

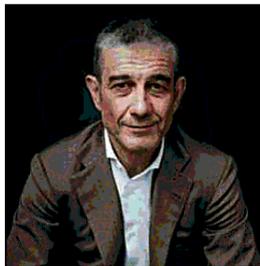
I dati di Avito. Il calo del 9% del primo semestre è rilevante ma meno del 12% di aprile

# I vini toscani riprendono slancio

## Ma sulle vendite pesano aumenti dei prezzi e crisi dei rossi

DI EMANUELE SCARCI

I vini toscani risalgono la china ma non abbastanza. Sulle vendite pesano gli aumenti dei prezzi e la crisi proclamata dei vini rossi. Nel primo semestre del 2023 le bottiglie delle denominazioni toscane immesse sul mercato sono calate del 9% rispetto all'analogo periodo del 2022. Un dato pesante ma meglio di inizio anno quando, per esempio, ad aprile segnava -12%. Secondo i dati dell'Associazione vini toscani (Avito), nel primo semestre le fascette di Stato acquistate dai produttori delle Doc Top 15 (non si fa magazzino) sono relative a 134 mln di bottiglie vendute rispetto ai 148 mln del 2022 e ai 149 mln del 2021. Al giro di boa del 2023, scivolano quasi tutte le denominazioni. In particolare, il Rosso di Montalcino incappa in un vistoso -24%, l'Igt Toscana e il Nobile -17%, Chianti classico e Rosso di Montepulciano -13%, Vernaccia -8%, Brunello di Montalcino -6% e Bolgheri -3%. In grande spolvero Maremma Toscana e Vini Orcia, +13%, mentre il Chianti rivede un segno positivo (+1%) dopo un 2022 di grande sofferenza (-15%). «La crisi degli imbottigliamenti», esordisce **Francesco Mazzei**, presidente di Avito e del Consorzio Maremma, «è data certamente dal calo della do-



Francesco Mazzei

manda ma credo anche da una discreta carenza di prodotto. Peraltro, come dimostrano i dati della Gdo, la contrazione delle vendite colpisce in particolare la fascia entry level. Non ci risultano problemi nell'Horeca. Credo che alla fine dell'anno il dato complessivo della Toscana rimarrà negativo ma più contenuto del -9%. In effetti il -17% dell'Igt Toscana (circa 48 mln di bottiglie, oltre un terzo del totale imbottigliato) potrebbe avvalorare la tesi della debolezza dei vini meno pregiati. Apparentemente meno spiegabile il caso del Chianti classico (-13%), una denominazione da anni sugli scudi e che da luglio può contare per la Gran selezione anche sulla menzione locale in etichetta. Secondo Carlotta Gori, direttore del Consorzio, «il dato negativo è fortemente influenzato dagli eventi ecce-

zionali dal 2020 in qua. I produttori ci dicono che per il 2023 hanno una programmazione in linea con l'anno prima, anche se per diversi mesi, nella fase più difficile del caro-vetro, hanno imbottigliato in anticipo per evitare eventuali nuovi aumenti». Ciò detto Gori è tranquillizzante: «Il prezzo del vino sfuso è adeguato e le aziende e la denominazione registrano buoni andamenti». Quanto al capitolombolo (-24%) del Rosso di Montalcino, Mazzei ipotizza una carenza di offerta. Difatti alla base c'è uno squilibrio strutturale fra domanda e offerta: nel 2022 il Rosso di Montalcino ha registrato, secondo i dati certificati di Valoritalia, una crescita degli imbottigliamenti del 2,9%. Questi, nel complesso, viaggiano intorno a 4,5/4,6 mln l'anno ma con una produzione che non va al di là di 3,5 mln mentre le giacenze, -30% rispetto al 2019, non raggiungono 7 mln di bottiglie. Da qui l'annuncio del Consorzio che aumenterà il vigneto fermo da 26 anni. Chiare invece le ragioni del rimbalzo a due cifre del Maremma. «La crescita è trainata soprattutto dal Vermentino e credo che la produzione di 1,5 mln di bottiglie possa raddoppiare», sottolinea Mazzei. «Sono soddisfatto, ma la denominazione è giovane ed eviteri trionfalismi».

© Riproduzione riservata

### RISIKO AGRICOLO

**Marchesi Frescobaldi, una delle principali aziende vitivinicole italiane ha annunciato di aver firmato un accordo definitivo per l'acquisizione di Domaine Roy & fils, uno dei produttori più prestigiosi dell'Oregon collocato nel cuore della Willamette Valley. La transazione sarà ufficialmente chiusa entro il mese di luglio.**

**Si chiama Accademia Qualivita ed è il nuovo progetto della Fondazione Qualivita ideato per fornire supporto nell'ambito della formazione e della crescita professionale al sistema delle filiere agroalimentari e vitivinicole italiane Dop e Igp. La prima proposta è un Master per Direttore di Consorzio di tutela, promosso da Origin Italia in collaborazione con Fondazione Qualivita.**



**Fedegroup ha annunciato l'acquisizione di Baessato, il format di locali nato a Padova e fondato da Mirko Sanna che entra nel cda del gruppo con l'incarico di Sales Development Director.**

Tra le prime iniziative della sinergia, due inaugurazioni in due nuove location a Milano nel 2024 e la possibilità di sviluppare il brand negli Emirati. Fedegroup, detenuta da Nabucco Holding, è un'azienda di servizi di ristorazione in outsourcing. Con oltre 50 strutture in tutto il mondo e più di 1000 dipendenti, nel 2022 Fedegroup ha fatturato 60 mln di euro.

**Il gruppo Royal Unibrew, con sede a Faxe in Danimarca, amplia la capacità produttiva in Italia con l'acquisizione, da Birra Castello, del Birrifico di San Giorgio di Nogaro in provincia di Udine. Lo stabilimento friulano ha una capacità produttiva potenziale stimata fino a 1 milione di ettolitri di birra all'anno.**

Questo potenzierà in modo significativo la capacità di produzione e confezionamento di lattine e bottiglie di vetro di Royal Unibrew in Italia. L'investimento del gruppo danese si aggiunge alla precedente acquisizione da Campari Group di Terme di Crodo nel 2018. Terme di Crodo produce Lemonsoda, Oransoda e Lemonsoda Energy Activator. Royal Unibrew prevede nel 2023 un fatturato netto di 13-14 miliardi di corone danesi pari a 1,7-1,8 miliardi di euro.



**Approvato il piano industriale 2023-2027 di Bonifiche Ferraresi (Bf). Il gruppo rafforza il presidio della filiera agro-industriale italiana e consolida il percorso di espansione all'estero. Le risorse, 575 milioni di euro, per il nuovo piano industriale arriveranno da un aumento di capitale per 300 milioni di euro, valorizzazione di asset di gruppo per circa 200 milioni di euro e leva finanziaria per 75 milioni. Il piano prevede crescita e maggior efficienza dei settori esistenti Agro-Industriale, Polo sementiero e Consorzi Agrari d'Italia oltre ad un percorso di internazionalizzazione per esportare il modello di filiera e know-how del gruppo Bf e creazione di un'offerta formativa e sviluppo della ricerca in ambito agritech con la costituzione della Bf University.**



**Andreola, azienda agricola di Farra di Soligo (Tv), produttori di Valdobbiadene Docg ha acquistato un terreno vitato di 9 ettari nella frazione di Carmegn, Comune di Sedico, nel cuore delle Dolomiti Bellunesi. La vigna di Carmegn, impiantata a Traminer Aromatico e Riesling Renano, si trova in un altipiano, a circa 650 m.s.l.m. Per la prima volta Andreola esce dai confini territoriali della denominazione Valdobbiadene Docg, e si confronta con le vicine Dolomiti. I vini verranno proposti al mercato con un nuovo marchio, Stefano Pola Viticoltore di montagna, e con un'immagine e un packaging dedicati. Nel 2022 il fatturato di Andreola è stato di 15,3 milioni di euro.**

© Riproduzione riservata

## Bonduelle Italia, più api e meno acqua

Riduzione dei consumi di acqua in campagna e in azienda, protezione degli insetti impollinatori, criteri dell'agricoltura rigenerativa, abbattimento delle emissioni di CO2 e di uso di plastica vergine di origine fossile. Sono questi i propositi di Bonduelle Italia che quest'anno ha ottenuto la certificazione B Corp. Come spiega a *ItaliaOggi* l'amministratore delegato **Federico Odella**, «abbiamo messo in atto progetti che hanno consentito di ridurre le emissioni di CO2 del 9%, il consumo di acqua del 12% e quello energetico del 9% negli ultimi due anni. Inoltre vogliamo arrivare ad una diminuzione del 38% delle emissioni di gas serra entro il 2035 e all'abbandono dell'utilizzo di plastica di origine fossile vergine entro il 2030». Un percorso nel quale si inserisce anche la scelta dell'agricoltura rigenerativa. «Ci avvaliamo di numero ristretto di fornitori, da anni lavoriamo in l'Op Oasi di San Paolo d'Argon (Bg) con i quali abbiamo rapporti decennali. C'è un'intesa positiva su come fare business. Entro il 2030 vogliamo arriva-



Federico Odella

re ad avere l'80% di coltivazioni da agricoltura rigenerativa. Che vuol dire applicare pratiche agronomiche per salvaguardare la fertilità del suolo, tutelare la biodiversità e evitare lo spreco di risorse naturali. Un suolo più ricco produce materie prime di più elevata qualità». Due stabilimenti, a San Paolo in Lombardia, il più grande d'Europa per la IV gamma, e a Battipaglia in Campania, 412 dipendenti, Bonduelle Italia ha un fatturato di oltre 200 milioni di euro, più del 60%, 127 milioni, dovuto alle insalate in busta. «Quello delle insalate in busta fa dell'Italia il primo Paese in termini di business e abbiamo oltre 15 punti di quote di mercato», continua Odella. «Pensiamo anche a nuovi prodotti, come le salad protein, la prima insalata a base proteica da leguminose presente sul mercato. La nostra missione è quella di favorire la transizione verso una alimentazione vegetale, per il bene del pianeta e per la salute delle persone».

**Andrea Settefonti**

© Riproduzione riservata