

COMUNICATI DEL CONSORZIO

CHIANTI LOVERS, SUCCESSO CONFERMATO: IN 4MILA ALLA FORTEZZA DA BASSO DI FIRENZE PER IL VINO PIÙ AMATO **Per il secondo anno consecutivo la partecipazione eccezionale del Consorzio di Tutela Morellino di Scansano**

È stata l'edizione della conferenza, con oltre 4mila visitatori, 150 aziende, 400 giornalisti, blogger e influencer accreditati. Una affluenza di pubblico in linea con lo scorso anno che ha riempito il padiglione Cavaniglia della Fortezza da Basso di Firenze, per la prima volta occupato interamente dall'iniziativa. Chianti Lovers, l'attesa anteprima del Consorzio Vino Chianti, ha chiuso l'edizione 2019 in positivo. Registrata una partecipazione più ampia delle aziende: dalle circa 100 realtà dello scorso anno, si è passati a ben 130 aziende del territorio. A queste si aggiunge il Consorzio Tutela Morellino di Scansano, che dallo scorso anno organizza la propria anteprima in occasione di Chianti Lovers.

Tanti i vini protagonisti delle aziende del Consorzio e dei Consorzi di Sottozona: Rufina, Colli Fiorentini, Colli Senesi, Colli Aretini, Montalbano, Colline Pisane, Montespertoli, oltre alle etichette di cantine del Morellino di Scansano.

I tanti buyer stranieri, provenienti da tutto il mondo, che hanno preso parte al Buy Wine organizzato dalla Regione Toscana e Promofirenze, sono stati coinvolti in un seminario dedicato agli aspetti storici e produttivi della Denominazione Vino Chianti DOCG a cui è seguita una degustazione.

"Abbiamo iniziato alla grande il 2019 - ha commentato presidente del Consorzio Giovanni Busi - con



una festa per il mondo produttivo, per gli operatori del settore e per tutti gli amanti di questo eccellente prodotto. Siamo stati il primo Consorzio in Toscana a decidere di aprire al grande pubblico questo appuntamento e la scelta si è rivelata vincente, oggi è diventata una importantissima occasione di promozione per la nostra Denominazione.

È un bel segnale che arriva soprattutto dal mercato nazionale che rafforza l'attenzione che ci riservano da tempo gli operatori internazionali. Una scelta strategica in vista dei prossimi appuntamenti promozionali in giro per il mondo". Presente anche il Console americano, Benjamin V. Wohlauser. "Gli americani - ha detto - amano la Toscana, soprattutto il cibo e il vino. Quest'anno il Consolato festeggia il bicentenario della presenza diplomatica americana a Firenze e quindi è importante ricordare anche il rapporto storico tra i nostri paesi nell'ambito del vino. Il nostro terzo presidente, Thomas Jefferson è stato un grande estimatore dei vini toscani, ha importato tantissimi vini dalla zona Chianti nel '700 e da allora il mercato

americano è uno dei più importanti, soprattutto per il Chianti. Un mercato fondamentale anche per gli investimenti che arrivano dalla Toscana nel nostro settore vinicolo. C'è quindi uno scambio e un rapporto economico che continua e che è nato più di 200 anni fa".

L'APPELLO DEL CONSORZIO DEL CHIANTI: "INIZIAMO CON CORAGGIO ANCHE IN TOSCANA LA SPERIMENTAZIONE IN CAMPO DELLE VITI RESISTENTI AI FUNGHI"

Il presidente Busi si rivolge a Regione e agricoltori: "Se non ci muoviamo ora rischiamo di restare al palo rispetto ad altre realtà vitivinicole italiane"

"La Regione Toscana si faccia parte attiva assieme al mondo della ricerca ed al mondo Consortile regionale per dare vita, in tempi brevi, ad un progetto applicativo ed operativo sui vitigni resistenti con una sperimentazione in campo della coltivazione e successiva vinifica-

zione delle uve di cloni di Sangiovese ed altri vitigni tradizionali della toscana enologica" questo l'appello che il Consorzio Vino Chianti, senza timori per il nuovo frutto di una seria ricerca scientifica, attraverso il suo Presidente Giovanni Busi, ha deciso di rivolgere alle isti-

COMUNICATI DEL CONSORZIO

tuzioni ed alle imprese agricole della Toscana.

Il motivo dell'appello? "Che siamo ancora fermi - spiega Busi - mentre altre realtà, soprattutto del Nord-Est stanno andando avanti e che se anche qui in Toscana non iniziamo a muoverci rischiamo di restare indietro in un aspetto fondamentale della coltivazione della vite e quindi della produzione vinicola dei prossimi decenni: cioè un prodotto di qualità che risponde a standard ecologici elevatissimi per garantire sia il produttore che il cliente finale". Il Presidente del Consorzio Vino Chianti si riferisce alle viti resistenti "PIWI", un acronimo che sta a indicare varietà di vite, resistenti alle crittogame e capaci di battere le malattie fungine, che, al contempo, mantengono però tutte le caratteristiche di aroma profumo e gusto dei propri "genitori" merlot, chardonnay, cabernet-sauvignon e anche sangiovese.

Viti che non hanno bisogno di difese chimiche e che soprattutto non hanno niente a che fare con gli OGM. "Basti pensare - puntualizza Busi - che la resistenza totale o parziale a malattie crittogamiche come peronospora e oidio, permette una coltivazione più sostenibile, sia dal punto di vista ambientale che da quello economico.

Infatti, con l'utilizzo dei vitigni resistenti si risparmia in prodotti fitosanitari: è stato calcolato che ne servono circa l'80% in meno con un risparmio di mille euro circa per anno/per ettaro. Ciò significa non solo non sprecare risorse, ma anche tutelare il nostro ambiente. Anche se le viti resistenti sono ormai frutto di una ricerca datata, ed oggi il mondo della ricerca

va verso il nuovo rappresentato dal cosiddetto "genome editing" o "cisgenesi", è importante iniziare fin da subito, con le autorizzazioni regionali del caso, un processo di prove tecniche in pieno campo approcciando l'argomento in modo laico e senza pregiudizi".

"Quello che chiediamo - spiega Busi - è semplicemente che possano essere autorizzate, in via di sperimentazione, in Toscana. Questo processo è già avviato per la produzione di vini a indicazione geografica nelle regioni del nord Italia con particolare riferimento a Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Lombardia, Province di Bolzano e Trento, dove la sperimentazione è avviata ormai da tempo e già esistono vigneti realizzati in pieno campo e già si sono fatte prove di vinificazione. "Ovviamente, trattandosi di regioni del nord Italia - dice Busi - la ricerca si è concentrata su vitigni tipici di quei territori con particolare riferimento a quelli per produzione di uve bianche. Ma riteniamo che anche da noi occorre partire".

"Da qui l'invito alla Regione Toscana - commenta il Presidente del Consorzio Vino Chianti - a far partire la sperimentazione, indistintamente per IGT, DOC e DOCG, piantando vigneti con questi nuovi cloni resistenti alle malattie con particolare riguardo alla peronospora ed oidio.

"Non possiamo più attendere, sostenendo posizioni di retroguardia o mettendo la testa sotto la sabbia, il mondo va avanti e non possiamo rimanere inerti o indifferenti, costringendo le aziende a muoversi autonomamente in una palude amministrativa." Conclude Busi.



CONSUMATORI SEMPRE PIÙ ECO-FRIENDLY AL MOMENTO DELL'ACQUISTO

Sempre più consumatori guardano oggi alla sostenibilità del prodotto e del produttore quando devono scegliere per l'acquisto di un bene. Lo suggerisce la 2019 Retail and Sustainability Survey di CGS, recentemente pubblicata e frutto di un sondaggio che

ha coinvolto un migliaio di consumatori americani di età compresa tra i 18 e i 65 anni. Più dei due terzi degli intervistati ha dichiarato, infatti, di prendere in considerazione, al momento dell'acquisto, criteri di sostenibilità ed il 47% è disposto a spendere

di più per l'acquisto di un prodotto eco-compatibile, percentuale che supera il 50% quando si restringe l'analisi ai consumatori più giovani, gli appartenenti alla Gen Z, quella dei post-millennials, coloro cioè che sono nati a partire dall'anno 2000.

COMUNICATI DEL CONSORZIO

AL PROWEIN 2019 LA BANDIERA PIÙ ALTA È DELL'ITALIA

Sventola alta la bandiera italiana a Düsseldorf. L'Italia al ProWein 2019 sarà rappresentata da 1700 aziende vitivinicole, il numero più alto di tutta l'esposizione tedesca dedicata al vino e in programma dal 17 al 19 marzo p.v., come si è appreso dalla recente presentazione dell'evento a Roma. Gli italiani, in-

fatti, battono gli amici-rivali francesi presenti con 1600 aziende. Lo spazio di esposizione tricolore sarà costituito da due padiglioni per un totale 13 mila quadrati. La rassegna, giunta al quarto di secolo, registra 74mila espositori e circa 712mila visitatori dal 1994 al 2018. L'edizione 2019 sarà caratterizzata da

500 iniziative in dieci padiglioni della fiera. Gli espositori totali saranno 6.800 provenienti da 64 Nazioni. **Il Consorzio del Chianti sarà presente con uno stand di circa 150 mq, un bancone istituzionale interamente dedicato alla denominazione e 34 aziende presenti con le proprie etichette.**

INTERNAZIONALIZZAZIONE SEMPRE PIÙ DECISIVA PER LE IMPRESE DEL VINO

Uno studio presentato di recente a Wine&Siena, dal professor Lorenzo Zanni, ordinario di Economia e Gestione delle Imprese all'Università di Siena, **che ha coinvolto oltre 100 aziende di Chianti, Chianti Classico e Brunello di Montalcino, mostra come il mercato estero pesi per oltre il 60% dei fatturati delle aziende, che trovano nell'appartenenza ad un Consorzio un fattore decisamente positivo.** Tra gli elementi di novità che emergono dalla ricerca, l'ampliamento del numero dei mercati esteri emergenti, quasi tutti dall'Asia, i primi segnali di una digitalizzazione che sta diventando sempre più realtà ed il passaggio generazionale al timone delle imprese del vino, che insie-

me all'inserimento di figure manageriali esterne è il vero punto di forza dell'internazionalizzazione del settore. Parlando di branding, secondo le aziende tra le strategie più importanti c'è la Denominazione di Origine, giudicata fondamentale per il successo all'estero del proprio vino, davanti al nome del prodotto, con il nome del territorio regionale al terzo posto, seguito dal nome del territorio locale (da non confondere con la denominazione), quindi il nome del territorio nazionale, ossia l'italianità, e solo per ultimo arriva il nome dell'azienda, sorprendentemente percepito come un aspetto non fondamentale per il successo di un vino all'estero.

3

NORMATIVA E COMUNICATI

BREXIT: QUALI CONSEGUENZE PER LE IG?

Il 1° febbraio l'AREPO - l'Associazione delle Regioni Europee per i Prodotti di Origine - ha partecipato allo "Stock Taking of Civil Dialogue Groups" organizzato dalla Commissione Europea per informare tutte le organizzazioni che partecipano ai Gruppi di Dialogo Civile della DG AGRI sullo stato di avanzamento della Brexit e sulle attività preparatorie della Commissione in caso di uscita senza accordo.

Una delle questioni discusse è stata l'impatto della Brexit

sulle indicazioni geografiche, considerando sia la possibilità che il Regno Unito lasci l'Unione europea con un accordo, sia la possibilità che non venga raggiunto alcun accordo.

Ai sensi dell'accordo di ritiro, le indicazioni geografiche UE esistenti saranno giuridicamente protette fino alla conclusione di un nuovo accordo applicabile alle indicazioni geografiche esistenti nel contesto delle future relazioni tra l'UE e il Regno Unito. L'accordo sulle indi-

cazioni geografiche riguarda le denominazioni di origine protetta, le indicazioni geografiche protette, le specialità tradizionali garantite e le menzioni tradizionali vitivinicole.

Il Regno Unito garantirà, per le indicazioni geografiche esistenti, almeno lo stesso livello di protezione attualmente applicato nell'UE. Tale protezione sarà attuata attraverso la necessaria legislazione nazionale del Regno Unito. Tutti i diritti di proprietà intellettuale de-

NORMATIVA E COMUNICATI

vono essere protetti dal Regno Unito come diritti nazionali di proprietà intellettuale. La conversione della legislazione UE in legislazione britannica a fini di protezione al di là della Manica sarà automatica e gratuita. Di conseguenza, le indicazioni geografiche del Regno Unito registrate nell'UE (ad esempio il Welsh Lamb) continueranno ad essere protette nell'UE.

Sebbene la Commissione europea chieda il riconoscimento automatico nel Regno Unito dopo la Brexit delle IG approvate dall'UE, **permane l'incertezza in caso di recesso senza accordo.**

In mancanza di un accordo, il Regno Unito non sarebbe più obbligato a riconoscere lo status di indicazione geografica dell'UE, cosicché le IGP e le DOP comunitarie precedentemente registrate non beneficerebbero più di questa protezione nel Regno Unito.

In particolare, quando il Regno Unito lascerà l'UE, sarà libero di decidere se e come proteggere le indicazioni geografiche. Come suggerito nella "No Deal Guidance" pubblicata sul sito web del governo britannico, il Regno Unito può scegliere di istituire un proprio sistema di protezione delle indicazioni geo-

grafiche che rifletta l'attuale regime UE e rispetti i principi dell'OMC sanciti dall'Accordo TRIPS. Il nuovo sistema britannico, con i suoi nuovi loghi per IG del Regno Unito, dovrebbe mantenere le stesse definizioni e acronimi dell'attuale sistema comunitario: Denominazione di Origine Protetta (DOP), Indicazione Geografica Protetta (IGP) e Specialità Tradizionali Garantite (STG). Il Dipartimento per l'ambiente, l'alimentazione e gli affari rurali (Defra) sarà responsabile della gestione dei programmi, del registro dei prodotti protetti e del trattamento delle nuove domande.

Tutte le IG esistenti nel Regno Unito riconosciute nell'ambito dei regimi di qualità dell'UE saranno automaticamente ammesse a beneficiare dello status di IG del Regno Unito e qui continueranno ad essere protette. Al contrario, i produttori di Indicazioni geografiche esistenti dei 27 Stati membri potrebbero dover utilizzare il sistema britannico per ottenere lo status di indicazione geografica del Regno Unito, nonché i produttori comunitari di IG registrate in seguito al ritiro del Regno Unito dall'UE.

In quest'ottica, si dovrebbe prendere in considerazione la possibilità di richiedere la registrazione delle indicazioni geografiche dell'Unione come marchi del Regno Unito.

LE SFIDE DEL VINO SUL MERCATO UK NEL 2019

In attesa degli effetti prodotti dalla Brexit, sono altre le dinamiche del mercato vinicolo britannico da tenere sott'occhio, come racconta l'analisi di Wine Intelligence "UK on-trade 2019 to-do list". Prima di tutto, i ristoratori e gli imprenditori britannici devono fare i conti da un po' di tempo con l'aumento dei costi di gestione, dagli affitti alle tasse sugli alcolici, risposta problematica ai problemi di salute legati all'abuso di alcol, a cui rispondere sfruttando al massimo gli spazi (quindi più coperti) e lavorando al meglio sui margini proprio del vino. Quindi, il peso delle app e dei servizi ai consumatori: il peso delle recensioni degli avventori è ancora relativamente im-

portante, mentre i servizi di food delivery stanno diventando un concorrente inatteso per chi fa della tavola il proprio business. E ancora, la competizione del gin, che si sta rivelando tutt'altro che una moda passeggera, sta "rubando" importanti quote di mercato, essenzialmente i consumatori più giovani, che non si fanno facilmente ammalare dalla narrazione del vino. Tuttavia, il vino gode ancora di un enorme appeal nel Regno Unito, grazie alla sua varietà, sia in termini di varietà che di prezzi. Quattro sono le condizioni che il report individua affinché si possa innescare una ripartenza del mercato enoico inglese nel 2019: **ampliamento dell'offerta per i vini entry-**

level; una narrazione più efficace anche in termini di provenienza, tracciabilità, sostenibilità ambientale; oculato sfruttamento dei social, soprattutto Instagram, per veicolare e rafforzare l'immagine del vino; le produzioni britanniche, sulla fascia di prezzo medio-alta, dovrebbero cominciare ad assorbire quote di mercato significative.



NORMATIVA E COMUNICATI

MINISTRO CENTINAIO: “DOP IGP ITALIANE NEL MONDO CON UN SISTEMA UNICO FRUTTO DEL DIALOGO CON I CONSORZI”**A Siena oltre 50 consorzi IG elaborano un documento strategico per lo sviluppo delle tematiche centrali di settore da consegnare alle istituzioni internazionali**

Si è svolta martedì 12 febbraio a Siena l'evento tecnico organizzato dalla Fondazione Qualivita e dedicato al confronto tra Consorzi di Tutela delle Indicazioni Geografiche italiane e internazionali per definire una nuova proposta strategica a supporto dello sviluppo del settore nel contesto nazionale ed europeo, nell'ambito di cinque tematiche oggetto dell'agenda dei lavori: dal nuovo patto con i consumatori e le comunità locali, all'evoluzione della governance, passando dalla nuova PAC e dalla sostenibilità fino ad arrivare al tema tutela e accordi internazionali.

Protagonista dell'incontro, **il Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e del Turismo a Gian Marco Centinaio**, che durante il suo intervento ha ribadito la necessità di un impegno unico per “garantire la qualità e essere più incisivi nella promozione nel mondo. “In questo momento di stagnazione economica e di crisi - ha commentato il Ministro Centinaio - il solo settore a segno positivo è quello dei comparti agroalimentare e vitivinicolo, per questo dobbiamo avere sempre più attenzione verso l'agricoltura italiana e verso il sistema turistico. Unire questi due ambiti in apparenza molto diversi è la vera scommessa, la mission su cui il ministero sta lavorando. Abbinare nella comunicazione prodotti e territori dà origine a una contaminazione che crediamo essere vincente. Oggi il mondo è cambiato, ci sono mercati sempre più esigenti che riconoscono in noi la qualità, ma dobbiamo esse-

re più incisivi nella promozione. Dobbiamo iniziare a promuoverci in modo diverso, l'obiettivo è promuovere i nostri prodotti nel mondo con un sistema unico. Azioni riconoscibili sotto il brand Italia frutto del dialogo con Consorzi di Tutela”.

Paolo De Castro, Presidente del Comitato Scientifico della Fondazione Qualivita, nelle conclusioni ha sottolineato ancora una volta l'importanza di un lavoro condiviso sulla PAC post 2020. “La riforma del regolamento europeo sulle Indicazioni Geografiche e la loro tutela saranno punti centrali della riforma della PAC per continuare a garantire lo sviluppo dei nostri territori. Dobbiamo essere consapevoli però che in Europa il 90% dei Paesi non è interessato ai temi che stanno a cuore all'Italia e ad altri 4 o 5 paesi dell'area mediterranea. Gran parte dell'Europa, con 28 diverse realtà, non ritiene centrale l'impegno per le DOP IGP che tanto ci coinvolge. Quindi dobbiamo unire le forze, come in questo meeting, al quale hanno partecipato Francia, Spagna e Portogallo: è sicuramente la strategia vincente. Come la presenza della delegazione del ministero giapponese è un segnale dell'importanza che hanno gli accordi bilaterali per la tutela delle IG”.

Marie Guittard, Direttrice Inao, ente pubblico responsabile del sistema francese dei marchi di qualità e origine, ha affermato “la necessità di una strategia di sistema condivisa per lo sviluppo delle DOP IGP che oggi in Francia rappresentano i maggiori

strumenti di politica agricola alimentare e di sviluppo del territorio”.

Per quanto riguarda le associazioni, Cesare Baldrighi, Presidente Aicig, ha sottolineato che “c'è molta attenzione intorno al mondo delle IG e il nostro dovere è supportare questo fermento e accompagnarlo. Punti centrali sono l'adeguamento legislativo con coordinamento unico e una nuova attività di promozione e formazione dei Consorzi di tutela. Molti disciplinari di produzione hanno 25 anni, sono anacronistici, la nuova PAC offre grandi opportunità perché prevede la semplificazione dei disciplinari di produzione”, mentre **Stefano Zanette, Vicepresidente Federdoc** tra i diversi temi affrontati ha sottolineato come “sulla governance abbiamo bisogno di gestire i processi sui mercati internazionali con nuovi strumenti per la tutela e la valorizzazione delle IG. In tema sostenibilità serve chiarezza sulle norme, su quanto può fare il privato e quanto il pubblico. Dai produttori responsabilità e innovazione”.

La giornata conclusiva dell'iniziativa di Qualivita si è avvalsa anche del prezioso contributo diretto dei massimi rappresentanti dei consorzi di tutela, grazie alla suddivisione dei lavori in cinque sessioni in plenaria che hanno generato una serie di proposte programmatiche, sintetizzate in un documento strategico condiviso con la platea che sarà sottoposto all'attenzione di istituzioni e organizzazioni a livello nazionale e europeo.

NORMATIVA E COMUNICATI

APPELLO AL MINISTRO CENTINAIO DELLA FILIERA NAZIONALE DEL VINO: L'UE DEVE ACCETTARE LE RICHIESTE ITALIANE SUL REGOLAMENTO OCM

In un appello, sotto forma di lettera, firmato dalle principali organizzazioni della filiera italiana del vino - tra queste, FEDERDOC - indirizzata al Ministro Centinaio, la richiesta di rappresentare, al più alto livello politico, al Commissario all'Agricoltura Hogan e alla Presidenza del Consiglio UE, le priorità del governo italiano nell'ambito della riforma della PAC, a partire dalle proposte di modifica del Regolamento OCM che, così come emendate dai lavori del Consiglio, non vedono accolte le

richieste italiane. La filiera ha infatti avanzato al Mipaaf alcune proposte di miglioramento dell'attuale regime, che prevedono in primis l'istituzione di una riserva nazionale delle autorizzazioni, con l'obiettivo di evitare la perdita del potenziale viticolo, di recuperare i diritti di impianto in scadenza e le autorizzazioni non utilizzate a favore delle imprese più dinamiche, allo scopo di veder aumentare la superficie media aziendale, quale elemento imprescindibile di competitività.

CON IL PARERE DEL CONSIGLIO DI STATO SI COMPLETA IL PASSAGGIO DEL TURISMO AL MIPAAF

“Dopo il parere favorevole del Consiglio di Stato, oggi il Cdm ha approvato il DPCM che disciplina l'organizzazione del Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo. Si completa definitivamente il passaggio del dipartimento turismo dal MIBAC al MIPAAF iniziato lo scorso luglio”. Queste le parole del Ministro delle Politiche agricole alimentari,

forestali e del turismo, sen. Gian Marco Centinaio, in un comunicato del 31 gennaio. Il Dipartimento Turismo avrà la funzione di coordinare le linee di azione del Ministero in materia di turismo, anche al fine di favorire una politica integrata di valorizzazione del made in Italy e di promozione coerente e sostenibile del Sistema Italia, in raccordo con i diversi Ministeri ed enti

competenti; curare il monitoraggio dell'andamento dei mercati in raccordo con le competenti Direzioni generali del Ministero dello sviluppo economico e gli enti competenti in materia; nell'ambito di competenza del Ministero, svolgere attività di promozione delle eccellenze simbolo della qualità della vita e delle attrattive del territorio Italia.

VENETO: 9,2 MLN DI CONTRIBUTI A CHI INVESTE NELLA VITICOLTURA DI QUALITÀ

Con deliberazione della Giunta Regionale del Veneto sono stati aperti i termini per la presentazione di domande di contributo per investimenti effettuati da imprese agricole e agroindustriali del settore vitivinicolo per sostenere lo sviluppo del compar-

to. L'importo a bando è pari a € 9.234.550, ripartiti equamente tra aziende agricole e aziende agroindustriali. Il contributo massimo è fissato al 40 % della spesa ammessa per le imprese agricole, 30 % per quelle agroalimentari. Sono ammissibili le spese

per investimenti in macchine e attrezzature specialistiche (compresi i vasi vinari), attrezzature informatiche e di laboratorio, allestimenti per punti vendita effettuate da imprese che operano nel settore della trasformazione e commercializzazione del vino.



NORMATIVA E COMUNICATI

FALSI VINI DOP E IGP, PERQUISIZIONI IN 6 REGIONI. INCHIESTA DELLA PROCURA DI PORDENONE

Una cinquantina di perquisizioni in sei diverse Regioni sono state effettuate, a partire dalla mattina del 30 gennaio, ad opera dei Carabinieri del Nas di Udine e dell'Ispettorato Repressione Fondi Nord-Est di Udine e Conegliano, in una operazione di contrasto alle frodi e gli illeciti ai danni dei consumatori. Nel mirino della Procura della Repubblica di Pordenone, ci sarebbero, secondo quanto riportato dall'Agenzia ANSA, distillerie, imprese agricole, abita-

zioni e ditte di trasporto. Le operazioni hanno interessato le province di Pordenone, Udine, Treviso, Venezia, Padova, Reggio Emilia, Modena, Ravenna, Firenze, Livorno, Napoli, Bari, Foggia. "Gli accertamenti sono volti ad acquisire elementi di prova relativi a comportamenti fraudolenti, messi in atto da un'importante cantina della provincia di Pordenone - informa una nota della locale Procura - circa la produzione e l'immissione in commercio di enormi

quantità di vini che, pur non costituendo un pericolo per la salute del consumatore, sono stati qualificati con più DOP ed IGP in violazione delle norme dei disciplinari. Vini che sono stati ottenuti con uve prodotte ben oltre i limiti massimi di resa e con una gradazione naturale delle uve inferiore ai valori previsti dai relativi disciplinari. Inoltre, alcune tipologie di vini sono state qualificate con il nome di varietà di uva diversa da quella realmente utilizzata".

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO UNIONE EUROPEA

LA COMMISSIONE GIURIDICA DEL PARLAMENTO EUROPEO TIENE CONTO DELLE PREOCCUPAZIONI DI ORIGIN RIGUARDO ALLE MODALITÀ PROPOSTE PER L'ADESIONE DELL'UE ALL'ATTO DI GINEVRA DELL'ACCORDO DI LISBONA

Nel 2018, la Commissione europea ha presentato una proposta per l'adesione dell'UE all'Atto di Ginevra dell'Accordo di Lisbona sulle Denominazioni d'Origine e le Indicazioni Geografiche. Attualmente la proposta è discussa dagli Stati membri e dal Parlamento europeo (Commissione Giuridica-JURI, relatrice Virginie Roziere). Il 23 gennaio scorso la Commissione JURI ha approvato la relazione Roziere e i relativi emendamenti. I punti più rilevanti sono i seguenti:

- si esprime preoccupazione per il fatto che l'UE non avrà diritto di voto dentro la futura Unione che amministra l'Atto di Ginevra nell'ambito dell'Organizzazione Mondiale della Proprietà Intellettuale (OMPI), senza che i singoli Stati membri aderiscano al trattato. La proposta chiede alla CE di trovare una soluzione a questo problema;

- a seguito dell'adesione dell'UE all'Atto di Ginevra, la CE dovrebbe notificare un primo elenco di Indicazioni Geografiche da proteggere attraverso il trattato, sulla base dei contributi forniti dagli Stati membri e dalle parti interessate. Questo elenco dovrebbe essere aggiornato in una fase successiva, con l'obiettivo di proteggere il maggior numero possibile di Indicazioni Geografiche dell'UE. Allo stesso modo, tutte le Denominazioni di Origine tutelate dagli Stati membri dell'UE tramite l'Accordo di Lisbona prima dell'adesione dell'UE dovrebbero essere protette ai sensi dell'Atto di Ginevra;

- dovrebbe essere altresì sviluppato uno strumento europeo per la protezione delle IG non agricole, per consentire all'UE di conformarsi pienamente all'Atto di Ginevra.

origIn, network internazio-

nale delle IG, esprime soddisfazione nel constatare che le preoccupazioni espresse lo scorso anno alle Istituzioni europee sono state prese in considerazione dalla Commissione JURI, che ora chiederà al Parlamento europeo un mandato per negoziare con il Consiglio europeo.



NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO UNIONE EUROPEA

CRESCONO LE VENDITE ONLINE, CROLLANO I PREZZI DEGLI SFUSI: ECCO I TREND DEL PRIMO TRIMESTRE 2019 NELL'ANALISI DI RABOBANK

Le vendite di vino online in Europa hanno rappresentato il 4% dell'off-trade nel 2017, ossia 360 milioni di litri, e tra il 2010 ed il 2017 il settore è cresciuto del 66%, sebbene nello stesso periodo i consumi siano calati del 5%. Sono centinaia, ormai, i players ad averci puntato, dalle grandi catene della Gdo alle catene di enoteche, e anche sul fronte delle app sono decine quelle dedicate all'e-shopping enoico, per un mercato destinato a crescere ma già "affollato". Più in generale, gli effetti della scarsità della vendemmia e quindi della produzione 2017 continua a farsi sentire, anche nel terzo trimestre 2018, con le esportazioni dei Paesi europei e del Cile

ancora in calo, ma con segnali di ripresa in coda, in conseguenza dei primi effetti, questa volta positivi, dell'abbondante raccolta 2018. Il mercato, però, rimane sovraffollato in termini di players, e più che a crescere le aziende dovranno pensare a consolidarsi. In vista della commercializzazione dell'annata 2018, nelle contrattazioni internazionali le quotazioni dei vini sfusi europei iniziano a calare, mentre quelli argentini pagano la svalutazione del peso. Queste alcune delle dinamiche che influenzeranno il mercato globale del vino nel primo trimestre 2019, fotografate dagli analisti del comparto Food & Agribusiness del RaboResearch di Rabobank.

ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO ITALIA

NEL 2018 CALANO LE VENDITE DI VINO IN VOLUME NELLA GDO IN ITALIA (-5,6%), A FRONTE DI UNA CRESCITA CONTENUTA NEI VALORI (+1,9%)

Se il 2017 ed i primi mesi del 2018 facevano sperare in un recupero consistente dei consumi di vino in Italia, il saldo dell'anno appena chiuso appare alquanto deludente, segnando un calo di vendite presso la GDO pari a -5,6% in volume, per un totale di poco superiore ai 480 milioni di litri di vino confezionato. A dirlo i dati di Iri, analizzati dalla testata WineNews, relativi alle ultime 52 settimane in iper e super mercati e libero servizio

piccolo, chiuse al 30 dicembre 2018. A fare da leggero contraltare, si è registrata una crescita dell'1,9% in valore, di poco superiore alla somma di 1,6 miliardi di euro, con un prezzo medio, nel complesso, di 3,4 euro al litro, in crescita del 7,9%. Prevalgono le vendite di vino rosso che precedono quelle dei bianchi. Ancora marginali, almeno presso la GDO, le vendite di vini rosati. La grande distribuzione premia invece il Chianti

che, a fronte del calo generalizzato, cresce, con un +3% del numero delle bottiglie vendute e un aumento del +6,9% in termini di valore, tanto da attestarsi così sui 55,941 milioni di euro. Il Chianti continua ad andare forte sul mercato interno con risultati che consolidano la posizione della denominazione in Italia e danno un segnale positivo sull'apprezzamento e sulla riconosciuta qualità del prodotto da parte dei consumatori.

CRESCHE IN ITALIA LA VENDITA DI PRODOTTI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE

La marca del distributore cresce ancora in Italia: i valori di prodotti marchiati con i brand delle principali insegne hanno raggiunto in Italia, nel 2018, i 10,3 miliardi di euro (+2,5% sul 2017), confermandosi uno dei segmenti più dinamici di una gdo sostanzialmente ferma (0,2%), con una quota di mercato ormai prossima al 20%. E' quanto emerge dal "Rapporto Marca sull'evo-

luzione dei prodotti a Marca del Distributore in Italia" firmato da Iri e Nomisma e presentato a MarcabyBolognaFiere. Secondo il report, chi sceglie i prodotti a marchio del distributore, è particolarmente attento a valori quali attenzione agli sprechi (40%, nell'indagine a risposte multiple), qualità del prodotto garantita dalla presenza di certificazioni (33%), promessa di

benessere (32%), garanzie specifiche di sicurezza (28%) e rispetto dell'ambiente (22%); dallo scaffale il consumatore preleva più volentieri prodotto italiano (citato dal 40% degli intervistati), guarda ai contenuti dell'etichetta, metodo di produzione e tracciabilità della filiera (mediamente un consumatore su 4) e si rivolge con favore crescente alle produzioni biologiche.

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

76 PAESI LANCIANO NEGOZIATI WTO SULL'E-COMMERCE

Al World Economic Forum di Davos, 76 Paesi - l'Unione europea e altri 47 membri dell'Organizzazione Mondiale per il Commercio (WTO) - hanno deciso di avviare negoziati per deliberare un pacchetto di norme globali sul commercio elettronico. La nuova normativa del WTO dovrebbe tendere a migliorare le opportunità e ad

affrontare le sfide del commercio elettronico nei Paesi sviluppati e in via di sviluppo. I negoziati dovrebbero tradursi in un quadro giuridico multilaterale su cui i consumatori e le imprese, soprattutto quelle più piccole, potrebbero fare affidamento per rendere più facile e sicuro l'acquisto, la vendita e gli affari online.

REGNO UNITO E CILE RINNOVANO L'INTESA COMMERCIALE

I governi britannico e cileno hanno annunciato di aver firmato un accordo commerciale che viene salutato come un avvenimento positivo per l'industria del vino. L'accordo garantisce che, dopo l'uscita del Regno Unito dall'Unione europea, i due Paesi continueranno a godere di condizioni commerciali reciprocamente "vantaggiose". **La Wine & Spirits Trade Association ha accolto con favore la notizia: "È imperativo per l'industria vinicola del Regno Unito che il commercio con il Cile prosegua senza interruzioni. Negli ultimi 12**

mesi i consumatori del Regno Unito hanno acquistato l'equivalente di 105 milioni di bottiglie di vino cileno con vendite per circa 720 milioni di sterline. Ciò equivale a quasi il 9% del totale, in volume, delle vendite nel Regno Unito di vini fermi e all'8% in valore. L'accordo evita l'applicazione di dazi inutili al fine di consentire ai consumatori un risparmio di denaro. Senza tale intesa le tariffe aggiunte al vino proveniente dal Cile in arrivo nel Regno Unito costerebbero all'industria locale circa 9,2 milioni di sterline".

APPROVATO NEI PAESI DELL'UNIONE ECONOMICA EUROASIATICA IL NUOVO REGOLAMENTO TECNICO PER LE BEVANDE ALCOLICHE

Come riportato, tra gli altri, dal sito web di Federvini, fin dal 2012 la Federazione Russa aveva notificato un regolamento tecnico che stabiliva la presentazione, la definizione e i parametri analitici ammessi per le bevande alcoliche destinate anche ai Paesi appartenenti all'Unione doganale euroasiatica (Bielorussia, Kazakistan, Russia, Armenia e Kirghizistan). Il testo conteneva diverse disposizioni che configuravano non poche difficoltà per le esportazioni

verso quei mercati, risultando in talune parti difformi rispetto alla normativa europea e non in linea con gli standard internazionali dell'OIV. Nonostante la Commissione europea avesse segnalato all'OMC, nel 2013, le criticità del provvedimento, alla fine del 2018, l'Unione economica euroasiatica ha approvato il regolamento che sarà implementato, nella legislazione nazionale di ciascuno Stato membro, nei prossimi due anni.

CERTIFICATO IN CINA: ANCORA INCERTEZZA RIGUARDO L'ESENZIONE PER LE BEVANDE ALCOLICHE

Permane ancora incertezza sulla decisione delle Autorità cinesi di esentare le bevande alcoliche importate dall'obbligo di accompagnamento di apposito certificato sanitario. Dopo un recente incontro tra la Commissione europea e l'organismo cinese GACC (General

Administration of Customs of the People Republic of China), le Autorità locali avrebbero manifestato, tuttavia, interesse ed apertura, rendendosi disponibili a collaborare per differenziare l'obbligo della certificazione, da cui dovrebbero essere auspicabilmente sollevati i

prodotti considerati a basso rischio dalla Commissione Codex Alimentarius (come vini e bevande spiritose). Sarà importante monitorare gli sviluppi della vicenda nei prossimi mesi, prima di avere certezza della effettiva esenzione concessa alle bevande alcoliche.

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

LE DOGANE CINESI RIVEDONO I DATI: 2018 POSITIVO PER L'ITALIA DEL VINO

Le dogane cinesi hanno rivisto i dati sulle importazioni di vino 2018, e la notizia confortante è che l'Italia non solo non è in territorio negativo, ma anche la migliore, in termini di crescita dei valori, tra i Paesi UE. A comunicarlo l'ICE di Pechino, che sottolinea comunque come "resta la preoccupazione per un rallentamento generale della domanda cinese registrato nell'ultimo trimestre dell'anno e ancor più nell'ultimo mese del 2018, anche quale effetto indiretto della guerra commerciale in corso con gli Stati Uniti". In ogni caso, il dato che emerge è che l'Italia ha chiuso con una crescita del 4,6% in valore sul 2017, a quota 168 milioni di dollari. Ma resta, comunque, il quinto Paese fornitore.

In testa si conferma, saldamente, la Francia, che nonostante una perdita del -3,12%, chiude a 1,06 miliardi di dollari in valore, lontana dall'Australia, secondo fornitore, che però cresce del 7,3%, a 782 milioni di dollari, così come il Cile, terzo, che segna un +14,5%, a 376 milioni di dollari, con un evidente effetto positivo, per questi ultimi due Paesi, derivante dagli accordi commerciali stretti con la Cina. Crolla la Spagna, quarto fornitore, appena davanti all'Italia, con 169 milioni di dollari, a -12,6%. Risultati, comunque, per tutti deludenti, dopo un primo semestre 2018 che faceva ben sperare, con tutti i principali Paesi fornitori del mercato cinese in netta crescita.

CONSUMO ALCOLICI IN USA: 3,3 MILIARDI DI CASSE SECONDO IWSR (-0,8%). STABILE IL CONSUMO DI VINO (+0,4%)

Per il terzo anno consecutivo, il consumo di bevande alcoliche negli Stati Uniti d'America porta il segno meno. Il calo del 2018 sul 2017 è da attribuirsi soprattutto ed ancora una volta alla diminuzione dei consumi di birra, visto che quelli di vino e superalcolici sono cresciuti. È quanto si apprende dai primi dati provvisori sul mercato 2018 proposti da IWSR nell'anticipo di gennaio dell'edizione 2019 del suo US Beverage Alcohol Review (US BAR). Il volume totale di bevande alcoliche consumate negli Usa nel 2018 è stimabile oggi in via preliminare in 3,345 miliardi di casse da nove litri, che equivalgono allo 0,8% in meno rispetto ai consumi 2017 (anno in cui i volumi erano diminuiti dello 0,7% sul 2016). In particolare, sono stabili i consumi di vino (+0,4%). Per il vino, quello chiusosi a dicembre è comunque il 24° anno consecutivo di crescita dei consumi. A ciò contribuisce, secondo IWSR, anche la vivacità dell'industria locale, che oggi conta 13.000 produttori, numero cresciuto di quasi 1000 unità nel corso del 2018. Il vino fermo, in crescita dello 0,2%, conta ancora per l'87,3% nella torta dei consumi di vino. Gli spumanti, guidati dal Prosecco (+11%), crescono del 4,3%. La spesa dei consumatori statunitensi in bevande alcoliche

che ha raggiunto, nel 2018, la consistente cifra di 253,8 miliardi di dollari, ben 12,4 miliardi di dollari in più rispetto al 2017 (+5.1%). E' quanto evidenziato dai dati forniti dalla società di analisi e consulenza bw166. A questa decisa crescita in valore, si affianca un trend di moderazione nei consumi, come dimostra l'overall alcohol serving index tracciato dalla stessa società californiana, che ha chiuso il 2018 a 101.4 punti contro il 102.2 della fine del 2017: dato che, tradotto in numero di bevande alcoliche consumate, ci indica che nel 2018 ogni consumatore americano ha bevuto 6 bevande alcoliche in meno rispetto all'anno precedente. Oggi i cittadini statunitensi in età legale per il consumo di bevande alcoliche sono 240,7 milioni (+1% sul 2017). Il valore all'ingrosso degli alcolici venduti nel 2018 negli Stati Uniti è di 125,3 miliardi di dollari (3,61% sul 2017). In un anno sono state vendute 431,8 milioni di casse da nove litri di vino (quantità fatta anche da 23,7 milioni di casse di sidro, computate col vino da bw166), cioè l'1,4% in più rispetto all'anno precedente. La spesa in vino invece è stata di 72,2 miliardi di dollari, circa 63,6 miliardi di euro, +4,9% sul 2017, con un prezzo medio per bottiglia pari a \$10.4 dollari (on-premise markup esclusi).

MERCATO DEL VINO USA 2019 - ANALISI DELLA SILICON VALLEY BANK

Fino a quando gli Stati Uniti saranno il primo consumatore mondiale di vino, e quindi il primo importatore, l'attenzione per le vicende enoiche d'Oltreoceano sarà sempre, necessariamente, alta. **Specie dopo un 2018 che, anche per l'Italia, ha confermato la tendenza registrata già nel 2017, con un calo dei volumi venduti ma una crescita dei valori.** A fare il punto, come ogni inizio anno, lo "Sta-

te of the Wine Industry Report 2019" firmato da Rob McMillan, a capo della divisione Vino della Silicon Valley Bank, focalizzato sullo stato dell'arte del vigneto Usa, da cui emergono comunque spunti interessanti per capire dove andrà il vino. Innanzitutto, i consumi: dopo 25 anni di crescita ininterrotta, iniziata con la ripresa economica del 1994, sembrano essersi stabilizzati, e se all'epoca i Baby Boomers

prendeavano la guida della crescita dei consumi, ovviamente anche di vino, oggi il sorpasso generazionale è ancora lontano. La Generazione X, infatti, avanti di questo passo prenderà la testa degli acquisti enoici solo nel 2022, per lasciarlo ai Millennials già nel 2027.

Ed è proprio su questo infinito dualismo generazionale che si incontrano limiti e speranze per il 2019 del vino in Usa, atteso

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

per la prima volta con una certa sfiducia dal mondo produttivo d'Oltreoceano, sondato dal report della Silicon Valley, nonostante gli indicatori macroeconomici siano tutti in territorio positivo. Perché? Ci sono almeno sette grandi motivi di preoccupazione: il calo dei consumi dei Baby Boomers, che pur mantenendo stabile la spesa, anno dopo anno, bevono sempre di meno; al contempo, la capacità di spesa dei Millennials non è ancora così solida e l'età media è ancora troppo bassa per incidere davvero sui consumi, tanto che la concorrenza della Cannabis continua a farsi sentire; pesa anche la comunicazione sui rischi per la salute legati all'abuso di alcol, e quindi di vino, che negli ultimi due decenni si è tradotta in campagne governative degne di un secondo proibizionismo. E poi, c'è la concorrenza della birra, i cui consumi sono in calo da anni, ma grazie al movimento craft la spesa è tornata a salire, e degli spirits; ancora relativamente basso, specie rispetto alle aspettative, il peso del canale direct to consumer, frenato da una legislazione ancora farraginoso; non è un fattore positivo neanche la crescita delle private label delle catene della Gdo, che occupano gli spazi una volta occupati dalle produzioni tradizionali, e preoccupa anche la bassa disponibilità di mano d'opera, a prezzi sempre più alti.

Tutto nero? No, affatto. A fare da contraltare alle legittime preoccupazioni dei produttori americani, ci sono altrettanti elementi di fiducia, alcuni dei quali non sono altro che l'altra faccia dei motivi di preoccupazione. La Generazione X e i Baby Boomers, pur invecchiando, dimostrano una certa resilienza dei consumi, e con l'economia in territorio positivo la spesa media a bottiglia supera i 9 dollari; i Millennials, che come abbiamo detto hanno in media 30 anni, con un picco di 24enni, hanno solo bisogno di tempo, perché è solo dopo i 30 anni che il vino entra stabilmen-

te nelle abitudini di consumo; guardando alla produzione ed al mercato interno, le vendite di vini di Oregon e Washington crescono a due cifre; c'è poi da sottolineare come i brand forti e ben distribuiti continuano a crescere in maniera importante; se è vero che si tende a bere meno, si moltiplicano le occasioni di consumo, con sempre più locali e negozi, e sempre più diversi, che vendono vino; guardando al vigneto Usa, la vendemmia 2018 è stata ottima dappertutto, specie quantitativamente; infine, il business del vino sta trovando nuovi sbocchi, proprio grazie al canale direct to consumer, destinato al boom.

Da un punto di vista meramente numerico, le previsioni della Silicon Valley Bank, parlano di una crescita tra il 4 e l'8% per i vini della fascia premium, ma anche di un +0,5-2,5% per le vendite del canale off-premise. Del resto, è la conferma della tendenza registrata dal 2013 in avanti: calano costantemente gli acquisti delle tre fasce di prezzo più basse (che valgono comun-

que quasi metà del giro d'affari del vino), ossia sotto i 3 dollari, 3-6 dollari e 6-9 dollari, mentre crescono tutte le altre, 9-12 dollari, 12-15 dollari e 15-20 dollari, che rappresentano il 29,9% dei volumi ed il 54% del valore del vino venduto in Usa. Attenzione alta, invece, sui prezzi delle uve, perché con la ripresa della produzione, vista la stabilità dei consumi, sono destinati a contrarsi. Destinata ad acuirsi, ovviamente, anche la competizione per aggiudicarsi quote di un mercato fermo, con i grandi Paesi esportatori che punteranno ad erodere i consumi domestici, come ha fatto nel corso del 2018 la Francia, unica a crescere in maniera importante sul mercato Usa. Meritano un approfondimento gli aspetti demografici, perché da un punto di vista banalmente numerico i Millennials sono già la generazione più numerosa, ma il loro coinvolgimento nelle dinamiche di consumo è ancora marginale, tanto che negli ultimi cinque anni la quota di spesa sulla fascia premium è rimasta stabilmente intorno al 17%. Il dubbio, allora, è che le potenzialità della generazione dei trentenni siano state, in questi anni, decisamente sovrastimate. E non certo per colpa loro: dopo la crisi scoppiata nel 2008, infatti, in molti si sono ritrovati a dover scegliere tra continuare gli studi, accumulando debiti, o cercare un lavoro, e quando l'economia è tornata a crescere, insieme ai prezzi delle case, i Millennials si sono ritrovati con stipendi medi inferiori a quelli delle generazioni precedenti, ed una capacità di spesa decisamente inferiore a chi, come i Baby Boomers e la Generazione X, durante la crisi ha mantenuto un certo livello salariale. E poi, come già accennato, non è scontato che i Millennials si buttino su Bacco, specie perché sia la birra, con il movimento delle artigianali, forte anche in Italia, che gli spirits, trainati dal Gin, dimostrano ancora una capacità superiore di variare la propria offerta e calibrarla sui più giovani.



BIOLOGICO

EUROSTAT: IN EUROPA LE SUPERFICI BIO CRESCONO DEL 25% DAL 2012. PER L'ITALIA L'INCREMENTO REGISTRATO È DEL 63

La superficie biologica totale dell'Unione europea ha raggiunto quota 12,6 milioni di ettari nel 2017, corrispondente al 7% della superficie agricola utilizzata totale. Lo certifica Eurostat. La crescita registrata tra il 2012 e il 2017, a livello comunitario, è pari al 25%. Tra gli Stati membri dell'UE, i Paesi con le maggiori quote di area biologica sono Austria (23,4% della SAU), Estonia (19,6%), Svezia (19,2%), seguite da Italia (14,9%), Repubblica Ceca (14,1%), Lettonia (13,9%) e Finlandia (11,4%). In Italia, le superfici coltivate con metodo biologico sono cresciute del 63% dal 2012 al 2017. Di più hanno fatto solo Bulgaria (+249%), Croazia (+202%) e Francia (+69%). Con oltre 1,9 milioni di ettari si conferma tra gli Stati membri con le estensioni bio più grandi in termini assoluti, al secondo posto dopo la Spagna (2,1 milioni di ettari).

TECNICO

PUBBLICATI SULLA GAZZETTA EUROPEA DUE NUOVI PROVVEDIMENTI NORMATIVI RIGUARDANTI LE IG VITIVINICOLE

Sulla GUUE dell'11 gennaio 2019 (L9) sono stati pubblicati il regolamento delegato (UE) 2019/33 e il regolamento di esecuzione 2019/34 della Commissione del 17 ottobre 2018. I due nuovi provvedimenti normativi integrano e recano modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1308/2013 per quanto riguarda, tra l'altro, le domande di protezione delle denominazioni di origine, delle indicazioni geografiche e delle menzioni tradiziona-

li nel settore vitivinicolo, la procedura di opposizione, le restrizioni dell'uso, le modifiche del disciplinare di produzione, la cancellazione della protezione nonché l'etichettatura e la presentazione, e del regolamento (UE) n. 1306/2013 per quanto riguarda un idoneo sistema di controlli. Per entrambi, l'entrata in vigore è stata fissata il terzo giorno successivo alla pubblicazione nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea.

L'UE RIBADISCE L'OBBLIGO DI INDICAZIONE DELLA PROVENIENZA SULLE ETICHETTE DEI VINI

Rispondendo ad un'interrogazione parlamentare in merito al paventato rischio di cancellazione, da parte della Commissione europea, dell'origine delle uve di vitigni internazionali (Cabernet, Chardonnay, Merlot, Sauvignon, Shiraz), che in Italia sono utilizzate per produrre i cosiddetti «vini va-

rietal», il Commissario Phil Hogan ha fornito rassicurazioni sia riguardo al permanere dell'obbligo d'indicazione della provenienza sull'etichetta di tutti i vini (compresi i vini varietali), sia rispetto alle immutate modalità di attuazione del relativo requisito di etichettatura.

DECRETO SEMPLIFICAZIONE: IN ETICHETTA L'ORIGINE SU TUTTI GLI ALIMENTI

Approvato il 29 gennaio, in Senato, l'emendamento "made in Italy" al DL Semplificazione, che dispone l'obbligo di indicare in etichetta l'origine di tutti gli alimenti.

**Consorzio
Vino Chianti**

Fondato nel 1967

Viale Belfiore, 9 - 50144 FIRENZE
Tel. 055 333600 - Fax 055 333601
E-mail: info@consorziovinochianti.it
<http://www.consorziovinochianti.it>

L'Informatore del **CHIANTI**

MENSILE DI INFORMAZIONE TECNICA ECONOMICA VITIVINICOLA TRADIZIONE E CULTURA

del Consorzio Vino Chianti Fondato nel 1967

Direttore responsabile: Marco Alessandro Bani - Direzione, Redazione, Impaginazione, amministrazione:
Viale Belfiore, 9 - 50144 FIRENZE - Tel. 055 333600 - Fax 055 333601
E-mail: info@consorziovinochianti.it - <http://www.consorziovinochianti.it>
Stampa: ST.G.R.

Registro Tribunale di Firenze - n. 1810 - 16/02/1967