESTO
ABBONA



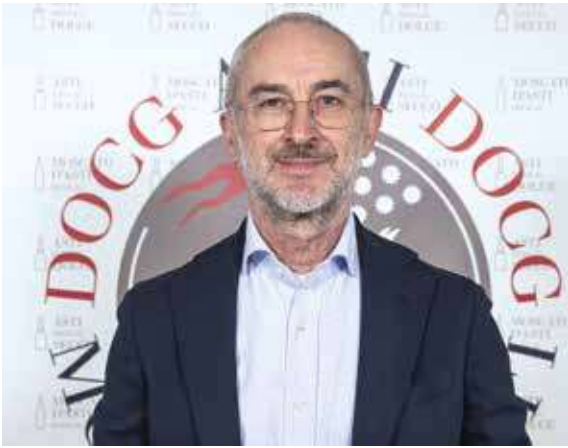
Per quanto concerne il dato produttivo, preferiamo affidarci ai valori degli imbottigliamenti, che esprimono al meglio le dinamiche reali degli spumanti destinati al mercato. Bastano due dati a chiarire la situazione: l'Asti nel 2020 ha posto sul mercato quasi 58,5 milioni di bottiglie, mentre il volume dell'Alta Langa è stato di circa un milione di bottiglie. In prospettiva, è ragionevole ipotizzare un maggiore sviluppo degli spumanti secchi e questo non solo perché anche i settori degli spumanti dolci stanno progettando maggiori diversificazioni di prodotto, con dimostrano i casi dell'Asti "secco" e dell'Acqui rosé. Molte delle denominazioni dove gli spumanti secchi sono protagonisti assoluti (Alta Langa) o interpreti di un certo peso (Nebbiolo d'Alba, Erbaluce di Caluso, Piemonte Cortese ecc.) stanno vivendo un periodo positivo e questo fa pensare a un irrobustimento di queste produzioni. Prima di passare all'analisi dei principali comparti, riteniamo utile evidenziare una considerazione generale scaturita dal colloquio con **Ernesto Abbona**, presidente di Unione Italiana Vini e titolare della

Marchesi di Barolo. "La storia della spumantistica piemontese - ha ricordato - ci regala un grande passato, ma è anche all'origine di quella frammentazione produttiva che in questi anni ha portato gli spumanti della nostra regione a non essere più un elemento di forte valorizzazione della filiera. La ricchezza delle proposte offre certamente vantaggi competitivi grazie alla dotazione di vitigni, territori e tradizioni, ma, se non è gestita, rischia di infrangersi con i suoi numeri troppo esigui contro un mercato dove la massa critica ha comunque il suo peso". Viene spontaneo fare raffronti tra Piemonte e Veneto. "Per quanto sia un confronto delicato e da valutare con attenzione, la PLV media di un ettaro di Prosecco (tra Doc e Docg) è di 17.100 euro, mentre lo stesso valore per gli spumanti piemontesi (Asti e Alta Langa) è di 12.100 euro. Si tratta di un dato che deve far riflettere: probabilmente il Piemonte, focalizzandosi su un numero più compatto di aree vitate, non disperdendo le ingenti risorse promozionali necessarie per promuovere ogni singola denominazione, potrebbe recuperare anche nello spumante la leadership del passato. E questo senza voler limitare la libertà imprenditoriale della singola azienda". ♦♦

I VITIGNI E LE ZONE DI ORIGINE
SPUMANTISTICA
DOLCE E AROMATICA
E SPUMANTISTICA SECCA

La spumantistica dolce e aromatica è legata in particolare ai vitigni definiti aromatici come Moscato, Brachetto, Malvasia di Casorzo, Malvasia di Schierano, Malvasia Lunga Nera e Braghet rosa. La spumantistica secca, invece, fa riferimento a vitigni che non hanno aromi primari così catalogati e sono usati anche per ottenere vini tranquilli secchi. In tale ambito, le varietà autoctone (Cortese, Nebbiolo, Erbaluce, Arneis, Freisa) si distinguono da quelle internazionali (in prevalenza Chardonnay e Pinot nero). Nel passato si sono condotte prove anche su altri vitigni (Barbera, Freisa, Dolcetto o altri), ma nel concreto non hanno dato seguito a produzioni di particolare significato. Le produzioni spumantistiche dolci e aromatiche sono concentrate nella fascia territoriale del Piemonte che sta a sud del fiume Po, nelle province di Cuneo, Asti, Alessandria. Adirittura, possiamo dire che i principali vini a denominazione di origine di questa sezione sono prodotti in una fascia territoriale ancora più circoscritta, sempre nelle province di Cuneo, Asti e Alessandria, ma alla destra del fiume Tanaro. I vini in questione sono l'Asti Spumante Docg, accompagnato dal Moscato d'Asti, poi il Brachetto d'Acqui Docg e la tipologia della Doc Piemonte, il Piemonte Brachetto, che dispone della tipologia "Spumante". Uniche eccezioni sono la Malvasia di Casorzo Doc e la Malvasia di Castelnuovo Don Bosco Doc, le cui zone di origine sono alla sinistra del Tanaro. Analoga situazione è l'area di coltivazione del Barghet rosa, soprattutto nel Roero, ma al momento senza denominazione di origine. La produzione di spumanti secchi, invece, trova esperienze significative sia a sud del fiume Po, sia nella provincia di Torino, tanto nella fascia a ridosso della provincia astigiana con le esperienze con il Freisa, tanto nel Canavese con la produzione legata all'Erbaluce. Il cosiddetto "Alto Piemonte", ovvero le province di Biella, Novara, Vercelli e Verbano Cusio Ossola non presenta produzioni spumantistiche significative. Numerose sono le denominazioni di origine legate a questi spumanti, ottenuti sia con il metodo classico sia con il metodo Martinotti. Tra tutte segnaliamo i vini legati alla Doc Piemonte, con o senza specificazione di vitigno. Altro segmento di interesse in prospettiva futura potrebbe essere lo spumante legato Piemonte Cortese che può essere proposto con la menzione "Marengo". Meritevole d'attenzione è l'Alta Langa Docg metodo classico, frutto di un progetto tecnico scientifico che ha rivelato la spiccata vocazione a produrre uve per spumanti di qualità delle colline piemontesi delle province di Cuneo, Asti e Alessandria poste alla destra del Tanaro. Dimensionalmente più piccoli, ma di buon interesse qualitativo sono gli spumanti legati alle denominazioni più generali come Roero Arneis Docg, Erbaluce di Caluso Docg, Nebbiolo d'Alba Doc, accompagnato quest'ultimo dalle numerose esperienze legate al vitigno Nebbiolo. Restano infine le tipologie "Spumante" legate ad altre varietà e denominazioni come il Cortese nella Doc Gavi o il Timorasso nella Doc Colli Tortonesi, la Freisa nelle Doc Freisa d'Asti e Freisa di Chieri e altre situazioni minori.

LORENZO BARBERO



PAOLO RICAGNO



ANTONIO MASSUCCO



IL PIANETA ASTI

Quella dell'Asti e Moscato d'Asti è la denominazione più importante nel settore spumantistico piemontese. Diffusa su 52 paesi, vive su due pilastri produttivi che si stanno ripartendo l'intero panorama. La tipologia Spumante, ovvero l'Asti, è ancora la componente più importante dal punto di vista della produzione e del mercato: nel 2020 si è aggiudicata il 58% delle bottiglie prodotte, con un mercato dalle dimensioni mondiali. La base ampelografica è legata al Moscato bianco, che in questa zona dispone di quasi 10.000

ettari di vigneti di collina. "La novità più importante degli ultimi anni - sottolinea il presidente del Consorzio **Lorenzo Barbero** - sta nella più ampia possibilità di declinare il prodotto Asti in base al residuo zuccherino. Accanto alla tipologia 'Dolce' che resta l'espressione più tradizionale, due successive modificazioni del disciplinare hanno introdotto le tipologie Extra dry, Dry, Demi sec, Pas dosé, Extra brut e Brut. Una interessante serie di opportunità sulle quali stanno lavorando i vari produttori per imprimere al settore una vivacità sempre

maggiore". L'andamento dei mercati ha rivelato un buono stato di salute della denominazione: "Anche nell'anno della pandemia - ricorda Barbero - l'Asti e il Moscato d'Asti hanno conseguito ulteriori conferme di gradimento dai vari mercati. L'Asti da un mercato più globalizzato, il Moscato d'Asti da un mercato più polarizzato sugli Stati Uniti. I quasi 53,5 milioni di bottiglie dell'Asti e i 38,17 del Moscato d'Asti hanno attestato il settore nel 2020 oltre i 91,5 milioni di pezzi, +8% rispetto al 2019". Un progresso che sembra confermato anche nel primo trimestre 2021.

IL BRACHETTO E GLI ALTRI AROMATICI

Il vitigno Brachetto e le tipologie Spumante del Brachetto d'Acqui e del Piemonte Brachetto hanno dato vita a un comparto produttivo che ha seguito per molti aspetti l'impostazione dell'Asti, ma con minori risultati. Questo può apparire strano pensando che a inizio anni Novanta del Novecento il Brachetto era l'uva più remunerata d'Italia e i suoi vini vivevano una fantastica corsa al consumo. Poi, sono intervenuti alcuni fattori critici, come il forte incremento degli impianti e un mercato molto legato all'Italia. Così la favola è poco per volta sfiorita. A peggiorare la situazione è arrivata nel 2020 la pandemia con tutte le chiusure che ha portato con sé a danno di un vino che ha privilegiato la presenza nel canale Horeca. "I dati economici parlano chiaro; - ricorda **Paolo Ricagno**, presidente del Consorzio tutela Vini d'Acqui - nel 2020 Brachetto d'Acqui e Piemonte Brachetto hanno perso circa 600.000 bottiglie rispetto al 2019 e questo nonostante l'introduzione dell'Acqui rosé, una formula di Brachetto con minore residuo zuccherino. D'altro canto, il nostro mercato, che tra Acqui e Piemonte nel 2020 ha distribuito circa 3.100.000 bottiglie, è decisamente orientato all'Italia (65%) e l'esportazione, a parte pochi casi, non ha dato i risultati attesi. Ma c'è un segnale positivo: il primo trimestre 2021 ha dato segni

di ripartenza, sperando in una conferma nei prossimi mesi". A proposito di export, chi da tanto tempo vende Brachetto d'Acqui in particolare negli Usa è la Banfi Piemonte con sede a Strevi. Il direttore tecnico **Antonio Massucco** non ha dubbi: "Noi continuiamo a credere in questo prodotto, sia nella qualità che nella quantità. Le nostre 500.000 bottiglie annue sono un dato importante, ribadite anche dalla rilevante quota di esportazione sul mercato statunitense, dove anche nel 2020 non siamo arretrati. La nostra fiducia nel prodotto è ribadita ogni giorno da un approccio professionale nella selezione qualitativa, nelle strategie di mercato e nella sua presentazione". Decisamente minore è la portata delle altre due denominazioni legate a vitigni aromatici, la Malvasia di Casorzo d'Asti e quella di Castelnuovo Don Bosco. Una sessantina sono gli ettari rivendicati nel 2020 (ovvero 65 per Casorzo e 61 per Castelnuovo Don Bosco). Il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato ci ha fornito i dati della Malvasia di Castelnuovo Don Bosco: nel 2020 ha imbottigliato 1.743,43 ettolitri, ottenendo circa 232.500 bottiglie. Il 37% di questa produzione è Spumante, mentre il restante 63% a tappo raso. Per la Malvasia di Casorzo disponiamo solo dei dati dell'imbottigliato del 2018, che ammontano a 442.400 bottiglie, con un'incidenza molto bassa della tipologia Spumante (circa il 5%).

L'ALTA LANGA, IL CLASSICO

È il fiore all'occhiello tra gli spumanti piemontesi secchi ed è il risultato di un lungo lavoro sperimentale, tra il 1989 e il 2002, nel quale è stato testato con rigore l'adattamento di Pinot nero e Chardonnay alle colline piemontesi delle province di Cuneo, Asti e

Alessandria con altitudine oltre i 250 metri. Dopo un periodo di rodaggio, nel 2002 con il riconoscimento della Doc è iniziato un graduale sviluppo gestito degli impianti, che ha portato l'Alta Langa a crescere dai 70-80 ettari di allora ai 317 rivendicati nel 2020, con proiezione fino ai

350 nel 2022. "Siamo soddisfatti dai risultati conseguiti - ricorda **Giulio Bava**, presidente del Consorzio Alta Langa - perché, raccogliendo il testimone di coloro che avevano lavorato in fase sperimentale, abbiamo dato vita a uno sviluppo meditato del comparto produttivo, senza chiusure esagerate o aperture eccessive che finiscono sempre per dare scarsi risultati". La soddisfazione è condivisa da **Sergio Germano**, produttore a Serralunga d'Alba: "Ho scelto di produrre questo metodo classico, non per completare la gamma aziendale,

ma perché è lo spumante che interpreta il nostro territorio. Credo nel prodotto e nel suo futuro e per questo continuo a investire in vigneto e in tecnologia per dare al consumatore un vino capace di rispondere appieno ai caratteri di un vero prodotto di nicchia". "Ma è un vino di nicchia - gli fa eco il presidente Bava - che comincia a manifestare volumi di un certo interesse: adesso siamo a un milione di bottiglie, ma la vendemmia 2020 ha portato nelle nostre cantine uva per produrre quasi 2 milioni e 450

mila bottiglie e con l'annata 2022 le bottiglie saliranno fino a 3,2-3,5 milioni di pezzi". "Dire che siamo orgogliosi del lavoro fatto è pleonastico - conclude **Antonio Massucco** della Banfi Piemonte in rappresentanza di una delle sette Case che nel 1989 hanno avviato il progetto sperimentale - ma è evidente che le scelte di allora sono state azzeccate e promettono ulteriori sviluppi. D'altronde, di progetti come questo, che ha lavorato su più di 60 ettari di vigneti sperimentali, ne esistono pochi. E non solo in Italia".



GIULIO BAVA
(a sinistra)
e SERGIO
GERMANO

DAVIDE VIGLINO



FILIPPO MOBRICI



STEFANO RICAGNO



LA DOC PIEMONTE E IL PROGETTO MARENGO

Nel 1994, quando fu varata la Doc Piemonte, aveva fatto scalpore che il riferimento “Piemonte” senza altra specificazione fosse stato riservato alle produzioni spumantistiche, a metodo classico e Martinotti, con base varietale di Chardonnay, Pinot nero, Pinot bianco e grigio e loro combinazioni. Al di là di tutto, era la conferma dell'attenzione che il mondo vitivinicolo piemontese aveva per lo spumante, in un periodo in cui l'Alta Langa era ancora nei sogni. Da allora, l'attività sulla Doc Piemonte non si è fermata. Anzi, il settore ha continuato a lavorare, creando nuove tipologie con altre varietà. Ma dal punto di vista economico i risultati sono stati raramente esaurienti se pensiamo che nel 2020 tutte le tipologie di spumante hanno preparato circa un milione di bottiglie, incluso quel Piemonte Brachetto

Spumante di cui abbiamo scritto poc'anzi. All'orizzonte, però, c'è una nuova scommessa, concretizzata nel 2019 e che potremmo definire “Progetto Marengo”. L'iniziativa è nata anni fa come marchio proposto dalla Camera di commercio di Alessandria. Nel 2019 il marchio è diventato Menzione geografica e come tale è entrato nel disciplinare della Doc Piemonte come presentazione alternativa di un vino già esistente, il Piemonte Cortese Spumante. Il nome “Marengo” è riconducibile al Dipartimento di Marengo, una provincia dell'Impero francese in Italia creata il 26 aprile del 1801 a seguito della battaglia di Marengo, combattuta il 14 giugno 1800 nella piana di Marengo, vicino ad Alessandria. La base ampelografica è costituita per almeno l'85% da uva Cortese, alla quale si può aggiungere fino al 15%

grappoli di altre varietà. In questo 15% è prevista la presenza fino al 3% di Moscato. La zona di origine è ampia: i territori collinari delle province di Cuneo, Asti e Alessandria. La resa massima di uva a ettaro è di 14.000 kg e il rendimento uva-vino del 75%. In etichetta può essere evitato il riferimento varietale indicando Piemonte Marengo o anche solo Marengo. Chi crede in questo progetto è **Davide Viglino**, direttore della Vignaioli Piemonte: “Dalle norme di base è evidente che l'intenzione è quella di produrre uno spumante secco per la quotidianità, adatto all'aperitivo o per accompagnare pranzi o cene d'estate o ancora per brindare nei grandi banchetti. Il legame storico è intrigante, così come quello varietale: il vitigno Cortese ha una buona base territoriale (circa un migliaio di ettari escludendo i vigneti del Gavi Docg), soprattutto nell'Alto Monferrato, a cavallo tra le province di Asti e Alessandria”. Sulla medesima

lunghezza d'onda è **Filippo Mobrici**, presidente del Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato: “Senza dubbio è un progetto ambizioso, soprattutto per dare valorizzazione e di redditività al comparto dell'uva Cortese che negli ultimi anni è stato trascurato e che ha sofferto per i livelli di remunerazione inferiori ai meriti qualitativi. Anche se il progetto è inserito in una denominazione in piena attività, la fase produttiva è appena iniziata e bisogna coinvolgere la produzione prima di pensare al mercato e alla promozione”. Giudizio lusinghiero è anche quello di **Stefano Ricagno**, esponente di Cuvage e Mondo del Vino: “I primi riscontri di mercato e consumo sono lusinghieri: lo spumante piace, ha tante occasioni di consumo e un rapporto qualità-prezzo di grande favore. Purtroppo è arrivato in un momento difficile, per i produttori e i consumatori. Superata la pandemia, potrebbe essere lo spumante su cui scommettere”.

GLI SPUMANTI DA NEBBIOLO

L'idea di utilizzare le uve Nebbiolo per produrre grandi spumanti non è di oggi. Già nella seconda metà dell'Ottocento quando il settore spumantistico prendeva le mosse una delle opportunità considerate era proprio il Nebbiolo. Nel contesto albeso sono state condotte nel passato molte esperienze in tal senso al punto che il Nebbiolo d'Alba Doc ha tra le sue tipologie anche lo spumante e non da oggi, ma dal 1970. In origine, il suo impianto normativo era stato poco declinato, ma con la modifica del disciplinare del 2010 sono state introdotte regole specifiche sullo

spumante che oggi lo rendono assai allettante. In effetti, il settore produttivo sta poco per volta rispondendo con efficacia a queste opportunità. La prova sta nei dati della vendemmia 2020, con la rivendicazione del Nebbiolo d'Alba Spumante che ha interessato quasi 13 ettari e 20 aziende. D'altra parte, negli ultimi 15 anni, la passione per il Nebbiolo Spumante è tornata di attualità tra i produttori di Langhe e Roero e così questa scelta produttiva ha coinvolto 30-35 aziende con una produzione stimabile in 200-300 mila bottiglie. La maggior parte di questi spumanti, però, non dispone di una denominazione di riferi-

mento e, pertanto, molti di questi prodotti in genere sono proposti solo come “Vini Spumanti di Qualità”. “Il dibattito a tale riguardo - ci ricorda **Matteo Ascheri**, presidente del Consorzio Barolo Barbaresco Alba Langhe Dogliani - si è via via sviluppato e il Consorzio sta valutando varie soluzioni per mettere a disposizione di questi

spumanti da Nebbiolo un riferimento di denominazione. La soluzione più condivisa è quella di introdurre nella Doc Langhe una o più tipologie di Langhe Nebbiolo Spumante. L'ampia base territoriale potrebbe coinvolgere non solo i territori di tradizione col-

tura del Nebbiolo, ma anche alcuni più periferici (es. Doglianesi) dove gli impianti con questo vitigno stanno recentemente crescendo”. L'esigenza di fare massa critica e lavorare su zone territorialmente ampie è ribadita da **Paolo Sartirano** che a Novello con la Cantina San Silvestro produce spumanti da Nebbiolo: “Nel mondo degli spumanti ci sono regole di strategia e di mercato che vanno tenute in considerazione nella progettazione di un nuovo prodotto. La soluzione della Doc Langhe mi sembra già adeguata perché risponde a due esigenze di base, ovvero la zona ampia e il nome accattivante. Ma, se

volessimo lavorare ancora più sul sicuro, l'ipotesi migliore sarebbe quella di utilizzare il riferimento del Nebbiolo nella Doc Piemonte. Così, i presupposti di partenza sarebbero ottimali”. A fronte di questa ipotesi potrebbe esserci un'altra soluzione, forse più impegnativa, ma anche più accattivante: l'idea sarebbe quella di lavorare sulla tipologia Spumante del Nebbiolo d'Alba Doc, procedendo ad alcune modificazioni che possano favorirne l'uso per gran parte degli spumanti prodotti nell'Albeso con questo vitigno. L'intervento più coraggioso riguarderebbe la zona di origine delle uve che andrebbe amplia-



MATTEO ASCHERI

i-wine

Appassionati di vino e innovazione

La soluzione ideale per la tua Azienda Vitivinicola: Vigneto, Cantina, Erp, Crm, Quality and Sustainability, Laboratorio, Analytics, Web&App.

Scopri le soluzioni Apra-Var Group.

info@apra.it
www.i-wine.online

APRA VARGROUP
a vargroup company inspiring innovation



IN RICORDO



© Mitraildo

Pio Boffa insieme alla figlia Federica

Addio a Pio Boffa, lo stile forte e fiero dell'azienda familiare

Era il 5 novembre 2020 quando in Alba scompariva Rosy Pio, la mamma di Pio Boffa, il deus ex machina della Pio Cesare, la bella e storica azienda vitivinicola di Alba. Il tono triste della sua voce mentre ricordava quella mamma alla quale era molto legato rivelava come nel suo cuore lei rappresentasse il nesso imprescindibile con la storia della famiglia e dell'azienda. Non sono ancora passati sei mesi e adesso la notizia triste riguarda proprio lui, Pio Boffa. Il Covid se lo è portato via a nemmeno 67 anni, lasciandoci tutti sgomenti.

Pio Boffa era nato ad Alba il 13 dicembre 1954, ma le sue radici erano nella Langa del Moscato, a Mango, e spesso lo portavano a girare le colline verso quelle terre. Sembrava che fosse destino che trovasse un posto di privilegio sulle alte colline di Treiso, a quel "Bricco" dove tornava spesso per trovare momenti di tranquillità e per ritrarsi dopo uno dei tanti viaggi qua e là per il mondo. Nell'azienda Pio Cesare è entrato molto giovane, nei primi anni Ottanta, quando il vino albese cominciava a fare gola ai mercati del mondo intero. Ultimo di quattro figli di una famiglia che operava nel mondo del vino, continuando l'opera di coloro che avevano fondata la Pio Cesare ad Alba nel 1881 e poi l'avevano fatta crescere e divenire prestigiosa, Pio Boffa ha rivelato fin da subito quel suo carattere forte, le idee chiare, la volontà ferrea di fare e fare bene, l'impegno a valorizzare i vini suoi, ma nel rispetto di quelle denominazioni di origine che erano il valore aggiunto di tutto il territorio.

L'uomo della svolta

All'inizio degli anni Ottanta, il suo ingresso in azienda ha contribuito a consolidare le dimensioni che oggi contraddistinguono la Pio Cesare.

A cominciare da quello stile familiare che non stava solo nella continuità delle iniziative portate avanti da chi era venuto prima di lui, ma anche nell'impegno in prima persona a sviluppare l'attività di tutti i giorni, quella che lo ha fatto dialogare con i collaboratori, i fornitori e i clienti sparsi poco per volta nel mondo intero. "Era orgoglioso - ha ricordato Ernesto Abbona che ne condivideva idee e propositi - di questo radicamento familiare e ne andava fiero - 'siamo più vivi e forti che mai', anche se ammetteva lui stesso che la riconoscenza verso famiglie che hanno fatto la storia dei grandi vini albesi era un po' dimenticata dai nuovi attori e critici del mondo del vino".

E, poi, era orgoglioso di rappresentare l'unica azienda che aveva ancora la sua sede nel "salotto buono" di Alba, quel centro storico che nelle cantine della Pio Cesare conservava i segni della romanità con le tracce sotterranee delle mura costruite in epoca romana.

Sotto la sua guida la Pio Cesare è cresciuta nella dimensione, nell'identità, nel mercato, nella qualità reale e percepita e, soprattutto, nella visione globale del vino, in nome della quale la famiglia ha fatto investimenti importanti per accompagnare l'attività enologica con numerose proprietà viticole situate sulle colline più vocate alla coltivazione della vite.

La scomparsa di Pio Boffa è una perdita grave, non solo per la sua famiglia, per la moglie Nicoletta e la figlia Federica, alle quali vanno i pensieri più affettuosi e le condoglianze della presidenza e del Consiglio dell'Unione Italiana Vini e della direzione del nostro giornale, ma per tutto il mondo del vino di Langa e Roero, che da questo momento è un po' più povero e anche un po' più solo.

(Ha collaborato Giancarlo Montaldo)



PAOLO SARTIRANO

➡ segue da pagina 41

ta per la sola tipologia Spumante in modo da diventare il riferimento di tutta la produzione spumantistica a base di Nebbiolo. In una regione che spesso tende a polverizzare la struttura produttiva, questo sarebbe un esempio virtuoso di comunione d'intenti, che da un lato ottimizzerebbe una denominazione già esistente e dall'altro eviterebbe di inflazionare la Doc Langhe che già dispone di molte tipologie. Tra i commenti raccolti, ci pare interessante quello di **Piero Giachino**, direttore della Cantina del Nebbiolo di Vezza d'Alba, tradizionalmente legata

a questa varietà: "Questa della rivisitazione del disciplinare del Nebbiolo d'Alba per la tipologia Spumante mi pare una soluzione intrigante, che tra l'altro rivaluterebbe una denominazione che sta subendo la forte concorrenza del Langhe Nebbiolo. Senza entrare nel dettaglio degli interventi da attuare, molte sono le soluzioni possibili, non ultimo il fatto di creare un Nebbiolo d'Alba Spumante bianco in sostituzione della tipologia rossa che nessuno produce e in affiancamento a quella rosata, oggi l'assoluta protagonista".



PIERO GIACHINO

DUE NOTE SULLE ZONE DI CONTORNO

Come abbiamo evidenziato in premessa, altre denominazioni piemontesi dispongono di tipologie Spumante a contorno della produzione di vini tranquilli. I dati economici relativi a queste denominazioni, però, evidenziano come la produzione spumantistica sia in generale molto contenuta e faccia riferimento a strategie di tipo personale o aziendale. È il caso della Docg Roero Arneis, prodotta nell'Albese a sinistra del Tanaro, il "Roero". Il volume degli imbottigliamenti di Roero Arneis Spumante, incluso il Metodo Classico, ammonta nel 2020 a 37.467 pezzi, un dato esiguo se pensiamo che lo stesso anno il Roero Arneis tranquillo di bottiglie ne ha preparate quasi 5.626.000. Sulla stessa lunghezza d'onda è l'Erbaluce di Caluso Docg, che dispone di tre tipologie, fermo, spumante e passito. Le circa 30.000 bottiglie del Caluso Spumante rappresentano una percentuale esigua delle circa 800.000 bottiglie prodotte in media dall'intera denominazione. **Lia Falconieri** dell'Azienda agricola Cieck, nata soprattutto per produrre spumante da Erbaluce di Caluso sembra giustificare la situazione: "Produrre spumante, in particolare metodo classico, non è un lavoro per tutti. Ci vuole preparazione, tecnologia e molta passione. Se nella nostra azienda la percentuale di Erbaluce Spumante rispetto alla globalità della produzione è in costante aumento, non è altrettanto vero nella globalità della denominazione: l'Erbaluce come uva e come vino ha bisogno di lunghi periodi di maturazione sui lieviti e, considerato che molte aziende del territorio hanno dimensioni limitate, sono pochi gli imprenditori che possono permettersi attese così lunghe, anche dal punto di vista economico". Produzioni ancora più limitate si riscontrano nelle tipologie Spumante della Doc Colli Tortonesi e del Gavi Docg, a conferma che in queste denominazioni la scelta di produrre spumante è più di carattere aziendale che territoriale.

Giancarlo Montaldo



LIA FALCONIERI



WE CAN **PACK IT**

JUST CALL US.



MAS PACK PACKAGING S.p.A.

ITALIA

Regione Leiso, 95-96, 14050
SAN MARZANO OLIVETO AT

MAS PACK FRANCE S.a.S.

FRANCE

2 bis rue de la Tête d'Or
69006 LYON

MAS PACK FILIAL ESPAÑA

SPAIN

C/Aribau,74
08036 BARCELONA

MAS PACK PACKAGING USA

USA

2224, Northpoint Parkway
95407 Santa Rosa, CALIFORNIA

T. +39 0141 856723 | E. info@maspack.com | www.maspack.com

EXPORT ITALIA

L'anno Covid porta in negativo un trend di rallentamento iniziato già nel 2019: indicatori tornati al pre-boom, ma ora i mercati non sono più vergini praterie *di CARLO FLAMINI*

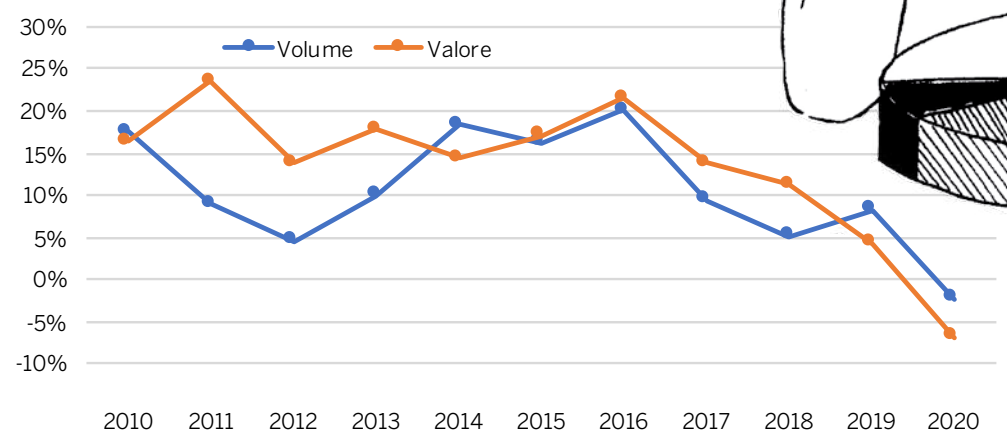
EXPORT ITALIANO DI SPUMANTI

	Litri			Euro			Euro/litro		
	2019	2020	Var. %	2019	2020	Var. %	2019	2020	Var. %
Champagne	1.200.266	781.972	-34,9	31.700.935	20.465.892	-35,4	26,41	26,17	-0,9
Cava	257.491	578.121	124,5	1.173.846	2.394.462	104,0	4,56	4,14	-9,1
Prosecco	267.526.872	278.144.078	4,0	1.053.051.662	1.019.389.284	-3,2	3,94	3,66	-6,9
Asti	39.272.325	38.803.007	-1,2	141.314.809	139.238.043	-1,5	3,60	3,59	-0,3
Dop	26.379.637	16.360.076	-38,0	124.718.064	86.059.822	-31,0	4,73	5,26	11,3
Igp	10.169.188	9.757.842	-4,0	28.316.292	24.167.468	-14,7	2,78	2,48	-11,1
Varietali	14.287.207	12.491.042	-12,6	41.728.299	34.631.784	-17,0	2,92	2,77	-5,1
Comuni	58.824.799	51.320.668	-12,8	157.022.595	144.285.411	-8,1	2,67	2,81	5,3
Totale spumanti	417.917.785	408.236.806	-2,3	1.579.026.502	1.470.632.166	-6,9	3,78	3,60	-4,7

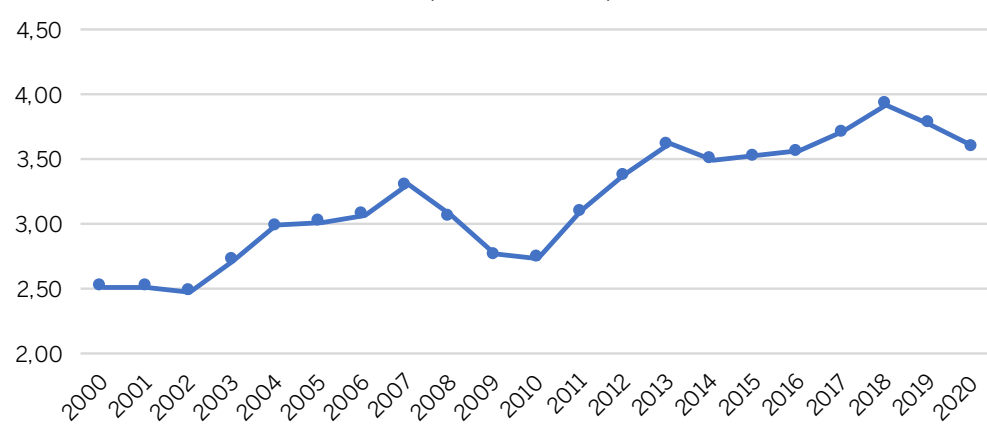
CI SI STA MANGIANDO UN PATRIMONIO IN VALORE



1. VARIAZIONI % ANNUE



2. CURVA PREZZO MEDIO (EURO/LITRO)



Un arretramento del 2% a volume e uno, più severo, a valore, pari a -7%. Si chiude così l'anno Covid per la spumantistica italiana, un anno non brillantissimo, migliore certamente se visto in comparazione con i principali competitor, come spagnoli e francesi. Ma di certo quello che ci lascia in eredità il 2020 sono una serie di interrogativi a cui l'anno in corso è chiamato a dare una risposta. Il primo: la corsa forsennata delle bollicine italiane è da considerarsi definitivamente finita? Stiamo entrando in un'era di relativa stabilità? Dove si può insistere (e come soprattutto) per mantenere ritmi sostenibili? A guardare le curve storiche, in particolare quel-

la delle variazioni annue (grafico 1), fa una certa impressione vedere come da un anno all'altro si sia precipitati da +8% a -2% (volume) e da +4% a -7% (valore). Ancora più impressionante è vedere la dinamica di discesa della curva valore, passata da +20% a -7% nell'arco di un lustro, mentre sui volumi si ha l'unica eccezione del 2019, anno che fu segnato dalla strabordante vendemmia 2018, che si va a leggere nelle variazioni dei prezzi: -4%, a cui è seguito il -5% di quest'anno (grafico 2), con effetto discesa immediata da soglia 4 a soglia 3,5 euro al litro. Insomma, pare che ci si stia mangiando a poco a poco un patrimonio di valore che ci si è impiegato quasi dieci anni a costruire, e la fotografia dei Cagr lo evidenzia bene (grafico 3): il quinquennio d'oro - 2019/14, quando



**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.



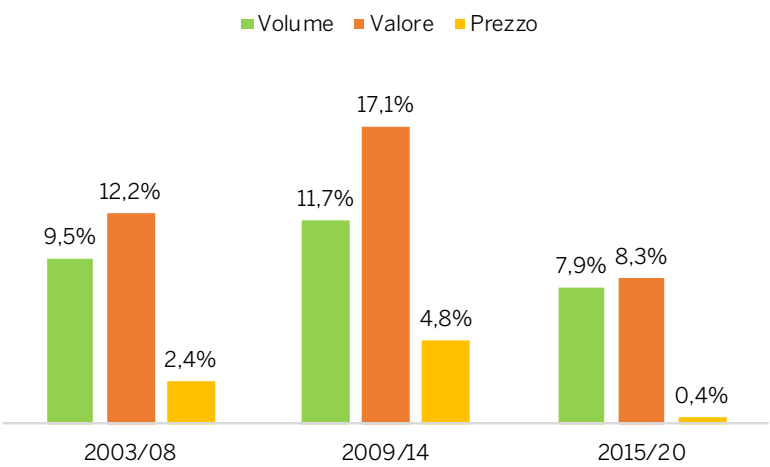
VIVAI COOPERATIVI PADERGNONE Soc. Coop. Agr.

Via Barbazan 19 - Padergnone, 38096 Vallelaghi (TN) Tel. 0461 864142 Fax 0461 864699 www.vicopad.it - info@vicopad.it

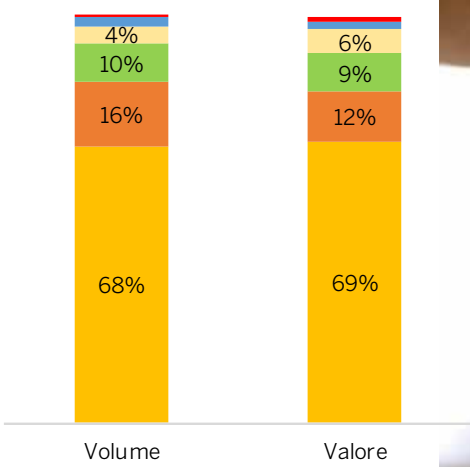
Socio AFLOVIT Sezione AVIT



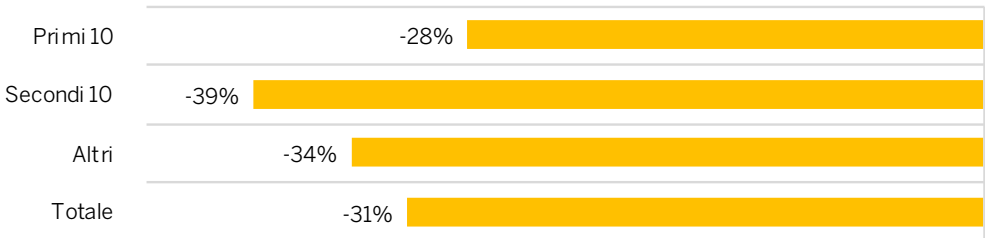
3. CAGR QUINQUENNALI



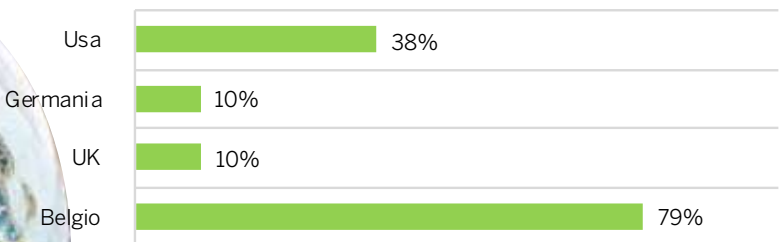
4. EXPORT SPUMANTI - QUOTE PER TIPO



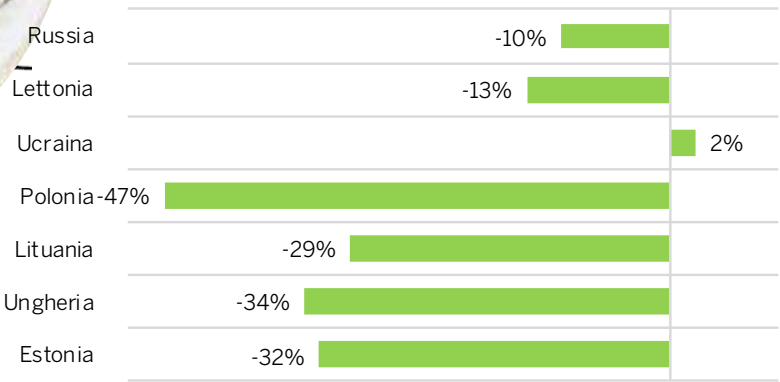
7. LA DEBACLE DEGLI SPUMANTI DOP



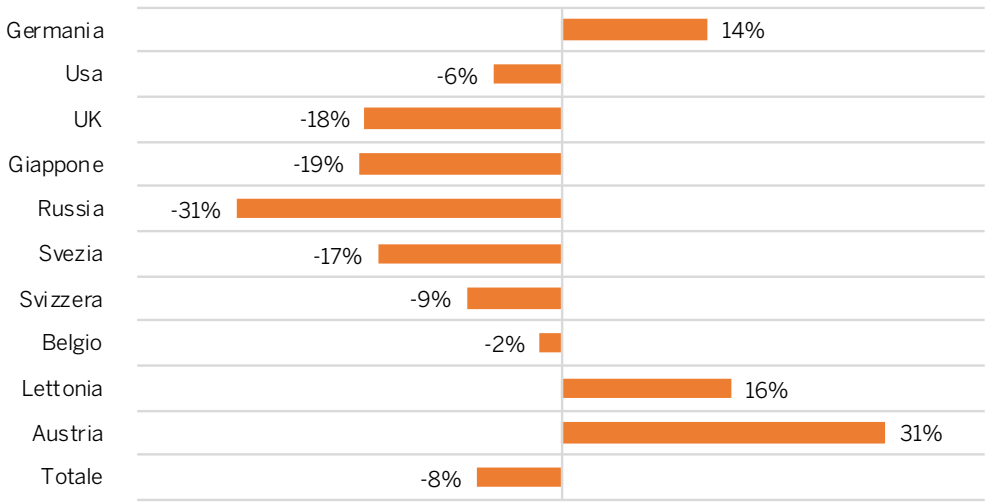
5. ASTI: LE PERFORMANCE MIGLIORI



6. L'ASTI IN EST EUROPA



8. SPUMANTI COMUNI: PRINCIPALI MERCATI



è entrato in pista il Prosecco - sembra essere archiviato, ora si sta ritornando ai livelli pre-2010, ma con un mercato davanti che non è più una sterminata prateria vergine, ma un qualcosa che ha ormai costruito dinamiche piuttosto evolute, solide, su cui giocare con il valore piuttosto che con i muscoli.

Se è evidente che sia il Prosecco (dall'alto del suo 70% di quota sul totale) a determinare queste dinamiche (grafico 4), è altrettanto doveroso andare a guardare l'andamento della spumantistica italiana nelle sue varie declinazioni, per capire se vi siano elementi di diversità: quindi Asti (10% del totale), ma anche bollicine a denominazione e senza.

Partiamo dall'Asti, che nel 2020 ha chiuso in

substanziabile stabilità (poco sotto il -1%), ma con elementi di grande diversità rispetto al Prosecco: intanto i numeri in Usa, Germania e UK (grafico 5), tutti positivi a valore, con addirittura gli Stati Uniti a segnare progressioni da mercato emergente (+40%). Ottima anche la performance in Belgio (+80%), mercato balzato al sesto posto, con il 4% di quota. Meno brillanti invece le dinamiche registrate sul mercato dell'Europa dell'Est, con la Russia a -10%, seguita dai Baltici in profondo rosso, così come Polonia e Ungheria. Resta positiva la sola Ucraina, che sta

all'ottavo posto nella graduatoria (grafico 6). Di vera e propria debacle si può parlare per la spumantistica a denominazione di origine, quella che ingloba gran parte del prodotto a metodo classico o a maggior valore aggiunto, penalizzato dalle chiusure del comparto Horeca nei vari mercati: totale generale a -40% volumico e -31% sulla componente valore. Una erosione spalmata su tutti i mercati, dai grandi (-30%) ai più piccoli (-34%) e con quelli in mezzo a fare la parte dei peggiori, -40%. Si salvano davvero pochissime piazze, ma stiamo parlando di crescite limitatissime: +3% in

Francia, zero in Danimarca, mentre quando si fa meno lo si fa in maniera quasi da estinzione: UK e Belgio -70%, -45% Paesi Bassi, -35% Giappone e Cina, mercato quest'ultimo non trascurabile, al decimo posto della graduatoria.

All'opposto della piramide qualitativa, gli spumanti comuni offrono un quadro tutto sommato grigio (grafico 8): totale a -8% valore, con tutti i principali mercati (esclusa la Germania a +14%) in drastica riduzione, e punta massima a -31% in Russia, compensato dalle riesportazioni lettoni (+16%). Qualche cenno di positivo in Austria, Canada e tutta quella schiera di mercati di medio valore (attorno a 1,5-2 milioni di euro) localizzati nell'Europa continentale, come Paesi Bassi, Polonia e Repubblica Ceca.



L'ORIGINALE

MannOstab®
NATURAL STABILITY OF WINES



L'EVOLUZIONE

Mannfeel®
NATURAL MOUTHFEEL



LA FINEZZA

MannOspark®
THE PERFECT BUBBLE

MANNOPROTEINE PER L'ENOLOGIA DI PRECISIONE

LAFFORT
l'œnologie par nature

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

Noi ci siamo riusciti.

SYNCRONCAP™ **SERIES**

DISTRIBUTORE CAPSULE A GESTIONE COMPLETAMENTE ELETTRONICA

Grazie ad un innovativo progetto mecatronico (FEDS Technology), il nuovo distributore SYNCRONCAP 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?



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

seguici su:

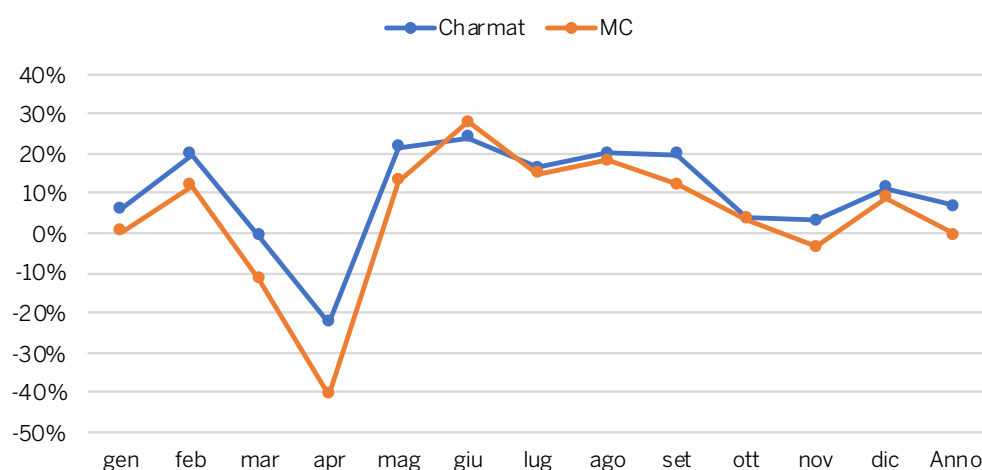




IL BILANCIO DELLE VENDITE IN GDO ITALIA



VARIAZIONI VOLUME 2020/19 MESE SU MESE



Un Natale lungo fino a Pasqua

di CARLO FLAMINI

Lo schiacciamento dei prezzi al consumo registrato oggi da Istat dice che a Pasqua è stato venduto a saldo lo spumante accumulato per un dicembre che doveva essere straordinario e invece si è dimostrato tutto sommato normale

Il 2020 doveva essere l'anno della Gdo, e per quel che riguarda il vino in generale sicuramente lo è stato. Ma per gli spumanti le attese sono state frustrate: se con la chiusura dei ristoranti e dei luoghi deputati a feste e festoni i consumi erano attesi a uno spostamento biblico verso gli scaffali di super e ipermercati, a giudicare dalle performance di fine anno l'assalto alla diligenza non c'è stato. A consuntivo annuo, le ven-

dite totali (metodo classico e Charmat) hanno segnato un magro +6%, spalmato tra +7% per Proseccchi & C. e zero per gli spumanti a rifermentazione in bottiglia. In sostanza, si sono replicate in peggio le performance di un anno normale, come lo è stato per esempio il 2019. La dinamica per mesi vede aprile - il mese della Pasqua in lockdown - in fortissima sofferenza, con picchi di -40% per i metodo classico e -22% per gli Charmat, a completamento di un bimestre - febbraio-marzo,

quello in cui sono iniziati i confinamenti - in spirale negativa. Da maggio in poi la ripresa, con tendenza positiva in una forchetta di +10-20% fino alla fine dell'estate. Una nuova caduta a ottobre, quando sono ripartiti i lockdown parziali, confermata a novembre e la mancata spinta di dicembre, il mese che come sappiamo decreta il successo o meno di un anno di vendite, chiuso nei 31 giorni a un magro +10% medio per il totale della categoria. Come si vede nel servizio dedi-

cato ai prezzi al consumo (vedi sotto), la spirale deflazionistica dell'inizio di quest'anno denota che sul canale retail le scorte di spumante accumulate per/e non vendute a Natale stanno producendo uno schiacciamento dei prezzi notevole: evidente la necessità patita dal dettaglio di smaltire prodotti invenduti, con conseguente rallentamento delle richieste di nuovo prodotto alla produzione. La Pasqua 2021 in sostanza si è fatta con lo spumante in sconto non venduto a Natale.

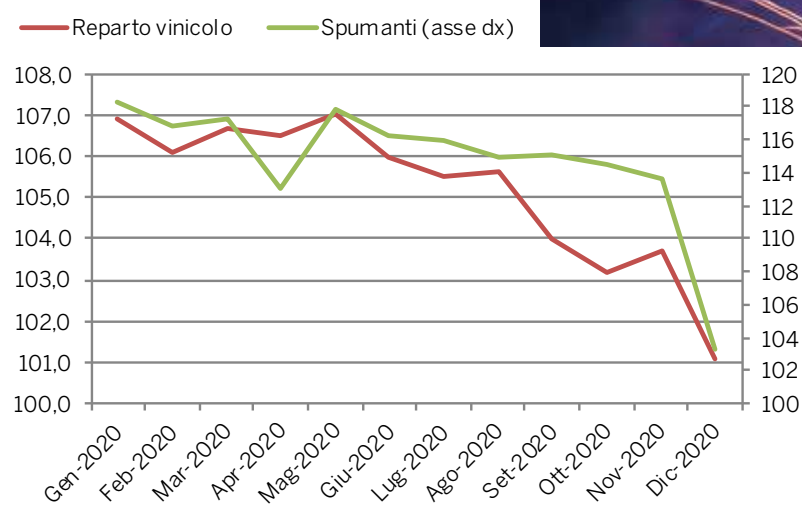
L'EVOLUZIONE DEGLI INDICI DEI PREZZI ISTAT

IL CAPODANNO SALTATO TRASCINA GIÙ I PREZZI 2020

L'invenduto nell'Horeca (hotel, bar, ristoranti e catering) ha sottratto nel 2020 una significativa quota del business alle cantine italiane, penalizzando anche la spumantistica. A darne prova sono gli sviluppi inflazionistici, con i dati più recenti, aggiornati a marzo scorso, che indicano per il quarto mese consecutivo una dinamica negativa dei prezzi al consumo degli spumanti, in un contesto invece di graduale ripresa dell'inflazione in Italia. In media, rispetto a marzo del 2020, le bollicine hanno ceduto il 3%, mentre il carovita ha accelerato al +0,8%, dallo 0,5% di gennaio, invertendo il percorso a ritroso dell'ultima annata. Nel 2020, sempre in relazione agli sparkling, l'inclinazione negativa della curva dei prezzi è apparsa decisamente più accentuata nel secondo semestre e particolarmente significativa, tanto da invertire la dinamica tendenziale, nell'ultimo mese dell'anno, dove si concentra la stragrande maggioranza dei consumi. A dicembre, dopo una fase di progressiva attenuazione dell'inflazione di reparto, i prezzi degli spumanti hanno dunque cambiato la direzione di marcia.

Continua a pagina 49 ➡

INDICE ISTAT DEI PREZZI AL CONSUMO DI VINI E SPUMANTI (NIC, base 2015=100)



Da dicembre brusca inversione di rotta del percorso ampiamente inflazionistico sperimentato per quasi tutto l'anno, con bilancio 2020 di +5%. Primo trimestre dell'anno prezzi in contrazione media del 3%



**Risultati dei questionari ai clienti in merito alla collaborazione
per l'anno 2020 (questionari da Gennaio a Marzo 2021)**

Qualità del prodotto

Legenda

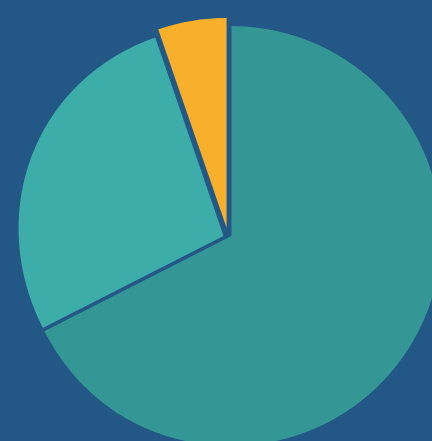
- 58,97% Ottimo
- 40,17% Molto buono
- 0,85% Buono
- 0% Soddisfacente
- 0% Insufficiente
- 0% Senza risposta



Servizio per/dopo vendita

Legenda

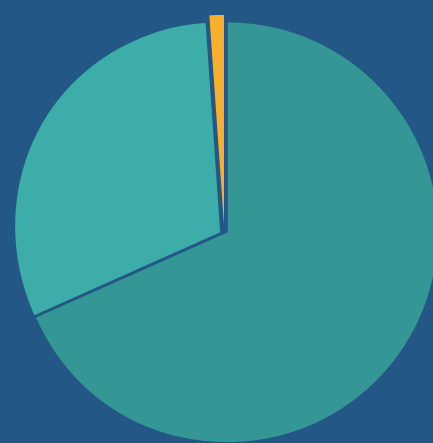
- 67,52% Ottimo
- 27,35% Molto buono
- 5,13% Buono
- 0% Soddisfacente
- 0% Insufficiente
- 0% Senza risposta



**Soddisfazione in generale
della collaborazione**

Legenda

- 68,38% Ottimo
- 30,77% Molto buono
- 0,85% Buono
- 0% Soddisfacente
- 0% Insufficiente
- 0% Senza risposta



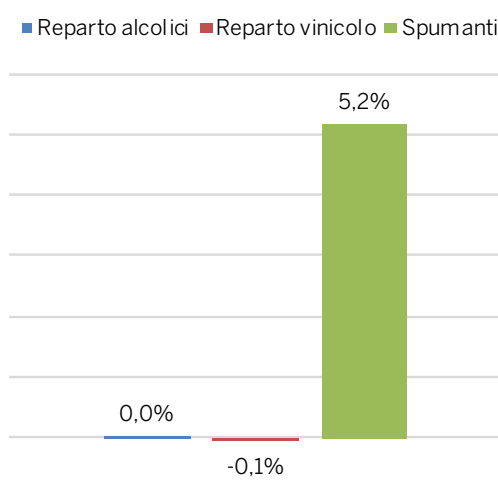
*Ringraziamo i nostri clienti per gli ottimi voti
che ci hanno dato, questo paga lo sforzo che
facciamo e ci conferma la efficacia del nostro lavoro.*



◆ Segue da pagina 47

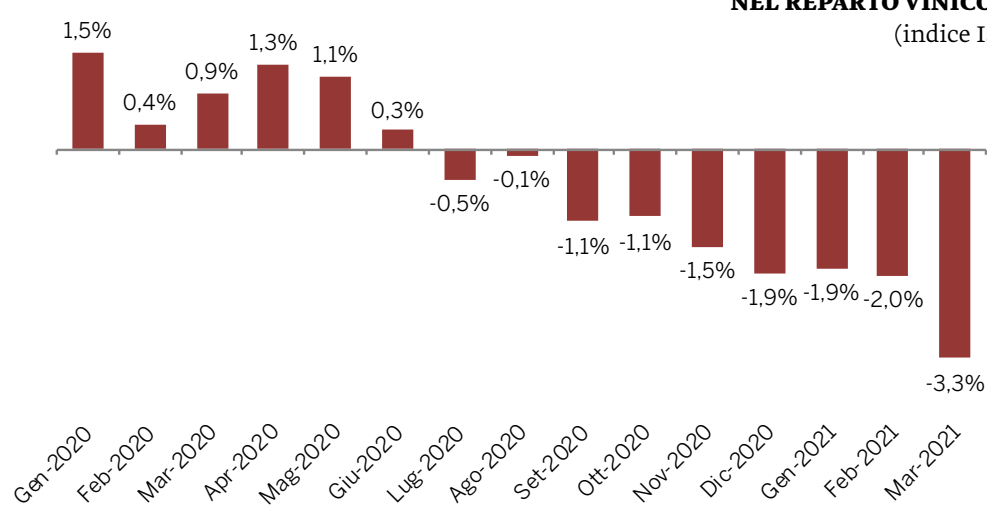
Il fenomeno, accentuatosi nei tre mesi successivi, ha assunto connotazioni ancora più marcate di quelle dei vini nel complesso, in un contesto condizionato dalle misure di prevenzione dei contagi da Covid-19 che hanno pesantemente penalizzato le vendite nel circuito Horeca - rappresentativo di oltre il 50% del fatturato - generando considerevoli squilibri negli assetti dei fondamentali. Basti considerare che a dicembre i prezzi retail delle bollicine hanno sperimentato una flessione mensile del 9,1%, a fronte di una caduta dell'indice dell'intero reparto vinicolo del 2,5%. L'ultimo mese dell'anno, come accennato, ha decretato anche un'inversione della dinamica tendenziale dei prezzi, che dal +3,9% di novembre hanno girato in negativo chiudendo a dicembre con un -0,5% (il confronto è con dicembre 2019). Ad oggi la situazione appare ancora condizionata

IL BILANCIO DEL 2020
(variazioni tendenziali indice Istat)

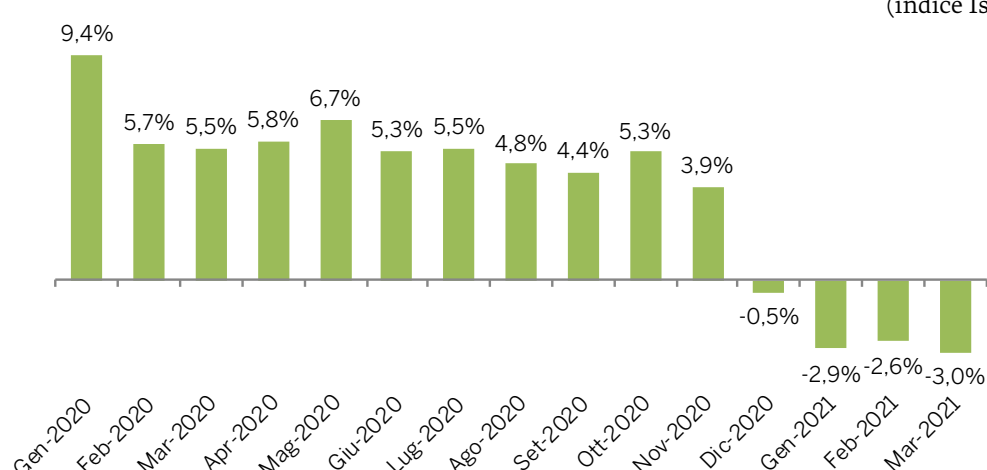


dalle incertezze sull'evoluzione dei contagi, nel pieno della terza fase dell'emergenza, anche se con il procedere della campagna vaccinale si prefigurano scenari migliori che potranno materializzarsi in numeri positivi quando l'attività dei bar e della ristorazione tornerà a pieno regime. Analizzando il percorso inflazionistico dell'ultimo quinquennio si può comunque osservare una dinamica dei prezzi degli spumanti costantemente più sostenuta rispetto a quella dell'intero reparto vinicolo e di tutto il comparto delle bevande alcoliche, con la sola eccezione del 2019. Gli ultimi dodici mesi hanno chiuso per gli sparkling con un +5,2%, contro un andamento totalmente piatto dei prezzi di spirits, vini e birre nel loro complesso e leggermente negativo (-0,1%) per tutto il reparto enologico. Da rilevare che nell'intera annata trascorsa le vendite di vini e spumanti da parte della grande distribuzione organizzata e soprattutto attraverso le piattaforme di e-commerce hanno mostrato un andamento decisamente positivo. Il successo dello shopping online, con incrementi a tripla cifra, e i maggiori incassi nei supermercati e nei drugstore, hanno attenuato le conseguenze del crollo del fatturato nel fuori casa, ma non hanno impedito la discesa dei prezzi al consumo delle bollicine, a conferma dell'eccezionale condizione di difficoltà a spese dell'intera filiera vitivinicola nazionale. *p.f.*

**VARIAZIONI TENDENZIALI
DEI PREZZI AL CONSUMO
NEL REPARTO VINICOLO**
(indice Istat)



**VARIAZIONI TENDENZIALI
DEI PREZZI AL CONSUMO
DEGLI SPUMANANTI**
(indice Istat)



L'ETICHETTA FA LA DIFFERENZA

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

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

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

PROGETTAZIONE

PRE-STAMPA

STAMPA

IMBALLAGGIO



gb

gb grafiche baglio srl

soluzioni per il progetto e la stampa di etichette

www.grafichebaglio.it

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



TOMORROW WON'T WAIT
FOR YOU TO **BE READY**

Be first.

Faster decision-making creates the difference.



IRi

Growth delivered.

Big data, technology and analytics solutions
for growth and long-term increased value to clients.

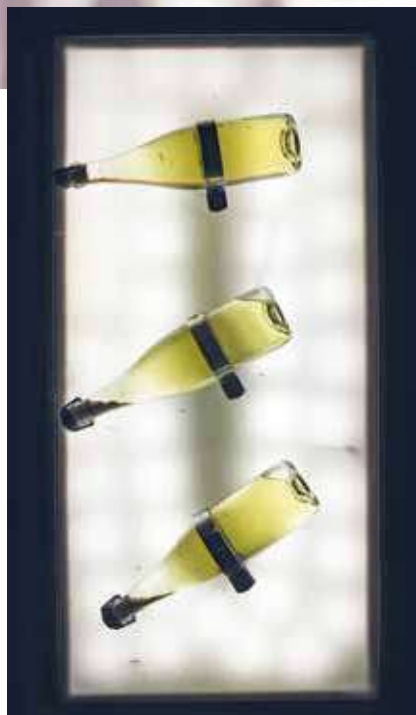
Learn more at **IRIworldwide.com**

SPUMANTI

PROPOSTE & NOVITÀ



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



AEB

I lieviti flocculanti per uno spumante di qualità

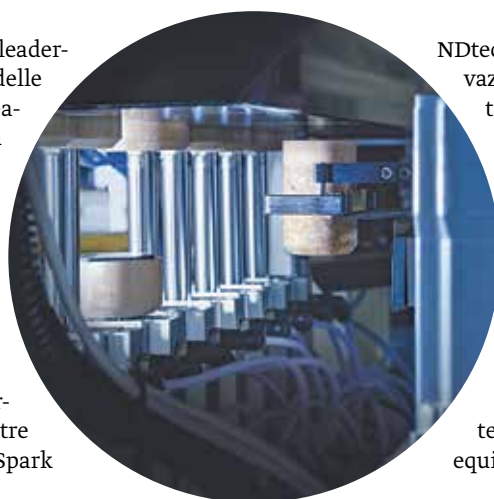
Per ottenere uno spumante di alta qualità gioca sicuramente un ruolo importante la delicata fase della sboccatura, che prevede l'eliminazione di tutte le rimanenze di lievito che si sono addensate nella zona del tappo. Una delle caratteristiche degli LSA, che può venire in aiuto in questo processo, è sicuramente la capacità flocculante di alcuni ceppi: in pratica i lieviti si aggregano, dando origine a dei "fiocchi" che tendono a precipitare separandosi dal mezzo. Questa adesione tra cellula e cellula è mediata da una specifica famiglia di proteine della parete cellulare chiamate flocculine, che vengono prodotte dall'espressione di un gruppo di geni presenti solo sui ceppi di lievito in gradi di flocculare. AEB negli anni ha selezionato alcuni ceppi che presentano il pattern genetico specifico per la flocculazione: parliamo di Perlage BB e Fermol RCH, ma anche di lieviti come il Levulia Agglo e il Levulia Cristal, appartenenti alla nostra linea Cristal, interamente dedicata ai vini spumanti. Questi lieviti permettono di ottenere ottimi risultati in rifermentazione. Infatti, nonostante siano in grado di esaltare in modo mirato le caratteristiche aromatiche del vino base, condividono anche la capacità di rimanere in sospensione durante la rifermentazione, mostrando caratteristiche di forte flocculazione solo verso la fine dell'affinamento. Così il lievito riesce a creare rapidamente un raggruppamento coeso e compatto nel collo della bottiglia che potrà essere rimosso facilmente consentendo di ottenere uno spumante perfettamente limpido, senza il rischio di sospensione dei residui delle cellule di lievito lisate.

Per maggiori informazioni visita il sito www.aeb-group.com

AMORIM CORK ITALIA

Spumanti: l'alleato perfetto

Amorim Cork Italia è protagonista di una leadership globale e tecnologica nel mondo delle chiusure per spumante, arrivata alla realizzazione di una linea NDtech appositamente dedicata a tutti i Cru, e di un esclusivo sistema di trattamento per le rondelle, Corknova, che garantisce il 99% dei tappi Tca al di sotto di 0,5ng/L e solo 1% entro 1 ng/L, sviluppato per i tappi Twin Top e Spark. In questa maniera si conferma l'alleata principale per il mondo degli spumanti, visto che copre tutti i segmenti con gli esclusivi Spark 02 e Spark 01, parlando di tappi con rondelle, con i tappi in microagglomerato per gli spumanti di tutti i giorni. A queste opportunità di chiusura si aggiungono tre nuove categorie: Spark NDtech, Spark Tiraggio e Spark



NDtech a tre rondelle per i grand Cru. Tra le ultime innovazioni per il settore, impossibile non citare anche la tecnologia Naturity, brevetto esclusivo Amorim, che utilizza una combinazione unica al mondo di pressione, temperatura, vapore acqueo e tempo per rimuovere il Tca dal sughero. Naturity rappresenta così la radice di un percorso di eccellenza, da impreziosire appunto con NDtech che verifica e garantisce individualmente i tappi, in un crescendo di perfezione che si sposa perfettamente con i vini eccelsi da loro racchiusi. Dove la Natura comanda e l'uomo ottimizza, Amorim pone il suo sigillo, arricchendo il settore di ulteriore precisione tecnologica e di uno spirito sostenibile e sempre in equilibrio tra purezza e potenza.

BATTISTELLA CAPSULE

Capsule copri tappo: sempre nuove soluzioni di stampa, materiali e design

Nel 1948 Filiberto e Angelino Battistella fondano l'omonima officina meccanica specializzata in carpenteria metallica, riparazioni e realizzazioni di macchine agricole ed enologiche. Forte dell'esperienza maturata nel settore con la produzione di più di 30 macchine enologiche, nel 1961 l'azienda entra nel mercato vinicolo specializzandosi nella realizzazione di capsule copri tappo. Dal 1970 i Fratelli Battistella aprono il proprio mercato all'estero, e negli anni successivi espandono progressivamente il proprio export producendo capsule per clienti in tutta Europa, in Usa, Canada e Medio Oriente. Dal 1981 la seconda generazione alla direzione dell'azienda consolida l'eredità dei fondatori sviluppando nuove soluzioni tecniche e produttive. Oggi, per soddisfare le sempre maggiori esigenze del mercato contemporaneo, Battistella Capsule Spa è in costante evoluzione nello sviluppo tecnologico per ottenere nuove soluzioni di stampa, nei materiali e nel design di prodotto.



CMP

Vinplast®, un nuovo sistema per lo stoccaggio del vino

La CMP Srl è un'azienda di portata nazionale, che mette la sua esperienza al servizio di tre settori diversi: si occupa di pallets di plastica e complementi d'imballaggio, di contenitori e di manutenzione in campo enologico, proponendo sistemi funzionali per lo stoccaggio del vino imbottigliato. L'azienda riesce a proporre concrete soluzioni a problemi come l'igienicità del settore alimentare/farmaceutico, l'export in nazioni con rigide norme d'ingresso, la sicurezza e l'integrità dei prodotti. Innovazione e atten-

zione sono il cuore della filosofia aziendale. Manifestazione di questa filosofia è Vinplast®, un nuovo sistema per lo stoccaggio del vino, alternativo alle gabbie di metallo e ai pallets in legno: un'interfaldia termoformata di materiale plastico con alloggiamenti studiati per l'accoglimento di bottiglie di vario tipo, come bottiglie champagne, borgognotte, bordolesi sia cilindriche che coniche. I vantaggi in termini di sicurezza, comodità, affidabilità e costi sono evidenti. Le bottiglie non sono a contatto fra loro e per questo rimangono al

riparo da qualsiasi scalfittura, protette da polvere e agenti esterni. Inoltre Vinplast® riduce notevolmente lo spazio richiesto e permette di velocizzare l'inventario della cantina; può essere anche facilmente automatizzato, grazie all'impianto di specifiche macchine, rendendo il processo di stoccaggio sempre più veloce, semplice ed economico. Si riducono notevolmente i costi di manodopera e i tempi. Servizio eccellente, tempestività delle consegne, cortesia e professionalità completano il profilo dell'azienda.



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 glutatone 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 Impatto della permeabilità del tappo Diam sull'invecchiamento del vino in bottiglia

Diam Bouchage continua ad investire molto nella ricerca poiché considera il proprio prodotto non un semplice otturatore ma un vero e proprio strumento enologico al servizio del produttore vinicolo. L'azienda lavora in partnership con le più grandi università e ha avviato (grazie al suo Polo Enologico creato nel 2018) più di 20 progetti di ricerca in enologia in tutto il mondo, tra i quali: Geisenheim (Germania), Awri (Australia), Beijing Agriculture College (Cina), Centre Technologic Del Vi (Vitec - Spagna), Università della Borgogna (Francia), Isvv Bordeaux

(Francia), Ifv-Centre du rosé (Francia), Università di Agraria di Atene (Grecia), Università di Napoli / di Verona (Italia), UC Davis (Usa), e più recentemente l'Università di Stellenbosch (Sud Africa)... Da oltre due anni, il team del Polo Enologico presenta i risultati della propria ricerca ai professionisti del vino, con visite di presenza o più recentemente tramite webinar. Dal 2019, i primi risultati hanno permesso la pubblicazione di 7 articoli scientifici sull'impatto del tappo sull'invecchiamento dei vini in bottiglia, principalmente su la Revue des Enologues en France, poi tradotti in più lingue...



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/



FEDERFIN TECH

Tappi a vite in alluminio, sottotappi T P60 e tecnologia di stampa Spray

Negli ultimi anni si è assistito alla diffusione sempre più estesa della capsula a vite in alluminio per vino. Federfin Tech è leader di mercato nella produzione del tappo in alluminio a vite per le bottiglie di vino raggiungendo nel 2020 il traguardo dei 700 milioni di tappi 30x60 venduti nel mondo. Il risultato è anche soprattutto supportato dal successo dei vini frizzanti, Prosecco e spumanti, che hanno visto raggiungere numeri record influenzando sull'aumento della richiesta di tappi in alluminio per queste bottiglie. Federfin ha sviluppato tre tipologie di sottotappi per garantire la giusta pressurizzazione dei vini; è stato sviluppato un nuovissimo sottotappo T P60 in grado di essere utilizzato sia per vini fermi che frizzanti,

particolarmente efficace e indicato per garantire le massime performance di "frizzantezza" ed ermeticità. Numerose cantine hanno spostato l'attenzione sul "frizzante" e appare sempre più marcata 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. In particolare 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 è possibile colorare il tappo del colore che si desidera anche e soprattutto per piccoli quantitativi di bottiglie.

Info: Federfin Tech Srl - Tel. 0382/809124
info@federfintech.com



ENOPLASTIC

Tecnologia Extrafit®: il look perfetto per gli spumanti di Viticoltori Ponte

Extrafit® è un marchio brevettato Enoplastic che permette l'aderenza perfetta del capsulone al collo della bottiglia, senza l'utilizzo di colle sulla linea di imbottigliamento e l'impiego di collarini per fissare la capsula, soprattutto se corta. Una tecnologia scelta dal cliente Viticoltori Ponte, per il suo Prosecco e vino spumante "Portego Scuro" per assicurare un look perfetto. Secondo Gabriele Fasan, export director di Viticoltori Ponte: "Partendo dal presupposto che la qualità del vino sia quasi sempre su livelli eccellenti, noi di Ponte

crediamo che la differenza sia fatta dai dettagli. E il packaging è uno di questi. Grazie ai capsuloni con tecnologia Extrafit®, non ci sono imperfezioni e si ha un miglior risultato estetico evitando le pieghe sul collo della bottiglia. Anche dopo l'apertura, il capsulone di Enoplastic, non crea inestetismi né si muove, assicurando un look perfetto al nostro marchio. Siamo sempre alla ricerca di novità che migliorino la brand experience. Non è necessario alcun investimento aggiuntivo, la tecnologia Extrafit® è attivata dall'umidità standard che ha la bottiglia alla fine del nostro tunnel di asciugatura. Extrafit® è un prodotto unico, ma per Ponte è ancora più importante avere un partner che segua in modo integrato il processo produttivo. Dalla materia prima al prodotto finito. Abbiamo trovato in Enoplastic il nostro partner per le soluzioni di tappatura, anche grazie alla loro puntualità, flessibilità e innovazione ed Extrafit® è l'esempio perfetto".

FT SYSTEM

Dalla spettroscopia laser alla tracciabilità: le soluzioni per il settore del vino spumante

Un controllo qualità non distruttivo per misurare la pressione totale, quella parziale della CO₂ nello spazio di testa delle bottiglie e la CO₂ disciolta nel vino. È questa la proposta di ispezione basata sulla spettroscopia laser di FT System, parte del Gruppo Antares Vision, che consente ai produttori di vino spumante, prodotto con metodo classico o charmat, di effettuare questo controllo qualità senza distruggere la bottiglia. Un raggio laser che individua le sole molecole di CO₂ attraverso lo spazio di testa della bottiglia misurando la pressione interna della CO₂ che, quando in equilibrio, equivale alla CO₂ disciolta a 20°C. Questo permette, nel metodo classico, di controllare se la

fermentazione è corretta nel 100% delle bottiglie e di non sprecare la parte di produzione che ha avuto qualche problema, consentendone la rilavorazione. La misura non distruttiva della CO₂ può essere effettuata in linea, con PCS IoT 700, per il metodo classico, oppure con un'analisi a campione, con lo strumento da laboratorio, EVO CO₂, per il metodo charmat. Altre soluzioni che FT System propone sono il controllo qualità dell'etichetta e la possibilità di instaurare un rapporto diretto One-to-One con il consumatore attraverso un QR-code. La prima, per evitare resi o bottiglie invendute a scaffale per macchie, strappi ecc o dati sbagliati e, la seconda, per costruire un rapporto diretto di fiducia con il consumatore. FT System copre tutte le esigenze del produttore, dal controllo qualità alla tracciabilità end-to-end, a garanzia della sicurezza e della brand reputation.



LAFFORT

Mannospark® per una spuma armoniosa e persistente e una globale stabilità nei vini effervescenti

Per ogni calice di vino spumante, vengono emesse non meno di 1 milione di bollicine! L'armonioso dipanarsi di questo turbine di bolle nel bicchiere è estremamente stimolante, durante la degustazione, per i sensi: per l'udito, ma anche e soprattutto per la vista. L'estetica dell'effervescenza è un criterio di giudizio decisivo per i consumatori che aspirano a bolle fini, eleganti e persistenti che alimentano in modo regolare un collarino generoso e stabile dando luogo ad una spuma cremosa ed armoniosa. Dalla sua formazione, la bollicina si carica di CO₂, la sua crescita è legata direttamente alla concentrazione di CO₂ disciolta nel vino. Poi si stacca dal suo sito di nucleazione e sale in superficie. Durante questo tragitto cattura molecole tensioattive disperse nel vino, fra le quali sono comprese le mannoproteine, che, creando una sorta di membrana tra bollicina e liquido ne impediscono l'eccessivo accrescimento. Quando le bollicine raggiungono poi la superficie del vino, le macromolecole tensioattive svolgono il loro ruolo protettivo prolungando la loro durata, favorendo in tal modo la formazione del collarino. Forte del suo più che ventennale savoir-faire riguardo alle mannoproteine Laffort® ha avviato nel 2014, in collaborazione con l'équipe del Prof. Gérard Liger-Belair dell'Università di Reims Champagne-Ardenne, un programma di ricerca che ha consentito di studiare l'effetto di differenti frazioni mannoproteiche da lievito e di evidenziarne l'impatto sulla qualità e la stabilità della spuma dei vini. I risultati di questi lavori hanno consentito la messa a punto di Mannospark®, formulazione specifica per il miglioramento delle dimensioni delle bollicine, dello spessore e della stabilità del collarino, al fine di ottenere una spuma armoniosa, elegante e persistente e una globale stabilità nei vini effervescenti.



LALLEMAND OENOLOGY

Original **by culture**

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 spumante 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 Pure-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 spumante 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 acetici 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



Il 2020 ha confermato il ruolo di M2X Chiusure Italia nell'ambito delle chiusure per vino in Italia: un ruolo da leader per qualità dei prodotti, servizio e competenza con oltre 350.000.000 di tappi venduti. Un anno difficile che tuttavia ci ha dimostrato quanto siano stati importanti gli sforzi fatti nella ricerca e nel miglioramento del servizio, grazie ai quali abbiamo raggiunto risultati che ci rendono orgogliosi. La strada dello sviluppo e del miglioramento è stata e sarà sempre la nostra. Per i vostri spumanti abbiamo selezionato 2 eccellenze in termini di know how e qualità: abbiamo scelto i primi della classe. Fortis Thor: sfruttando le ineguagliabili capacità estrattive della CO₂ allo stato supercritico garantiamo al tappo

l'assoluta assenza di Tca, la completa estrazione delle molecole fenoliche e di altre 80 che potrebbero influenzare l'impatto sensoriale. Sagrera Selezione Plus: da Epernay offriamo il prodotto tradizionale a 2 rondelle con performance di totale pulizia organolettica, grazie alla rigida ed efficace metodica di lavorazione a partire dalla selezione della materia prima, dalla granina alle rondelle. A questa selezione seguono un trattamento estrattivo e un lavaggio che conferiscono al tappo un'assoluta pulizia sensoriale. I vostri clienti saranno certi di aprire una bottiglia e godersi la serata. Nulla più. Grazie ad oltre 25 anni di esperienza, il personale specializzato M2X continua a guidarvi nella scelta del tappo più adatto per il vostro spumante.

MASILVA

Neotech®, innovativa tecnologia per l'eliminazione del Tca dai granuli

Dopo un passo enorme compiuto nella realizzazione del sistema Sara Advanced® per il raggiungimento dell'uniformità sensoriale dei tappi in sughero naturale a livelli del 99,66%, MaSilva annuncia il sistema Neotech®, per l'eliminazione del Tca dai granuli di sughero. Con un investimento di oltre 10M€, prevede di raggiungere una produzione annua stimata di 400M di tappi di sughero micro-agglomerato. Per supportare questa capacità produttiva, è attualmente in fase finale di costruzione una nuova struttura totalmente dedicata a questo progetto. Tutti i granuli provengono da materie prime attentamente selezionate presso il centro di raccolta, con una superficie 100 000 mq, dedicato allo stoccaggio e alla lavorazione delle planche di sughero, situato nel cuore di Alentejo. Questo granulato viene trattato con tecnologia a letto fluido per assicurare

l'interazione molecolare con la sostanza gassosa: Il flusso gassoso passa attraverso e coinvolge tutte le particelle di sughero, creando in tal modo le condizioni per la miscelazione rapida, l'agitazione costante e la sterilizzazione ottimale dei granuli; la rimozione del Tca è altamente ottimizzata, per livelli ND.

Nessun intervento meccanico: i granuli sono trasportati mediante un processo con vibrazione; la memoria elastica naturale dei granuli è preservata. Consistenza dei granuli mediante trattamento: efficienza omogenea in tutte le dimensioni dei granuli di sughero; la consistenza e l'aspetto naturale dei granuli sono preservati senza distruzione della struttura cellulare. Ecologico e sostenibile: Nessun impiego di solventi chimici; utilizzo solo di vapore e pressione controllata. Vantaggi di Neotech®: eliminazione della stratificazione di granuli - Maggiore coerenza nelle prestazioni delle caratteristiche naturali del sughero; Proprietà fisiche dei granuli migliorate.



MAXIDATA

uve2k.Blue: le nuove procedure dedicate agli spumanti

Maxidata prosegue con l'evoluzione di uve2k.Blue, il software gestionale modulare per le aziende vitivinicole.

In particolare, le nuove implementazioni coinvolgeranno il modulo dedicato alla gestione della spumantizzazione. Tenendo conto della complessità ed 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 sarà 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 semplificheranno 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. Anche la creazione dei codici prodotto necessari al processo di spumantizzazione sarà resa semplice e veloce grazie ai wizard. Saranno 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 Martinotti, ma anche per i vini frizzanti, bianchi e rossi.



MUREDDU SUGHERI

Igea Spumante, nuovissima linea di tappi a fungo 100% garantiti “Off-Flavours Free - zero deviazioni” e con riordino cellulare “New Cell”

Frutto dell'esperienza e dell'assoluto focus aziendale nella purezza organolettica, la tecnologia Igea 2.0 viene ora estesa, oltre che sui migliori tappi naturali, anche alle rondelle di primissima selezione. “Igea Spumante” è il tappo a fungo tradizionale della linea premium - primo sul mercato ad essere certificato 100% off-flavours free - dedicato

ai grandi spumanti d'Italia. Dopo una severa validazione organolettica e gascromatografica su 800 pz/lotto le migliori partite vengono trattate attraverso il sistema Igea 2.0. Questo impiega unicamente mezzi fisici - zero chimica - per l'estrazione volatile del comparto aromatico delle rondelle. Attraverso uno stripping individuale delle stesse per mezzo

di vapore modulare, pressione e altre temperature controllate il risultato organolettico è di grandissima neutralità. Oltre all'abbattimento di Tca, Tba, geosmina, pirazine e guaiacolo, il nostro sistema consente il rinnovamento cellulare delle rondelle. “New Cell” significa +15% della suberina disponibile fra le cellule a vantaggio di una maggior recupero elastico.

NORTAN

Nuovo distributore di capsule Syncrocap

Grazie a un innovativo progetto meccatronico (FEDS Technology), il nuovo distributore Syncrocap di Nortan 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. Rispetto ai distributori di capsule standard il nuovo 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, 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 meccatronica proprietaria (Patent Pending) denominata F.E.D.S. Technology (Fully Electronic Distribution System). Questo porta ad 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 che possono sorgere a causa di regolazioni approssimative. Inoltre, grazie ad 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.



OENOBANDS

Nuova formulazione della mannoproteina Final Touch Pop®

Oenobands, leader nella produzione di mannoproteine liquide, ha sviluppato una nuova formulazione della mannoproteina Final Touch Pop®. La gamma Final Touch® si compone di ben 3 tipi di mannoproteine liquide, altamente filtrabili, utilizzabili da ogni enologo, nelle ultime fasi prima dell'imbottigliamento. Nella fattispecie, la mannoproteina Final touch Pop®, creata nel 2015 soprattutto per soddisfare l'esigenza dei produttori di Prosecco, è stata ulteriormente migliorata, divenendo così uno strumento ancora più performante a disposizione degli enologi che producono vini secondo il metodo Martinotti/Charmat. L'effetto di Final Touch Pop®, è quello di rendere i vini spumanti più freschi, intensi, con note aromatiche più durature nel tempo (miglioramento della shelf-life) e di migliorarne la loro beva, con un notevole incremento della stabilità e durata del perlage, fattore sempre molto più apprezzato dai consumatori, oltre che essere un parametro di qualità molto importante, in fase di valutazione sensoriale da parte di panel certificati. Final Touch Pop® può essere aggiunto al vino immediatamente prima della filtrazione finale; può essere utilizzato anche nel metodo classico, dove viene aggiunto alla liqueur d'expédition. Anche nei vini fermi, Final touch Pop® trova alcune applicazioni interessanti, soprattutto nel bilanciare l'astringenza dei vini rossi giovani, nell'aumentare la complessità olfattiva e migliorare il volume e la persistenza dei vini.

Final touch Pop® così come tutta la gamma di mannoproteine Final Touch®, è distribuita esclusivamente in Italia da Corimpex Service Srl.

TEBALDI - 3M

Insieme per una filtrazione Quality Respect



Una gamma completa di filtri a membrana e il nuovo QR Filter per la pulizia e la prefiltrazione dei vini in un unico passaggio, suggellano la collaborazione tra Tebaldi e 3M, azienda di fama mondiale nella ricerca di materiali e soluzioni innovative. QR Filter (Quality Respect) è un sistema di filtrazione ortogonale progettato per filtrare in un solo passaggio i vini dopo la chiarifica e prepararli alla fase di microfiltrazione. È composto da un housing al cui interno vengono inserite cartucce da 30” e 40”. Vantaggi: rispetto della qualità e struttura del vino; facilità di utilizzo; è l'alternativa, a ridotto impatto ambientale, ai filtri a farina e a cartoni; diverse possibilità di dimensionamento. Trattandosi di un circuito chiuso non ci sono i problemi di gocciolamento, perdite di gas e rischi di ossidazione del vino come accade con i filtri a piastre. L'esperienza e la qualità delle cartucce di 3M garantiscono soluzioni adatte alle applicazioni in cui serve un filtro di sicurezza e protezione, offrendo resistenza alla sanificazione e un'elevata affidabilità dei processi. Servizio dedicato di assistenza tecnica incluso. Per maggiori informazioni: Tebaldi srl En. Giulio Paganotto giulio.paganotto@tebaldi.it tel 045 7675023 - www.tebaldi.it

VASON GROUP

Soluzioni per esprimere e conservare l'eleganza e l'identità dei migliori spumanti in modo naturale

Vasongroup negli ultimi anni è stata al fianco degli enologi, nel supporto delle loro scelte operative, a garantire espressività nella tecnica spumantistica italiana, una produzione d'eccellenza che si distingue nella rivelazione delle potenzialità delle uve, e ispiratrice di riconoscimenti internazionali e quote d'esportazione di grande valore. La Ricerca e Sviluppo Vasongroup, anche nel rispetto della sostenibilità, ha promosso tecniche naturali e fisiche, sia nella conservazione delle basi, che nel corso del tirage: da X-Pro® Bactoclean, che si è confermato il prodotto ideale per ostacolare in modo naturale l'insorgenza di malolattiche spontanee, all'impianto Mastermind® Remove Plus

che su membrana, rimuove l'ossigeno così da permettere una conservazione nel tempo degli aromi più freschi. La scelta del ceppo comprende una serie di lieviti affermati, come Premium® Prosecco, Premium® Chardonnay o la Linea Anchor, che in purezza o in coinquilo, contribuiscono a delineare gli stili desiderati dalle aziende spumantistiche. Impiegato in presa di spuma, X-Pro® Finesse interagisce in modo straordinario con il redox (effetto non comparabile con lieviti inattivi “convenzionali”) e risulta ideale per conservare la fragranza nel tempo. Su spumanti di pregio ne affina l'eleganza, con chiari riflessi nella tenuta e finezza del perlage: complessando in modo garbato sensazioni asciutte o troppo acide, contribuisce all'armonia generale sul palato e alla persistenza.



VCR - VIVAI COOPERATIVI RAUSCEDO

Spumanti da varietà resistenti alle malattie: il brindisi di domani!



La sensibilità dei consumatori verso i temi della sostenibilità ambientale e la tutela della salute sta costantemente aumentando, tanto da influenzare in modo sempre più determinante la politica comunitaria: questo si traduce in norme europee sempre più stringenti in fatto di presidi fitosanitari e nella definizione di obiettivi che mirano a dimezzarne il loro utilizzo entro il 2025. In tale contesto diventa importante, anche per la produzione di vini spumanti, individuare delle varietà resistenti alle malattie che si prestino a questo tipo di produzione. Nel corso delle prove di microvinificazione per lo studio enologico delle nuove varietà si sono particolarmente distinti per le loro attitudini alla spumantizzazione il Pinot Iskra, il Volturnis e il Soreli. Il Pinot Iskra, con le sue note di frutta fresca croccante, l'ottima acidità e la buona struttura, risulta particolarmente adatto alla spumantizzazione. Il Volturnis, grazie ad un corredo aromatico del tutto simile al Pinot Nero, con la spumantizzazione fa emergere gradevoli note di frutta gialla con spunti agrumati e freschi sentori di sottobosco di sorprendente fragranza e persistenza unitamente ad una impareggiabile struttura. Il Soreli, con la complessità aromatica che lo contraddistingue, garantisce produzioni di spumanti particolarmente apprezzati per l'originalità del loro profilo sensoriale. Nuove produzioni per brindare al futuro di una viticoltura più sostenibile ed alla salute dei consumatori e dell'intero pianeta!

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 fillossera. 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 portinnesti. Questi sono dislocati in diverse regioni e gestiti direttamente dalla Cooperativa. L'ultimo impianto è stato effettuato 2 anni fa ad Erbe (Vr) ed è di circa 5 ettari.

VINIDEA

Eno forum 2021

VIRTUAL
18 - 20 MAGGIO
INNOVAZIONE ED ECCELLENZA

**ISCRIZIONI APERTE!**

Info e programma in continuo aggiornamento su www.enoforum.eu

in collaborazione con:



Sponsor ufficiale
Organizzazione Internazionale
della Vigna e del Vino

mipaaf

ministero delle politiche
agricole alimentari e forestali



PATROCINIO
REGIONE DEL VENETO

con il contributo di:



ASSOENOLOGI
ASSOCIAZIONE ITALIANA
DEI SOCI ENOLOGHI

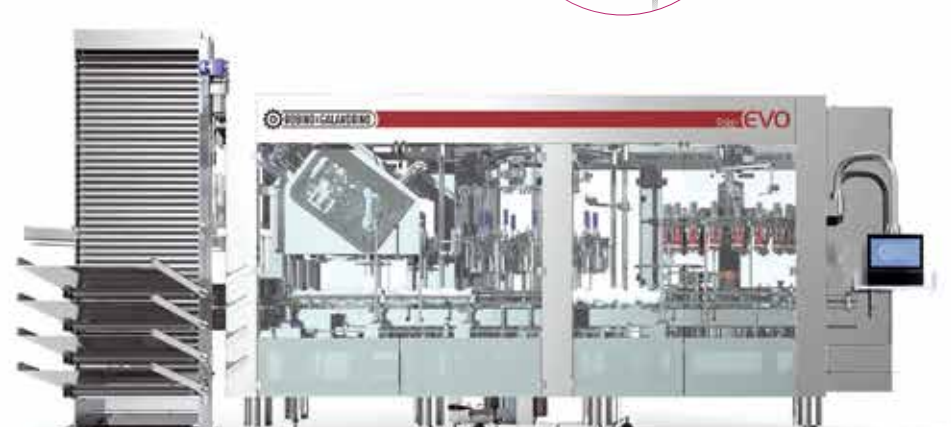


Zenith **EVO**



Alimentazione, distribuzione e applicazione di capsuloni per spumanti con doppio centraggio: orientamento della bottiglia (marchio in rilievo su vetro, serigrafia, sleeve e giunzione stampo vetro) e del capsulone, entrambi con telecamere gestite da sistema di visione SNIPER.

Poker **EVO**



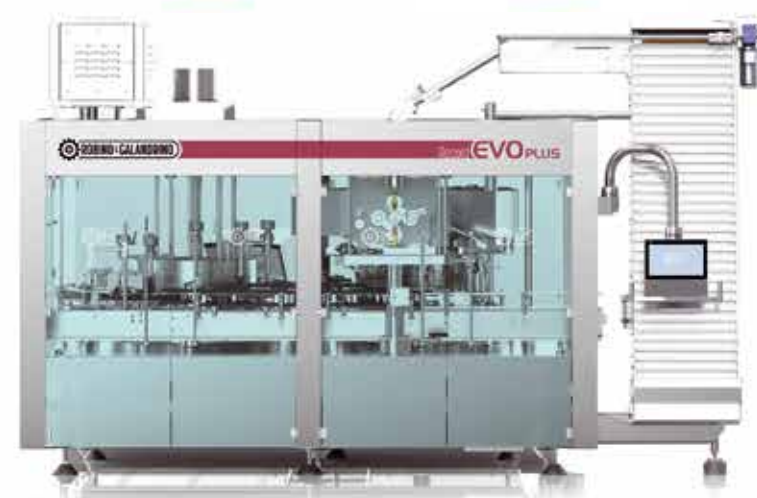
Alimentazione, distribuzione e applicazione di capsule in stagno o polilaminato (rullatura) e PVC/PET (termoretrazione).



Record **EVO PLUS**



Alimentazione, distribuzione e applicazione di gabbiette.



Gabbiettatrice con orientamento della bottiglia (marchio in rilievo su vetro o giunzione stampo) per l'applicazione della gabbietta con posizione programmabile dell'occhiello di apertura (sistema di visione SNIPER).

EVO Series

- Basamento interamente in acciaio inox AISI 304 con pannelli di intervento in policarbonato trasparente e illuminazione interna comandata da apertura porte
- Piano di lavoro inclinato e drenaggi convogliati sulle gabbiettatrici
- Sistema di visione e centraggio bottiglia e capsula su piattaforma SNIPER
- Periferiche di visione: telecamere, fotocellule (colore e UV), fibre ottiche e laser
- Assi elettronici - motorizzazione brushless
- 2 pannelli di controllo HMI touch screen ad alte prestazioni su braccio mobile
- Cambi formato automatizzati e tool-free, settaggi richiamabili con le ricette di lavoro memorizzate
- Protezioni in acciaio inox AISI 304 con finitura superficiale a specchio e porte in vetro temperato a tutta altezza



Basata sulla più avanzata componentistica elettronica e digitale, la piattaforma **SNIPER** sviluppata da **R&G** riunisce i sistemi di visione per le rilevazioni e letture necessarie a orientamenti, allineamenti e centraggi. Il sistema è caratterizzato da grande facilità e flessibilità di gestione per la creazione e la manutenzione delle ricette di lavoro ed è predisposto all'impiego di tutte le periferiche di rilevazione e lettura necessarie alle funzioni richieste.