

COMUNICATI DEL CONSORZIO

DAZI USA, CONSORZIO VINO CHIANTI: "OTTIMA NOTIZIA, POSSIAMO RIPARTIRE PER TORNARE A LIVELLI PRE-COVID"

Il Consorzio Vino Chianti plaude alla decisione dello United States Trade Representative (Ustr) di non aggiungere alcun dazio aggiuntivo ai prodotti italiani destinati al mercato Usa, nell'ambito della revisione semestrale delle misure adottate in attuazione della sentenza del Wto sui sussidi Airbus. **Sono infatti previsti incrementi solo per alcune categorie di merci provenienti da Francia e Germania, compensando così le riduzioni di tariffe applicate a Grecia e Gran Bretagna.**

"E' un'ottima notizia - afferma Giovanni Busi, presidente del Consorzio - visto che il mercato statunitense per noi è il primo mercato di esportazione. In un momento come questo non avere aumenti di costi da parte degli importatori per noi è un'ottima cosa, che ci permette di riprende-

re l'attività commerciale per farla tornare ai livelli pre-Covid: abbiamo tutte le possibilità per poter ripartire, nel momento in cui l'America riapre i mercati al 100%. Gli Usa hanno continuato ad acquistare: ci è mancato un po' il canale Horeca, ma il Chianti è un vino molto presente nella grande distribuzione americana, per cui non ci sono state grandi flessioni".

Secondo le elaborazioni su base dogane dell'Osservatorio del Vino di Uiv, gli Stati Uniti rappresentano il primo buyer di vino al mondo e l'Italia è il primo Paese fornitore. Il mercato Usa assorbe una quota vicina al 20% della produzione complessiva di Vino Chianti, per un valore stimato intorno ai 100 milioni di euro.

UNA NUOVA CASA COMUNE PER CONSORZIO VINO CHIANTI E CONSORZIO TUTELA MORELLINO DI SCANSANO NASCE AS.CO.T, ASSOCIAZIONE CONSORZI TOSCANI PER LA QUALITÀ AGROALIMENTARE, APERTA A NUOVE ADESIONI

Valorizzare e promuovere le produzioni di qualità dei propri associati con la partecipazione a fiere in Italia e all'estero, e con iniziative comuni per la diffusione dell'informazione e dell'educazione alimentare: è la mission di "As.Co.T", la nuova Associazione Consorzi Toscani per la qualità Agroalimentare, costituita da Consorzio Vino Chianti e Consorzio a Tutela Del

Vino Morellino Di Scansano, due consorzi da 110 milioni di bottiglie e oltre 750 milioni di euro di giro d'affari insieme ogni anno. As.Co.T potrà usufruire dei bandi del Programma di sviluppo rurale della Regione Toscana, richiedere contributi a enti pubblici o privati e incassare le relative erogazioni.

"Dopo la collaborazione iniziata con Chianti Lovers e Anteprema Morellino sono maturate le condizioni per creare qualcosa di più strutturato, e ci

auguriamo duraturo, fra i due consorzi", spiega Marco Alessandro Bani, direttore del Consorzio Vino Chianti, che presiederà As.Co.T: "La nostra prima iniziativa - annuncia - sarà al Vinexpo Paris 2021, dove debutteremo con un'area espositiva istituzionale, e poi naturalmente saremo alla nuova edizione di Chianti Lovers il 7 febbraio 2021 alla Fortezza da Basso di Firenze".

Alessio Durazzi, direttore del Consorzio del Morellino e vicepresidente di As.Co.T, sottolinea come "Morellino e Chianti da ormai alcuni anni collaborano, con grande soddisfazione e la costituzione di As.Co.T. è la naturale evoluzione di una sinergia che si sta dimostrando vincente. Nel futuro auspichiamo anche l'ingresso di Consorzi del settore alimentare per poter presentare, insieme, le eccellenze enogastronomiche della Toscana".

NORMATIVA E COMUNICATI

SI DIMETTE IL COMMISSARIO AL COMMERCIO UE PHIL HOGAN.

L'irlandese Phil Hogan, attuale Commissario europeo al Commercio, si è dimesso dal suo incarico dopo le polemiche nate nel suo Paese per non aver rispettato le norme anti-Covid. Hogan, insieme ad alti politici irlandesi tra cui un ministro. Aveva infatti partecipato a una cena con 80 persone nonostante questo tipo di eventi fosse stato vietato e nonostante il fatto che, rientrando dal Belgio, avrebbe dovuto rispettare la quarantena. Hogan, che nella scorsa legislatura era stato Commissario all'Agricoltura, si è detto profondamente dispiaciuto per aver violato le regole per il contenimento del contagio ma «Stava diventando sempre più chiaro che la controversia

sulla mia recente visita in Irlanda stava diventando una distrazione dal mio lavoro di Commissario dell'UE e avrebbe minato il mio lavoro nei mesi chiave a venire». **La Presidente Ursula von der Leyen dovrà ora trovare un sostituto all'altezza, visto anche il momento molto delicato, con i fondamentali capitoli Brexit e rapporti con gli Usa ancora aperti. Ai sensi dell'articolo 246 del Trattato, spetterà ora al governo irlandese presentare i candidati idonei a ricoprire il ruolo di Commissario. Il Vicepresidente esecutivo Valdis Dombrovskis assumerà, ad interim, la responsabilità per le questioni commerciali.**

MISURE IN FAVORE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE IN AGRICOLTURA.

2

Sulla GURI è stato pubblicato il Decreto Mipaaf recante Misure in favore dell'imprenditoria femminile in agricoltura. **Le agevolazioni previste si applicano alle micro imprese e piccole e medie imprese, amministrate o condotte da donne, che presentino progetti per lo sviluppo o il consolidamento di aziende agricole, attraverso investimenti nel settore agricolo e in quello della trasformazione e commercializzazione di prodotti agricoli.** Tra gli obiettivi da perseguire

attraverso tali progetti, il miglioramento del rendimento e della sostenibilità globale dell'azienda agricola mediante una riduzione dei costi di produzione o un miglioramento e riconversione della produzione e delle attività agricole connesse. **Il beneficio consiste nella concessione di mutui agevolati, erogati da Ismea, a tasso zero da 5 a 15 anni e di importo non superiore a 300 mila euro.**

IN GAZZETTA UFFICIALE IL “DECRETO AGOSTO” CON IL FONDO PER LA FILIERA DELLA RISTORAZIONE

Sulla GURI del 14 agosto u.s. è stato pubblicato il Decreto Legge 14 agosto 2020, n. 104, recante “Misure urgenti per il sostegno e il rilancio dell'economia”. Con l'entrata in vigore del provvedimento legislativo viene, tra l'altro, varata una misura da 600 milioni di euro a favore della ristorazione italiana (art. 58). Le risorse a fondo perduto garantiscono la possibilità immediata per i ristoratori di acquistare prodotti, inclusi quelli vitivinicoli, dalle aziende agroalimentari - a partire da quelli DOP e IGP - soprattutto nei segmenti di eccellenza più colpiti dalla crisi, dando in questo modo ossigeno al mercato interno e contrastando lo spreco alimentare. Il meccanismo di sovvenzionamento è il seguente: congruo anticipo (90%) al momento della domanda con presentazione dei documenti che attestano gli acquisti ef-

fettuati, e ancora non pagati dai ristoratori, saldo alla presentazione di quanto necessario a certificare l'acquisto attraverso modalità di pagamento tracciabili. Il contributo spetta a condizione che l'ammontare del fatturato e dei corrispettivi medi dei mesi da marzo a giugno 2020 sia inferiore ai tre/quarti dell'ammontare del fatturato e dei corrispettivi medi dei mesi da marzo a giugno 2019. Con rettifica pubblicata sulla G.U. Serie generale n. 204 del 17 agosto 2020, è stato altresì precisato che **“il contributo spetta, anche in assenza dei requisiti previsti dal D.L. 104/2020, ai soggetti che hanno avviato l'attività a decorrere dal 1° Gennaio 2019”.** Il decreto è in vigore dal 15 agosto 2020 e le Camere hanno sessanta giorni per convertirlo in legge.

NORMATIVA E COMUNICATI

EMERGENZA COVID-19: REPORT ICQRF SU SEI MESI DI CONTROLLI NELLA FILIERA AGROALIMENTARE. AL SETTORE VINO DESTINATO IL 37% DEL TOTALE

Nei primi sei mesi di emergenza Covid-19, i 29 Uffici e i 6 laboratori dell'ICQRF, hanno svolto 40.795 controlli antifrode sulla filiera agroalimentare, di cui 6.408 ispezioni direttamente presso gli stabilimenti di produzione. I tassi di irregolarità, sia per le attività ispettive che per quanto concerne le attività analitiche, sono stati in linea con gli indici registrati prima dello stato emergenziale. Nel settore vitivinicolo, nel periodo febbraio-luglio, quindi in piena pandemia, sono stati certificati circa 8,6 milioni di ettolitri di vino di qualità, l'equivalente di circa 1,15 miliardi di bottiglie. Il Prosecco, nelle sue tre denominazioni, è stato il vino più certificato: oltre 1,8 milioni di ettolitri, l'equivalente di circa 240 milioni di bottiglie. Non si è fermata neppure la filiera BIO: dal 1° febbraio 2020, sono entrati nel sistema dell'agricoltura biologica 3.143 nuovi operatori per una superficie pari a 165.757 ettari. Su queste produzioni, nel 2020 ICQRF ha effettuato controlli, ma anche vi-

gilanza sugli Organismi di certificazione, attivando 40 attività di vigilanza, di cui 13 per il BIO, 17 per i vini a DO e IG, 8 per i prodotti DOP, IGP e STG e 2 per l'etichettatura carni. **Per il solo comparto vitivinicolo sono stati effettuati 15.114 controlli (il 37% del totale), di cui 1.534 analitici e 13.580 ispettivi.** L'attività di controllo ha riguardato in maniera massiccia il canale e-commerce, visto l'incremento delle vendite online a seguito delle misure restrittive della circolazione delle persone, adottate dal Governo per il contenimento del virus. La percentuale maggiore di sanzioni comminate dall'ICQRF ha interessato il settore vitivinicolo (399 provvedimenti emanati, pari a circa il 48% del totale) per violazioni sanzionate a norma della legge n. 238/2016 (138 provvedimenti), del D. lgs. n. 61/2010 (247 provvedimenti), dalla legge n. 82/2006 (6 provvedimenti) e del D.lgs. n. 260/2000 (8 provvedimenti).

ETICHETTATURA PRODOTTI: INFORMALE AGRIFISH A COBLENZA. BELLANOVA: "I CONSUMATORI DEVONO ESSERE INFORMATI PER UNA EDUCAZIONE ALIMENTARE CONSAPEVOLE. NO AD ALGORITMI RIDUTTIVI E FUORVIANTI"

"Una etichettatura armonizzata a livello europeo deve puntare a fornire gli strumenti adatti a incoraggiare e sostenere scelte informate da parte dei consumatori, piuttosto che indirizzarli verso alcuni prodotti puntando sulla semplicistica e riduttiva soluzione del colore". E ancora: "La tutela dei prodotti importanti per le diete tradizionali, come ad esempio l'olio di oliva, pilastro della dieta mediterranea, non può essere messa in discussione. Non è un caso che tutte le associazioni agricole europee riunite nel Copa Cogeca abbiano criticato in questo senso un sistema come il Nutriscore nella loro lettera alla Commissaria Kyriakides del 4 giugno". Sono alcuni dei passaggi che hanno caratterizzato, ieri pomeriggio e stamane, a Coblenza, in occasione dell'Agrifish informale avviatosi nella serata di domenica, gli incontri bilaterali della Ministra Teresa Bellanova con i suoi omologhi di Cipro, Portogallo, Slovenia sul tema etichettature nutrizionali, dopo i colloqui in videoconferenza già svoltisi a luglio con Spagna, Romania, Repubblica ceca e Grecia.

Nel corso del confronto, Bellanova ha ribadito il punto di vista italiano circa una futura etichettatura nutrizionale fronte-pacco: volontarietà; solide basi scientifiche; porzione come riferimento; taglio educativo e informativo inve-

ce che uso del colore per esprimere giudizi su cibi "buoni" e "cattivi"; esclusione dei prodotti DOP e IGP, che "rappresentano l'eccellenza agroalimentare europea e che sono già identificati come tali"; classificazione univoca, capace di tradurre visivamente il contributo alla dieta dell'alimento piuttosto di un algoritmo mutevole in base a scelte di convenienza. "Una vera educazione alimentare", ha detto ancora il Ministro, "non può essere sostituita da etichette, e proprio in linea con questi principi in Italia stiamo adottando un sistema di etichetta "a batteria", chiamato NutrInform battery, chiamato a informare sugli apporti degli alimenti rispetto al fabbisogno quotidiano delle sostanze nutritive e fornire un'informazione utile al consumatore, che potrà orientare in questo modo la sua scelta. Non esistono cibi sani di per sé, ha concluso Bellanova, "ma solo diete sane. Gli alimenti non vanno considerati a sé stanti ma nel contesto del fabbisogno nutrizionale giornaliero. Le culture alimentari locali, le diete tradizionali, sono importanti. Al consumatore non possono essere date informazioni fuorvianti, che rischiano oltretutto di penalizzare produzioni che fanno parte delle diete tradizionali".

NORMATIVA E COMUNICATI

INFORMALE AGRIFISH A COBLENZA - BELLANOVA: “SU ETICHETTA D’ORIGINE IMPORTANTE ALLEANZA ITALIA E FRANCIA - PRONTI A COLLABORARE”

Un incontro cordiale, a tutto tondo, teso a proseguire il confronto su temi sensibili e nevralgici per il futuro della filiera alimentare italiana e delle agricolture europee nella più complessiva cornice della Politica Agricola Comune e delle due strategie Farm to fork e biodiversità.

Si è conclusa il bilaterale con il Ministro francese Julien Denormandie la due giorni a Coblenza, in occasione dell’Agrifish informale, della Ministra Teresa Bellanova.

In vista di un possibile accordo, a breve, degli Stati membri sulla PAC post 2020, i due Paesi hanno passato in rassegna i punti ancora aperti, come l’auspicata semplificazione del sistema e le questioni ambientali. Confronto costruttivo anche sulle possibili azioni a favore di vino, olio e aumento della produzione di proteine vegetali nella UE.

“L’Italia condivide gli ambiziosi obiettivi ambientali delle Strategie “dal campo alla tavola” e biodiversità”, ha sottolineato il ministro Bellanova nel corso dell’incontro, “ma rimaniamo perplessi su eventuali raccomandazioni della Commissione per l’attuazione di obiettivi quantificati a priori per tutti, in contraddizione con l’approccio dal basso verso l’alto che dovrebbe ispirare la nuova PAC e con il principio di sussidiarietà per gli Stati membri”. Nel corso del confronto, inoltre è stato affrontato anche il tema etichettatura d’origine obbligatoria ed etichettature nutrizionali.

Quanto alla prima, la Ministra ha voluto sottolineare la piena convergenza tra Italia e Francia. “Siamo pronti”, ha affermato, “a collaborare con la Francia per arrivare quanto prima a scelte più

coraggiose da parte della Commissione”

Sulle etichettature nutrizionali, viceversa, Bellanova ha voluto riaffermare la posizione italiana. “Non è un segreto”, ha evidenziato, “che Italia e Francia siano su posizioni molto diverse, ma ribadisco la nostra posizione. La lotta alle malattie e la promozione di stili alimentari sani richiede un approccio multidisciplinare, incentrato sul concetto di “dieta salutare”. Classificare il valore nutrizionale di un prodotto con un colore è a nostro avviso un errore, una semplificazione eccessiva che peraltro non tiene conto delle quantità consumate, e una mancanza di trasparenza, visto che il consumatore ignora l’algoritmo alla base dell’assegnazione dei colori. L’obiettivo di un’etichettatura armonizzata UE dev’essere quello di fornire gli strumenti adatti a sostenere scelte informate, non di indirizzare il consumatore verso alcuni prodotti.

Riteniamo poi vitale”, ha detto ancora la Ministra, “tutelare appieno i prodotti importanti per la Dieta mediterranea e per le altre diete tradizionali, alcuni dei quali rappresentano l’eccellenza dell’export agroalimentare europeo. In questo senso, insisteremo affinché i prodotti DOP e IGP vengano esclusi dalle future norme UE.

Proprio in linea con questi principi, abbiamo sviluppato in Italia il sistema NutrInform Battery. Una proposta in cui crediamo e ne sosterremo con determinazione i presupposti, sin dal dibattito che la Presidenza tedesca ha promosso in vista dell’adozione di Conclusioni del Consiglio in dicembre”.

4

MISURE IN FAVORE DELL’IMPRENDITORIA FEMMINILE IN AGRICOLTURA

Sulla GURI del 26 Agosto, è stato pubblicato il decreto Mipaaf recante Misure in favore dell’imprenditoria femminile in agricoltura. Le agevolazioni previste si applicano alle micro imprese e piccole e medie imprese, amministrate o condotte da donne, che presentino progetti per lo sviluppo o il consolidamento di aziende agricole, attraverso investimenti nel settore agricolo e in quello della trasformazione e commercializzazione di prodot-

ti agricoli. Tra gli obiettivi da perseguire attraverso tali progetti, il miglioramento del rendimento e della sostenibilità globale dell’azienda agricola mediante una riduzione dei costi di produzione o un miglioramento e riconversione della produzione e delle attività agricole connesse. Il beneficio consiste nella concessione di mutui agevolati, erogati da Ismea, a tasso zero da 5 a 15 anni e di importo non superiore a 300 mila euro.

NORMATIVA E COMUNICATI

IL PEGNO ROTATIVO SUI PRODOTTI DOP-IGP È FINALMENTE OPERATIVO ANCHE PER IL VINO: PUBBLICATO IN GURI IL DECRETO MINISTERIALE

Sulla GURI del 29 agosto, è stato pubblicato l'atteso decreto Mipaaf avente oggetto la Costituzione del pegno rotativo sui prodotti agricoli e alimentari a denominazione d'origine protetta o a indicazione geografica protetta, inclusi i prodotti vitivinicoli e le bevande spiritose. I prodotti agricoli e alimentari a DOP o a IGP, inclusi i prodotti vitivinicoli e le bevande spiritose, possono dunque essere sottoposti a pegno, a decorrere dal giorno in cui le unità di prodotto, identificate con apposite modalità, sono collocate nei locali di produzione e/o stagionatura e/o immagazzinamento, e possono essere oggetto di patto di rotatività. Per i prodotti vitivinicoli è possibile procedere all'annotazione del vino soggetto a pegno nel registro telematico istituito in ambito SIAN. **Attraverso specifica funzionalità messa a disposizione nel**

medesimo registro, il soggetto che offre un quantitativo identificabile di prodotto quale pegno rotativo per un finanziamento ottenuto da un Istituto di credito, entro il giorno successivo alla sottoscrizione dell'accordo deve registrare: a) la tipologia; b) il quantitativo da utilizzare quale pegno; c) il recipiente (silos, botte o altro) in cui il prodotto sfuso è stoccato; d) il lotto per il prodotto confezionato; e) la data di costituzione e di estinzione del pegno rotativo; f) l'Istituto bancario interessato; g) il valore del pegno in euro. Queste ed altre annotazioni da riportare nel registro (relative ai recipienti utilizzati appositamente per i prodotti individuati quale pegno rotativo e all'eventuale spostamento di questi ultimi in altro recipiente) vengono descritte in dettaglio nell'Allegato 2 del medesimo decreto.

ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO ITALIA

VERSO LA VENDEMMIA: IL VIGNETO È IN SALUTE, IL MERCATO DEI CONSUMI MENO

La situazione è difficile, ma non tragica, nelle cantine italiane. Attenzione, non si tratta di sottostimare la congiuntura internazionale ed il crollo dei consumi che, inevitabilmente, deve ancora mostrare tutto il suo peso, ma di offrire un quadro il più cauto e preciso possibile. Partendo dai numeri, quelli di Cantina Italia, la rilevazione dell'Icqr che al 29 luglio stimava in 42 milioni di ettolitri le giacenze di vino nelle aziende italiane: l'1,8% in più del luglio 2019. Un andamento tutto sommato migliore del previsto, come sottolineano le Cooperative del vino, che rappresentano il 58% della produzione enoica nazionale, in attesa di una vendemmia ancora tutta da decifrare, su cui è assolutamente prematuro avanzare previsioni. *Di avviso diverso Assoenologi, Ismea e Unione Italiana Vini (Uiv), che non hanno alcun timore invece nel parlare, sul piano climatico e vegetativo, di una vendemmia che si preannuncia interessante, con uve sane e un ciclo vegetativo che prospetta una raccolta leggermente anticipata, con il dubbio maggiore che riguarda la manodopera con gli stagionali bloccati nei paesi d'ori-*

gine dalle misure anti Covid, le aziende si trovano a corto di personale, a meno di non semplificare l'uso dei voucher, che garantirebbero un lavoro, almeno per qualche settimana, a 25.000 persone. Tornando tra i filari, sul fronte dell'andamento climatico, aprile e maggio hanno riportato temperature miti e piovosità scarsa, diversamente da giugno e in buona parte luglio in cui le condizioni termiche rilevate sono state lievemente inferiori alla norma, con piovosità abbondante e ondate di calore limitate agli ultimi giorni del mese. Sul piano fitosanitario, i vigneti si presentano sani, con pochi focolai di infezioni a macchia di leopardo lungo la Penisola. **Preoccupa, invece, la risposta del Governo alla crisi: serve un nuovo confronto tra Ministero e filiera, per definire strumenti in grado di rilanciare la domanda, con nuove strategie di promozione del vino italiano nel mondo. Così come servono azioni di rilancio che vadano oltre la distillazione, il cui impatto sul calo delle giacenze sarà molto limitato, e la riduzione delle rese, i cui effetti si vedranno solo alla conclusione della raccolta.**

ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO ITALIA

LA “GENERAZIONE Z” SI ALLONTANA DAL VINO

La pandemia di Coronavirus, oltre agli evidenti danni economici e sanitari, lascerà dietro di sé un sostanziale cambiamento culturale nei consumatori, anche in termini di preferenze di mercato, che inevitabilmente tocca anche il mondo del vino. In particolar modo, colpirà la fascia di consumatori giovanissimi, la cosiddetta “**Generazione Z**”, dal futuro lavorativo incerto che quindi non si sentono sicuri a spendere, anche per acquistare vino. Preoccupazioni, dubbi e cambiamento di possibilità economiche e lavorative, come spiega Wine Intelligence, agenzia di ricerca e approfondimenti incentrata sulle opinioni dei consumatori di vino, infatti hanno modificato la “storia” delle persone, concetto sviluppato da George Akerlof e Robert Shiller, due economisti di fama mondiale che, analizzando il comportamento dei consumatori dopo la crisi finanziaria del 2008, ne hanno individuato l'importanza. Nella personale narrazione di ognuno, infatti, se si crede di essere in un punto della propria personale “storia” in cui tutto è cupo e minaccioso, questo avrà un impatto viscerale sulla fiducia, impostando tutto, anche i consumi, sull'auto protezione e la cautela; allo stesso modo, se si è invece in un punto della “storia” in cui tutto sembra fantastico ed eccitante, si prenderanno grandi decisioni di investimento, e ci si assumeranno rischi potenzialmente irrazionali.

Tutto questo, per spiegare come in un momento di incertezza sociale, economica, finanziaria e politica, nell'era post-Covid, la “storia” personale sia un fattore di grande importanza rispetto ai consumi del vino nel mondo, con i mercati in continuo movimento e, in particolare, un settore di consumatori che si allontanano dall'acquisto enoico. I recenti dati economici mostrano come le principali economie mondiali stiano tornando alla normalità con una velocità molto inferiore a quella sperata, dopo i vari lockdown di tutto il mondo: in Gran Bretagna, bar e pub hanno riaperto

il 4 di luglio, ma non si sono presentati i gruppi di assetati che gli imprenditori si aspettavano. Questo è dovuto anche al cambio repentino nelle “storie” di molti consumatori, che dopo il periodo di lockdown sentono il desiderio di vivere una vita più pratica e salutare (evidenziato anche, ad esempio, dalla crescita nella vendita di biciclette). E c'è, come detto, un settore di consumatori che, in particolare rispetto al mondo del vino, ha cambiato le sue abitudini: i dati raccolti da Wine Intelligence sulle opinioni di wine lovers e consumatori, per la serie di Covid-19 Impact Report, infatti, hanno evidenziato come in tutti i mercati ci sia una sostanziale minoranza di consumatori che sta abbassando il tenore di vita come risultato della pandemia e del lockdown. Niente più cene costose al ristorante, vacanze annullate, e la rinuncia ai piani futuri. E la cosa interessante è che in mercati anche molto diversi tra di loro, questo settore di consumatori ha caratteristiche demografiche molto simili: in Germania, Svezia e Olanda, sono consumatori di vino di una ventina di anni, per la maggioranza con entrate economiche molto basse, con impiego temporaneo e/o che rischiano il posto di lavoro a causa delle conseguenze della pandemia, facendoli sentire più vulnerabili - e qui entra in gioco la dinamica della “storia”.

La narrativa tipica della “Generazione Z” di celebrazione della laurea, della ricerca del lavoro dei sogni e l'obiettivo di iniziare ad avere uno stipendio decente è svanita: e questo si riflette sulle scelte di consumo, abbandonando il rischio e la fiducia. L'ultima cosa che questi giovanissimi hanno voglia di fare adesso è uscire e fare cose, spendere soldi, mangiare fuori e comprarsi una bottiglia di vino speciale, perché sono preoccupati per il lavoro, il futuro e forse la salute. Una quadro a tinte scure, sui cui molto ci sarà da lavorare.

L'ITALIANITÀ IN ETICHETTA NEL CARRELLO VALE OLTRE 7,4 MILIARDI DI EURO

I consumatori italiani sono guidati, nella scelta dei prodotti da portare dallo scaffale alla tavola, dal made in Italy: **un prodotto alimentare su quattro venduto in supermercati e ipermercati sottolinea in etichetta la sua italianità, mentre le vendite di prodotti Dop e Docg, crescono rispettivamente del +7,1% e +4,8%**. Quindi, stando ai numeri dell'Osservatorio Immagino di GS1 Italy realizzato in collaborazione con Nielsen, l'Italia

nel carrello vale oltre 7,4 miliardi di euro. Italianità del cibo e del vino, un plus per molti consumatori, espressa in etichetta soprattutto con la bandiera italiana, presente sul 14,8% dei prodotti, seguita dal claim “100% italiano” sul 6,6% dei prodotti, da cui deriva il 9,5% del giro d'affari. “Prodotto in Italia” è presente sul 9,1% delle referenze, il 5,7% delle vendite a valore, in calo di -1,2% sull'anno precedente.

ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO ITALIA

CONSUMI DEI VINI IN ITALIA, NEL PRIMO SEMESTRE È BOOM DI ACQUISTI ONLINE

Al primo semestre, il bilancio che se ne trae è quello di uno “spostamento” consistente verso gli acquisti in Gdo e online, cresciuti rispettivamente del 9% e 102% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Ovviamente, alla luce dei diversi (e distanti) volumi movimentati da questi due canali nel panorama nazionale dei consumi di vino, si tratta di crescita il cui “peso” relativo va giustamente contestualizzato: basti infatti pensare che, pur a fronte di questo raddoppio, il rapporto a valori nelle vendite di vino tra e-commerce e Gdo è ancora di 1 a 16. Al di là di queste differenze, è indubbio lo sviluppo del canale on-line nelle vendite di vino, una dinamica che ha interessato maggiormente gli operatori del largo consumo rispetto ai “pure player”. Secondo una stima Nomisma Wine Monitor -Nielsen, nel primo semestre di quest'anno le vendite on line di vino dei retailer del largo consumo sono aumentate del 147% contro una crescita degli specializzati che si è “fermata” a un +95%, sebbene questi ultimi siano stati responsabili dell'83% delle vendite e-commerce di vino in Italia (sempre a valori). “L'accelerazione impressa dalla pandemia nello sviluppo dell'online per le vendite di vino è innegabile. Anche nei prossimi mesi si assisterà a un consolidamento di tale canale, obbligando così i produttori a una maggior attenzione verso le nuove modalità di vendita. E' alla luce di tale evoluzione del mercato che abbiamo avviato la collaborazione con Nielsen, al fine di realizzare congiuntamente nuovi strumenti di monitoraggio e analisi dei trend di consumo a supporto della filiera vinicola italiana”, dichiara Denis Pantini, Responsabile Nomisma Wine Monitor. Sul fronte invece della Distribuzione a Libero Servizio (compresi discount), è interessante segnalare come le vendite di vino siano cresciute anche dopo il lockdown. **In particolare, sempre secondo dati Nielsen, le vendite intercorrenti le otto settimane tra il 9 marzo e il 3 maggio sono aumentate del 6,7% a valori e del**

9,7% a volumi, evidenziando un calo del prezzo medio di quasi il 3%. Nelle otto settimane successive (fino al 28 giugno, e quindi in periodo di post-lockdown), le vendite sono cresciute del 16,2% a valori e del 12,9% a volumi, mostrando all'opposto un aumento nei prezzi medi del 3%. Ovviamente questo trend si è manifestato in maniera differente per le diverse categorie. In particolare, focalizzando l'attenzione alle otto settimane del lockdown, la preferenza degli italiani si è rivolta principalmente verso i vini fermi e frizzanti (+12,5% a valori rispetto allo stesso periodo 2019) e, all'interno di questa tipologia, verso i rossi (+14,9%). Al contrario, gli acquisti di spumanti (compreso lo Champagne) si sono ridotti - sempre a valori - del 19%, complice anche una Pasqua festeggiata all'interno della ristretta cerchia di conviventi tra le stesse mura domestiche. Nelle otto settimane successive, il trend delle vendite è risultato positivo per entrambe le categorie, ma con gli spumanti in grande “spolvero”: mentre le vendite di vini fermi e frizzanti sono cresciute di un altro 13,9%, quelle di spumanti e Champagne hanno messo a segno un +27,5%, con in testa gli Charmat Secchi a guidare il recupero (+32,4%). “L'eCommerce si sta affermando come uno dei canali più prospettici per molte (ma non tutte) categorie di prodotti del Largo Consumo. Il vino è senza dubbio una di queste. Le sue vendite online mostrano un trend di crescita esponenziale che -con la pandemia da Covid-19 -si è consolidato ancora di più. Misurare la frammentazione delle vendite tra Gdo online e pure player online richiede nuove tecniche e metriche di misurazione. Nielsen è felice e orgogliosa di avviare questa collaborazione con Nomisma per offrire un monitoraggio estensivo sia a livello di vendite che abitudini di consumo, in logica omnicanale.”, dichiara Stefano Cini, Consumer Intelligence and eCommerce Leader di Nielsen Connect Italia.

7

MERCATO: ORA FRENA ANCHE LA GDO

Il crollo del turismo non si fa sentire solo nei bar e nei ristoranti, ma anche nella distribuzione moderna, specie in quelle Regioni che, solitamente, in estate vengono prese d'assalto. Così, dopo mesi di crescita continua e sostenuta, frena la Gdo italiana: nel periodo compreso tra il 29 giugno e il 26 luglio 2020 le vendite nella Grande Distribuzione, come raccontano gli ultimi dati Nielsen,

sono in forte controtendenza rispetto all'andamento positivo dei mesi precedenti, con un -3,3% a parità di negozi sullo stesso periodo del 2019. Resta forte, però, la performance del comparto alcolici, specie con aperitivi alcolici (+19,6%), superalcolici (+15,6%) e Champagne e spumante (+14%), mentre corre meno il vino (+2,7%).

ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO ITALIA

LA NOTA DELLA REGIONE TOSCANA SULL'APPLICAZIONE DELLE PROCEDURE DI PREVENZIONE ANTI COVID-19

In merito all'applicazione delle procedure di prevenzione anti Covid-19 per la Vendemmia 2020, riceviamo la nota della Regione Toscana indirizzata ai Direttori dei Dipartimenti di Prevenzione delle Aziende USL Toscane, che riportiamo testualmente: **“Considerato l'imminente inizio del periodo della Vendemmia, per la quale vi è un consistente utilizzo di manodopera straniera, si invitano i Dipartimenti di Prevenzione delle Aziende USL Toscane a contattare, prima possibile, i Consorzi dei produttori vitivinicoli dei territori**

di competenza, le Associazioni di Categoria e le Organizzazioni Sindacali, al fine di diffondere le informazioni relative all'applicazione delle regole anti COVID-19 e alla gestione dei rientri dall'estero dei lavoratori stranieri, ricordando, in particolare, gli obblighi di legge relativi alla segnalazione di rientro, all'isolamento domiciliare per 14 giorni e alla predisposizione di protocolli anticontagio, con l'individuazione delle procedure/istruzioni operative per mettere in atto le misure anticontagio”.

IL TURISMO INTERNO STA DIMOSTRANDO DI ESSERE UN'ANCORA DI SALVEZZA PER MOLTE AZIENDE VINICOLE

I divieti di viaggio, la chiusura delle frontiere e le preoccupazioni per la sicurezza hanno decimato l'industria del turismo quest'anno e le aziende vinicole ne stanno risentendo gli effetti. La maggior parte dei produttori riporta una diminuzione del numero di turisti per il periodo di 12 mesi terminato a luglio, il che è particolarmente difficile per le aziende che dipendono fortemente dalle vendite dirette al consumatore (DTC). Tuttavia, le pro-

spettive del turismo del vino non sono tutte negative: con i consumatori che esitano a prendere voli tra Stati o Paesi, molte aziende vinicole hanno notato un aumento del turismo locale. Implementando e comunicando nuovi standard di sicurezza, attirando più turisti nazionali e facendo affari DTC attraverso l'e-commerce, le aziende vinicole possono superare la tempesta per prepararsi a migliori condizioni di accoglienza in futuro.

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATO UNIONE EUROPEA

UE, OK RIFORMA ACCISE SU ALCOL, TUTELATI I PICCOLI PRODUTTORI

Via libera del Consiglio Ue alle nuove norme sulle accise sull'alcol, che assicureranno ai piccoli produttori artigianali l'accesso a un nuovo sistema di certificazione europeo e quindi la garanzia di accesso ad accise più basse nella Ue. La riforma prevede anche un aumento da 2,8% vol a 3,5% vol della soglia per la birra a bassa gradazione alcolica che può beneficiare di aliquote ridotte, per incentivare i consumatori a scegliere bevande

alcoliche con una gradazione inferiore rispetto a quelle più forti, riducendone così l'assunzione. E per incoraggiare le birrerie a innovare e a creare nuovi prodotti con una gradazione alcolica inferiore. Inoltre si chiariscono le condizioni di applicazione dell'esenzione dalle norme in materia di accise per l'alcol denaturato utilizzato, ad esempio, nei prodotti per la pulizia. La riforma entrerà in vigore a gennaio 2022.

LA GERMANIA, PRINCIPALE IMPORTATORE DI VINO AL MONDO, RIDUCE I SUOI ACQUISTI IN TUTTE LE CATEGORIE

Nel primo semestre dell'anno, in Germania il volume importato di vino sfuso, imbottigliato e spumante è diminuito di circa il 5% e quello dei bag-in-box di quasi il 30%. Il Paese resta il principale acquirente di vino al mondo, ma continua a stare dietro agli Stati Uniti e al Regno Unito in termini di valore, concentrandosi maggiormente sui vini più economici. Italia, Francia e Spagna hanno

rappresentato circa l'80% delle importazioni tedesche, subendo tuttavia perdite in questo primo semestre, soprattutto gli ultimi due Paesi. L'Italia si rafforza come primo fornitore. La Germania ha speso di più solo per il vino confezionato degli Stati Uniti, tra i suoi primi 10 fornitori; dato curioso, visto che gli Usa sono un mercato in cui i vini tedeschi sono in crisi a causa dei “dazi Trump”.

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

IL VINO ITALIANO ANCORA UNA VOLTA SALVO DAI DAZI USA: LA DECISIONE DEL GOVERNO DI TRUMP - LA REVISIONE DEI “DAZI A CAROSELLO” LASCIA INTATTO LO “STATUS QUO” (NIENTE NUOVI DAZI PER L'ITALIA, RESTANO QUELLI PER FRANCIA ED ALTRI PRODUTTORI UE)

Niente dazi aggiuntivi per i vini italiani in Usa: ecco l'esito, come da attesa, della decisione del Governo americano nella revisione dei dazi a carousel sui prodotti europei, introdotti già ad ottobre 2019 nella disputa tra Airbus e Boing. **Una decisione attesa, ma non scontata, che lascia intatto lo “status quo”, sostanzialmente, sia sul fronte dei vini, e quindi con i dazi al 25% che colpiscono alcune produzioni di Francia, Germania, Spagna, per esempio, che sul resto dell'agroalimentare made in Italy e made in Ue.** Non un bottino pieno, visto che 160 membri del Congresso Usa avevano scritto al Dipartimento del Commercio Americano (Ustr) invocando la rimozione anche dei dazi già applicati, ma quanto meno una decisione che non aggrava il già complesso quadro dell'economia enoica in Usa, primo mercato del mondo e primo partner straniero per il vino italiano, già compromesso dalla pandemia. Ancora una volta l'Italia del vino rimane fuori dalla disputa commerciale Airbus. Non ci sarà alcun dazio aggiuntivo negli Stati Uniti sui vini del nostro Paese, almeno per questo nuovo round. Nell'esprimere soddisfazione e gratitudine per quanto fatto in Italia e negli Usa a vari livelli dal settore, dall'indotto e dalle istituzioni, riteniamo questo un successo - fondamentale ma purtroppo non definitivo - della diplomazia in un mercato che vale circa un quarto delle nostre esportazioni di vino nel mondo. Confidiamo che l'azione politico-diplomatica combinata che ha visto protagonisti, tra gli altri, il Sottosegretario agli Esteri, Ivan Scalfarotto, e l'Ambasciatore italiano a Washington, Armando Varricchio, e oltre 27.000 commenti anti-dazi pervenuti dai Paesi

interessati agli uffici del Commercio americano, si concentri sull'indagine Usa relativa alla cosiddetta digital tax approvata l'anno scorso dal Governo italiano. L'obiettivo è scongiurare ancora una volta una ritorsione commerciale che si rivelerebbe perdente per l'Italia, l'Europa e gli Stati Uniti. Per questo servirà intensificare il dialogo incoraggiando, anche in sede europea e internazionale, un percorso di cooperazione con gli Stati Uniti sui due fronti aperti. Dobbiamo assolutamente evitare che il vino possa divenire nuovamente bersaglio di dispute alle quali è completamente estraneo”.

Gli Stati Uniti rappresentano il primo buyer di vino al mondo e l'Italia è tornata a essere il primo Paese fornitore, con un valore delle vendite nel primo semestre di quest'anno fissato a quasi 1 miliardo di dollari, in crescita sia a volume (+2,9%) che a valore (+1,8%) sul pari periodo 2019. La Francia, colpita dai dazi aggiuntivi e principale competitor oltreoceano, nello stesso periodo ha registrato una perdita a valore del 25,3%; anche la Spagna ha pagato dazio alle ritorsioni commerciali accusando un -12,3%. Tra i vini made in Italy, il cui risultato è ancor più significativo se si considera anche il calo complessivo delle importazioni di vino negli Usa (-10%, a 2,8 miliardi di dollari), gli spumanti (+4,7%) fanno meglio a valore rispetto ai fermi imbottigliati (+1,3%), che rimangono la tipologia più venduta con un controvalore di 742 milioni di dollari. In forte difficoltà invece i fermi imbottigliati francesi che, vittime dei dazi aggiuntivi, chiudono il semestre a -37%.

9

LA CINA RIDUCE LE IMPORTAZIONI DI VINO DI OLTRE IL 30% NELLA PRIMA METÀ DEL 2020

La crisi del coronavirus non ha favorito le importazioni di vino in Cina, già in calo dal 2018, crollate in tutte le categorie: imbottigliato, frizzante, sfuso e bag-in-box. I dati sono stati particolarmente negativi ad aprile e maggio, con cali del 50% nonostante il peggio della pandemia sembrava essere già stato archiviato nel Paese, scendendo del 30% a giugno. Crollo generalizzato dei Paesi

fornitori, ad eccezione dell'Argentina, che moltiplica le sue vendite di sfuso in Cina. Nell'imbottigliato, motore delle importazioni cinesi, nessuno si salva. La Spagna è cresciuta a un ritmo molto buono negli spumanti e ha superato la Francia come secondo fornitore, in un semestre terribile per il Paese gallico e negativo anche per l'Italia, il principale venditore di questa tipologia di vino.

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

LA CINA LANCIA UNA SECONDA INDAGINE SUL VINO AUSTRALIANO. CRESCE LA TENSIONE COMMERCIALE TRA I DUE PAESI.

Solo due settimane dopo aver annunciato un'inchiesta antidumping sul vino australiano, la Cina ha reso noto, in data 31 agosto, l'avvio di una seconda indagine, che prende di mira i sussidi al vino australiano, inasprendo le tensioni tra i due partner commerciali. L'indagine, al pari di quanto accadrà per quella antidumping, durerà almeno un anno e potrebbe essere estesa fino al 28 febbraio 2022. Il deterioramento dei rapporti tra i due Paesi sugli scambi enoici giunge in un momento in cui

i vini australiani rappresentano quasi il 40% della quota di mercato in Cina, principalmente grazie all'accordo di libero scambio siglato tra i due Stati e alle promozioni attive sul mercato asiatico. Le esportazioni di vino australiano in Cina negli ultimi 12 mesi, fino a giugno di quest'anno, sono ammontate a 1,1 miliardi di dollari australiani, quasi il triplo del valore dell'export verso gli Stati Uniti (430 milioni di dollari australiani), seconda destinazione per l'Aussie wine.

ACCORDO EUROPA-CINA PER IL RICONOSCIMENTO E LA TUTELA DEI PRODOTTI A INDICAZIONE GEOGRAFICA

L'imitazione dei prodotti agroalimentari italiani (così come l'Italian sounding, cioè l'uso di un nome vicino a quello originale e facilmente confondibile per uno straniero) è una delle piaghe che affliggono la nostra economia, dal momento che i danni che questo ci porta assommano a svariati milioni di euro. Le battaglie che quotidianamente i consorzi di tutela affrontano per parare questi truffe sono, ovviamente, a colpi di avvocati e carte bollate e costano ulteriori soldi, oltre a energie e risorse. È quindi con somma gioia che salutiamo l'accordo bilaterale firmato tra Unione Europea e Cina che riguarda il reciproco riconoscimento di centinaia di indicazioni geografiche sia cinesi che europee tra le quali, ovviamente, moltissime nostre. Un passaggio fondamentale per garantire ai nostri prodotti il massimo livello di tutela sul mercato cinese. Secondo il documento siglato, infatti, a partire dal prossimo anno, con integrazioni e ampliamenti previsti ogni due anni, i prodotti a indicazione geografica tutelati dai rispettivi Paesi di origine (e quindi Dop e Igp, nonché Docg, Doc e Igt) le cui liste sono allegate all'accordo, sono protetti nel complesso anche in Cina (se prodotti europei) e in Europa (se cinesi). Il documento parla espressamente di diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio ("Accordo Trips - Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights"), il che inserisce il riconoscimento dei prodotti agricoli in un ambito di proprietà intellettuale che non guasta.

Di particolare importanza è l'articolo 4, che spiega gli scopi dell'accordo, incentrato sulla protezione contro "l'uso di qualsiasi mezzo nella denominazione o nella presentazione di un prodotto

che indichi o suggerisca che il prodotto in questione è originario di una zona geografica diversa dal luogo di origine reale, in modo tale da indurre in errore il consumatore sull'origine geografica del prodotto". Ma anche contro "qualsiasi uso di un'indicazione geografica che identifichi un prodotto identico o simile non originario del luogo indicato dall'indicazione geografica in questione, anche quando la vera origine del prodotto è indicata o l'indicazione geografica è utilizzata nella traduzione, trascrizione o traslitterazione, o accompagnata da espressioni quali "genere", "tipo", "stile", "imitazione" o simili" e infine contro "qualsiasi uso di un'indicazione geografica che identifichi un prodotto identico o simile non conforme al disciplinare della denominazione protetta". Ovviamente stiamo parlando di denominazioni che sono protette tramite uno specifico disciplinare di produzione e controllate nei rispettivi paesi di origine. Da ora in poi sono quindi protetti i nostri vini toscani più famosi: **Brunello di Montalcino, Chianti, Nobile di Montepulciano**. A questi si aggiungono le denominazioni regionali Campania, Sicilia e **Toscana**. Accanto a questi, prodotti alimentari Dop e Igp come formaggi, salumi e anche frutta. Forse questo storico accordo non servirà a fermare piccole e grandi truffe, che avvengono in tutto il mondo (a partire proprio dall'Italia), ma sicuramente sono un segnale forte della direzione che dovranno prendere tutti gli scambi commerciali in un mondo sempre più aperto al commercio estero, ma sempre più interessato a proteggere le specificità produttive dei singoli Stati.

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

TRA DAZI E COVID, NEI WINE SHOP DI NEW YORK SI CONTINUA A COMPRARE VINO. E L'ITALIA RESISTE

Una perdita secca del -12,3% in valore, pari ad un calo di 329 milioni di dollari: è il conto salato dei 7 mesi di importazioni di vino negli States tra novembre 2019, primo mese pieno di applicazione dei dazi su tanti vini europei, soprattutto francesi, da parte degli Stati Uniti, e maggio 2020, con il peso della pandemia ancora quasi tutto da calcolare, sullo stesso periodo dell'anno precedente. Una perdita che grava quasi totalmente sulle spalle della Francia, che ha perso 289,5 milioni di dollari (pari al -36%), mentre l'Italia, tutto sommato, riesce a tenere, con una crescita nel periodo in esame del 2,7%, e cioè un aumento pari a 22,9 milioni di dollari. Il peso della pandemia, che Oltreoceano non sembra per niente intenzionata a rallentare, si fa sentire anche a New York, metropoli simbolo del dinamismo e del consumo statunitense, dove le vendite di vino sono si messe in crisi dalla chiusura di locali, ristoranti e bar, ma enoteche e wine shop restano aperti, tenendo di fatto vivo il commercio enoico, con l'Italia, come

sempre, tra i grandi protagonisti. Se si prendono in considerazione le etichette di vino rosso in vendita nei wine shop della Grande Mela, infatti, secondo i numeri dell'istituto di analisi Mibd, tra i brand più presenti sugli scaffali c'è Antinori, griffe simbolo dell'eccellenza enoica tricolore e tra i principali ambasciatori dell'Italia del vino nel mondo, nel 46% delle enoteche newyorkesi, alla posizione n. 7 della classifica, in cui sul podio salgono l'argentina Bodega Catena Zapata, presente nel 52% dei listini, Louis Jadot (nel 50% dei listini) e Domaine Faiveley (48%). **Storia diversa se si considerano le denominazioni: qui, l'Italia è decisamente più presente, con al comando principalmente due delle Regioni più votate alla viticoltura, Piemonte e Toscana, piazzando, al secondo posto, il Barolo, messo a listino dal 96% dei commercianti di vino, secondo solo alla Napa Valley (98%). Alla posizione n. 4 e n. 5 si trovano il Montepulciano d'Abruzzo e il Toscana Igt.**

SUSTAINABLE WINES OF GREAT BRITAIN: ANNUNCIATA LA LISTA DEI PRIMI 12 PRODUTTORI ACCREDITATI

Nelle scorse settimane, l'associazione di categoria Wines of Great Britain ha annunciato che un primo gruppo di aziende vitivinicole del Regno Unito ha completato l'accreditamento alla certificazione di sostenibilità. Si tratta di dodici cantine che hanno dunque ottenuto la certificazione *Sustainable Wines of Great Britain (SWGB)*. Il processo di accreditamento comporta un'autovalutazione annuale da parte delle aziende, che debbono così dichiarare i loro progressi verso il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità formalizzati dalle linee guida della SWGB, in merito a protezione delle risorse del suolo e tutela dell'ambiente, promozione della biodiversità nei vigneti, uso minimo di pesticidi e diserbanti, sfruttamento sostenibile delle risorse idriche e impegno nella tutela dei corsi d'acqua da contaminazioni, risparmio energetico e riduzione dell'emissione di gas



a effetto serra e dell'impronta di carbonio, sia in vigneto che in cantina, sostenibilità economica a lungo termine, produzione di uve e vino di qualità a beneficio dei consumatori. Quanto dichiarato nelle autovalutazioni viene periodicamente verificato da un auditor indipendente. Le dodici cantine che hanno ottenuto il certificato di sostenibilità potranno utilizzare in etichetta il logo della SWGB per il vino prodotto a partire dalla vendemmia 2020. I principali player della GDO inglese, Marks & Spencer e Waitrose, i cui rappresentanti sono stati inseriti nel gruppo di lavoro SWGB insieme a viticoltori e produttori di vino, stanno sostenendo questa iniziativa e aiuteranno a supportare i vini che potranno fregiarsi del logo di sostenibilità.

LE ESPORTAZIONI MONDIALI DI VINO CALANO DEL 4,7% DALLO SCOPPIO DEL CORONAVIRUS

Le esportazioni mondiali di vino sono diminuite del 4,7% nei primi quattro mesi dell'anno, attestandosi a 3.157 milioni di litri, 157 milioni in meno rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. È quanto rileva l'Osservatorio spagnolo del mercato del vino (OeMv), che parla di un forte calo delle vendite a gennaio e febbraio, un leggero aumento a marzo ed un crollo ad aprile. Solo Argentina, Italia e Nuova Zelanda crescono tra i primi 11 fornitori mondiali e si registra un forte calo delle vendite da Spagna, Francia e Sud Africa.

NOTIZIE INIZIATIVE E ANDAMENTO PRODUZIONI E MERCATI EXTRA UNIONE EUROPEA

LA RIVOLUZIONE DEL VINO IN RUSSIA

Nel Global Compass wine market attractiveness report di quest'anno, la Russia è salita sorprendentemente di 23 posizioni, entrando nella top 10 dei mercati di maggiore appeal, in parte grazie ai numerosi viaggi della giovane generazione russa di adulti che sostituisce la vodka consumata dai genitori con il vino. I dati raccolti da Wine Intelligence confermano che: il volume del consumo di vino in Russia è cresciuto ad un tasso di crescita annuale composto del 13,2% dal 2015; nello stesso periodo, il valore è cresciuto più rapidamente con un tasso di crescita annuale composto del 20,9%, il che significa che i consumatori russi non solo aumentano la quantità di vino che bevono, ma pagano anche di più per ogni bottiglia che acquistano; non sorprende che il consumo pro capite sia raddoppiato. Se nel recente passato il consumo di vino avveniva prevalentemente nei

locali di Mosca, oggi un numero significativo di enoteche e rivenditori specializzati sono presenti in molte città russe, offrendo un portafoglio più ampio di alternative in termini di origine, tipologie e prezzi, e rendendo la categoria più disponibile per i consumatori. **Un'altra forza rilevante del mercato è rappresentata dalla circostanza che quest'anno, per la prima volta nella storia del Paese, la Russia ha promulgato una legge federale per il vino. Questa legge non giustifica la rapida crescita negli ultimi anni perché è molto focalizzata sul vino domestico, ma dà un segnale positivo all'industria e al mercato del vino in generale, poiché per la prima volta la Russia ha creato definizioni per "vino", "terroir" e "vino sfuso", oltre a introdurre nuove categorie come "bevande contenenti uva".**

TECNICO

DM 309 SUI FOSFITI: NOTA DI CHIARIMENTO DEL MIPAAF

Sul sito del Sinab è stata pubblicata la Nota n. 9030427 del 29 luglio 2020, nella quale l'Ufficio Agricoltura Biologica del MipAAF fornisce alcuni chiarimenti relativamente all'applicazione di un fattore di trasformazione per il vino (pari a 1x) nel caso dei limiti previsti dal DM 309/2011 per l'acido fosforoso. Al momento si è in attesa della

pubblicazione in Gazzetta ufficiale del decreto n. 7264 del 10 luglio 2020, con il quale il Ministero ha modificato il richiamato DM 309/2011 per individuare nuovi limiti massimi riferiti ai residui ammessi di acido fosfonico e di acido etilfosfonico nelle produzioni biologiche, vini compresi.

RICONVERSIONE E RISTRUTTURAZIONE DEI VIGNETI: CIRCOLARE AGEA SU PROROGA TERMINE DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE 2020/2021

Nelle daily news di ieri è stato dato conto del DM 30 agosto 2020, n. 9076226, che, per la sola campagna 2020/2021, **modifica il termine ultimo per la presentazione delle domande relative all'applicazione delle misura della riconversione e ristrutturazione dei vigneti al prossimo 15 settembre 2020.** Ad integrazione di quanto indicato nel suddetto decreto ministeriale, Agea Coordinamento, con propria circolare del 31 agosto,

chiarisce che, anche a seguito della suddetta proroga ed al fine di consentire l'effettuazione dei controlli ex-ante sul campione del 5%, **i richiedenti non potranno provvedere alle operazioni di estirpazione, sovrainnesto o miglioramento degli impianti del vigneto da ristrutturare o riconvertire, indicato nella domanda di aiuto, prima del 16 novembre 2020.**

Consorzio
Vino Chianti

Fondato nel 1927

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