



SEGUI LA TV DEL CORRIERE VINICOLO SU



Dopo il grande successo di pubblico dei primi mesi, prosegue l'avventura del nuovo spazio di web TV: con le ICV video news raccontiamo in modo diverso fatti e notizie che accadono dentro e attorno al nostro mondo. Continuate a seguire le nostre interviste e i video-racconti che completano l'informazione del Corriere Vinicolo con un format innovativo. Vi aspettiamo all'indirizzo [linkedin.com/company/corriere-vinicolo](https://www.linkedin.com/company/corriere-vinicolo) dove troverete tutti gli aggiornamenti sul settore vitivinicolo oltre alla preview scaricabile del numero in uscita.

BUONA LETTURA!



Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

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

EDITRICE UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26
Abbonamento per l'Italia: 120,00 euro (Iva assolta).
Una copia 5,00 euro, arretrati 6,00 euro. Area internet: www.corrierevinicolo.com

Registrazione Tribunale di Milano n. 1132 del 10/02/1949 Tariffa R.O.C.: Poste italiane spa, spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano
Stampa: Sigraf, Treviglio (Bergamo) - Associato all'Usipi, Unione Stampa Periodica Italiana.

SI ALZANO LE BARRIERE TARIFFARIE AI CONFINI DEL VECCHIO CONTINENTE

DAZI E ACCISE Una nuova "cortina di ferro" accerchia l'Europa



A est la Russia, Uk a ovest e a nord Paesi Bassi, Svezia e Norvegia: il vino europeo torna ad essere accerchiato dall'innalzamento delle misure fiscali sull'export. In un quadro economico e geopolitico già molto complesso, sul commercio enoico si abbatte una nuova scure tariffaria volta a coprire difficoltà dei conti pubblici e costi legati ai danni sociali dell'abuso di alcol, nonché a perseguire le politiche dell'Oms sul taglio dei consumi di alcolici. Nel nostro approfondimento, i numeri dell'export italiano, le prospettive nei singoli Paesi e le reazioni della filiera produttiva del Belpaese

L'Europa del vino è, di nuovo, accerchiata. La minaccia, questa volta, non arriva solo dal fronte interno, ma colpisce da più lati, con aumenti delle accise e dei dazi che rischiano di aggravare ulteriormente la già difficile condizione dell'industria enoica. Il contesto economico e politico, del resto, è già molto fragile, con gli effetti a lungo termine dell'invasione russa in Ucraina che si sono tradotti in un'inflazione galoppante, causata principalmente dalla corsa dei costi energetici e delle materie prime, e in una conseguente contrazione dei consumi. Compresi, ovviamente, quelli del vino. Se in Russia a dettare certe scelte sono essenzialmente motivazioni di politica estera e di economia interna, nei Paesi scandinavi e in Gran Bretagna, oltre alla necessità di rimettere in sesto i conti pubblici - disastri dagli anni della pandemia -, c'è un altro tema: la salute pubblica. E quindi la volontà di seguire le linee guida tracciate dall'Oms e recepite dall'Unione europea nel "Beating Cancer Plan", che puntano a un drastico taglio dei consumi di alcol, ricorrendo anche ad aumenti delle accise.

Continua a pagina 2 ➔

IL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE

Interviste a Pietro Mattioni (Zonin1821), Quirico Decordi (Vinicola Decordi), Alberto Serena (Montelvini), Enrico Gobino (Argea)

DA PAGINA 2

COSA POTREBBE SUCCEDERE AL NOSTRO EXPORT

Analisi dei flussi e ipotesi di impatto

A PAGINA 5

FOCUS VIVAISMO

Climate change e scelte agronomiche LA RESILIENZA INIZIA DAL PORTAINNESTO

Un recente lavoro di ricerca spagnolo ha indagato le risposte di adattamento alle condizioni di stress idrico di alcuni portainnesti, tra cui due della serie M, evidenziando performance importanti soprattutto con l'M4. I risultati raggiunti sono interessanti: emerge, però, anche che le potenzialità del miglioramento genetico sono ancora largamente inesplorate. In quest'ottica si colloca il programma per lo sviluppo di nuovi portainnesti in atto al DiSAA dell'Università degli Studi di Milano



a pag. 10

Analisi del caso della Glera

QUALE PORTAINNESTO?

Due anni di sperimentazione della Regione Veneto con un'indagine finalizzata alla comprensione del comportamento di diverse combinazioni di innesto in un ambiente della Doc Prosecco. Le indicazioni emerse sono utili per indirizzare verso più adeguate scelte in vigneto



a pag. 12



"ABITARE IL CAMBIAMENTO"

Torna il Salone della CSR e dell'innovazione sociale

Come cambia lo scenario della sostenibilità: riflessioni con l'esperta Rossella Sobrero



a pag. 7

ALL'INTERNO

inserto Dnews



SYNEROCAP™ SERIES

Noi siamo già nel futuro... E tu?

nortan
Passione, tecnologia, innovazione...

www.nortan.it



SI ALZANO LE BARRIERE
TARIFFARIE AI CONFINI
DEL VECCHIO CONTINENTE

ACCISE E DAZI: PER RESTARE AGGIORNATI

Per info aggiornate sulle accise e i dazi applicati all'export consulta:
Comex banca dati giuridica on-line per l'export all'indirizzo

<https://serviziogiuridico.unioneitalianavini.it/comex/>

DAZI E ACCISE

Una nuova "cortina di ferro" accerchia l'Europa

➔ Segue dalla prima pagina

Cosa succede nel mondo

Procedendo con ordine, è da est che arriva, non proprio come un fulmine a ciel sereno, la decisione di Mosca di colpire - con aumento dei dazi di 1,5 volte - il vino importato dai Paesi considerati dal Governo di Mosca "ostili", ossia 49 Paesi occidentali: tutti quelli dell'Unione europea, Australia, Regno Unito, Canada, Nuova Zelanda, Stati Uniti, Svizzera e Giappone. Una scelta precisa, dettata da motivi politici ed economici, all'interno di un pacchetto di misure molto più ampio, che riguarda tanti altri prodotti, dalla glicerina al pesce surgelato. Una vera e propria ritorsione - con effetti sul prezzo finale che peseranno tutti, o quasi, sul consumatore finale - ma anche una necessità, perché, come ricorda la Banca di Russia, la bilancia commerciale, nell'ultimo anno e mezzo, segna il crollo delle esportazioni e la sensibile crescita delle importazioni.

Di tutt'altro segno, ma con conseguenze molto simili, è invece la scelta della Gran Bretagna, che ha deciso di ritoccare le accise su tutti gli alcolici, in maniera non più proporzionale al volume, ma al grado alcolico. Il motivo principale, nelle intenzioni e nelle dichiarazioni del Governo di Londra, è di carattere sociale: colpendo maggiormente i superalcolici, rispetto al vino e alla birra, si punta a disincentivarne il consumo. A questo, si sommano motivazioni, anche qui, di carattere economico: da un lato c'è la necessità di assestare i conti pubblici, dall'altro quello di difendere un comparto produttivo fondamentale come quello della birra.

Un altro fronte, delicatissimo, è quello aperto da un Paese dell'Unione europea come i Paesi Bassi, dove il Governo sembra intenzionato ad aumentare le accise su alcol, benzina e tabacco. La misura sarà uno dei pilastri della Legge di Bilancio 2024, che punta a combattere la povertà causata dalla frenata dell'economia nazionale (Pil in calo dello 0,3% nel secondo trimestre del 2023, dopo il -0,4% del primo trimestre), ufficialmente in recessione.

Infine, le scelte di due grandi Paesi scandinavi: Svezia e Norvegia. La svolta del Governo di Oslo, in realtà, non è nuova, ma fa parte di una strategia iniziata nel 2021, che ha come obiettivo la riduzione del consumo

A est la Russia, Uk a ovest e a nord Paesi Bassi, Svezia e Norvegia: il vino europeo torna ad essere accerchiato dall'innalzamento delle misure fiscali sull'export. In un quadro economico e geopolitico già molto complesso, sul commercio enoico si abbatte una nuova scure tariffaria volta a coprire difficoltà dei conti pubblici e costi legati ai danni sociali dell'abuso di alcol, nonché a perseguire le politiche dell'Oms sul taglio dei consumi di alcolici. Nel nostro approfondimento, i numeri dell'export italiano, le prospettive nei singoli Paesi e le reazioni della filiera produttiva del Belpaese

di GIULIO SOMMA

di alcol nel Paese entro il 2025. Una strategia che comprende anche la leva fiscale, proprio come previsto dal "Global Action Plan 2022-2030" presentato alla 75a Assemblea mondiale della sanità dall'Oms, che nel 2022 identificò altri due capisaldi alla lotta al consumo di alcol: divieti e restrizioni alla pubblicità su ogni media e restrizioni alla disponibilità fisica degli alcolici venduti al dettaglio, riducendo gli orari di vendita nei negozi e nei locali. Tutte misure che, come ricorda un interessante articolo del magazine tedesco Meininger ("European Alcohol Policy Is Coming for Wine"), stanno trovando sempre più spazio nelle politiche dei Governi europei, con la tanto dibattuta etichetta irlandese che rischia di essere solo la punta di un iceberg ben più grosso, pronto a schiantarsi sulla nave del vino europeo e italiano.

Tornando alla Norvegia, le imposte sugli alcolici sono commisurate ai costi sociali che uso e abuso di alcol comportano, con l'importo delle accise che viene definito dal Parlamento norvegese ogni anno, e arrivato nel 2023, per le bevande tra i 4,7 e i 22 gradi, a 4,95 corone norvegesi per volume percentuale per litro. Da indagini svolte dal nostro giornale, inoltre, emerge che il Governo di Stoccolma dal gennaio di quest'anno ha già aumentato, in maniera lineare, le accise sugli alcolici di 2 corone svedesi al litro, in-

dependentemente dalla gradazione. E a gennaio 2024 arriverà un ulteriore aumento, di altre 2 corone. A questo, va aggiunto un aumento del 2% del margine del Monopolio su tutti i vini, in vigore anch'esso da inizio 2023. Ad aggravare il quadro per i consumatori svedesi anche la svalutazione della corona svedese, che nei confronti dell'euro ha perso il 6,42% solo nel 2023, con un calo che sfiora il 20% negli ultimi 24 mesi.

Cosa cambia in Gran Bretagna

L'aumento delle accise sulle bevande alcoliche è uno degli elementi cardine del bilancio 2023, annunciati, lo scorso marzo, dal cancelliere dello Scacchiere, Jeremy Hunt. Un aumento calcolato sulla base di un indice

dei prezzi al dettaglio (Rpi) per l'inflazione corrispondente al 10%, entrato in vigore il 1° agosto 2023, così come la revisione complessiva del sistema delle accise nel Regno Unito, che in-

Le nuove accise in Uk
(per i prossimi 18 mesi, poi aumenteranno ancora)

Vini fermi da 11,5 a 14,5 gradi
da 2,97 a 3,56 sterline/litro

Vini fermi a 15 gradi:
da 3,96 a 4,27 sterline/litro

Vini fermi a 15,5 gradi:
da 3,96 a 4,41 sterline/litro

Spumanti:
da 3,81 a 3,56 sterline/litro



trodrà - come detto - la tassazione per grado alcolico: se fino a ieri, l'accisa era calcolata sulla base del volume del prodotto, a partire dall'entrata in vigore della norma, il calcolo avverrà

in base al titolo alcolometrico, sovvertendo il principio vigente nell'Unione europea. Inoltre, è previsto un periodo transitorio di 18 mesi (dal 1° agosto 2023 al 1° febbraio 2025), nel quale sarà previsto un regime particolare per i vini con titolo alcolometrico da 11,5% a 14,5%: per questi prodotti, è prevista un'unica aliquota pari a quella applicata ai vini con titolo alcolometrico pari a 12,5%, che passerà da 2,97 a 3,56 sterline al litro (circa il 20% in più). Per gli spumanti, invece, è stata eliminata l'accisa più alta: il regime delle accise britannico non fa più alcuna distinzione tra i vini spumanti e i vini fermi, con le tasse sulle bollicine che scendono

I dazi Uk, occasione per gli sparkling e spada di Damocle sui consumi: il commento di Pietro Mattioni, ad di Zonin1821

La decisione del Governo di Londra rischia di rivelarsi un boomerang, perché se calano ancora i consumi va in difficoltà un'intera filiera, molto redditizia per il Paese. Il percorso è ormai segnato, e i produttori non possono che adeguarsi, anche perché produrre vini con gradazioni alcoliche inferiori non è sempre possibile, né semplice

“Per le aziende è complicato trovare delle strategie commerciali per reagire alle politiche dei Governi che aumentano le accise, soprattutto se consideriamo che queste norme vengono promulgate in un momento di rallentamento dell'economia nazionale e internazionale. Queste decisioni, che sicuramente hanno una loro ragion d'essere, se consideriamo il perimetro ad ampio raggio nel quale opera la manovra politica, rischiano però di comprimere settori potenzialmente molto redditizi per il nostro sistema Paese. Nel corso della storia, in Inghilterra, le accise hanno avuto, e hanno tutt'ora, una valenza 'compensativa' ma potremmo anche dire 'punitiva' nei confronti di quelle categorie di consumo che vengono ritenute responsabili di impoverire, anche culturalmente e socialmente, il Paese. In merito ai valori 'record delle accise' sugli alcolici in Uk ipotizziamo, in questo momento, un andamento più rassicurante per un vino iconico e fortemente esportato come il Prosecco, mentre c'è una forte preoccupazione per i vini fermi, alcuni dei quali come l'Amarone sono un vero e proprio emblema della produzione enoica e culturale nostro Paese. Particolarmente interessante notare che questa manovra, caratterizzata da una eco salutare poiché mira a far riconoscere socialmente che i pub sono ambienti sorvegliati e meno associati ai danni dell'alcol, da un lato non penalizza, infatti, la birra alla spina mentre dall'altro colpisce soprattutto l'off-trade: supermercati e negozi dediti alla vendita di alcolici prodotti o importati in Uk. Così facendo, i consumatori di vino inglesi stanno subendo il più grande aumento delle imposte del vino dal 1975. Detto questo, è ancora troppo presto comprendere l'impatto in termini di business di questa decisione politica: ci sarà bisogno di un periodo di tempo di almeno due mesi affinché il canale possa allineare i prezzi a scaffale alla nuova normativa. Non possiamo però non considerare che già negli ultimi mesi, il mercato, ha registrato un -8% del fatturato e sta

già dunque affrontando una fase di rallentamento. Come possiamo comprendere, questo ulteriore aumento delle accise, potrebbe rivelarsi un duro colpo per il canale off-trade inglese e quindi anche per le aziende vitivinicole che esportano nel Regno Unito. Dal punto di vista dell'attuazione della norma, le aziende, anche se mai fossero un sistema coeso di realtà operanti in un settore specifico, hanno poche aree di manovra per dialogare con le istituzioni e ridefinire o discutere questa decisione politica. Anzi, è più probabile, che una volta stabilito dalle istituzioni un aumento delle accise non si torni più indietro, o per lo meno, non rapidamente. Dal punto di vista dell'evoluzione del nostro settore, considerando che sarà difficile e piuttosto complicato abbassare il grado alcolico dei vini fermi iconici mantenendone inalterata la qualità, possiamo però ragionevolmente ipotizzare una crescita dei vini dealcolati e a bassa gradazione alcolica (sui quali però, in merito al processo di dealcolazione, in Italia dobbiamo avanzare a livello legislativo). Per imparare a cogliere nuove opportunità di mercato in un contesto instabile come quello attuale dobbiamo dunque capire come rendere competitivi, non solo i nostri vini, ma l'intera cultura vitivinicola che rappresentano. Non possiamo ignorare un consumatore che perde potere d'acquisto ed è naturalmente spinto ad acquistare vini a un prezzo inferiore. Dobbiamo comprendere come tutelare e valorizzare il made in Italy ben sapendo che i prodotti ultra premium, che continueranno ad andare molto bene, rappresentano una fascia molto marginale del mercato vitivinicolo italiano”.



da 3,81 sterline a 3,56 (il 6,56% in meno).

Secondo UIV è chiaramente una misura atta a dissuadere i consumi di superalcolici, in linea con gli obiettivi salutistici dell'Oms. Il problema è che coinvolge anche il vino (che superalcolico non è) e - guarda caso - risparmia le bevande più "di casa": la birra, oltre al sidro e alle bevande a basso contenuto alcolico. Finito il periodo transitorio (che assimila i vini da 11,5 a 14,5 gradi come se fossero tutti prodotti da 12,5 gradi) poi le accise cambieranno e ogni grado (o frazione) avrà la propria quotazione, causando sul piano amministrativo non pochi disagi.

Dal fronte interno, una prima analisi critica arriva dall'ad della Wine and Spirit Trade Association (Wsta), Miles Beale, che a un mese dall'entrata in vigore dei nuovi dazi, in un'intervista rilasciata a "The Drinks Business", predica calma, perché gli effetti sono destinati a vedersi solo a lungo termine, e per ora "diversi rivenditori e grossisti hanno deciso di non trasferire immediatamente gli aumenti sui prezzi finali, almeno finché non avranno svuotato i magazzini dalle bottiglie sdoganate prima del 1° agosto. È chiaro però che il più grande aumento dei dazi sul vino degli ultimi 50 anni non potrà essere pagato dalla filiera, ma verrà scaricato sui consumatori, che si troveranno a pagare un conto finale di 500 milioni di sterline. Queste, almeno, sono le previsioni del Ministero del Tesoro, che rischiano però di rivelarsi sin troppo ottimistiche, e di sottovalutare l'elasticità della domanda di un'industria come quella del vino e, in generale, degli alcolici", ha spiegato Miles Beale.



Cosa cambia in Russia

La decisione di Mosca di portare i dazi sul vino importato dai Paesi "ostili" al regime di Putin, come scritto, è squisitamente politica, e arriva dopo mesi di minacce, in cui le prospettive, per un momento, sono state persino peggiori. Al di là della geopolitica, infatti, tra chi ha sostenuto con forza l'iniziativa c'è l'Associazione russa dei viticoltori e dei produttori di vino, che a giugno aveva chiesto che l'aliquota venisse portata addirittura al 50%, così da spingere i consumi e le vendite delle produzioni nazionali. Il dazio al 20%, che dal 1° agosto grava su tutti i vini e i vermouth - rispetto al 12,5% per i vini e al 10% per i vermouth -, a partire da un valore minimo di 1,5 dollari al litro, in quest'ottica potrebbe sembrare il minore dei mali per il vino italiano e occidentale, e una grossa occasione per la viticoltura russa, che negli ultimi dieci anni ha visto una crescita importante degli investimenti. In realtà, l'iniziativa del Ministero dello Sviluppo economico ha raccolto una certa perplessità anche sul fronte interno. I distributori russi, come ha spiegato Alexander Lipilin, direttore esecutivo della società commerciale di vino Fort al quotidiano russo

Gli effetti dei dazi russi sui consumi interni secondo Quirico Decordi, patron della Vinicola Decordi

A pagare le conseguenze delle scelte del Cremlino, oltre ai produttori italiani, saranno i consumatori russi, perché i dazi al 20% avranno un impatto maggiore sui vini entry level, proprio il target della Vinicola Decordi, azienda emiliana che fa il 10% del proprio fatturato export in Russia, dove nei primi 8 mesi del 2023 aveva segnato una crescita del 34% dei volumi spediti e del 55% dei valori

“Questo aumento dei dazi rischia di rallentare molto le esportazioni del vino italiano e del resto del mondo occidentale. Il vino in Russia è un bene di largo consumo, e una decisione del genere va a colpire principalmente le classi meno abbienti, mentre i vini di alta qualità, consumati al ristorante dai più benestanti, subiranno una contrazione minore. In estate abbiamo subito visto una frenata globale degli ordini, dovuta alla preoccupazione degli importatori, impauriti dall'idea di riempire i magazzini, dopodiché, i listini sono stati riallineati ai rincari dovuti ai dazi e gli ordini sono ripartiti, seppure in maniera parziale. Le vendite, in ottica futura, sono destinate a ridimensionarsi: inizialmente con cali anche del 30-40%, per poi ridursi della metà, ma è difficile fare previsioni a lungo termine. Soprattutto, non ci sono strategie da mettere in campo: quando un Paese decide di importare di meno non si può fare molto, specie rispetto ai vini che esportiamo noi, entry level, per i quali non si può pensare a politiche di riduzione del prezzo, viste le bassissime marginalità. L'unica possibilità potrebbe arrivare da una riduzione dei costi di produzione, ma non sono ipotesi al momento sul tavolo. Rischiamo di perdere quote di mercato importanti, specie perché non sembra una tassa momentanea, ma strutturale, nel contesto delle tensioni internazionali succedute alla guerra in Ucraina: la speranza è proprio quella di tornare ad avere relazioni commerciali normali al finire, prima o poi, del conflitto”.



Russia: l'impatto dei nuovi dazi sull'export italiano secondo Alberto Serena, ceo di Montelvini

Prima ancora dei dazi, la debolezza del rublo ha cominciato a minare la rapida ascesa del vino italiano sul mercato russo. I dazi al 20% sulle importazioni avranno un impatto enorme, ma non tutto potrà essere rimpiazzato dalle produzioni di Georgia e territori vicini: il Prosecco prova a resistere

“Gli aumenti dei dazi voluti dalla Russia stanno avendo un impatto importante sulle nostre esportazioni. Da qualche mese si registrano gli effetti di due fenomeni: da una parte il cambio sfavorevole euro/rublo, iniziato già dalla primavera, mentre dal 1° settembre, invece, sono entrati appunto in vigore gli aumenti dei dazi, che dobbiamo ancora quantificare in termini di impatto, ma temiamo possa essere importante. Due rincari che rischiano di portare a un aumento dei prezzi al consumatore vicino al 30%, che non ci permette evidentemente di intervenire per arginare il fenomeno, con il rischio di veder cambiare il posizionamento allo scaffale dei nostri prodotti. L'unico intervento che possiamo fare è quello di allungare i tempi del credito, per quanto possibile e ricordando sempre i limiti di un Paese tutt'altro che stabile. Dai segnali che ci arrivano, la categoria che potrebbe risentirne meno è quella del Prosecco, ormai solido sul mercato russo, ma questo non vuol dire che non rischi di perdere quote di mercato. Colpendo in maniera indiscriminata tutte le produzioni occidentali, i dazi voluti da Mosca avranno come effetto quello di accelerare le importazioni dalla Georgia e i territori vicini, Paesi che, comunque, non producono nulla di simile al Prosecco. Ovviamente, la situazione russa è a dir poco preoccupante ormai da un anno e mezzo, per questo motivo l'unica strategia possibile è stata quella di concentrarsi sullo sviluppo di nuovi mercati, tra Asia ed Est Europa. Ad oggi, tuttavia, questi nuovi mercati non compensano comunque i flussi che prima venivano assorbiti dalla Russia. Nel 2022 abbiamo registrato un calo delle esportazioni verso Mosca intorno al 30%, con gli scambi totalmente bloccati per mesi. Nel 2023 le cose erano partite bene, ma alla fine credo che confermeremo il dato dello scorso anno. Il Prosecco nei primi sei mesi 2023 aveva registrato il +50% sullo stesso periodo del 2022, ma è un dato che può ingannare: all'epoca la guerra era appena iniziata, e le spedizioni erano ferme”.



27 OTTOBRE 2023 – CONVEGNO TECNICO

Hotel Castelbrando, Cison di Valmarino - TV - Per info e prenotazioni convegno congresso@associazionemiva.it
Valido per attribuzione crediti della formazione professionale ordine agronomi ed enologi



MULTIPLICATORI ITALIANI VITICOLI ASSOCIATI

INNOVARE
IL FUTURO

CONGRESSO
NAZIONALE

PARTECIPAZIONE CONVEGNO INCLUSO PRANZO A BUFFET – €50
DEGUSTAZIONE DI OLTRE 10 VINI SELEZIONATI – €20

PROGRAMMA

09:00 Saluti delle autorità e avvio lavori

INTRODUZIONE – Il vino del futuro

INNOVAZIONE IN VITICOLTURA – Approcci tecnici, nuovi ibridi interspecifici, miglioramento genetico, recupero dei vitigni storici e di territorio

Pausa caffè

TECNICA VIVAISTICA – Focus sulla tecnica dell'innesto in verde, applicazioni tecniche e prospettive

SOSTENIBILITÀ – Presentazione dello standard Equalitas per il vivaismo viticolo, focus sui primi dati della Carbon Footprint

NORMATIVA – Nuova Normativa per il Vivaismo Viticolo

Fine lavori e dibattito

13:30 Pranzo a buffet

14:00 EVENTO FIERISTICO DEDICATO AL SETTORE DEL VIVAISMO VITICOLO

14:30 DEGUSTAZIONE VINI – da vitigni resistenti e vitigni antichi e di territorio



I nuovi dazi della Federazione Russa

L'aumento dei dazi sui vini importati dall'Italia e da molti Paesi occidentali, di cui al Decreto n. 1173 ("Sulle modifiche ad alcuni atti del governo della Federazione Russa"), approvato il 20 luglio scorso dal Governo della Federazione Russa, fissa una "aliquota al dazio doganale all'importazione come percentuale del valore doganale in euro o in dollari Usa" come segue:

Vini fermi e spumanti, altri vini e mosto d'uva la cui fermentazione è stata impedita o arrestata mediante l'aggiunta di alcol, in recipienti di capacità da meno di 2 litri fino a 10 litri, vermouth e altri vini naturali d'uva con aggiunta di sostanze vegetali o aromatiche:
il 20%, ma non meno di 1,5 dollari al litro

Le nuove accise in Norvegia e Svezia



NORVEGIA
Tutte le bevande da 4,7 a 22 gradi
da 4,76 a 4,95 Corone norvegesi/litro

SVEZIA
Tutti i vini da 8,5 a 15 gradi
da 26,18 a 27,49 Corone svedesi/litro

Tutti i vini da 15 a 18 gradi
da 54,79 a 57,53 Corone svedesi/litro



Le decisioni dei Monopoli scandinavi sull'export italiano nell'analisi di Enrico Gobino, direttore vendite Nordics di Argea

Anche i Paesi scandinavi segnano aumenti importanti dei dazi sul vino e gli altri alcolici, ma non è una novità. Quello che preoccupa davvero, è l'impatto combinato con altre dinamiche - dalla svalutazione della corona svedese ad altre tasse - in un contesto socio-economico mai così complesso e allarmante, che comprime il potere d'acquisto dei consumatori



Incassiamo le decisioni prese dai Paesi scandinavi, perché con i Monopoli non possiamo che prendere atto della situazione, muovendoci di conseguenza. Sono mercati rilevanti, dal punto di vista dimensionale, per l'Italia, presente principalmente sulla fascia media e medio-alta, che in generale sta registrando cali importanti in termini di volumi. In Svezia l'incremento delle accise, di 2 corone al litro, deciso a inizio anno, colpisce pesantemente i bag-in-box, e a gennaio 2024 ci sarà un altro incremento, di 2 corone al litro, a cui si somma un adeguamento del calcolo dei margini da parte del Monopolo e, in prospettiva futura, un'ulteriore tassa che andrà a colpire i packaging più impattanti per l'ambiente. E ancora, un altro aspetto rilevante è il crollo della corona svedese, che negli ultimi 24 mesi ha perso quasi il 20% nel cambio con l'euro. Gli importatori, in questo contesto, hanno la possibilità di ritoccare i prezzi solo due volte all'anno, cosa che hanno già fatto per non subire gli effetti degli aumenti di gennaio 2024. Nella vicina Finlandia, invece, c'è lo spauracchio di un nuovo aumento delle accise, pari al 12,7%, su tutte le bevande fermentate con una gradazione superiore agli 8,3 gradi, che coinvolgerebbe ovviamente anche il vino, un settore già in calo. Sono Paesi che hanno sempre supportato i costi sociali con la fiscalità, e quindi con il bilancio pubblico, che è stato messo pesantemente in difficoltà dalla pandemia. Sul lungo periodo l'aumento delle accise sui mercati scandinavi è una dinamica inesorabile, che però c'è sempre stata, e ha permesso una qualificazione del portfolio Italia: non essendo proporzionali, paradossalmente impattano maggiormente sui prodotti a più basso valore aggiunto, e questo ci ha spinto, come Paese, a puntare su un livello medio più alto. Normalmente, questi cicli di aumenti, non hanno mai preoccupato più di tanto la filiera, ma la vera preoccupazione oggi è per il contesto socio-economico, con l'inflazione che erode la capacità di spesa di Paesi molto ricchi, che si ritrovano a dover comprimere i consumi".



"Vedomosti", prevedono effetti importanti soprattutto sui vini della fascia più bassa, che potrebbero persino raddoppiare di prezzo, contagiando nel rialzo anche le produzioni nazionali che, rileva il fondatore e presidente di Simple Group, Maxim Kashirin finirebbero per allinearsi all'aumento dei prezzi dei vini importati. Con il consumatore russo, quindi, che potrebbe trovarsi "costretto" a bere vini di bassa qualità o spendere almeno 700 rubli per un litro di vino, finendo, inevitabilmente, a scegliere birra e vodka.

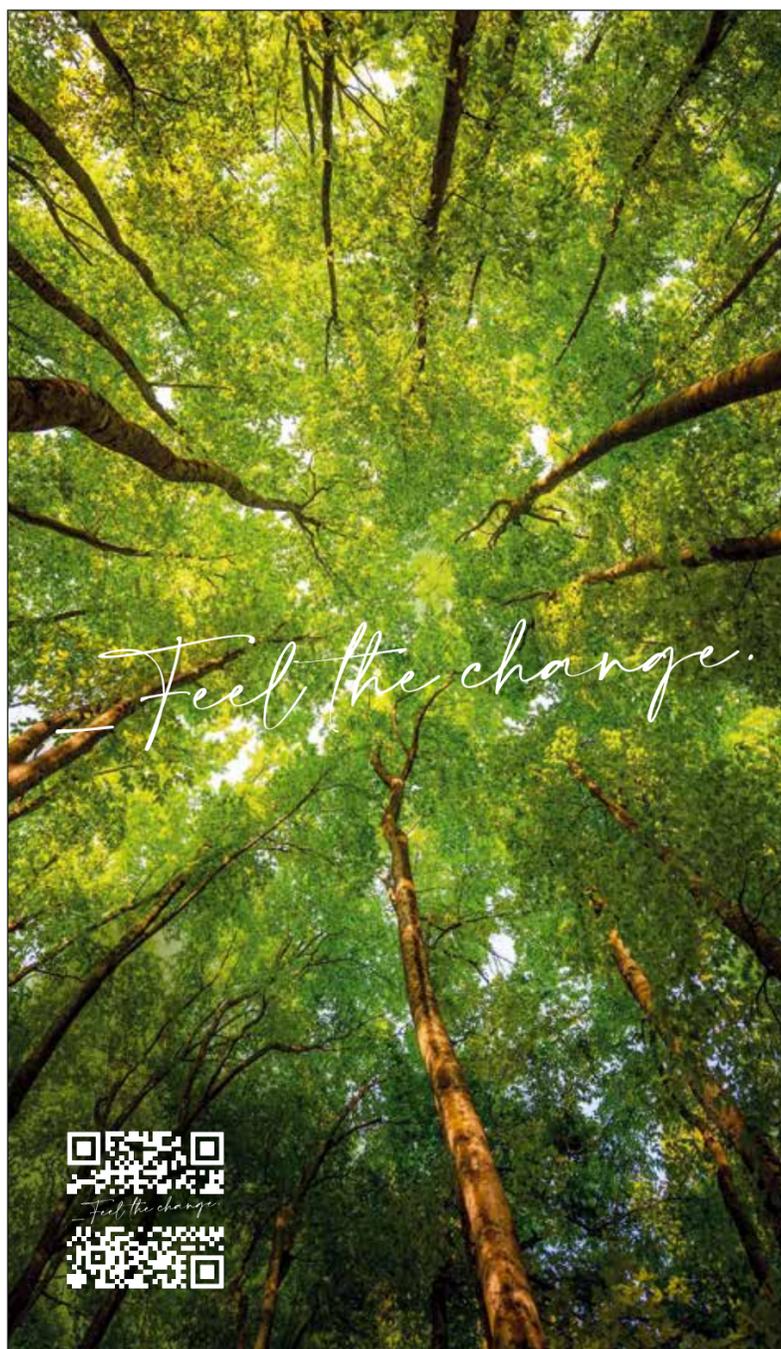
Cosa cambia in Norvegia e Svezia

La Norvegia, un po' come tutti i Paesi scandinavi, ha una lunga storia di abuso dei consumi di alcol, che hanno spinto da anni il Governo di Oslo a seguire quasi pedissequamente le linee guida dell'Oms. In questo senso, le imposte sull'alcol generano entrate per lo Stato, e contribuiscono a garantire che i prezzi dei prodotti alcolici includano i costi sanitari e gli svantaggi che il consumo di alcol comporta per la società. L'imposta, quindi, deve essere pagata sia

sui prodotti importati che sulla produzione interna di alcolici, ed il livello delle accise è deciso dal Parlamento norvegese ogni anno. Per garantire il sostegno alle politiche contro l'abuso di alcolici, il livello dell'imposta deve essere bilanciato perché, ad esempio, un livello troppo elevato delle accise potrebbe essere aggirato dal commercio transfrontaliero, dal contrabbando e dalla distillazione domestica di alcolici. Gli effetti sulla salute della tassazione dei prodotti alcolici, in Norvegia, devono essere

valutati rispetto ai costi sociali prodotti dai consumi stessi, e in questo senso è interessante notare che il livello di tassazione deciso per il 2023 (4,95 corone norvegesi per grado volume al litro per tutti i prodotti con una gradazione compresa tra 4,7 e 22 gradi) è inferiore, ad esempio, a quello deciso nel 2020 (5,11 corone norvegesi), e praticamente identico a quello del 2018 e del 2019 (4,94 corone norvegesi). La necessità di far ripartire i consumi dopo la pandemia, invece, spinse il Governo a un taglio sensibile del-

le accise nel 2021 (4,76 corone norvegesi) e nel 2022 (4,82 corone norvegesi). In Svezia, invece, l'incremento delle accise per tutte le bevande alcoliche colpisce il vino con valori variabili in base al grado (sopra o sotto i 15°), con una media che supera 2 corone a litro tra gli 8,5° e i 18° (vedi tabella). La preoccupazione è che il rincaro raddoppierà nel 2024 aggiungendosi ad arrotondamenti e aumento della marginalità del Monopolo che porteranno l'incremento ben oltre lo 0,5% di oggi.



Feel the change.



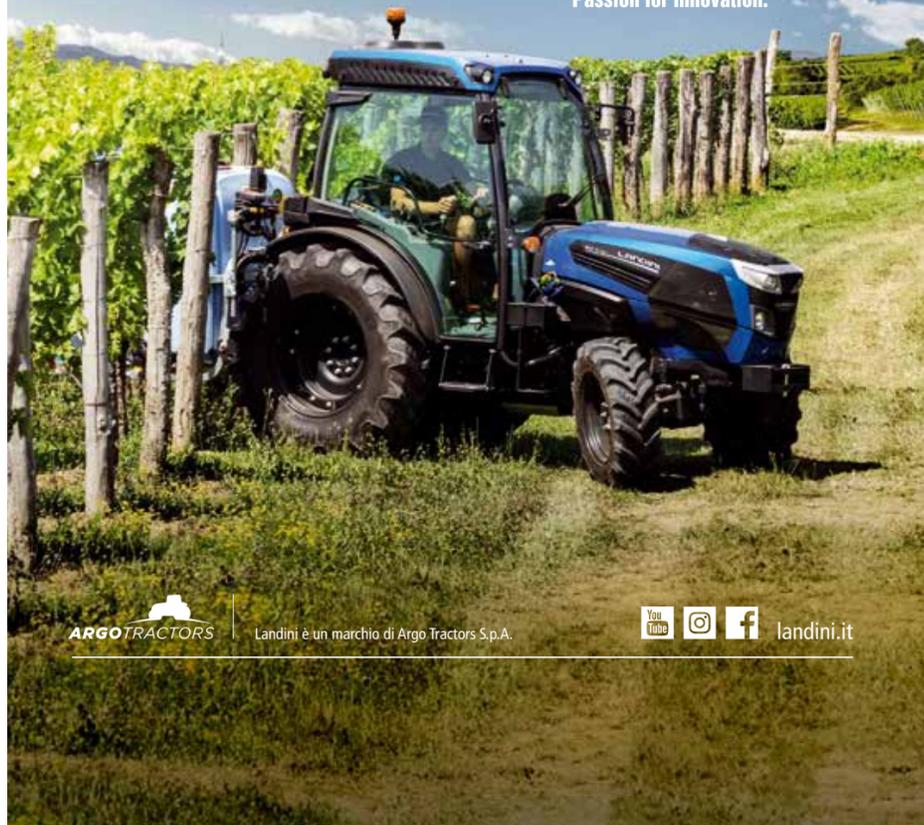
INNOVATIVO PER NATURA.



L'innovazione Landini entra in una nuova era. Cresce l'efficienza, scendono consumi ed emissioni. Trattori proiettati nel futuro, con standard di sicurezza e di comfort superiori e una dotazione completa di avanzate soluzioni digitali che riducono l'impatto ambientale delle lavorazioni ottenendo il massimo delle prestazioni responsabili. Benvenuti nella nostra storia e nel nostro futuro.

Landini

Passion for Innovation.



ARGOTRACTORS

Landini è un marchio di Argo Tractors S.p.A.



ANALISI
DEI FLUSSI
E IPOTESI
DI IMPATTO

COSA POTREBBE SUCCEDERE AL NOSTRO EXPORT

Dazi ostili e aumenti di accise aprono nuovi scenari per il commercio internazionale dei vini, in un'arena in cui si incrociano interessi divergenti, fratture geopolitiche e rischi di derive protezionistiche, gettando altra sabbia negli ingranaggi dell'export vinicolo dei produttori europei, alle prese con stock ingombranti, inflazione da costi, consumi recessivi e segnali poco rassicuranti sullo stato di salute dell'economia globale. Un ennesimo grattacapo per le imprese vinicole nazionali, che all'estero muovono i maggiori volumi su scala mondiale, in un contesto peraltro meno fluido in cui l'imposizione di oneri accessori rischia di innescare pericolosi effetti distorsivi sui mercati. L'analisi dei dati statistici consente di valutare, sulla base di una prima stima, l'impatto che si verrebbe a determinare sull'export delle cantine italiane



Fonte tabelle
in queste pagine: Istat

Il caso Uk

Oltremarica le accise sono modulate per gradazione alcolica. Si può ragionare sul fatto che il grosso delle esportazioni italiane è sotto il 15% vol. (stiamo parlando del 95% del fatturato bottiglia fermi), quindi vini soggetti a un aumento dell'accisa del 19,72% che non è da poco. Tuttavia, considerata la riduzione dell'accisa sugli sparkling del 6,56%, categoria prevalente nella composizione dell'export tricolore per tipologia, questa decisione sembrerebbe meno impattante di quanto si possa temere (seppure significativa, soprattutto nella prospettiva di un ulteriore inasprimento del balzello).



Export di vini italiani in UK (euro)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	I sem. 2022	I sem. 2023
Spumanti	409.746.306	423.490.068	373.454.230	318.009.838	340.857.852	398.175.654	174.607.961	167.834.291
Vini in bottiglia, di cui:	373.859.424	360.719.924	366.216.305	363.152.882	370.529.723	382.491.971	178.858.740	197.950.921
Vini fermi fino a 15% vol.	350.638.349	341.692.503	346.234.481	341.140.588	352.541.257	364.618.906	171.369.802	189.264.622
Vini fermi oltre i 15% vol.	3.148.780	3.331.707	3.104.292	3.413.598	5.581.816	5.248.148	2.310.611	3.220.072
Vini altre confezioni	9.845.848	8.261.265	8.336.369	13.708.071	15.067.617	15.627.988	7.051.716	7.838.891
Vini sfusi	17.557.563	18.313.755	14.178.354	10.726.729	14.678.165	14.704.768	8.027.154	6.598.224
Mosti	1.195.407	749.420	802.607	893.291	547.769	574.478	203.332	202.202
TOTALE	812.204.548	811.534.432	762.987.865	706.490.811	741.681.126	811.574.859	368.748.903	380.424.529

Ottieni
grandi
risultati
con una
concimazione
di qualità



Un'ampia gamma di concimi **organici, organo-minerali**, anche **biologici** e l'eccellenza dei prodotti **Terrapiù** per ottenere rese più generose e sostenibili. La concimazione è importante per ripristinare la fertilità del suolo e fornire elementi nutritivi alle piante, fai la scelta giusta!

www.agribiositaliana.it





Al riguardo si deve considerare che sul 49% del fatturato da export in Uk (l'analisi è basata sui dati del 2022), l'Italia beneficia di un taglio di accisa (si tratta nello specifico di spumanti e proseccchi), ma su un 45% di export (quello delle bottiglie fino a 15% vol.) l'aumento è sensibile (+19,72%). Un 11,36% di aumento dell'accisa colpisce inoltre un aggiuntivo 0,6% di fatturato

bottiglia fermi (in questo caso si tratta della categoria classificata dall'Istat oltre 15% vol.). Sulla base di queste considerazioni l'effetto netto è comunque significativo, si può stimare un aumento ponderato di accisa su tutto l'imbottigliato (fermo e bollicine) del 6,04% che costituisce comunque un aggravio non secondario in una fase, peraltro, di riduzione dei consumi, di tensione

sui prezzi retail e di tendenziale peggioramento delle prospettive macroeconomiche. Tanto più se si considera che gli ultimi sviluppi dell'export in Regno Unito (primo semestre 2023) restituiscono una flessione annua del fatturato spumanti del 3,9%, che potrebbe tuttavia ripartire grazie alla riduzione del prezzo retail. Al contrario le esportazioni di vini fermi in bottiglia sono aumentate del 10,7%, ma in questo caso l'export potrebbe subire i contraccolpi dovuti a un aumento delle accise. Per tutto il 2023 le proiezioni sono meno favorevoli, con la seconda metà dell'anno che potrebbe riservare performance più modeste (nel primo semestre l'intero export di vini italiani è comunque cresciuto del 3% in valuta). Nel 2024 l'effetto accise potrebbe cambiare alcuni degli assetti attuali, ma l'impatto dovuto a un aumento dei prezzi al dettaglio potrebbe limitare ulteriormente il giro d'affari.

I dazi ritorsivi della Federazione Russa

Mosca ha alzato il dazio doganale su tutte le referenze vinicole (senza distinzioni tra categorie), un inasprimento tariffario che si inserisce in un contesto di crescita sostenuta delle esportazioni di vini e spumanti italiani (+16% nel 2022 e addirittura +64,6% nel primo semestre 2023). È verosimile attendersi, in generale, un parziale spostamento degli acquisti russi su vini provenienti da Paesi esonerati dagli extra costi daziari, come la Georgia che già svolge un ruolo significativo in tutta l'area dell'ex-Urss. Va anche detto, tuttavia, che l'Italia esporta in Russia vini prevalentemente a buon mercato, un fattore che dovrebbe preservarla da repentini cambi di direzione per il solo



Export di vini italiani in Russia (euro)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	I sem. 2022	I sem. 2023
Spumanti	38.520.193	47.590.339	57.909.291	56.408.309	71.150.346	91.048.504	18.911.480	31.387.905
Vini in bottiglia	70.488.253	56.312.064	71.716.114	68.817.365	76.692.472	80.630.209	21.743.044	35.688.087
Vini altre confezioni	201.604	349.744	164.567	333.814	389.993	316.617	89.794	110.517
Vini sfusi	1.959.780	3.817.446	919.770	236.281	324.214	107.297	107.297	81.400
Mosti	90.665	5.000	27.363		27.487	4.896	4.896	1.292
TOTALE	111.260.495	108.074.593	130.737.105	125.795.769	148.584.512	172.107.523	40.856.511	67.269.201

effetto dei dazi (anche se le preoccupazioni dei produttori sono forti, vedi interviste a pag. 3). Altro aspetto da considerare è che il fatturato oltre gli Urali rappresenta appena il 2,2% del totale giro d'affari all'estero, contro il 10,3% del Regno Unito, di conseguenza l'impatto sulla bilancia vitivinicola nazionale sarebbe di magnitudo molto modesta.

Forse, più preoccupante dell'aggravio tariffario in dogana è l'evidenza del forte deprezzamento del rublo, con il cross contro l'euro balzato a 104 rubli contro i 57 di un anno fa. L'80% di svalutazione alza sensibilmente il costo dei vini di importazione, con inevitabili effetti di trascinamento sui prezzi retail. L'economia russa, dopo la retromarcia del 2% del 2022, dovrebbe

crescere quest'anno solo di un frazionale 0,8% e dello 0,9% nel 2024 (si tratta di stime prodotte dall'Ocse, che Oltremarica prevede invece un pallido +0,3% nel 2023 e uno 0,8% di crescita l'anno prossimo). L'inflazione quest'anno è attesa in Russia al +5,6%, meno del +7,2% previsto in Uk. In conclusione, l'anno prossimo le esportazioni di vini

italiani in Russia subiranno prevedibilmente qualche impatto per via dell'aumento del dazio, sia pure in un contesto in cui i fattori prevalenti, con maggiore grado di influenza sui consumi in Russia, sono altri, in primis l'esito del conflitto in Ucraina, gli sviluppi dei rapporti diplomatici con l'Occidente e gli andamenti sui mercati valutari.

La difficile lettura dei mercati scandinavi

L'aumento delle accise in Norvegia si aggira, per i vini, attorno al 4%. Per l'Italia la Norvegia rappresenta una meta tuttavia secondaria, con fatturati (poco più di 110 milioni annui) anche inferiori a quelli realizzati dalle cantine tricolore in Russia (stiamo parlando dell'1,4% di incidenza sul fatturato export vino e spumanti nel complesso). Nel 2022 le esportazioni dirette a Oslo hanno subito, in valore, una flessione del 6%

(-7,1% nel primo semestre 2023). Per due terzi si tratta di vini fermi in bottiglia, per un altro 16% di sparkling. La corona norvegese ha subito quest'anno un importante deprezzamento nel rapporto di cambio con l'euro. Ma stiamo parlando di un Paese in cui il grosso del mercato degli alcolici è controllato dal monopolio "Vinmo-



nopolet" e, quindi, tutto dipenderà dai rapporti con questo acquirente. L'Italia è ben posizionata rispetto ad altri competitor (con i rossi è leader), anche se gli ultimi due anni sono stati meno lusinghieri (nel 2022 l'export è sceso del 6%) e lo sarà anche quest'anno, dopo un primo semestre che ha già espresso una perdita di fatturato del 7%. Il trend dell'ultimo triennio e l'impatto delle accise prefigurano un quadro di debolezza anche nel 2024, con possibili effetti di second round da una crescita economica nel Paese (netto energetico) sotto il potenziale.

In Svezia, dove la Francia è leader per le esportazioni di vini, si delinea uno scenario analogo. Anche Stoccolma affida il mercato degli alcolici a un'azienda pubblica, "Systembolaget", che gestisce in monopolio le reti di vendita. Per le cantine italiane quello svedese è un mercato più dinamico e con fatturati più robusti rispetto a quelli norvegesi. Il bilancio delle vendite, fino al 2022, è stato positivo, nel trend degli ultimi sei anni, ma le evidenze più recenti forniscono un quadro meno favorevole, con uno stop (-5%) nel primo semestre 2023, dovuto verosimilmente all'effetto combinato di un aumento dell'accisa di 2 corone per litro (circa 18 centesimi di euro), in vigore dal 1° gennaio di quest'anno, da un incremento del 2% del margine di monopolio e da una svalutazione della corona svedese contro l'euro di quasi il 9% negli ultimi 12 mesi e di oltre il 17% nell'arco di due anni. Nel worst case scenario, con un nuovo inasprimento dell'accisa del 2% già deliberata dal 1° gennaio prossimo, le esportazioni potrebbero subire nel 2024 un ulteriore contraccolpo, con possibile rottura della soglia critica dei 200 milioni di euro. Nella migliore delle ipotesi si avrà invece una stagnazione, salvo fattori esogeni di impulso oggi non prevedibili. p.f.

Export di vini italiani in Scandinavia (euro)

Svezia	2017	2018	2019	2020	2021	2022	I sem. 2022	I sem. 2023
Spumanti	33.136.747	42.243.305	45.319.634	45.664.180	48.520.635	52.259.268	28.570.910	29.439.418
Vini in bottiglia	98.124.530	97.923.956	100.011.415	102.218.241	108.525.799	119.100.930	59.290.987	54.318.412
Vini altre confezioni	12.003.809	19.534.359	22.248.771	24.197.928	23.828.151	24.499.277	13.555.436	12.487.416
Vini sfusi	21.406.449	16.706.810	12.571.016	14.123.981	12.843.579	13.246.138	6.776.295	7.061.120
Mosti	241.745	195.709	205.152	90.188	188.810	11.155	8.940	480
TOTALE	164.913.280	176.604.139	180.355.988	186.294.518	193.906.974	209.116.768	108.202.568	103.306.846

Norvegia	2017	2018	2019	2020	2021	2022	I sem. 2022	I sem. 2023
Spumanti	14.997.900	15.534.633	15.470.663	17.458.139	18.193.746	17.742.062	10.014.089	9.476.891
Vini in bottiglia	60.596.349	58.511.649	62.609.570	77.441.370	75.311.566	71.413.501	35.532.544	31.738.659
Vini altre confezioni	10.372.078	12.956.478	10.834.844	18.463.243	16.209.555	15.353.671	8.396.457	8.287.379
Vini sfusi	8.048.067	6.655.458	5.819.388	9.333.620	7.632.442	5.826.980	3.247.372	3.648.338
Mosti	30.838	119.300	87.605	11.289	6.150	11.127	4.104	6.943
TOTALE	94.045.232	93.777.518	94.822.070	122.707.661	117.353.459	110.347.341	57.194.566	53.158.210

Finlandia	2017	2018	2019	2020	2021	2022	I sem. 2022	I sem. 2023
Spumanti	7.951.605	9.805.858	9.386.654	10.885.414	13.628.299	16.117.844	8.901.980	8.877.076
Vini in bottiglia	23.396.337	25.544.350	27.771.122	29.648.325	29.540.914	30.093.236	14.635.404	13.781.683
Vini altre confezioni	1.708.764	2.532.661	2.427.041	2.967.832	3.384.894	2.864.715	1.710.619	1.118.500
Vini sfusi	1.448.085	965.549	1.016.192	1.531.403	734.340	948.991	546.434	499.232
Mosti	4.187	34.945	60.676	19.288	11.086	24.617	15.636	5.611
TOTALE	34.508.978	38.883.363	40.661.685	45.052.262	47.299.533	50.049.403	25.810.073	24.282.102



COME CAMBIA LO SCENARIO
DELLA SOSTENIBILITÀ:
RIFLESSIONI CON ROSSELLA SOBRERO



“ABITARE IL CAMBIAMENTO” Torna il Salone della CSR e dell’innovazione sociale

Dal greenwashing al greenhushing, dagli Esg alle nuove norme europee, dalla misura dei parametri all’analisi d’impatto: quali le nuove priorità della sostenibilità nelle parole dell’esperta che ci introduce alla nuova edizione del principale evento in Italia dedicato alla responsabilità sociale. In programma, dal 4 al 6 ottobre a Milano, 115 eventi con oltre 500 relatori coinvolti, per “costruire una nuova bussola di valori, credere nell’innovazione, valorizzare il ruolo che ognuno gioca per lo sviluppo sostenibile”



di LUCA SESSA



Rossella Sobrero

Lo scorso anno si parlava molto (anche sul nostro giornale) di greenwashing, adesso si discute del rischio greenhushing (il non comunicare da parte delle aziende i progressi e risultati in ambito ambientale per non essere giudicate, ndr); si spiegava cosa sono gli Esg che ormai sembrano entrati nel lessico comune dei media; si introducevamo i misuratori di performance mentre oggi si parla di impatto. In un anno lo scenario della sostenibilità appare radicalmente cambiato, come ci racconta l’esperta e docente di comunicazione sociale **Rossella Sobrero**, un mutamento che ritroviamo anche nel titolo della prossima edizione (l’undicesima) del Salone della CSR e dell’innovazione sociale, in programma dal 4 al 6 ottobre a Milano negli spazi dell’Università Bocconi, dedicato ad “Abitare il cambiamento”. Un evento culturale che rappresenta una fondamentale oc-

casione di incontro, confronto e networking tra organizzazioni, all’interno di una piattaforma di comunicazione dove raccontare la propria esperienza. Ma anche uno spazio di aggiornamento sui trend attuali, un attivatore di comportamenti positivi e un luogo nel quale si generano nuove idee. Tutto questo, e molto altro, è il Salone della CSR e dell’innovazione sociale, l’appuntamento più atteso da chi crede nella sostenibilità. Riconosciuto come il principale evento in Italia dedicato a questi temi e promosso da Bocconi, Sustainability Makers, Global Compact Network Italia, ASviS, Sodalitas, Unioncamere, Koinètica, il Salone ha contribuito alla diffusione della cultura della responsabilità sociale, offerto occasioni di aggiornamento, facilitato il networking tra i diversi attori sociali. “Per riuscire a raggiungere questo obiettivo è necessario costruire una nuova bussola di valori, credere nell’innovazione, valorizzare il ruolo che ognuno gioca per lo

sviluppo sostenibile” sottolinea Rossella Sobrero al nostro giornale. Limitare i costi economici e i danni sociali determinati dagli impatti del cambiamento climatico è una urgenza all’ordine del giorno che può essere affrontata solo con un repentino cambio operativo da parte delle aziende. Il cambiamento però, per definizione, non è sempre facile, e il Salone diviene quindi un prezioso riferimento per testimoniare la validità dei comportamenti responsabili ma anche per raccontare le difficoltà quotidiane. Secondo la Sobrero, gioca un ruolo strategico la comunicazione aziendale che dovrebbe raccontare non solo ciò che è stato concretamente fatto, ma anche sottolineare gli insuccessi registrati a causa delle problematiche di varia natura che non hanno permesso di raggiungere determinati risultati. “Solo così possono essere scongiurati i rischi di greenwashing e greenhushing”, aggiunge l’organizzatrice del Salone.

IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE
PAOLO CASTELLETTI

DIRETTORE RESPONSABILE
GIULIO SOMMA g.somma@uiv.it

REDAZIONE
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it
CARLO FLAMINI (Curatore pagine Osservatorio del Vino) c.flamini@uiv.it

HANNO COLLABORATO
Luca Sessa, Lucio Brancadoro, Davide Bianchi, Patrick Marcuzzo, Luca Masiero, Carmelo Zavaglia, Roberto Carraro, Alessandro Romano

GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI,
ALESSANDRA FARINA

SEGRETERIA DI REDAZIONE
tel. 02 7222 281, corrierevinicolo@uiv.it

PROMOZIONE & SVILUPPO
LAURA LONGONI (desk), tel. 02 72 22 28 41, l.longoni@uiv.it
GIORGIO GORIA, cell. 346 7867907, g.goria@uiv.it
GIORDANO CHIESA, cell. 335 1817327, g.chiesa@uiv.it
Grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

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

Associato all’Unione Stampa Periodica Italiana



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



www.vicopad.it

Abbiamo cura delle tue barbatelle.

**TRATTAMENTI INNOVATIVI,
CONSERVAZIONE OTTIMALE
E CONSEGNE RAPIDE.**

Ti offriamo il meglio dei nostri servizi
per il tuo vigneto.



Padergnone
VIVAI VITICOLI COOPERATIVI

Via Barbazan, 19 Padergnone | 38096 Vallelaghi (TN) Trentino | Tel. +39 0461 864142 | info@vicopad.it



Dal greenwashing alla misurazione d'impatto

La cultura della sostenibilità, così come la politica, la normativa, i trend e gli obiettivi di impegno aziendale, cambiano vorticosamente: solo un anno fa uno dei problemi prioritari, tema ampiamente trattato sul nostro giornale, era il greenwashing così come la diffusione della cultura degli Esg. Oggi questa sigla ormai viene presentata sui media senza più bisogno di spiegazioni, così come è giunta una nuova normativa che regola la comunicazione della sostenibilità da parte delle imprese e il greenwashing, seppur rimane tema di fondo, ha perso la sua priorità. Un ambito caratterizzato da cambiamenti così rapidi necessita quindi d'una accurata "fotografia" che possa ben rappresentare lo stato dell'arte in fatto di sostenibilità, per capire cosa sia cambiato di significativo in questo ultimo anno. "È senz'altro cambiato l'aspetto normativo, l'Europa sta chiedendo sempre più attenzione agli impegni sociali e ambientali. Ha acquisito maggiore rilevanza il tema della misurazione dell'impatto, perché se non misuro e valuto gli effetti che ho prodotto con una determinata azione la sua efficacia non è riscontrabile. La sostenibilità è diventata un tema cruciale anche in ambito finanziario: oggi se una azienda si reca in banca per richiedere un finanziamento deve produrre evidenza certa dei risultati che ha ottenuto in ambito sociale. Questo costringe anche chi fino ad oggi non si era occupato di sostenibilità a cambiare approccio. Nel 2025 oltre 50.000 aziende dovranno inserire nel loro bilancio 2024 questo tipo di documento di rendicontazione. La normativa sta spingendo le aziende verso la sostenibilità per un duplice motivo: da un lato perché è diventato un obbligo rispettare determinati parametri, dall'altro perché è il mercato stesso che richiede un cambiamento esplicito, voluto dalla accresciuta attenzione generale sul tema", evidenzia Sobrero.

Un processo in evoluzione

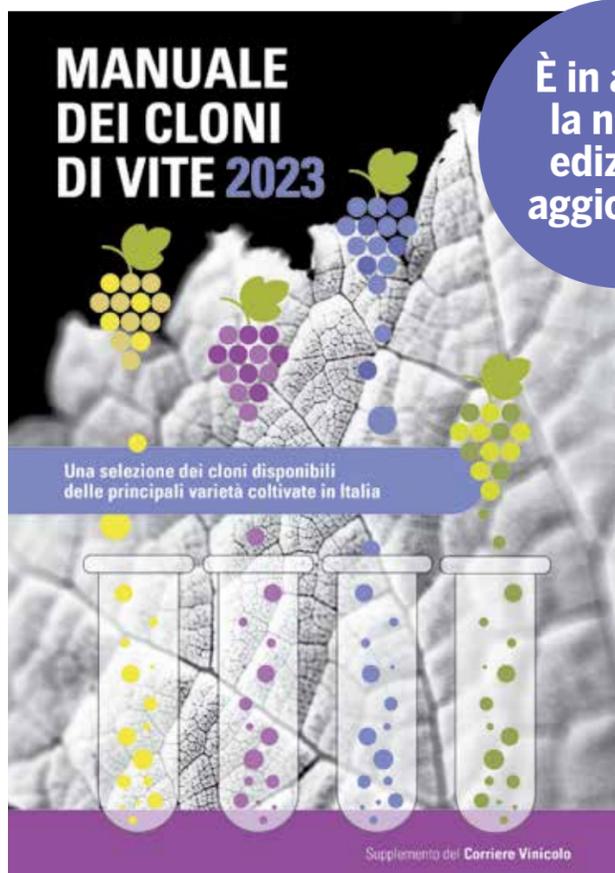
Sostenibilità intesa quale processo in evoluzione, ma anche come percorso condiviso perché solo la collaborazione tra i diversi attori sociali può portare nuove idee e soluzioni utili per le persone e per il pianeta. Il Salone diviene quindi il luogo di incontro per confrontarsi, raccontare, cercare e proporre soluzioni, tutto questo grazie ad un programma culturale che prevede numerosi incontri, con quattro diversi format: seminari, eventi di confronto, presentazione di libri e ricerche e workshop. L'evento di apertura della 11ª edizione del Salone della CSR introdurrà il tema del cambiamento, fil rouge di tutte le attività del programma culturale 2023. A parlare di sostenibilità quale trasformazione degli stili di vita e del modo di gestire le organizzazioni per rispondere alla richiesta di un maggior impegno sociale e ambientale ci saranno Alessandro Beda (consigliere delegato Fondazione Sodalitas), Francesco Billari (rettore Università Bocconi), Marco Frey (presidente UN Global Compact Network Italia), Enrico Giovannini (direttore scientifico ASviS), Marisa Parmigiani (head of sustainability Unipol Gruppo), Tiziana Pompei (vice segretario generale Unioncamere) e naturalmente Rossella Sobrero (presidente Koinètica). Sono tanti i temi d'attualità che verranno trattati nel corso degli eventi in programma, dai nuovi linguaggi e strumenti relativi alla comunicazione in ambito sociale all'importanza della certificazione delle competenze, passando per le idee sostenibili per modelli innovativi al sempre più attuale tema relativo al cambiamento

climatico con i suoi impatti sulla sostenibilità. A tal riguardo, Rossella Sobrero, nella nostra intervista, evidenzia come molte aziende siano obbligate "a mettere in atto strategie di decarbonizzazione, divenute più complicate perché non è più sufficiente controllare solo ciò che accade in azienda, ma è fondamentale supervisionare tutta la filiera. Fino al consumatore, che sarà monitorato su come si impegna a ridurre il proprio impatto ambientale. Rispetto ad un anno fa l'aggravarsi del conflitto in Ucraina, ma anche quanto accaduto in Libia, ha accelerato certi processi mettendo in evidenza con forza la gravità del momento". L'analisi di scenario che conferma la velocità dei cambiamenti e delle istanze porta a chiedersi quali siano oggi le priorità, a livello di sistema Paese, politico e del singolo imprenditore, nell'impegno verso un mondo più sostenibile. "A livello Paese occorre una visione anche politica di ampio respiro, mentre nel mondo dell'impresa è necessario puntare sulla riduzione dei consumi energetici e dell'impiego di materie prime. Ora, inoltre, si inizia finalmente a parlare di simbiosi industriale: i rifiuti di una azienda diventano materia prima 'seconda' per un'altra realtà produttiva vicina alla prima, un passo in più rispetto all'economia circolare. Non ci si limita soltanto a ridurre gli scarti ma ci si impegna per fare in modo che possano divenire una risorsa per altre realtà. C'è poi il tema sociale dell'inclusività, perché le disuguaglianze sociali ed economiche sono sempre più gravi e le aziende dedicano maggior attenzione anche alla parità di genere".

cruciale capire come poter evitare il rischio che rimangano appelli vaghi, senza ricadute concrete. Cosa dovrebbero fare le singole imprese per lavorare in questa direzione? E quali i driver di lavoro che si potrebbero suggerire ad un'impresa verso cui orientare il proprio impegno in particolare nel settore vitivinicolo? "Auspichiamo che al termine della tre-giorni con 115 eventi e oltre 500 relatori escano indicazioni concrete su cosa voglia dire applicare una strategia di cambiamento. Ogni azione per essere efficace deve essere plurale e condivisa tra tutti gli attori sociali. Sto ripetendo che il Salone sarà un palcoscenico per esperienze positive ma anche una palestra per confrontarsi su difficoltà e criticità, su percorsi non portati a termine per ragioni oggettive, non per scarsa volontà dell'impresa. Cambiamento vuol dire modificare il proprio modo di fare impresa ma anche modificare i nostri comportamenti, la responsabilità individuale. Ho spronato tutti a concludere gli interventi con proposte concrete, in modo che dopo il Salone si possano evidenziare suggerimenti ed auspici della community informale delle 284 organizzazioni coinvolte" conclude Sobrero. E, in linea con le dichiarazioni della fondatrice, nel corso dell'edizione 2023 del Salone ci sarà anche la seconda edizione del Premio Impatto, un'iniziativa nata per valorizzare la capacità delle organizzazioni di misurare e valutare l'impatto generato. Le imprese e le associazioni non profit potranno raccontare come e perché hanno deciso di misurare il valore creato dalle proprie attività a beneficio di chi deve ancora incamminarsi lungo questo percorso.

Necessario passare dalla teoria alla pratica

Al centro dell'11ª edizione del Salone della CSR e dell'innovazione sociale ci sarà il tema della condivisione di percorsi e di responsabilità individuale che evidentemente diventano sempre più la dimensione entro cui pensare progetti di sviluppo sostenibile. Diviene quindi



È in arrivo
la nuova
edizione
aggiornata

In collaborazione
con il Dipartimento
di Scienze Agrarie ed
Ambientali (DiSAA) -
Università degli Studi
di Milano

Novità:
le sezioni dedicate
a varietà resistenti
e portinnesti

Un pratico volume,
di facile e veloce consultazione, pensato
per essere un utile strumento di lavoro
per orientare le scelte di viticoltori,
agronomi, tecnici e consulenti

Oltre mille cloni
scelti sulla base di quelli effettivamente
moltiplicati e disponibili in quantità
significative, con un compendio delle loro
caratteristiche ampelografiche,
agronomiche ed enologiche
e una foto del grappolo

Funzionali tabelle riepilogative
che consentono un immediato quadro
d'insieme e di confronto
dei cloni di ogni varietà

Il Manuale dei Cloni di Vite 2023 verrà inviato gratuitamente agli abbonati del Corriere Vinicolo, ai soci di Unione Italiana Vini e verrà diffuso in occasione di alcune importanti fiere del settore

**PRENOTA
IL TUO SPAZIO**

Per informazioni su costi e modalità di adesione: corrierevinicolo@uiv.it



IL CORRIERE DELLE DONNE DEL VINOASSOCIAZIONE NAZIONALE
**EDONNE
DEL VINO****DNEWS****TEMPO DI VENDEMMIA**
*un pensiero per le nostre donne,
un pensiero per le nostre terre***L'intervista**

di Paola Bosani

**IL SENSO
DELL'ETICHETTA
PER FEDERICA
CECCHI**

Raccontare il vino e i suoi protagonisti per l'architetto e wine designer Federica Cecchi è una bellissima responsabilità. Da più di vent'anni progetta etichette e comunica il vino in Italia e nel mondo. In questa intervista ci svela i segreti dell'etichetta perfetta e tanto altro

Sono più di vent'anni che lei si dedica alla comunicazione per aziende vinicole trasmettendone storia e valori. Come si è avvicinata a questo mondo?

Per caso, come spesso accade ma anche grazie alla mia propensione ad accettare le sfide che sono quasi sempre costruttive per una crescita personale e professionale. Appena laureata in architettura un amico produttore mi chiese se potevo creare un'etichetta per un Chianti. La prima etichetta è stato un semplice esercizio di composizione: stemma storico della famiglia e titolo evocativo di un podere della tenuta vinicola. La seconda etichetta invece è stata un elogio al minimalismo, un viaggio in Friuli con "Focus" dell'azienda Volpe Pasini. Un bersaglio fatto di tre cerchi concentrici, primordiali rappresentati con rilievo plastico, ma morbidi come la rotondità che è la peculiarità del Merlot e naturalmente rotondi come la caratteristica rinomata di questo vitigno. Un bersaglio che non poteva avere altro che il colore rosso rubino impenetrabile ...

↔ CONTINUA A PAGINA 3



Care Donne del Vino,

Marisa Leo era una giovane donna, mamma di una splendida bimba, responsabile marketing e comunicazione di una grande cantina siciliana, Colomba Bianca, appassionata e solare, da gennaio 2019 era socia de Le Donne del Vino, impegnata da sempre contro la violenza di genere era molto attiva nella nostra Associazione. Come tutte sapete il 6 settembre è stata strappata alla vita per mano del suo ex compagno, una tragedia che ci ha lasciato attonite. Televisioni, radio, social media da quel 6 settembre hanno parlato di lei ogni giorno. Le frasi che ricorrono sono sempre le stesse, gli interrogativi su cosa si sarebbe potuto fare sono infiniti.

La fine tragica di Marisa e di altre donne ci ricorda quanto sia radicata la piaga del femminicidio e tutte noi siamo concordi nell'affermare che sia necessario un cambio di passo culturale che non si fondi più sul possesso, ma sul rispetto dell'altra persona. Non vogliamo e non dobbiamo invadere campi non di nostra competenza, ma nella memoria di Marisa, senza dimenticare la sommelier e Donna del Vino Donatella Briosi che nel 2018 ha subito la stessa sorte, ci stiamo attivando per dare un segnale importante attraverso azioni con uno stretto legame con il mondo del vino che loro tanto amavano. Un primo appuntamento sarà durante la Milano Wine Week. Mercoledì 11 ottobre, alle ore 20.30, a Palazzo Bovara, si terrà una masterclass con alcuni vini delle nostre socie, il ricavato andrà a favore dell'associazione Palma Vitae di Partanna che Marisa

sosteneva. Altre attività sono invece in fase di definizione.

Con il mese di ottobre e l'avvio dell'anno scolastico riprenderà anche il progetto D-Vino, le delegazioni saranno impegnate a portare la cultura del vino, attraverso le loro testimonianze, negli Istituti turistici e nelle Scuole alberghiere. Dallo scorso anno il progetto D-Vino si svolge in tutta Italia e l'entusiasmo dei giovani e delle giovani che seguono i nostri interventi ci ha spinte a proseguire.

L'altro attesissimo appuntamento sarà il prossimo novembre a Firenze, dove chiuderemo l'anno con un'importante iniziativa per celebrare i 35 anni di questa fantastica Associazione.

La vendemmia è un nuovo inizio. Può sembrare paradossale definirla così visto che chiude il ciclo dei lavori fra i filari, ma, con la vendemmia, comincia una nuova fase, forse la più suggestiva, molte di noi in questi giorni stanno vendemmiando, in alcune regioni italiane il clima è stato avverso; quindi, il mio in bocca al lupo va a tutte, ma, in particolare, alle Donne del Vino di quelle zone che hanno affrontato sfide impegnative e che devono fare i conti con raccolti diversi dalle aspettative che avevano al tempo dei primi germogli.

Il mio augurio è che l'amore per le nostre terre, per le nostre cantine presidio di territori, unitamente alla capacità di guardare a un futuro migliore saprà portarci a superare questi momenti complicati. *Daniela Mastroberardino*

A PAG.4

Le giovani Donne del Vino

Fabiana Romanutti, direttore responsabile ed editoriale della testata quantobasta.it, presta la sua penna a DNews per raccontare, in una nuova rubrica, le giovani Donne del Vino e condividere con loro pensieri, problematiche e la loro visione sul futuro del mondo del vino al femminile. In questo numero parliamo con Marianna Velenosi, strategic marketing manager e digital transformation di Velenosi e Donna del Vino.



TRA SOSTENIBILITÀ ED ENOTURISMO

L'Osservatorio di Marta Galli

Marta Galli, Donna del Vino, responsabile dell'Osservatorio Sustainable Wine Business and Enogastronomic Tourism dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. L'Osservatorio avrà alcuni pilastri fondamentali come lo sviluppo di un'attività di monitoraggio annuale su tematiche congiunte della sostenibilità nel wine business ed il turismo enogastronomico. Ce ne parla a pagina 5



MAIL BOXES ETC.®
#PeoplePossible



Spedizioni



Imballaggio



Logistica



e-Commerce

Il tuo vino è servito con le soluzioni MBE

MBE ti offre un servizio completo e su misura per le spedizioni nazionali e internazionali e semplifica i processi del tuo e-Commerce, dalla gestione automatizzata degli ordini alla logistica integrata.





➔ SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

Identità, singolarità ed eleganza. IL SENSO DELL'ETICHETTA PER FEDERICA CECCHI

L'essere nata in Toscana, in una terra di grande bellezza e di vini importanti, quanto ha influenzato il suo lavoro?

Amo la Toscana con le sue splendide forme che la natura ha assunto di comune accordo con l'uomo: quando c'è equilibrio c'è bellezza. L'equilibrio tra gli elementi di un'etichetta è come il paesaggio perfetto toscano, tra colline, viti e ulivi con una palette colori intramontabile.

Esprimere l'identità di un vino attraverso una sola immagine è un processo complesso. Quali sono gli elementi che la ispirano durante la fase creativa?

Trovo ispirazione nella ricerca storica e iconografica che mi guida a individuare elementi validi che le etichette andranno a raccontare e rappresentare. L'etichetta così può diventare il perfetto strumento per divulgare l'essenza e la storia del vino e del brand. Se l'etichetta riesce a raccontare coerentemente questi elementi, allora sarà l'espressione di un linguaggio autentico, con radici fortemente legate alla tradizione e al territorio.

Un recente studio ha sottolineato la forte presenza delle donne nei settori del marketing e della comunicazione collegati al vino. Pensa che le donne abbiano maggiore capacità nell'approcciare il consumatore?

I numeri parlano chiaro: le donne rappresentano la maggioranza degli addetti e dei manager nell'ambito marketing e comunicazione (80%), commerciale (51%) e turismo (76%). Le donne sono caratterizzate da una maggiore empatia, hanno una spiccata capacità di comprendere le emozioni e il punto di vista di un'altra persona e utilizzare questa comprensione per guidare l'azione futura. L'empatia associa elementi cognitivi e affettivi ed è costituita da tre componenti: la capacità di decodificare gli stati emotivi degli altri, la capacità di assumere il ruolo e la prospettiva dell'altro e la capacità di rispondere affettivamente alle emozioni provate dagli altri.

E sono più attente all'immagine?

Una donna sa come valorizzare il suo aspetto e il vino deve fare lo stesso, indossare il suo abito sartoriale migliore per essere maggiormente valorizzato. A volte l'etichetta, se ben progettata, può elevare la percezione del vino e renderlo ancora più attraente tra i molti altri nella passerella di un'enoteca. Coloro



che si affidano solo alla denominazione sono pochi ed "educati", educazione con l'accezione di sviluppo di facoltà e attitudini dei sensi, avere un'educazione "vinicola".

Ma poi c'è tutto il resto del pubblico che guarda il vino con sguardo superficiale e vuole essere attratto, calamitato da un'immagine persuasiva e originale. Molti di loro, comprenderanno il vino per l'etichetta.

Negli ultimi anni il modo di concepire l'etichetta è cambiato?

Sicuramente sì, ma dipende anche dall'area geografica. In Italia molte aziende vinicole tradizionali pur tenendo molto al loro retaggio storico si affidano a un design moderno che si è evoluto con l'andamento delle nuove mode e tendenze. Tuttavia, in Francia, per esempio, il design delle etichette è ancora molto legato alla tradizione, le etichette raccontano il vigneto o la cantina su sfondo neutro e caratteri classici, graziati e calligrafici.

Nel futuro quale sarà la tendenza nell'evoluzione dell'etichetta?

Seguirà fluidamente l'andamento delle tendenze e delle mode, pur rimanendo ancorata alla tradizione e storia del luogo di appartenenza.

spaziando dagli allestimenti di mostre per la valorizzazione del prestigioso patrimonio della Banca all'editing di cataloghi d'arte, fino all'interior design. Dal 1999 si dedica al design e alla comunicazione di aziende del settore food & wine. Fa parte dell'Associazione Nazionale Le Donne del Vino, è vice delegata della delegazione Toscana per l'impegno profuso nella valorizzazione della cultura del vino legato alla donna. www.federicacecchi.it

Chi è Federica Cecchi

Nasce a Firenze nella culla del Rinascimento dove ha sviluppato la passione per l'arte, l'architettura e il gusto per le proporzioni. Si laurea in architettura e inizia collaborazioni con studi di restauro dove coltiva e approfondisce la sensibilità per il recupero e valorizzazione dell'architettura e il patrimonio artistico. Nel 2016 fonda Urban Gap, un laboratorio di architettura e design sostenibili che ha come obiettivo la sperimentazione di nuovi habitat urbani. Pensa e pratica architetture sostenibili, che prevedono un impatto ambientale minimo, adagiandosi sul territorio in modo rispettoso e armonioso. Dal 2017 collabora con Banca d'Italia - Divisione patrimonio artistico e immobiliare,

Qual è il suo rapporto con la sostenibilità?

Molto forte e a 360 gradi sia come wine-designer che come architetto. Nei miei progetti scelgo sempre bottiglie leggere. L'uso del vetro leggero è fondamentale per la sostenibilità del comparto enologico e contribuisce alla riduzione del consumo di ossido di carbonio per il trasporto e di meno materie prime per la produzione. La bottiglia pesante mostra il vino in una luce migliore e più esclusiva, aumentando il suo valore percepito? Ormai non è più così. Oggi è la bottiglia leggera e sostenibile che aumenta il valore percepito non solo del vino, ma anche del brand, perché trasmette al consumatore una scelta etica del produttore in direzione del rispetto dell'ambiente, più che dell'immagine fine a se stessa. Con l'Associazione delle Donne del Vino abbiamo trattato l'argomento del vetro leggero in più occasioni, allo scopo di educare a sfatare i falsi miti. Come architetto, pratico l'architettura sostenibile con Urban-Gap, un laboratorio di architettura e design sostenibili che ha come obiettivo la sperimentazione di nuovi habitat urbani. Progetto architetture sostenibili, che prevedono un impatto ambientale minimo, adagiandosi sul territorio in modo rispettoso e armonioso.

Esiste il concetto di etichetta maschile, femminile o unisex?

Nell'immaginario collettivo si attribuiscono in modo un po' superficiale al "design femminile" caratteri come il calore, la morbidezza, la sinuosità delle linee curve, la giocosità, la ridondanza della decorazione e i colori pastello. In contrapposizione si pensa al "design maschile" come a quello che propone oggetti spigolosi e freddi, dall'aspetto minimal, dalle superfici piatte e dai colori uniformi in cui la decorazione è bandita. Secondo me maschile e femminile convivono così tanto in ciascuno di noi che penso sia difficile distinguere il genere della creatività di un'etichetta.

Liz Thach, professore in management del vino presso la Sonoma State University's School of Business and Economics in California, spiega che secondo un loro studio "gli uomini collezionano il vino, le donne lo

condividono, gli uomini usano il vino per impressionare gli altri, mentre le donne lo usano per creare ricordi". Cosa ne pensa?

Bellissima teoria. Mentre gli uomini sono più influenzati da giudizi autorevoli e dal prestigio di marchi, le donne sono più preoccupate dell'esperienza sociale di bere vino e avere la gioia di dividerlo, anziché collezionarlo e dalle storie che si celano "dietro" le bottiglie. Qui entra in gioco l'etichetta: le persone hanno voglia di sentire storie nuove, storie autentiche e la chiave di volta è l'empatia: l'etichetta deve mirare a essere un racconto di una lunga storia di passioni, parlare del territorio e dei personaggi che hanno creato quelle magiche alchimie rosso rubino e giallo oro.

Il suo vino del cuore

Il Prosecco Cartizze Bisol. Il mio babbo era solito brindare con la buona e la cattiva sorte. Brindare per un successo era scontato, ma se le cose non fossero andate bene, con un calice Bisol, si sarebbe brindato alla rinascita per guardare alla vita con ottimismo e pensare che c'è sempre un'alternativa.

Qualche consiglio alle giovani donne che stanno studiando per diventare wine designer.

Raccontare il vino e i suoi protagonisti è una bellissima responsabilità. Vi svelo il mio segreto, per un'etichetta perfetta, ogni mio progetto è strutturato su tre solidi pilastri. Identità: l'etichetta è necessaria per rappresentare l'essenza del vino e comunicare la percezione dello stesso. Deve avere una sua identità e personalità costruita sugli elementi cardine: territorio, storia e persone. Singolarità: ogni etichetta deve essere unica nel suo genere per distinguersi tra le tante e catturare l'attenzione del consumatore, l'ascoltatore in cerca di emozioni, che fra tante colleghe sullo scaffale sceglierà proprio lei, la più singolare. Eleganza: un dato che non ha tempo e non svanisce mai. Cerco sempre l'eleganza nello stile e nei contenuti. La mia città nata mi ha insegnato ad amare l'arte e l'eleganza, ma soprattutto a capire il senso delle proporzioni e degli equilibri. Vado alla ricerca costante della "perfezza" come connubio di bellezza e perfezione.





LE GIOVANI DONNE DEL VINO: MARIANNA VELENOSI

di FABIANA ROMANUTTI

Il vino, un colpo di fulmine o un lento innamoramento?

Nessuno dei due. Il vino è sempre stato presente per me, il fil rouge di tutte le mie scelte fin da bambina. Crescendo e giocando da piccola nei vigneti, gli stessi in cui oggi passeggiavo con i clienti o da sola per cercare idee e spunti nuovi, il vino è sempre stato una certezza fin da piccola. Anche se all'inizio non volevo lavorare nella cantina di famiglia, ero convinta che la mia carriera fosse altrove, all'estero, ma sempre e comunque nel mondo del vino, senza ombra di dubbio. Non ho mai pensato di avvicinarmi ad un altro settore, non ne ho visto il bisogno in quanto ero già sicura di amare il vino e tutto il suo contesto.

L'azienda vitivinicola Velenosi è nata da due giovanissimi imprenditori, i suoi genitori. Che cosa le hanno trasmesso?

Fin da piccola ho visto i miei genitori prendersi cura e trattare la Velenosi come il loro primogenito. Entrambi mi hanno insegnato il senso di curare l'azienda come un figlio e così per tutti i suoi vini. Sicuramente da mia madre ho appreso la tenacia, la passione, il senso di sacrificio e la pazienza sono i valori indispensabili per lavorare in questo settore e farlo bene.

Dopo la laurea in Bocconi si è trasferita per tre anni in Svizzera. Che cosa le ha lasciato questa esperienza?

Ho lavorato a Ginevra, in Svizzera, per 3 anni prima di entrare nell'azienda di famiglia in Italia. Ho lavorato per la società di distribuzione di un grande gruppo

Intraprendente, determinata, appassionata, Marianna Velenosi. dopo una laurea in Bocconi e un'esperienza all'estero. ha scelto la sua terra. Dal 2019 è strategic marketing manager di Velenosi Vini. Le sue armi vincenti: vicinanza ai consumatori e territorialità

vinicolo francese, uno dei più grandi gruppi vinicoli del mondo. Ero una junior buyer di vini e supportavo il direttore della sede svizzera nelle sue attività di sviluppo e apertura di nuovi punti vendita in Svizzera. È stata un'esperienza straordinaria che mi ha aiutato a capire il settore del vino da un altro punto di vista, quello dell'acquirente e del distributore. Credo sia importante fare esperienze diverse prima di entrare nell'azienda di famiglia, per poter vedere altre realtà e le loro

Lavorare fianco a fianco con la famiglia non è sempre facile, qual è il segreto del vostro successo?

Lavorare con la famiglia non è sempre facile, ci sono pro e contro. Ci abbiamo messo quasi un anno a trovare un equilibrio soprattutto tra me e mia madre, anche dati i nostri caratteri abbastanza decisi e testardi. Ma dopo un iniziale periodo di assestamento abbiamo trovato il modo per completarci e lavorare in armonia, ognuna con le proprie attitudini e competenze. Ci ha aiutato molto avere in cantina delle persone che ci hanno supportato in questo passaggio, che ci hanno guidato e accompagnato in questo percorso. Sicuramente la chiave della nostra armonia oggi è la comunicazione. Ci raccontiamo le nostre giornate, come affrontiamo le situazioni che incontriamo e le nostre aspettative. Ogni giorno anche se lontani perché mio fratello in cantina e mia madre in giro per il mondo, ci confrontiamo.

Dal 2019 è strategic marketing manager di Velenosi Vini. Un piccolo bilancio di questi anni.

Sono sicuramente stati anni davvero complessi e difficili tra pandemia, guerra, inflazione e congiuntura economica anomala per molti mercati. Ma penso che questi anni mi abbiano permesso di affrontare situazioni talmente diverse e inaspettate che mi hanno insegnato più di 20 anni di un'esperienza lineare. Il marketing si plasma sui consumatori e come cambiano le condizioni politiche ed economiche, cambiano anche

le abitudini di consumo e le preferenze dei consumatori. Da quando sono entrata in cantina, abbiamo puntato su una comunicazione sempre più volta alla scoperta del territorio, a parlare chiaramente con il consumatore e raccontare tutto ciò che c'è dietro una singola etichetta. Ad oggi questa vicinanza e territorialità, ci sta ripagando, creando sempre più interesse nei confronti del nostro brand.

Siete presenti con i vostri vini in 60 Paesi tra Europa e il resto del mondo, che altro Paese vorrebbe conquistare e perché.

Mia madre ha portato con successo i vini della nostra cantina in più di 60 Paesi negli ultimi 40 anni. Certo, le nostre aspettative non finiscono qui. Ci sono ancora molti Paesi che dobbiamo esplorare e conquistare. Ultimamente mi sto concentrando sui Caraibi, una parte del mondo che non avevamo ancora esplorato e che non è particolarmente educata ai vini italiani. Mi piacerebbe piano piano portare i vini del Piceno anche in questi mercati. Ad oggi abbiamo già attivi Cuba, Porto Rico e Bermuda.

Ha ottenuto il riconoscimento dall'Osservatorio Digitale delle Marche per essere una delle attività del settore più digitalizzate del territorio. Quanto sono importanti i social oggi per comunicare il vino?

I social sono diventati indispensabili per comunicare il mondo del vino soprattutto ai nuovi consumatori di vino, i giovani. Generare curiosità, educarli su come scegliere un'etichetta piuttosto che un'altra, portarli ad interessarsi al vino è la nostra missione. Il premio della Regione Marche attesta che siamo sulla buona strada ed è una fotografia dello stato attuale della cantina sulla digitalizzazione. È stato un premio che ho particolarmente sentito in quanto dal mio rientro in cantina sono stati tanti i progetti per incrementare la digitalizzazione: dai social occidentali a quelli orientali con Wechat e Weibo, all'implementazione del sito e-commerce e all'inserimento della BI per la reportistica.

Impegnata anche nel sociale, ci racconta il progetto L'Orto di Paolo?

Il progetto L'Orto di Paolo è iniziato 4 anni fa, un po' per caso. È nato dalla volontà di questo centro diurno di portare i ragazzi affetti da autismo a lavorare in vigna, a mostrarli un lavoro diverso rispetto a quello

che stavano facendo prima. Proprio in vigna è nato questo amore tra la Velenosi e L'Orto di Paolo. È nata così l'idea di creare un vino fatto da questi ragazzi: dalla vigna all'etichetta, tutto realizzato da loro. Il ricavato della vendita di questo vino viene devoluto in beneficenza al Centro per incrementare la loro struttura. Ogni anno vediamo crescere la loro casetta degli attrezzi, l'orto e così via e sappiamo che stiamo ridando al territorio quello che questo territorio ha offerto a noi: la solidarietà, la generosità, l'affetto. Non c'è altro modo di descrivere questo progetto se non come un gesto di amore nei confronti del nostro territorio. E oggi, i vini dell'Orto di Paolo sono i migliori vini che la cantina produce perché portano con sé questo senso profondo di legame con la nostra terra e di solidarietà.

Sostenibilità oggi è una parola chiave.

Sostenibilità è una parola molto ampia: va dal rispetto della natura, alla cura delle condizioni di lavoro, al ridare attenzione verso la nostra comunità. In cantina lo decliniamo in molti modi: dal biologico con una linea dedicata che incrementiamo di anno in anno, con l'eliminazione della plastica e l'utilizzo di materie prima che rispettano l'ambiente, all'impiego femminile molto alto nella nostra cantina fino ai progetti con il territorio; primo tra tutti L'Orto di Paolo, ma ce ne sono molti altri: la riabilitazione delle barrique che diventano delle vere e proprie opere d'arte grazie ai ragazzi del Liceo artistico di Ascoli, alla collaborazione con l'Istituto agrario di Ascoli.

Cosa consiglia alle giovani vignaiole che intraprendono questa strada?

Darei ad una giovane vignaiola lo stesso consiglio che per anni mi ha dato mia madre: "Per diventare una vera professionista bisogna studiare ed informarsi".

Il suo vino del cuore e perché.

Il mio vino del cuore è il rosato. Ho sempre creduto nel bere "rosa" e rispecchia anche il mio carattere. Un vino versatile che si adatta bene a tutte le situazioni, che sa farsi amare e ammaliare ma non è per tutti. Non è per gli scettici che non lo ritengono un vero e proprio vino, è una sfida e a me sono sempre piaciute le sfide. Il rosato italiano ha ancora una grande parte di storia da scrivere nel mondo del vino, un po' come vedo me stessa, proprio nel mezzo del mio cammino in questo settore.

La fondatrice degli Australian Women in Wine Awards e della Fabulous Ladies' Wine Society MEDAGLIA DELL'ORDINE DI AUSTRALIA A JANE THOMSON PER IL LAVORO SVOLTO A FAVORE DELL'ENOLOGIA

È (solo) la quinta donna ad aver ricevuto questo riconoscimento per il comparto vitivinicolo. Nota per il suo instancabile lavoro a favore della diversità e dell'inclusione nell'industria vinicola, con la sua risolutezza ha dato alle donne del vino australiane, negli ultimi undici anni, una voce e uno slancio per il cambiamento

Un'altissima onorificenza per la fondatrice degli Australian Women in Wine Awards (Awiwa) e della Fabulous Ladies' Wine Society che a giugno è stata insignita della Medaglia dell'Ordine d'Australia (Oam) per i suoi servizi all'enoologia. Un segno di stima che viene riconosciuto agli australiani che hanno dimostrato, attraverso il loro operato, di aver ottenuto risultati eccezionali

È (solo) la quinta donna ad aver ricevuto questo riconoscimento per il comparto vitivinicolo (le onorificenze in questo settore sono state in totale 45). Rinomata per il suo instancabile lavoro a favore della diversità e dell'inclusione nell'industria vinicola, Jane Thomson, con la sua risolutezza, ha dato alle donne del vino australiane, negli ultimi undici anni, una voce e uno slancio per il cambiamento. "Sono incredibilmente onorata di ricevere questo premio - spiega Jane Thomson - ottenere questo riconoscimento così ambito è stata una vera sorpresa e sono entusiasta di poter portare ancora una volta l'attenzione sul lavoro delle donne nell'industria del vino".

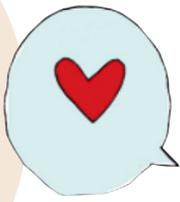
Jeni Port, una delle più rispettate intenditrici e comunicatrici di vino della nazione e membro fondatore dell'Australian Women in Wine Awards, ha dichiarato: "Prima di Jane Thomson il dibattito nazionale sulla diversità e l'inclusione nel settore vinicolo era pressoché inesistente. Le donne provavano a lavorare in questo settore - ed erano anche numerose - ma poi lo abbandonavano. Per avere successo si ha bisogno di modelli di ruolo e di leadership femminili, e Jane li fornisce. È una delle donne più forti e realizzate con cui abbia mai avuto il piacere di lavorare". Rebekah Richardson, membro del Consiglio di amministrazione dell'Awiwa e produttrice di vino, ha aggiunto: "L'attenzione di Jane per il miglioramento di tutte le donne del vino va



a beneficio dell'intero settore. Ha fornito una piattaforma e l'energia per assicurarsi che le donne straordinarie del vino non passino inosservate". La disuguaglianza di genere (opportunità di lavoro per i senior, fuga di talenti e divario retributivo) e la mancanza di un sostegno significativo per le donne hanno spinto Thomson a fondare l'Awiwa, per portare maggiore attenzione alle donne del vino. Psicologa e professionista della comunicazione del vino del Nuovo Galles del Sud (con un padre proprietario di vigneti), è la donna perfetta per questo premio. "Ha dimostrato la leadership necessaria per scuotere l'industria vinicola australiana, per prendere il timone di questa rivoluzione e agire e continua a lavorare per il cambiamento", ha aggiunto Jeni Port. "All'inizio ci sono voluti grinta e determinazione per essere presi sul serio nel settore, di fronte allo scetticismo e all'opposizione, Jane è rimasta ferma nella sua missione di potenziare le donne e creare opportunità per il loro avanzamento", ha dichiarato Sarah Collingwood, ceo di Four Winds Vineyard. Riuscire ad aumentare la consapevolezza generale del settore sulla disparità di genere è una cosa, ma Thomson avverte che "la fuga di talenti delle donne nel settore non si risolve solo parlando e credendo nella diversità, ma ha bisogno di fondi. Senza di essi non avremo una diversità di persone nei ruoli decisionali più importanti e non avremo il pensiero innovativo e strategico necessario per affrontare le sfide che ci attendono ora e in futuro".

Jane Thomson insieme al board di The Fabulous Ladies' Wine Society ha partecipato a Milano ai forum con le rappresentanti di altre 10 associazioni al femminile organizzate da Le Donne del Vino in collaborazione con Simei e Unione Italiana Vini. A lei vanno le nostre congratulazioni.

*Intervista alla
Donna del Vino
Marta Galli che divide
la sua vita tra le vigne
dell'Amarone e l'Osservatorio
Sustainable Wine Business
and Enogastronomic Tourism,
Università Cattolica
del Sacro Cuore
Milano*



Metto amore e curiosità nel mio lavoro

DI FIAMMETTA MUSSIO

Porta il nome della nonna che fu tra le prime donne alla fine degli Anni 60 a occuparsi di marketing del vino in Italia. Fu anche tra le fondatrici dell'Associazione Nazionale Le Donne del Vino. Marta Galli è laureata in Economia, esperta in marketing strategico e Donna del Vino. Dirige l'Osservatorio Sustainable Wine Business and Enogastronomic Tourism dell'Università Cattolica di Milano. Nell'azienda di famiglia, Le Ragose, ha preso il posto di nonna ed è la terza generazione che sta scrivendo una bella pagina di storia della Valpolicella.

Marta Galli è il nome di una grande donna del vino, una vera pioniera dell'Amarone e delle donne come protagoniste dell'enologia. Cosa si prova a portare un nome così importante?

Quando ho iniziato a viaggiare e lavorare per Le Ragose ho capito quanto avesse fatto la nonna per questa denominazione e per le donne in un mondo che ai tempi era prevalentemente maschile. Portare questo nome è una grande responsabilità, ma ho capito presto di dover portare avanti non solo un lavoro, ma tradizioni e passione, coltivarli e farli conoscere, cose che a lei erano molto care.

Da Le Ragose alla facoltà di Economia dell'Università Cattolica: una voglia di diversità oppure un desiderio di portare in azienda qualcosa di nuovo?

Prima con la laurea e poi con il dottorato in Management and Innovation ho avuto la possibilità di analizzare il settore vitivinicolo da una prospettiva esterna all'azienda di famiglia. Questo mio doppio impegno mi sta aprendo la mente e mi sta facendo avere una visione più ampia, per dinamiche e tipologie, dell'evolversi della situazione sia a livello italiano che internazionale. Credo che aver iniziato a collaborare molto presto in azienda durante gli studi e il mio percorso universitario post laurea mi siano stati vicendevolmente d'aiuto.

Quali sono gli obiettivi dell'Osservatorio e come funziona?

L'Osservatorio su "Sustainable Wine Business and Enogastronomic Tourism" trova la sua collocazione tra le attività del Centro di ricerche di Marketing dell'Università Cattolica di Milano (Centrimark). L'Osservatorio avrà alcuni pilastri fondamentali come lo sviluppo di un'attività di monitoraggio annuale su tematiche congiunte della sostenibilità nel wine business

ed il turismo enogastronomico e l'organizzazione e partecipazione ad eventi per diffonderne la conoscenza. Verrà dato spazio a ricerche ad hoc commissionate dai partner con l'obiettivo di costruire un network attivo con associazioni e aziende del comparto e con analoghi osservatori e centri di ricerca a livello internazionale.

Il progetto sul vetro sottile per il vino è il primo

pratiche sostenibili non possono essere certificate e quindi comunicate in modo efficace. I costi per l'implementazione delle pratiche sostenibili sono elevati e ne consegue un disequilibrio tra le tre dimensioni della sostenibilità: ambientale, sociale ed economica. L'analisi ha portato all'identificazione di alcuni falsi miti relativi all'utilizzo del vetro leggero: Passa la luce e si rovina la qualità, un vino nel vetro leggero ha una vita più

attenzione all'ambiente non è una prerogativa solo delle grandi aziende, anzi. Più semplicemente, molto spesso le piccole aziende non hanno le risorse da investire in comunicazione e il più delle volte ritengono la sostenibilità un prerequisito per la coltivazione della vite e la vinificazione e non qualcosa da spendere come marketing.

Qualche anno fa lei fece un'indagine sul rapporto fra le Donne del Vino e la sostenibilità. Cosa ha scoperto?

Dalla ricerca condotta attraverso le interviste alle socie Donne del Vino è emerso il ruolo fondamentale che hanno associazione e aziende per i territori dove operano. Con la condivisione dei valori, le attività di formazione e la divulgazione attraverso i diversi canali fisici e online, l'associazione si pone come attore chiave per il comparto e per la transizione sostenibile in corso.

Passiamo a qualche domanda più personale, la bottiglia di vino che non può scordare è...

Quando ero piccola il nonno Arnaldo vinificava dell'uva Molinara in rosato. È il primo vino che mi hanno fatto assaggiare e che associo ai primi ricordi. Qualche mese fa, sistemando delle vecchie bottiglie, ho ritrovato qualche vecchia annata di quel vino e subito il pensiero è andato al nonno ed a me piccolina.

C'è un oggetto da cui non si separa mai?

La macchina fotografica, mi piace passeggiare tra i vigneti e fotografare i particolari nelle diverse stagioni.

Qual è il suo sogno nel cassetto?

Occuparmi di enogastronomia, oltre che piacermi, mi dà la possibilità di conoscere meglio cultura e tradizioni di altri Paesi.

Cosa consiglia alle giovani donne che vogliono entrare nel mondo del vino?

Consiglio di non aver paura di provare e di sbagliare. Ricordo ancora il mio primo appuntamento con un cliente di un grande store negli Stati Uniti in occasione del primo viaggio di lavoro. Mi tremava la voce e credo di avergli dato anche più informazioni del necessario per il timore di fare brutta figura. Già dalla seconda degustazione, poi la terza e così via ho imparato a gestire l'agitazione. L'importante è avere una storia da raccontare, trasmettere la propria passione e tanto entusiasmo!



Marta Galli e l'Amarone Le Ragose

esito dell'Osservatorio ci racconti come è avvenuto e che risultati ha dato?

La ricerca ha messo in luce i trend e le prospettive future nell'utilizzo di bottiglie di vetro più leggero, fornendo importanti spunti per i diversi stakeholder del settore vitivinicolo italiano. I dati sono stati raccolti con diverse metodologie qualitative (Interviste semi-strutturate in profondità con le socie delle DDV delle regioni Toscana e Veneto, participant observation ed analisi di dati secondari). Ciò ha permesso di evidenziare come la sostenibilità sia un elemento fondante del settore, anche se in alcuni casi le

breve. Perché questa bottiglia leggera? L'azienda ha forse voluto risparmiare sul packaging?

Cosa serve per accrescere l'uso del vetro leggero nel vino?

Facendo riferimento a questi falsi miti è emerso come vi sia la necessità di una "consumer education" da parte di attori esterni alle aziende come associazioni, consorzi, guide e testate giornalistiche.

La sostenibilità nel vino e il greenwashing, come mai le cantine grandi appaiono più attente all'ambiente di quelle piccole?

Da quello che è emerso dalla recente ricerca sul vetro leggero,



In ricordo di Marisa Leo

Marisa Leo, originaria di Salemi, aveva 39 anni, era mamma di una splendida bimba, Alice, e responsabile marketing e comunicazione di una grande cantina siciliana, Cantine Colomba Bianca; appassionata e solare, da gennaio 2019 era socia de Le Donne del Vino, impegnata contro la violenza di genere, il 6 settembre è stata strappata alla vita per mano del suo ex compagno.

È il secondo caso di femminicidio in pochi anni, dopo la sommelier Donatella Briosi, che colpisce tragicamente la nostra Associazione.

La presidente nazionale Daniela Mastroberardino, il Consiglio direttivo e le socie tutte sono attonite e vogliono ricordare Marisa con le parole della delegazione delle Donne de Vino di Sicilia in cui era molto attiva.

IL SORRISO DI CHI VOLEVA CREDERE

CHE LA VITA È BELLA

"Ha il sorriso di chi voleva credere che la vita è bella".

Così una mia amica che non conosceva la nostra Marisa ha commentato la foto che le ho inviato dopo aver appreso della tragedia. Uccisa a fucilate dall'ex compagno. Guardando e riguardando le foto della nostra Marisa, lei con il cappellino invernale calato sugli occhi ed il suo splendido sorriso insieme alla sua adorata piccola figlia a cui dedicava ogni attimo del tempo che il lavoro le lasciava libero, lei per la campagna delle Donne del Vino "Tu non sei sola" immortalata dal click nel tenero atto in cui accarezza il suo pancione ed ancora lei insieme ad altre socie dell'Associazione con cui condivideva comune passione per il vino e la cultura del vino, si resta colpiti da quel sorriso.

Nonostante tutto. Già perché la nostra Marisa era una giovane donna provata dalla vita. Aveva denunciato l'ex compagno, padre della figlia, per stolker. Aveva circoscritto la sua giovane vita a figlia, genitori, lavoro con la paura che le potesse succedere qualcosa. Viveva protetta dai suoi affetti più cari e le sue giornate trascorrevano nel tran-tran tra l'ufficio, responsabile marketing e comunicazione di Cantine Colomba Bianca, nell'agro di Mazara del Vallo che raggiungeva ogni giorno da Salemi, dove abitava, e le cure e le attenzioni di madre. Lo aveva scelto e fortemente voluto questo lavoro che amava, rinunciando alla professione di commercialista per cui aveva studiato conseguendo la laurea in Economia. Lo raccontò una volta, la prima in cui Marisa parlò in pubblico presentando la sua etichetta del cuore, in occasione della Festa delle Donne del Vino, 2 marzo 2019, a Palazzo Fici a Marsala. Timida, gli occhi grandi e scuri, con quella sua espressione da cerbiatta che celava una volontà di ferro, si armò di coraggio di fronte alla platea che si commosse al suo racconto.

Chi era presente, ricorda l'emozione di quella giovane bella ragazza che finalmente dichiarava apertamente il suo amore per quel nettare di Bacco che le aveva schiuso nuovi orizzonti professionali in cui si buttava a capofitto, legami d'amicizia. Mai superficiali. La nostra Marisa non lo era. Aveva imparato a guardarsi dentro, a prendere consapevolezza di sé e a nutrire di bellezza il mondo che la circondava. Ed è sempre la nostra Marisa che insieme ad un pugno di giovani socie ha dato il via al progetto "DxD: Calici di Vita". Ovvero Donne per le Donne, un progetto itinerante per supportare con dei lunch solidali le associazioni che nel territorio regionale si occupano della rinascita delle donne vittime di violenza.

Che beffa. Ecco perché l'assassinio della nostra Marisa è ancora più paradossale. Lei fino a poche ore prima che il padre di sua figlia avesse deciso di ammazzarla, "era sul pezzo". Stava lavorando ad un altro appuntamento di "DXD Calici di Vita" che si svolgerà a ottobre in un ristorante di Mazara del Vallo.

"Marisa l'ho sentita proprio in questi giorni, era serena come suo solito e soprattutto parlava di futuro", così scrive una socia nella nostra chat dopo la terribile notizia. La nostra Marisa è, a dispetto della morte violenta inflitta dall'uomo che ha amato, il futuro luminoso, come il suo sguardo, di chi oggi si sente spezzata ma è pronta ancora una volta, ad alzare la testa, a rimboccarsi le maniche e a continuare la quotidiana battaglia di civiltà. Lo vogliamo fare con lo stesso sorriso di Marisa di chi "ha voglia di credere che la vita è bella". Lo dobbiamo ad Alice.

La delegata regionale Roberta Urso con tutte Le Donne del Vino

IN PILLOLE

NON TUTTI SANNO CHE...

Riflettori accesi sul mondo del vino e i suoi protagonisti. Flash news e curiosità



World's Best Vineyards NELLA TOP 100 QUATTRO CANTINE DI DONNE DEL VINO. ALBIERA ANTINORI ENTRA NELLA HALL OF FAME

Il concorso mondiale per l'enoturismo, WBV - World's Best Vineyards, è stato lanciato a Londra dalla William Reed nel 2019. Arrivano da 22 regioni in tutto il mondo, cioè Paesi produttivi; ciascuno con un panel di circa 36 professionisti tra sommelier, giornalisti ed esperti nel settore enoturistico ed enogastronomico guidati da un capo-panel, che in Italia è Chiara Giorleo (critica enogastronomica e formatrice

freelance, Donna del Vino): è così formata la giuria che ha definito le migliori 100 cantine al mondo in termini di ospitalità. Dopo il successo tutto italiano della precedente edizione (con Antinori nel Chianti Classico al primo posto al mondo), quest'anno l'Italia conquista sette posizioni con sette cantine italiane nella Top100: Ferrari Trento, Castello Banfi, Tenuta Cavalier Pepe, Donnafugata, Tenuta San Leonardo, Villa Sandi e Ceretto. Antinori entra nella Hall of Fame. La cerimonia di questa V edizione si è svolta in Rioja, Spagna, a luglio e l'azienda vincitrice di quest'anno è Catena Zapata (Argentina) guidata da Laura Catena, donna dalla personalità esplosiva. "È un'attesa ricca di tensione quella che precede la rivelazione dei

100 nomi e spesso una sorpresa scoprire le destinazioni enoturistiche preferite dai colleghi internazionali: alla definizione della classifica contribuiscono i voti di tutti i panel, non solo quello del proprio paese" dichiara la referente Italia del concorso, Chiara Giorleo (Italy Academy Chair). E tra le italiane, ben quattro sono gestite da socie dell'Associazione Nazionale Le Donne del Vino, eccole: Albiiera Antinori - Antinori nel Chianti Classico - Hall of Fame; Gabriella Favara - Donnafugata; Milena Pepe - Tenuta Cavalier Pepe; Camilla Lunelli - Ferrari Trento



Camilla Lunelli

"Progetto Etico" continua UN TAPPO CONTRO LA VIOLENZA ALLE DONNE

L'Associazione Nazionale Le Donne del Vino in collaborazione con Amorim Cork Italia dal 2020 ha aderito al "Progetto Etico" di raccolta tappi in molte regioni d'Italia. La raccolta, coordinata per Le Donne del Vino dalla consigliera Cristiana Cirielli, ha permesso di destinare il ricavato della vendita ad associazioni contro la violenza di genere e in particolare a sostegno delle donne in difficoltà. Infatti, una volta raggiunto un numero consistente di tappi, Amorim Cork li acquista e li ritira per dare loro nuova vita e trasformarli in oggetti di design. Nel 2023 il progetto continua grazie alla preziosa collaborazione delle delegazioni del Trentino-Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna, Toscana, Marche, Puglia, Calabria, Sicilia e Sardegna. L'invito è di aderire numerose e per chi desidera maggiori informazioni può rivolgersi alla propria delegata regionale. Da quest'anno inoltre è possibile coinvolgere nella raccolta anche realtà al di fuori della nostra associazione, la speranza è di poter contribuire con somme sempre più importanti e svolgere un'opera di sensibilizzazione rispetto ad un tema che sta diventando una piaga sociale.



D-VINO LA PAROLA AGLI STUDENTI

Nell'anno scolastico 2021/2022 sono stati più di cinquecento gli studenti che hanno seguito le lezioni de Le Donne del Vino. Il primo anno del progetto D-Vino per le scuole alberghiere e di turismo è stato sperimentato in tre regioni pilota e coordinato per l'Emilia-Romagna da Antonietta Mazzeo, per la Sicilia da Roberta Urso e in Piemonte da Roberta Lanero. Insieme alla past president Donatella Cinelli Colombini hanno lavorato mesi per mettere a punto l'insegnamento del vino nelle scuole. A loro si è affiancata Maura Zini, dirigente scolastica dell'Istituto Lazzaro Spallanzani di Modena, con il ruolo di capofila rispetto al Ministero dell'Istruzione. Grazie a un'idea di Antonietta Mazzeo, delegata dell'Emilia-Romagna, in questa rubrica abbiamo voluto dar voce ai ragazzi che ci raccontano, ogni mese, la loro esperienza, le sensazioni e quello che hanno appreso dalle Donne del Vino. In questo numero di DNews parliamo con Alessandro Blasi, studente dell'Istituto Professionale di Stato G. Marcora a Castel San Giovanni (Piacenza).



Quale tra gli incontri con Le Donne del Vino ritieni di tuo particolare interesse? Perché?

Decisamente tutti gli incontri sono stati belli e interessanti, ma se dovessi sceglierne uno opterei per la visita guidata alla Tenuta Pernice Società Agricola, in località Pernice di Castelnuovo Val Tidone.

Durante la visita sono rimasto affascinato dall'ambiente circostante, dal paesaggio dei vigneti e della collina.

L'azienda mi è sembrata molto organizzata e anche le parole dell'imprenditrice ci hanno fatto capire quanto sforzo e impegno c'è per poter portare avanti quest'attività. La possibilità di visitare la cantina ci ha aiutato a conoscere una realtà diversa dalla cantina della nostra scuola e comprendere l'organizzazione e le modalità di lavoro dell'azienda. Un'altra parte molto interessante è stata il poter degustare il loro vino e ascoltare la storia che c'è dietro a questa fantastica realtà.

Quale altra tematica potrebbe essere inserita all'interno del progetto D-Vino?

Il trampolino di lancio per quest'attività, secondo me, è aver potuto provare a completare una vera e propria degustazione, assimilando tutti i passaggi. Quindi inserire nel progetto D-Vino lezioni di pratica come la degustazione è fondamentale perché ti permette di mettere in atto ciò che hai studiato, questo vale anche per la vigna e la cantina.

Qual è il tuo rapporto con il vino?

All'inizio della mia formazione scolastica, non avevo idea e non pensavo che il vino, un domani, potesse essere il mio futuro. Sono affascinato da questo

mondo, per le sue multifunzionalità. Nel vino vedo molta inventiva e mi ispira creatività; dai vari tipi di vino, alle diverse tecniche di allevamento delle viti, le varietà di uva, la lavorazione e i processi di trasformazione e molto altro... Un mondo così vasto che potenzialmente non ha un punto di arrivo, ma tanti punti di partenza che spaziano tra realtà e immaginazione... può essere visto solo come ispirazione.

Pensi di continuare ad approfondire la conoscenza della cultura del vino? Se sì, in quale forma?

Come detto precedentemente, inizialmente non avrei mai visto il mio futuro nel mondo del vino. Il mio obiettivo è potermi acculturare, migliorare questa conoscenza, che oggi è un punto di slancio per lavorare con il vino. Finita la scuola superiore, è mia intenzione studiare per diventare sommelier, mi piacerebbe capire quello che bevo, riconoscerne le caratteristiche, se di alta o bassa qualità, vecchio o giovane, secco, dolce...

Quali sono i tuoi progetti attuali?

In cima ai miei progetti c'è il desiderio di poter diventare un sommelier. Nel mezzo ancora non so bene cosa farò. Negli ultimi mesi, mi balena l'idea di voler essere "indipendente", pur conoscendo i pro e contro. Non nego che l'alternativa università stia "offuscando" le mie idee, ma a oggi mi vedo determinato per poter un domani aprire una mia azienda, con il sudore e le fatiche del mio impegno. Mi vedo sicuro riguardo il mio domani e quello che vorrò essere.

Se fossi un vino, di quale tipologia saresti? Prova a descriverti.

Non mi sono mai identificato in un vino; ho un carattere deciso e insicuro allo stesso tempo, dipendente dal mio stato d'animo. Diciamo che i

miei due lati si possono identificare da una parte in un vino frizzante rosso, ovvero il mio animo competitivo e il mio essere molto permaloso. Dall'altra potrei essere definito però anche un rosso fermo per la mia emotività, in questo caso il mio diventare rosso non causato dalla timidezza nei confronti del nuovo, ma anche l'essere passionale nelle cose che faccio, in cui metto tutto me stesso, cercando di strappare un sorriso e un consenso dagli altri.

Un consiglio che ti senti di dare a chi si appresta a conseguire il diploma.

Nei miei cinque anni di scuola superiore ho passato momenti fantastici e momenti difficili. Dalle mille paranoie per verifiche o interrogazioni, per i pomeriggi passati a studiare, le notti a ripetere, le mille litigate con professori e compagni... ma questo mi ha aiutato ad essere quello che sono ora. Sono contento del mio percorso scolastico e pensare, oggi, alla fine di questo viaggio fa nascere in me un po' di malinconia. Non poter vedere più le persone con la quali ho passato tutte le mattine, ti fa capire quanto queste siano state importanti. Uno spazio c'è sicuramente anche per i prof. - non l'avrei mai detto - ma solo al pensiero rifarei tutto da capo. Le sgridate, le note, i brutti voti, sono serviti a tirare fuori il meglio di me. Consiglio a tutti di godersi gli anni delle scuole superiori, ma soprattutto non sprecate un attimo, in particolare dell'ultimo anno di scuola, perché l'ansia e la paura della maturità verranno coperte dalle soddisfazioni del cammino fatto e delle persone che si sono incontrate e conosciute. Dopo questo, concludo con un in bocca al lupo a tutti i futuri maturandi, questo sarà uno dei primi e dei tanti esami a cui sarete sottoposti nella vita, per questo non abbiamo nulla da perdere e diamo il massimo.

Premi e riconoscimenti UNA CONFERMA DELL'ECCELLENZA DEI VINI DI SICILIA



La Donna del Vino Giovanna Caruso, Caruso & Minini, ha ricevuto numerosi riconoscimenti da rinomate guide enologiche, inclusi i prestigiosi James Suckling e Robert Parker, che hanno elogiato una serie di vini - oggi ritenuti emblematici di un territorio storico per la vite in Sicilia - e che affermano l'eccezionalità qualitativa di alcune etichette prestigiose, tra cui il Delia Nivolelli Doc Syrah Riserva 2016 e il Naturalmente Bio Catarratto Sicilia Doc 2022, entrambi premiati con 92 punti. Anche i critici di Wine Enthusiast e Falstaff hanno assegnato punteggi elevati a diversi vini, confermando l'eccezionale maestria artigianale della cantina. Di seguito una selezione dei riconoscimenti e dei punteggi attribuiti ai vini di Caruso & Minini. Premio James Suckling ai vini Delia Nivolelli Doc Syrah Riserva 2016: 91 punti, Cutaja Nero d'Avola Riserva Sicilia Doc 2018: 92 punti; Naturalmente Bio Catarratto Sicilia Doc 2022: 92 punti, Naturalmente Bio Grillo Sicilia Doc 2022: 92 punti - Premio Robert Parker ai vini Nino Rosso 2014 Terre Siciliane IGP: 92 punti, Spumante Metodo Classico Sicilia Doc: 91 punti - premio Wine Enthusiast ai vini Naturalmente Bio Grillo Sicilia Doc: 90 punti, Frappo Rosè Terre Siciliane Igp Frappato 2022: 90 punti. Roberta Urso, responsabile delle pubbliche relazioni di Cantine Settesoli e delegata delle Donne del Vino Sicilia, con cantina Mandrarossa sarà al Merano Wine festival che si terrà dal 4 al 6 novembre, dove nella sezione The Wine hunter saranno premiati con medaglia rossa i vini Mandrarossa Cavadiserpe Terre Siciliane Igt 2020 e Mandrarossa Urta di Mare Sicilia Doc 2022, inoltre il Mandrarossa Cartagho Sicilia Doc 2019 ha vinto il Trophy Sizilien Falstaff aggiudicandosi 92 punti. La cantina Planeta di Francesca Planeta è al 25° posto della classifica World's Most Admired Wine Brands risalendo di ben 12 posizioni rispetto all'anno precedente. Giunta alla sua tredicesima edizione la classifica, promossa da Drinks International, è il risultato del sondaggio rivolto a un gruppo di influenti esperti del settore vinicolo a cui è stato chiesto di indicare i brand che più ammirano in base a qualità, coerenza, rapporto qualità-prezzo, forza del marchio e marketing. Inoltre, il loro Nocera 2022 è Top Wine per Slow Wine Guide. Slow Wine ha assegnato un ulteriore riconoscimento - "La Bottiglia" - alla cantina che garantisce l'ottima qualità di tutte le etichette in degustazione.

Arriva "Maestri in Cantina" IL PRIMO PROGRAMMA DI ENTERTAINMENT CON FOCUS SULLE CANTINE

La vulcanica Donna del Vino Alessandra Fedi con la regista Alessandra Cardone stanno ultimando le riprese di un nuovo format televisivo. "Il vino è stato raccontato in vari modi - spiega Alessandra Fedi - ma se c'era qualcosa che mancava, era dell'entertainment sul mondo del vino". Bene, quel vuoto è stato colmato: è in arrivo Maestri in Cantina, il primo

programma di entertainment con focus su cantine vitivinicole e i loro produttori (Maestri), ispirando itinerari di viaggio nella nostra meravigliosa Italia. Il format è stato ideato e scritto da Alessandra Cardone, regista, e Alessandra Fedi, wine educator, e prevede per ogni puntata la presenza di un



esperto del settore, di un influencer vicino al mondo dei giovani e di tre produttori che racconteranno con un linguaggio pop il loro mondo e i loro territori. Attraverso il racconto appassionato di storie di vita vera, il programma punta alla valorizzazione del patrimonio vitivinicolo italiano che è cultura e tradizione profonda del nostro Paese. Il format è prodotto da Redfir del gruppo Hellodi, con la partecipazione di sostenitori come Suber, Filson, Antonio Carraro Trattori e Trivellato. I primi tre episodi della prima stagione - "Chicche del Piemonte", "Ragazze sul trattore" e "Vini Nobili in Toscana", presto su Mediaset Infinity. Stay Tuned!

Novità e appuntamenti L'AUTUNNO DELLE DONNE DEL VINO DEL FRIULI VENEZIA GIULIA

Tante novità e appuntamenti per l'autunno delle Donne del Vino del Friuli Venezia Giulia, nel mese di ottobre sarà infatti impegnata in diverse attività di valorizzazione della cultura del vino sia a livello regionale che nazionale. Il primo incontro sarà venerdì 13 ottobre alle ore 13.30, dove, in collaborazione con la delegazione del Veneto, le Donne del Vino saranno presenti alla Fiera Cosmodonna, l'unica fiera in Italia interamente dedicata a Beauty, Fashion & Lifestyle, pensata e progettata per il pubblico femminile, in programma dal 13 al 16 ottobre presso Veronafiere, con una degustazione guidata dal titolo "Il fascino dei vini maturi, le potenzialità dei grandi vini delle Donne del Vino del Friuli Venezia Giulia e del Veneto". Dal 16 al 18 ottobre la delegazione friulana organizza, poi, grazie alla collaborazione con le socie produttrici e sommelier, una serie di degustazioni guidate in lingua inglese nel centro storico di Pordenone e presso alcuni hotel in occasione della Fiera Internazionale Sicam. Sabato 21 e domenica 22, infine, alcune socie produttrici aprono le porte delle loro cantine per l'evento "Ville Venete" dove organizzeranno degustazioni aperte al pubblico. Per informazioni: friuliveneziaigiulia@ledonnedelvino.com



Innovazione, vino e donne L'APPUNTAMENTO CON LE DONNE DEL VINO LOMBARDIA

L'11 ottobre, alle ore 18.00 presso la LUISS Hub in Via Massimo D'Azeglio 3 a Milano si parlerà di innovazione enologica, di vini naturali, di Donne del Vino e di imprenditoria femminile ma anche di birra. Un attesissimo appuntamento che vede coinvolte la vicepresidente de Le Donne del Vino, Paola Longo, con Pia Donata Berlucchi, Fratelli Berlucchi, Giovanna Prandini, Perla del Garda, Cristina Cerri, Tenuta Travaglini. Insieme a loro l'enologo Alessandro Leoni con Francesco Civati che presenteranno il progetto ZEI - oltre il biologico per una viticoltura rigenerativa a zero impatto ambientale -, Teo Musso, esperto di birra, svelerà i suoi segreti. Durante l'incontro si sfaterà il mito "Non bevo rosé perché è un vino da donne" Per informazioni e iscrizioni: fdonetwork.com



Milano Wine Week - 11 ottobre h.20.30 LA MASTERCLASS DELLE DONNE DEL VINO IN RICORDO DI MARISA LEO

Martedì 19 settembre, nella sala La scala dell'Hotel Excelsior di Milano si è svolta la conferenza stampa di presentazione della Milano Wine Week 2023, il grande evento italiano dedicato alla promozione, al racconto e all'esperienza del vino. La sesta edizione della manifestazione che animerà dal 7 al 15 ottobre il capoluogo lombardo presenta un palinsesto ricco di format innovativi e di attività coinvolgenti. Il presidente di Milano Wine Week, Federico Gordini ha aperto la conferenza con il ricordo della nostra socia Marisa Leo, responsabile marketing e comunicazione in una grande cantina cooperativa siciliana Colomba Bianca, uccisa per mano dal suo ex compagno. In sua memoria è stata organizzata una speciale masterclass a cura dell'Associazione Nazionale Le Donne del Vino, in programma mercoledì 11 ottobre, alle ore 20.30, a Palazzo Bovara dal titolo "Bolicine, calici di vita" moderata da Sara Missaglia, Giornalista, Sommelier, Degustatore Ufficiale e Relatore dell'Associazione Italiana Sommelier, milanese D.O.C.G. (Ambrogino d'oro 2018) e ama la Valtellina. È autrice del libro "Valtellina. In alto i calici" edito da Bellavite Editore: racconta di vino e dintorni per alcune riviste e testate giornalistiche, collaborando alla redazione delle Guide Vitae e Viniplus. Esperta di comunicazione, copywriter e web content creator, è wine educator in ambito enogastronomico. Degustatore Esperto della Regione Lombardia, Visiting Professor presso la scuola di enologia di San Michele all'Adige, commissario degustatore in alcuni concorsi sul territorio nazionale e organizza eventi per la promozione della cultura del vino. Il ricavato della vendita dei biglietti sarà devoluto all'associazione Palma Vitae di Partanna (Tp) che anche Marisa supportava e che si occupa di donne in difficoltà e vittime di violenza. L'Associazione nasce a Castelvetrano nel 2014, con una attività d'ascolto sul territorio, e con la realizzazione di eventi di sensibilizzazione e promozione socio-culturale in tutta la Sicilia, più di 200 in 9 anni, a favore di una cultura del rispetto della donna contro ogni genere di violenza. Per info e acquisto biglietti www.milanowineweek.com

Donnevinosorrisi "DXD CALICI DI VITA" IN SICILIA

Riparte dal sorriso di Marisa Leo "DxD Calici di Vita, il wine lunch solidale itinerante promosso dalle Donne del Vino di Sicilia a sostegno delle associazioni che si occupano della rinascita delle donne che hanno subito violenza. L'appuntamento è per sabato 7 ottobre, alle ore 13.00, al ristorante - Al Pesciolino d'Oro - a Mazara del Vallo (Tp). Parte del ricavato andrà all'associazione Palma Vitae. Questi appuntamenti erano parte del grande lavoro che Marisa Leo svolgeva all'interno della delegazione delle Donne del Vino di Sicilia, guidata da Roberta Urso. Lo chef Fabio D'Agostino, già nei mesi precedenti contattato da Marisa Leo, in qualità di capo progetto, preparerà un menù ad hoc per quanti vorranno partecipare alla (ri) partenza del progetto. In occasione di "DxD: Calici di Vita", anche questa volta, grazie alla generosità delle produttrici di DDV Sicilia, saranno messe all'asta, magnum, edizioni speciali di vini, il cui ricavato per intero sarà devoluto sempre alle associazioni. Tra i presenti anche l'artista Luana Rondinelli impegnata in teatro e nella scrittura con temi legati alla difficoltà di "essere donna". Fuori dai soliti cliché.



Dwine

Dalle cantine al femminile
le proposte di punta
delle nostre socie

BAROLO BUSSIA DOCG "VIGNA FANTINI" 2019

AMALIA CASCINA IN LANGA / www.cascinaamalia.it

MARIA ANGELA BROSIO

Agli inizi del Duemila la famiglia Boffa acquista Cascina Amalia situata a Monforte d'Alba, uno degli undici comuni legati alla produzione di Barolo, assieme a tre ettari di vigneti circostanti. Presto vengono acquistati altri vigneti, tra cui due cru importanti per la produzione del Barolo. Le Coste di Monforte a Bussia. Nel 2007 Paolo Boffa inizia a dedicarsi a tempo pieno alla gestione della cantina e alla produzione del vino. La proprietà ora vanta sette ettari di vigneti a Monforte d'Alba. Nel 2019 abbiamo iniziato la conversione verso un'agricoltura e una produzione completamente biologiche certificata nel 2022. Produciamo i vini classici del territorio: Dolcetto, Barbera, Nebbiolo e Barolo ed una piccola produzione di un vitigno bianco raro, il Rossese Bianco. Il nostro Barolo Bussia "Vigna Fantini" è un Barolo da singolo vigneto di Amalia Cascina in Langa, una versione prodotta da una selezione di uve del prestigioso vigneto Fantini in località Bussia. Il vigneto Fantini giace ad una altitudine superiore rispetto agli altri appartenenti allo stesso cru e su terreni costituiti da Arenarie di Diano del periodo Tortoniano ad elevata percentuale sabbiosa.



3-6-9 TRESEINOVE

CA' DA ROMAN. / www.cadaroman.bio

MARIA PIA VIARO

Tutto comincia nel 2015 con l'acquisizione dei primi terreni e della storica Villa Apollonio risalente al XVI secolo, oggi divenuta Boutique Hotel con centro benessere. Il progetto è opera dei coniugi Maria Pia Viaro e Massimo Vallotto che, con la regia enologica di Nicola Biasi, conducono l'azienda agricola vitivinicola Ca' da Roman, tenuta di 18 ettari complessivi, di cui solo 7 destinati a vigneti. Il resto è coltivato a orti, frutteti, uliveti, cereali, siepi mellifere e una miriade di piante e arbusti che disegnano il paesaggio e offrono un prezioso contributo alla riduzione della carbon footprint dell'azienda. La certificazione biologica è integrata da una gestione dei suoli basata sull'agricoltura rigenerativa. I vitigni impiantati sono esclusivamente di tipo resistente Piwi: una scelta agronomica ed etica che consente di eliminare totalmente ogni prodotto di sintesi e di ridurre al minimo quelli ammessi dai disciplinari biologici. La cantina è in fase di completamento e, al momento, risulta essere la più grande d'Europa a sola produzione di vini da vitigni resistenti Piwi. Ca' da Roman fa parte della rete d'impreses Resistenti Nicola Biasi. 3-6-9 è un vino molto elegante che, pur essendo appena nato continua a raccogliere riconoscimenti e recensioni positive.



TORRAI CABERNET DOC PIAVE RISERVA

CONTE COLLALTO / www.cantine-collalto.it

ISABELLA COLLALTO DE CROY

Da oltre mille anni il castello di san Salvatore si erge a sentinella delle dolci colline di Susegana, patrimonio dell'Unesco. Ai piedi del castello si trova la cantina Collalto costruita ai primi del 900. Erede di questa storica tradizione è la principessa Isabella Collalto de Croy. Dal 2007 la principessa segue personalmente i vigneti e la cantina, ricevuti in eredità dal padre, con lo stile che ha caratterizzato questo lungo racconto di famiglia. Spiccano, nella sua conduzione, l'attenzione per le innovazioni sostenibili nella cura dei vigneti e la ricerca qualitativa applicata alle caratteristiche del prodotto e del territorio. Ed è sui dolci pendii in prossimità del castello che si coltivano gli storici vigneti da cui si ottengono le preziose e selezionate uve destinate a produrre un vino ricco di struttura e dalla forte espressività. Una selezione delle migliori uve Cabernet provenienti dal nostro vigneto scigno chiamato Torrai, uve di viti quasi centenarie destinate ad un attento e prolungato affinamento in tonneau di rovere di Slavonia, dove riposa per anni. Segue un ulteriore affinamento in bottiglia di oltre sei mesi, per ottenere un vino dal color rosso rubino con sfumature granate. In bocca sprigiona una complessa trama fatta di note vanigliate e di frutta rossa matura. Armonico e asciutto, giustamente tannico accompagna i piatti della cucina invernale.



VALPOLICELLA DOC SUPERIORE

TORRE DI TERZOLAN / www.torrediterzolan.it

ROBERTA PREVIDI

La tenuta nasce nel 1300 come residenza di caccia degli Scaligeri, signori di Verona. Una spettacolare cantina, realizzata a fine del 1400. Situata sulle colline dell'alta Val Squaranto, a circa 350 metri di altitudine, Torre di Terzolan, nella sua struttura storica, è luogo di sintesi equilibrata tra giardini, ulivi e vigne a conduzione biologica. Il Valpolicella Superiore Doc Terre di Terzolan è prodotto da viti che crescono in un terreno di medio impasto calcareo dai vitigni Corvina, Corvinone e Rondinella. Vendemmia manuale con selezione dei migliori grappoli spargoli. Breve riposo delle uve con ventilazione naturale in fruttajo, per migliorare il rapporto tra la polpa e la buccia. Fermentazione e macerazione a bassa temperatura. Affinamento 18 mesi in barrique di rovere francese di secondo passaggio e anfore, 18 mesi in bottiglia chiusura con tappo naturale. Colore rosso rubino di media intensità, riflessi granati con l'invecchiamento. Al naso ampio sentore balsamico, note fruttate e speziate. Al palato morbido e avvolgente con tannini eleganti, acidità persistente e finale sapido.

SANTAROSA PINOT BIANCO DOC COLLIO

CASTELLO DI SPESSA / www.castellodispessa.it

ELEONORA BEVIGLIA

Castello di Spessa è una struttura storica a Capriva del Friuli nel Collio Goriziano, formata da un'azienda vitivinicola con quasi 100 ettari di vigneti di proprietà nella Doc Collio e nella Doc Friuli Isonzo, e da una Residenza d'Epoca immersa nel verde di un vasto parco secolare, dotata di Spa, ristoranti e un Golf Country Club. Nel 1987 la famiglia Pali acquista il castello e viene creata l'azienda vitivinicola a partire dal nucleo dei vigneti preesistenti. Da questa data, Loretto Pali investe incessantemente nell'azienda e nel territorio, portando avanti la sua idea di qualità e dinamismo che ha come ultimo capitolo l'ampliamento e l'ammodernamento della cantina di vinificazione situata a Cormons, a pochi chilometri dal maniero. Di colore giallo paglierino con note dorate, Santarosa Pinot Bianco al naso risulta ampio ed intenso con note tropicali e di crosta di pane. Al palato estremamente raffinato con note che ricordano i lieviti, pera e floreali di fiori d'acacia. Morbido e vellutato, ha un'ottima persistenza. Ideale con antipasti a base di pesce, risotti di pesce e piatti di pasta o minestre di verdura.



IL BEVANATO BIANCO IGT

LA FONTE AZIENDA AGRICOLA / www.lafontedibevagna.it

GIULIA TRABALZA MARINUCCI

A Bevagna, nel cuore dell'Umbria, sulla strada del Sagrantino si trova l'Azienda Agricola "La Fonte". Dal 2015 i fratelli Giulia Trabalza Marinucci, giovane agronomo, e Francesco, sommelier, portano avanti la tradizione contadina che sin dai primi del '900 caratterizza questa famiglia. La giovane cantina si inserisce perfettamente nel concetto di "Azienda Verticale", dove ogni fase, dalla raccolta manuale, alla trasformazione in vino viene seguita direttamente dai giovani proprietari. In azienda non vengono utilizzati diserbanti chimici e prodotti di sintesi, crediamo nell'ecosostenibilità e nello sviluppo delle varietà autoctone. Il Bevanato, vino bianco Igt ottenuto da uve 100% Trebbiano spoletino, al limite tra un bianco e un orange, matura fermentando in vasche d'acciaio a temperatura controllata a contatto con le bucce per circa 20 giorni. È un bianco macerato dalla grande intensità di profumi e sapori e dalla complessa struttura. Il colore è un carico giallo oro brillante. All'olfatto chiari sentori di miele, pesca gialla matura e frutta esotica. La sua struttura si amalgama perfettamente con un'importante spina acida che ne definisce il finale.



PROMUOVI LA TUA ETICHETTA SU DI DNEWS

DWINE, DALLE CANTINE AL FEMMINILE LE PROPOSTE DI PUNTA DELLE SOCIE

DNews, il Corriere delle Donne del Vino, è il mensile del mondo del vino al femminile allegato al Corriere Vinicolo. Viene distribuito ad un selezionato database di produttrici vitivinicole, ristoratrici, enotecarie, sommelier, giornaliste oltre naturalmente a tutti gli abbonati al Corriere Vinicolo e ai soci Unione Italiana Vini e socie Donne del Vino.



Se vuoi raccontare il tuo vino e la tua azienda, puoi farlo promuovendo una o più etichette della tua cantina attraverso questa pagina.

SE DESIDERI ADERIRE ALL'OFFERTA INVIA UNA MAIL A DONNE@LEDONNEDELVINO.COM E TI DAREMO TUTTE LE INFORMAZIONI NECESSARIE



VIVAISMO



Una selezione, a cura delle aziende, delle ultime novità disponibili sul mercato



MC VIVAI ITALIA

Vasta gamma di varietà e di combinazioni cloni-portainnesto

MC Vivai Italia nasce agli inizi del 1900 da un gruppo di vivaisti italiani accumulati dalla passione per il vivaismo e la viticoltura. La produzione è composta da un'ampia gamma di varietà internazionali e autoctone dei principali Paesi vitivinicoli con una larga gamma di combinazioni cloni-portainnesto tra i quali i cloni francesi e i cloni italiani dei principali istituti di pre-moltiplicazione. Per soddisfare la viticoltura moderna sempre più esigente, possiamo offrire: una vasta gamma di varietà internazionali e autoctone di diversi Paesi; una grande scelta di cloni o selezioni massali (biotipi produttivi o qualitativi); una gamma esaustiva di portainnesti; vari tipi di viti innestate: viti innestate da banco proposte sia come viti dormienti tradizionali a radice nuda che come viti in vasetti biodegradabili; viti innestate in vasi di plastica con bamboo di diverse altezze (da 28 cm a 90 cm). Per ogni fase del processo produttivo viene applicata la tracciabilità per prodotto e per attività, che permette di risalire in ogni momento

all'origine del materiale genetico, agli agenti coinvolti e alle attività svolte. Per ottenere viti innestate di alta qualità, ogni fase del processo di produzione è molto curata; a partire dalla selezione e dalla conservazione del materiale genetico, proseguendo attraverso l'innesto, la callizzazione e la fase vegetativa in vivaio, fino alla rigorosa cernita e alla conservazione delle viti innestate pronte per la consegna. Viene svolto anche un costante ed accurato controllo tecnico e qualitativo durante tutte le fasi di produzione a cominciare dai campi madre, in vivaio e in magazzino. Le nostre selezioni massali favoriscono un'elevata diversità genetica, pur mantenendo la massima sicurezza sanitaria.

VCR - VIVAI COOPERATIVI RAUSCEDO

Barbatelle Vcr: quando la qualità incontra la sostenibilità

Da molti anni i Vivai Cooperativi Rauscedo hanno fatto della sostenibilità ambientale

la loro mission aziendale, impegnandosi attivamente nella ricerca di metodi di produzione che consentano di ridurre l'impatto del vivaismo e della viticoltura in generale. Oltre alla ricerca e sperimentazione di nuove varietà e nuovi portainnesti che richiedano minori input in termini di trattamenti fitosanitari e di risorse (energia e acqua in primis), si stanno indirizzando alla ricerca di una maggiore sostenibilità nella gestione vivaistica, con lo scopo di ridurre l'impatto ambientale da un lato e di migliorare la qualità intrinseca della barbatella

Vivaio Sperimentale VCR - Progetto PON Ricerca e Innovazione 2014-2020



dall'altro. Perseguendo questi obiettivi hanno avviato una collaborazione con l'Università di Udine, all'interno di un progetto aderente al PON Ricerca e Innovazione 2014-2020, per mettere a punto un metodo di produzione di barbatelle che consenta di ridurre gli input in campo e di valorizzare il ruolo ed il contenuto delle sostanze di riserva nelle piante. Il progetto mira a trasferire le conoscenze legate alla fisiologia della vite, provenienti dal mondo accademico, all'ottenimento di barbatelle con maggiori capacità di sopravvivenza al trapianto e

migliori performance agronomiche. Si stanno valutando migliaia di barbatelle caratterizzate da differenti combinazioni di cultivar e portainnesti, tra cui alcuni portainnesti della nuova serie M, sottoposte a diversi regimi di fertirrigazione al fine di ottenere piante con un maggior contenuto di riserve (carboidrati non strutturali). Una sinergia tra mondo produttivo e mondo accademico per trasferire concretamente i risultati della Ricerca accademica sulla produzione in larga scala rendendola disponibile ai viticoltori di tutto il mondo.

VIVAI VITICOLI TARENTINI

Varietà internazionali, nazionali e locali. Con un focus anche sui Piwi

La Vivai Viticoli Trentini nasce dall'esperienza e dalla capacità professionale di persone in grado di rispondere alle nuove esigenze del mercato vivaistico viticolo. Moltiplichiamo, innestandole sui migliori portainnesti, le principali varietà di vite, sia a diffusione nazionale che internazionale,

sia coltivate in ambiti più ristretti. La passione per la vite significa anche, ridare vita alle varietà locali, caratteristiche di ogni singola zona viticola, per mantenere e preservare il patrimonio ampelografico italiano. Da oltre un decennio siamo tra i principali produttori e selezionatori di varietà resistenti alle malattie (Piwi) ma, oltre alla sostenibilità del vigneto, abbiamo sempre l'obiettivo di ottenere vini di alta qualità. La tradizione del nostro lavoro, si fonda continuamente all'innovazione nel cercare di migliorare e garantire un prodotto sempre qualitativamente migliore dal punto di vista genetico e sanitario. Consideriamo le nostre piante, non un mero prodotto agricolo, ma un patrimonio atto a soddisfare le esigenze del viticoltore. Visitare le aziende serve e condividere con loro il piacere della buona riuscita del vigneto e del loro prodotto, è per noi vivaisti la più grande soddisfazione.

PADERGNONE VIVAI VITICOLI COOPERATIVI

Ampia gamma di servizi di qualità, dalla conservazione ottimale in celle frigo alla consegna rapida della barbatella



Assicuriamo servizi di qualità per i nostri clienti dalla conservazione ottimale del prodotto in celle frigo, fino alla consegna rapida della barbatella. La conservazione della barbatella è un passaggio fondamentale e per questo cerchiamo, attraverso i nostri servizi, di raggiungere i migliori standard qualitativi. Il trattamento di termoterapia che proponiamo, esclusivamente su richiesta, fornisce al cliente delle piante esenti da patogeni, pronte per essere piantate in campo con le dovute precauzioni. L'utilizzo di un bagno d'acqua calda consente l'inattivazione dei fitoplasmi nelle barbatelle e nei materiali pronti per l'innesto, come portainnesti e marze. La Flavescenza dorata e il Legno nero stanno creando pesanti danni ai vigneti presenti sul territorio italiano. Cerchiamo, attraverso questo servizio, di limitare i danni e i rischi connessi all'impianto e alla crescita della barbatella. La macchina che possediamo utilizza

due vasche di acqua, tarate a due diverse temperature: 30°C la prima, 50°C la seconda, dove avvengono rispettivamente il pre-riscaldamento e il termotrattamento. Le barbatelle pronte vengono disposte, in attesa del confezionamento, in una cella frigo con umidità costante di 98/100% e temperatura di 1,5/2,0 °C; e dopo essere state nuovamente reidratate e disinfettate vengono messe in una cella frigo statica, senza umidità e con temperatura di 1,5/2,0 °C, inscatolate e protette da un sacco di nylon che impedisce la disidratazione. Le piante rimangono nelle celle frigo a temperatura controllata fino al momento della spedizione ai clienti, che avviene in modo rapido entro 48 ore, per evitare danneggiamenti della pianta e assicurare una conservazione ottimale. Attraverso i nostri servizi cerchiamo di fornire al cliente un prodotto il più possibile controllato e di assoluta qualità, pronto per l'impianto e per una crescita forte.

VITIS RAUSCEDO

Impegno nella ricerca: VitisBio, VitisAlfa e VitisPot

Vitis Rauscedo è una cooperativa agricola, fondata nel 1985 situata nel comune di San Giorgio della Richinvela, frazione Rauscedo, fulcro della produzione vivaistica nazionale. Azienda dinamica e sempre pronta all'evoluzione verso argomenti di sostenibilità e di qualità della produzione, Vitis Rauscedo produce e commercializza circa 6 milioni di barbatelle. Vitis Rauscedo offre la produzione di circa 70 cloni di varietà diverse omologate dalla Cooperativa stessa, oltre a selezioni massali di popolazioni viticole di pregio, tutelando la sanità virologica e variabilità genetica dei materiali. L'azienda, attenta ai temi di sostenibilità ambientale, si è spinta in progetti di ricerca, affinando protocolli di gestione in regime biologico certificato, producendo barbatelle con il marchio VitisBio. Oggi Vitis Rauscedo gestisce un fondo biologico di 25 ettari in cui, seguendo una rotazione culturale, è itinerante l'apezzamento che accoglie e produce barbatelle biologiche. Unendo l'innovazione alla tradizione, l'azienda ha introdotto la produzione di barbatelle a doppio



spacco inglese, fatto a mano. Il materiale così ottenuto ha mostrato un'ideale saldatura del punto d'innesto riducendo le criticità legate alla compatibilità tra bionti, agli aspetti patologici e di flusso linfatico. Il prodotto è caratterizzato dal marchio VitisAlfa. Oltre alla barbatella tradizionale ed al vasetto classico, Vitis produce barbatelloni per sostituzioni fallanze, e piante in vaso di due anni con il marchio VitisPot.



Climate change e scelte agronomiche

LA RESILIENZA INIZIA DAL PORTAINNESTO

di LUCIO BRANCADORO, DAVIDE BIANCHI - DiSAA - Università degli Studi di Milano

S eppur con manifestazioni diverse, rispetto alle precedenti stagioni, anche nella presente annata agraria sono sotto gli occhi di tutti i gravi danni subiti dalla vitivinicoltura a causa dai cambiamenti climatici. Quest'anno dopo un inverno mite con precipitazioni scarse o nulle, è seguita una primavera dove, in molte zone d'Italia, si sono avute precipitazioni eccezionali, sia per intensità che per numero di giorni piovosi, a cui è seguita un'estate con temperature record in particolare nel Mezzogiorno. Questa sequenza di avvenimenti evidenzia, se c'è ne fosse ancora bisogno, che la principale conseguenza dei mutamenti climatici è l'estremizzazione degli eventi meteorologici, condizione questa che rende sempre più necessario definire nuove strategie di gestione agronomica dei nostri vigneti.

Da più parti ormai si afferma come, in genere l'attività umana e in particolare quella agricola, che più di altre è soggetta alle condizioni climatiche, deve, se vuole continuare a fornire i prodotti che hanno reso famoso il settore agroalimentare italiano, tra cui un ruolo fondamentale lo giocano le produzioni enologiche, adottare pratiche di adattamento e resilienza a questi fenomeni. Ma se quindi l'adattamento della vitivinicoltura passa attraverso scelte agronomiche (Tab.1), sempre più frequentemente condotte con modalità innovative, che permettono un più rapido e proporzionato adeguamento della gestione del vigneto al variare degli andamenti stagionali, un ruolo fondamentale è giocato dai sistemi di Viticoltura di Preci-

sione o i Sistemi di Supporto alle Decisioni (SSD). Metodiche queste che consentono, ad esempio, una gestione del suolo dinamica, con inerbimenti mantenuti solo fino a quando non siano previste condizioni di stress idrico più o meno conclamate, o anche l'introduzione di una corretta irrigazione di soccorso o l'uso, in caso di ondate di calore, di prodotti schermanti come zeolite e caolino e molti altri esempi ancora. Se le azioni di adattamento possono risultare un processo di adeguamento agli effetti attuali e futuri dei cambiamenti climatici, ovvero un compromesso per permettere all'esistente di sopportare in modo più o meno efficace queste condizioni avverse, ben altra cosa è predisporre la coltura a una maggior resilienza a queste condizioni ovvero implementare la capacità intrinseca della coltura di adattarsi al susseguirsi di eventi di particolare intensità. In genere questi sono fattori strutturali, che permettono la maggior resilienza della coltura e possono essere classificati in azioni che tendono a mitigare gli effetti dei cambiamenti climatici, come il sito di coltivazione, con lo spostamento della coltura a maggiori altitudini e o latitudini, forma di allevamento (pergole e tendoni proteggono maggiormente il frutto

Un recente lavoro di ricerca spagnolo ha indagato le risposte di adattamento alle condizioni di stress idrico di alcuni portainnesti tra cui due della serie M, evidenziando performance importanti soprattutto con l'M4. I risultati raggiunti sono interessanti: emerge, però, anche che le potenzialità del miglioramento genetico dei portainnesti sono ancora largamente inesplorate. In quest'ottica si colloca il programma per lo sviluppo di nuovi portainnesti in atto al DiSAA dell'Università degli Studi di Milano

dalla radiazione solare) o in fattori predisponenti la coltura ad una vera maggior resilienza e questo sono essenzialmente scelte genetiche: vitigno e portainnesto.

La scelta del portainnesto

In particolare la scelta del portainnesto che si basa sulla tolleranza agli stress abiotici, come documentato dalle comuni classificazioni per la definizione delle caratteristiche dei portainnesti, risulta fondamentale per definire la resilienza della vite ai differenti stress che i cambiamenti climatici inducono. Ad ulteriore riprova di ciò, recentemente sono stati pubblicati su "Vitis", una delle principali riviste scientifiche che si occupano specificatamente di viticoltura, i risultati di un interessante

lavoro condotto in Spagna sulle risposte di adattamento alle condizioni di stress idrico di alcuni portainnesti tra cui due dei portainnesti della serie M. I risultati ottenuti (Tab.2) indicano come i 4 portainnesti in esame - 110R, SO4, M1 e M4 - abbiano comportamenti sostanzialmente differenti in funzione della disponibilità idrica in cui si sviluppano. In generale i dati dei ricercatori spagnoli confermano un differente capacità di tollerare lo stress idrico di questi quattro portainnesti, dove l'SO4 è il portainnesto meno performante, mentre 110R e gli M hanno mostrato una buona tolleranza allo stress. Ma il risultato più interessante è il fatto che l'M4 mantenga inalterata la sua capacità di svilupparsi sia in condizioni di buona nutrizione idrica che di carenza, mentre gli altri portainnesti, quando si sviluppano in condizioni di carenza idrica, subiscono riduzioni di biomassa da un minimo del 16%, nel caso del 110R, fino ad un massimo del 43%, nel caso dell'SO4.

L'analisi delle diverse performance

Queste performance dell'M4 sono da imputare alla capacità di questo portainnesto di sviluppare un apparato radicale assorbente di maggiori dimensioni in condizioni di carenza: +14% di biomassa di radici

assorbenti rispetto a piante cresciute con buone dotazioni idriche. Questo risultato è il miglior esempio che attualmente è possibile fare di resilienza della coltura nei confronti di differenti livelli idrici nei suoli, come evidenziato dai ricercatori spagnoli l'M4 ha un elevato grado di plasticità mantenendo uno sviluppo contenuto della pianta quando si trova in buone condizioni di nutrizione idrica e attraverso sistemi di adattamento conserva la stessa capacità di sviluppo quando è sottoposto a carenza idrica. Questi risultati così come altri ottenuti, nei recenti anni con i nuovi portainnesti M, da diversi ricercatori sia italiani e stranieri hanno fatto crescere a livello internazionale l'interesse per questi nuovi genotipi infatti, oltre che in Spagna, sono attualmente inseriti in Francia in un trial di valutazione nazionale e negli Usa sono attualmente in fase di quarantena per l'importazione così come in Cile. Questi risultati portano altresì a fare alcune considerazioni: la prima è che questi esiti non si sarebbero mai potuti ottenere con i portainnesti tradizionali, costituiti ormai oltre un secolo fa e rispondenti in genere alle condizioni in cui si operava quando questi sono stati reallizzati. Dall'altro si evidenzia come in genere solo il miglioramento genetico permetta di dare risposte che possano dare

risultati duraturi, atte ad incrementare la resilienza della viticoltura. La seconda è che sicuramente i risultati aggiunti sono interessanti ma le potenzialità del miglioramento genetico dei portainnesti sono largamente inesplorate.

Nuovi progetti di sviluppo in atto

Proprio per questo motivo il DiSAA dell'Università degli Studi di Milano, costituente dei portainnesti M grazie ad un progetto di ricerca supportato e finanziato dalle imprese aderenti a Winegraft (vedi box nella pagina a fianco), ha in atto un programma per lo sviluppo di nuovi portainnesti che possano affrontare al meglio le differenti condizioni in cui si sviluppa la viticoltura, non solo italiana. In particolare recentemente una selezione di 30 nuovi genotipi di portainnesto è stata valutata per la loro tolleranza agli stress abiotici così come il loro potenziale vigore (Fig.1).

I genotipi sono stati classificati per tutti i tratti correlati a stress idrico, attività fotosintetica, vigore e livelli di nutrienti in due ambienti differenti. Le diverse condizioni di crescita hanno permesso di valutare la plasticità di questi nuovi portainnesti, che risulta essere una delle caratteristiche chiave per incrementare la resilienza della coltura. Tra i genotipi saggiati sono sta-

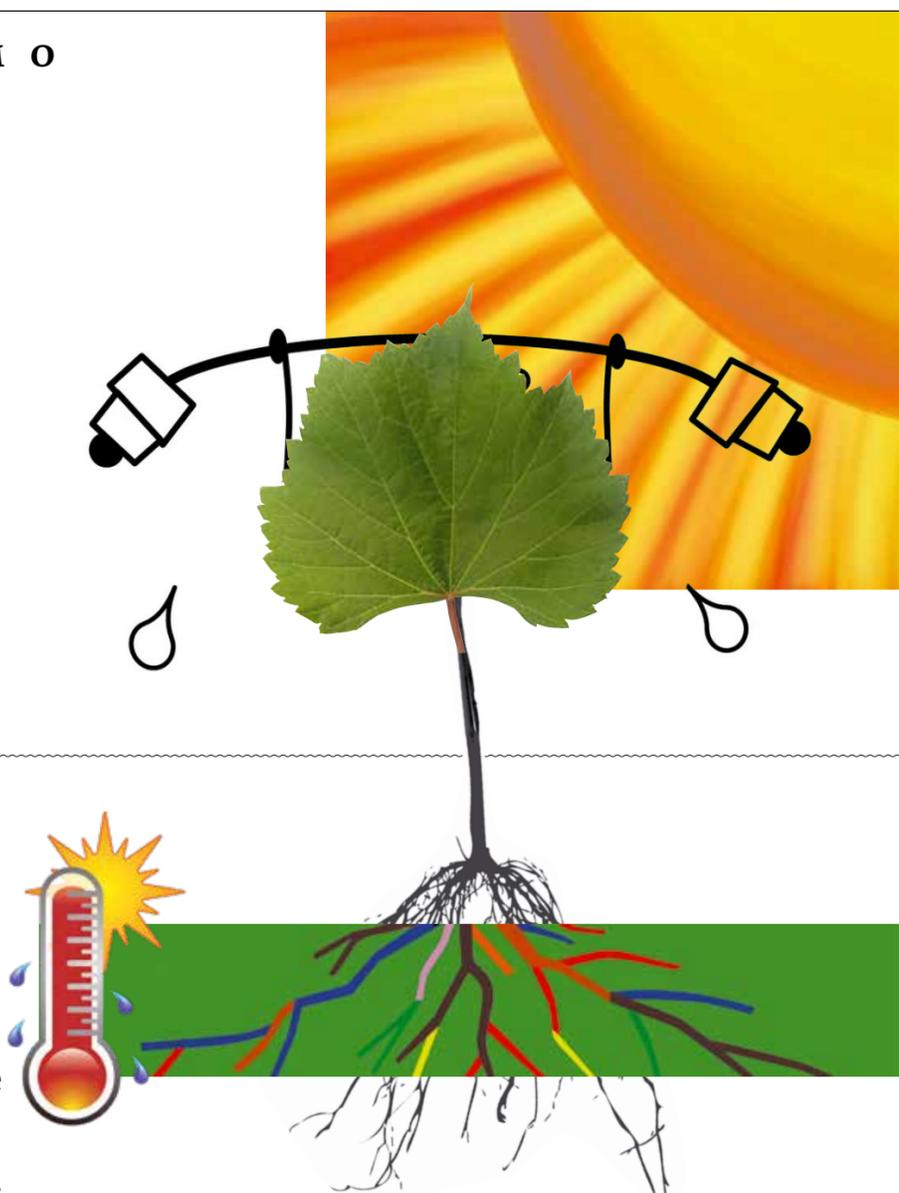


TABELLA 1. AZIONI VOLTE A INCREMENTARE L'ADATTAMENTO E LA RESILIENZA DEL VIGNETO

ADATTAMENTO	RESILIENZA
Gestione della chioma	Scelta del sito
Gestione del suolo	Orientamento dei filari
Gestione della vendemmia e vinificazione	Forma di allevamento
Prodotti schermanti caolino, zeolite	Preparazione profonda dei suoli
Irrigazione	Scelta del vitigno
Incremento della sostanza organica nei suoli	Scelta del portainnesto
Potature tardive	
Reti ombreggianti	

TABELLA 2. COMPORTEMENTI DEI PORTAINNESTI IN FUNZIONE DELLA DISPONIBILITÀ IDRICA

	Lunghezza radici principali (cm)			Massa radicale (g DW)			Massa germogli (g DW)			Biomassa totale (g DW)		
	WW	DI	Δ%	WW	DI	Δ%	WW	DI	Δ%	WW	DI	Δ%
110R	99c	66*	-33	67b	53	-21	113	99c	-12	180b	152c	-16
M1	57a	60	+5	63b	47	-25	95	80b	-16	158b	127b	-20
M4	60a	59	-2	41a	47	+14	84	77b	-8	125a	124b	-1
SO4	77b	65	-15	82c	49*	-40	103	57a*	-45	185b	105a*	-43

I dati sono medie di 6 piante per ogni combinazione di genotipo e regime idrico misurate alla fine dell'esperimento. WW, ben irrigato; DI, Irrigazione deficitaria. All'interno di ciascun parametro e regime idrico, i valori medi seguiti da una lettera diversa sono significativamente diversi a P<0,05; * significa differenze tra l'acqua regimi, per quel parametro e genotipo (Modificata da VITIS: Vol. 62 No. 2, 59-74 (2023) | DOI: 10.5073/vitis.2023.62.59-74 | Pérez-Álvarez et al.)



Gli M, la ricerca e le imprese: la scommessa di Winegraff

“Se oggi siamo arrivati a questo punto il merito è del gruppo di ricerca dell'Università di Milano ma anche della fiducia che le imprese aderenti a Winegraff hanno dato al nostro progetto. Una fiducia il cui valore va oltre il supporto finanziario concesso, grazie al quale è partita la ricerca e siamo stati in grado di portarla fino ai risultati che oggi sono sotto gli occhi di tutti, perché ha da subito creato un ponte con il mercato finalizzando il lavoro dei ricercatori all'innovazione in vigneto grazie al coinvolgimento di Vivai Cooperativi Rauscedo”. È con queste parole che **Attilio Scienza**, una delle massime autorità scientifiche mondiali in tema di viticoltura e “patron” del progetto sui portainnesti M, ha commentato il lavoro presentato in queste pagine. Avviata negli anni 80 dal gruppo di lavoro coordinato dal prof. Scienza, la ricerca, orientata a ottenere portainnesti migliorativi rispetto a quelli utilizzati, capaci di tollerare la siccità e resistere a elevati tenori di calcare attivo nel terreno, raggiunge nel giugno del 2014 l'ambizioso obiettivo di iscrivere ben quattro nuovi portainnesti nel Registro nazionale delle varietà. A quel punto, si poneva la necessità di trasferire al mondo produttivo i risultati della ricerca, diffondere tra le aziende questi portainnesti che avevano mostrato in diversi ambienti performance nettamente superiori rispetto a quelli commerciali, e, nel contempo trovare nuove risorse per portare avanti la ricerca. Serviva cioè un partner commerciale e imprenditoriale in grado di saldare quel gap tra ricerca e mercato che rimane una dei grandi problemi irrisolti del nostro Paese. L'anello mancante, arriva presto: in meno di tre mesi dalla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale dei nuovi portainnesti, nove aziende vinicole di primaria importanza (Ferrari, Zonin, Bertani Domains, Albino Armani, Banfi, Nettuno-Castellare, Cantine Due Palme, Claudio Quarta vignaiolo e Cantine Settesoli), che rappresentano le principali regioni viticole italiane dalle Alpi alla Sicilia, danno vita - insieme a una società di supporto tecnico per la vigna, la Bioverde Trentino, e alla Fondazione di Venezia - a Winegraff, società nata con lo scopo di supportare la diffusione dei risultati della ricerca e finanziarne la prosecuzione. Sul piatto, mezzo milione di euro, che le aziende hanno messo a disposizione dell'Università per i prossimi anni del progetto che ha di fronte un planning di sviluppo fino al 2030. Oggi, gli M iniziano a raggiungere una buona diffusione nel nostro Paese, si stanno facendo conoscere all'estero e possiamo dire che stanno promuovendo lo studio di una nuova generazione di portainnesti, come leggiamo nell'articolo in queste pagine, di cui la viticoltura mondiale, visto quanto sta succedendo al clima, ha estremo bisogno.

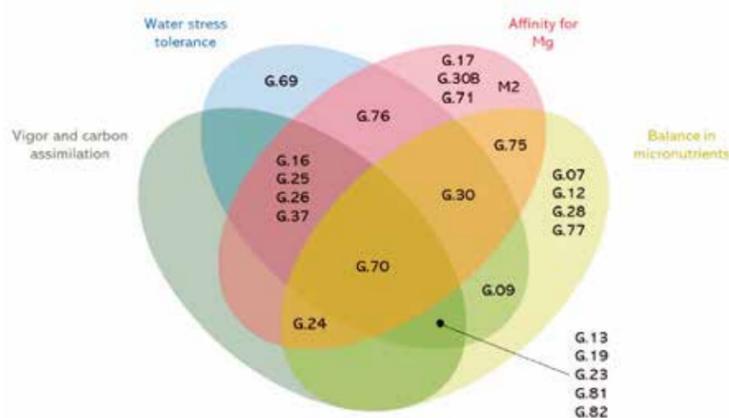


FIGURA 1. DIAGRAMMA DI VENN RELATIVO AI PRINCIPALI PORTAINNESTI PROMETTENTI PER LA TOLLERANZA AI DIFFERENTI STRESS ABIOTICI E AL VIGORE

ti identificati promettenti portainnesti per la tolleranza agli stress abiotici. In particolare, 14 genotipi hanno mostrato un'elevata efficienza dell'uso dell'acqua (Water Use Efficiency) o tasso di traspirazione; 11 genotipi hanno mostrato un elevato vigore e assimilazione del carbonio consentendo così un adeguato sviluppo e produttività della vite anche in ambienti poco fertili e/o con vitigni poco vigorosi; 5 genotipi efficienti nell'assorbimento di potassio (K) e 13 genotipi hanno mostrato affinità per il magnesio (Mg), proprietà queste che consentono di indirizzare la scelta del portainnesto in funzione sia delle differenti esigenze nutrizionali dei singoli vitigni, come nel caso del disseccamento del rachide, fisiopatia indotta da un ridotto assorbimento di magnesio e calcio che colpisce numerosi vitigni, sia in funzione delle esigenze qualitative, la carenza di K è causa di una ridotta maturazione sia glucidica che fenolica delle uve o al contrario un suo eccesso induce una ridotta stabilità dell'acidità dei mosti e dei vini. Attualmente per i genotipi più

promettenti di questo gruppo di 30 nuovi portainnesti è stata inviata al Ministero dell'Agricoltura la domanda per la loro iscrizione al Registro Nazionale delle Varietà di Vite e al contempo sono studiati in combinazione con alcuni dei principali vitigni in diverse condizioni ambientali in modo che nei prossimi anni si possa ampliare la gamma di portainnesti innovativi a disposizione dei viticoltori.

A questa parte del programma ormai in fase avanzata di realizzazione, recentemente, attraverso l'importazione, da-

gli Usa, di oltre 10.000 semi di differenti specie di Vitis poco utilizzate per la costituzione di portainnesti si è data origine ad una nuova collezione di Vitis spp. in valutazione per le caratteristiche di tolleranza ai differenti stress abiotici così come per le loro caratteristiche di assorbimento degli elementi minerali e per la loro capacità di sviluppo per essere successivamente inserite in nuovi programmi di breeding che sfruttino appieno il potenziale esistente nel genere Vitis che è attualmente solo in parte utilizzato.

Dall'HACCP alla sostenibilità. Come fare?

TI AIUTIAMO NOI

Scegli i nostri servizi per la garanzia del risultato

Attraverso attività di consulenza e formazione accompagniamo le imprese verso l'obiettivo della riorganizzazione aziendale, adeguando i processi e l'impostazione organizzativa alle più avanzate norme internazionali riconosciute in materia di sicurezza alimentare, ambiente, sostenibilità, etica, responsabilità di impresa, sicurezza sul lavoro e risk management.

Il nostro team di consulenti professionisti costantemente aggiornati in materia di regolamentazione del comparto vitivinicolo – complessa ed in continua evoluzione – offre alle Aziende la massima professionalità ed un know how specializzato specifico per il settore.

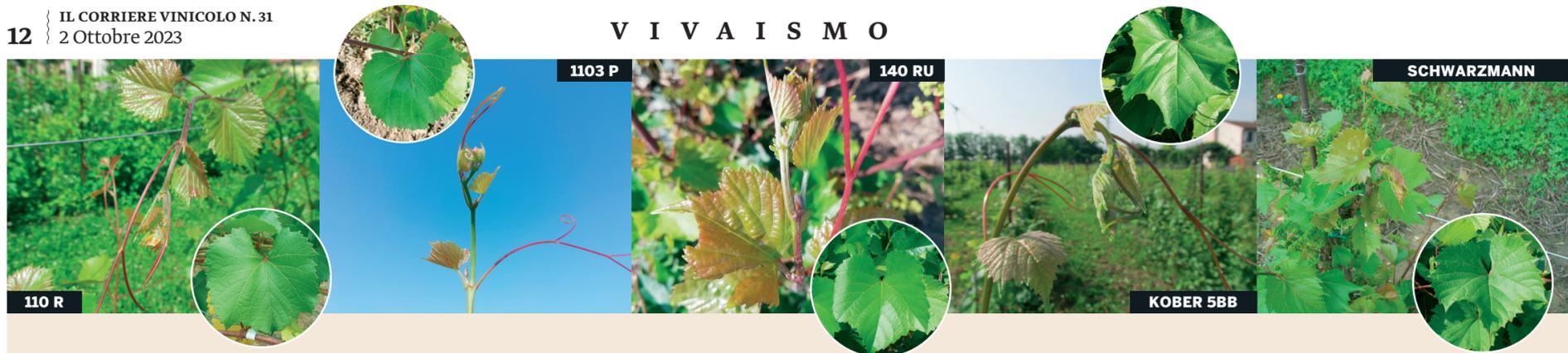
Formiamo il personale interno delle aziende al fine di diffondere la cultura dell'organizzazione aziendale, valorizzare le risorse umane e attuare il miglioramento continuo delle prestazioni aziendali.

OFFRIAMO CONSULENZA E FORMAZIONE PER:

- Sistemi di gestione rispetto a requisiti cogenti (**HACCP, sicurezza dei lavoratori, normative ambientali**, etc.);
- Sistemi di gestione rispetto a standard volontari (**BRC, IFS, FSSC 22000, ISO 9001, ISO 45001, ISO 14001**, etc.);
- Percorsi di riorganizzazione verso la sostenibilità, come previsto dai principali standard del settore (**EQUALITAS, VIVA**);
- Consulenza tecnica per il calcolo degli indicatori ambientali quali **BIODIVERSITÀ, IMPRONTA CARBONICA, IMPRONTA IDRICA**;
- Approfondimento e adeguamento a tutte le tematiche collegate alla sostenibilità in vigneto e in cantina, coerentemente con i requisiti previsti dalla **Norma nazionale per la sostenibilità del vino** e con gli indicatori dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

AREA CONSULENZA ORGANIZZATIVA E FORMAZIONE – UNIONE ITALIANA VINI

Tel. 045 8237811 - Via Enrico Fermi, 18 - 37135 Verona
servizi@uiv.it



UNA SCELTA STRATEGICA

QUALE PORTINNESTO? Analisi del caso della Glera

di PATRICK MARCUZZO, LUCA MASIERO, CARMELO ZAVAGLIA, ROBERTO CARRARO, ALESSANDRO ROMANO
CREA - Centro di Ricerca Viticoltura ed Enologia - Conegliano (TV)

I risultati di due anni di sperimentazione della Regione Veneto, che ha assecondato le richieste del mondo produttivo e della ricerca favorendo un'indagine finalizzata alla comprensione del comportamento di diverse combinazioni di innesto con la Glera in un ambiente della Doc Prosecco. Le indicazioni emerse sono utili per indirizzare verso più adeguate scelte agronomiche

L'impianto di un nuovo vigneto è un momento fondamentale per ogni viticoltore. Esso difatti rappresenta quell'insieme di scelte preliminari che condizioneranno la futura vita del vigneto, incidendo, inevitabilmente, sulla economicità e sostenibilità dell'investimento e sulla qualità delle uve (Bianchi e Brancadoro, 2022).

È anche un momento critico perché, un'eventuale decisione errata, non sempre troverà un facile rimedio. Quindi tutte le attenzioni sono rivolte alla scelta della più idonea forma di allevamento, del sesto di impianto, della cultivar, del clone. E il portinnesto? Spesso, a causa soprattutto delle importanti e innumerevoli valutazioni che l'imprenditore è costretto a fare, questa fondamentale decisione passa sovente in secondo ordine, principalmente per due ragioni: la prima perché la scelta è spesso vincolata alla disponibilità di materiale da parte del vivaista; la seconda è data dal timore di prendere decisioni errate che induce ad affidarsi a quanto già noto nel territorio, assecondando suggerimenti di altri viticoltori della stessa zona perpetuando, quasi inevitabilmente, scelte adottate decenni addietro. Ecco, quindi, che il vasto patrimonio genetico dei diversi ibridi interspecifici del genere *Vitis* (*V. berlandieri* X *V. riparia*, *V. berlandieri* X *V. rupestris*, *V. riparia* X *V. rupestris*) non trova adeguata considerazione. Ne è testimonianza l'esiguo numero di portinnesti sui quali è innestata la Glera (Figura 1). Ma questa paura di cambiare non è di per sé già un errore? Crediamo veramente che gli stessi portinnesti che si adattavano a forme di allevamento espanse (1.100/1.300 ceppi/ha), largamente adottate in passato, possano adattarsi al contesto viticolo odierno ormai costituito, per lo più, da sestetti fitti e meccanizzabili (2.500/4.000 ceppi/ha)? E come considerare il cambiamento climatico? Tutte queste perplessità non affliggono solo gli accademici, ma anche e soprattutto i viticoltori, i quali sono consapevoli che il nuovo vigneto non deve soddisfare solamente esigenze presenti, ma soprattutto quelle future, cercando di anticipare nuovi scenari. Proprio in questo contesto, la Regione Veneto ha assecondato le richieste del mondo produttivo e della ricerca favorendo un'indagine finalizzata alla comprensione del comportamento di diverse combinazioni di innesto con la Glera in un ambiente della Doc Prosecco. A tal fine è stato messo a dimora nel 2011 un vigneto di Glera innestato su cinque differenti portinnesti (vedi box "Come è stata impostata la prova"). In questo articolo presenteremo i risultati di queste combinazioni, ottenuti in due anni di sperimentazione (Tabella 1).

Nelle foto sopra il titolo: caratteristiche morfologiche delle foglie dei 5 portinnesti in prova

Qui accanto: 15/04/2021, differente stadio fenologico del Glera innestato su Schwarzmann in alto e su Kober 5BB in basso



FIGURA 1. Valori percentuali dei principali portinnesti innestati su Glera nell'annata 2022

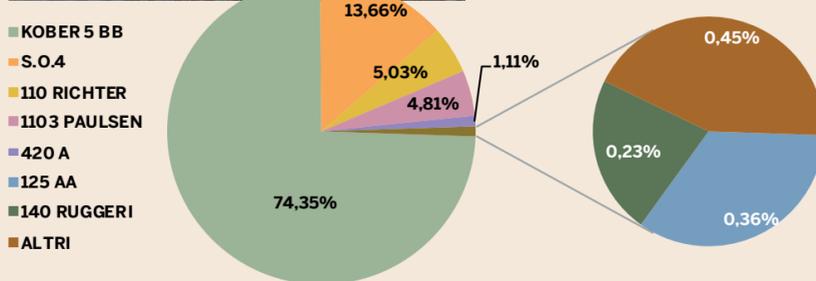


TABELLA 1

I cinque portinnesti utilizzati nell'impianto sperimentale in combinazione con la cultivar Glera

Portinnesto	Parentali		Selezionatori	Paese di selezione	Anno costituzione
1103 Paulsen	<i>V. berlandieri</i> Resseguier 2	<i>V. rupestris</i> du Lot	Federico Paulsen	Italia	1895
140 Ruggeri	<i>V. berlandieri</i> Gaillard	<i>V. rupestris</i> du Lot	Antonino Ruggeri	Italia	1897
110 Richter	<i>V. berlandieri</i> Gaillard	<i>V. rupestris</i> du Lot	Franz Richter	Francia	1889
Kober 5BB	<i>V. berlandieri</i> Resseguier 2	<i>V. riparia</i> Gloire de Montpellier	Franz Kober, Sigmund Teleki	Austria	1896
Schwarzmann	<i>V. riparia</i>	<i>V. rupestris</i>	Schwarzmann	Repubblica Ceca	1891

Equilibrio vegeto-produttivo

La crescita vegetativa della Glera è risultata fortemente influenzata dal differente apparato radicale. Come era prevedibile, il portinnesto più debole è stato lo Schwarzmann che si è distinto per il ridotto accrescimento dei tralci (Figura 2a), mentre sono risultati più vigorosi il 140 Ruggeri e il 1103 Paulsen. Tali risultati rispecchiano il grado di vigoria dei parentali. Oltre alla genetica, anche le annate hanno fortemente condizionato il peso del legno per pianta; il 2021, in particolare, è stato caratterizzato da buona piovosità e temperature ottimali, mentre il 2022, al contrario, si è contraddistinto come una delle annate più siccitose degli

ultimi anni. Il diverso regime idrico, si è tramutato di fatto in una differenza in peso del legno di circa 100 grammi tra le due annate (dati non presentati). Se invece andiamo a valutare l'indice di Ravaz (Figura 2c), calcolato dal rapporto tra il peso dell'uva (Figura 2b) e il peso del legno di potatura, vediamo come esso risulta diversificato tra i vari portinnesti ma, in genere, compreso tra 6 e 8, valori ritenuti idonei ai fini di un ottimale equilibrio. La produzione per ceppo è risultata, nella media delle due annate, di poco inferiore ai 7 kg, con i valori più elevati per le piante innestate sui portinnesti 110 R e Kober 5BB, e i più bassi per quelle su Schwarzmann.

Il Kober 5BB è stato anche quello con la maggiore dispersione del dato, valutabile dall'altezza del rettangolo (Figura 2d), variabilità però non imputabile al fattore annata (dati non presentati). Come si vede dal box-plot relativo al numero dei grappoli per pianta, la minore produzione per pianta dello Schwarzmann è quasi esclusivamente imputabile alla minore fertilità delle gemme (in quanto le piante avevano tutte la stessa carica di gemme prima del germogliamento). Oltre al numero di grappoli, anche il peso dell'acino ha dato un contributo importante nel definire la diversa produzione per ceppo (Figura 3). Al momento dell'invaia (214° giorno

Come è stata impostata la prova

La prova è stata svolta nelle annate 2021 e 2022 in un vigneto con sistema di allevamento a Sylvoz e un sesto d'impianto di m 2,75 X 1,30, situato nel comune di Godega di Sant'Urbano (TV). Nella prova, la Glera (clone ISV ESAV-19) è stata messa a dimora con uno schema sperimentale a blocchi randomizzati in combinazione con 5 differenti portinnesti (Kober 5BB, 110 Richter, 1103 Paulsen, 140 Ruggeri, Schwarzmann). Durante l'inverno, tutte le piante sono state potate lasciando 25 gemme per pianta. Il suolo è di origine alluvionale, profondo, sabbioso e con alta presenza di scheletro. In entrambi gli anni della prova sono stati rilevati alla vendemmia e nel periodo invernale i seguenti parametri: peso del legno, produzione per ceppo, indice di Ravaz (misura dell'equilibrio vegeto-produttivo stimato dal rapporto tra uva prodotta/legno di potatura) e numero di grappoli per pianta. Per la sola annata 2022, dal momento dell'invaia, sono stati raccolti campioni di acini di cui sono state determinate le cinetiche di accrescimento, l'accumulo di zuccheri e la degradazione dell'acidità totale e malica.

BIBLIOGRAFIA

- Bianchi D., Brancadoro L., 2022. **Impianto del vigneto: l'importanza del portinnesto.** *Vite&Vino*, 6, 20-25.
- Castellarin S. D., Bucchetti B., Falginella L., Peterlunger E. (2011). **Influenza del deficit idrico sulla qualità delle uve: aspetti fisiologici e molecolari.** *Italus Hortus* 18 (2): 63-79.
- Conde C., Silva P., Fontes N., Dias A.C.P., Tavares R.M., Sousa M.J., Agasse A., Delrot S., Gerò S.H. (2007). **Biochemical changes throughout grape berry development and fruit and wine quality.** *Food* 1: 1-22.

FIGURA 2 (a-d)

Caratteristiche vegeto-produttive delle 5 combinazioni esaminate. Dati medi delle annate 2021/2022. La linea tratteggiata in rosso rappresenta il valore medio complessivo nelle due annate

dall'inizio dell'anno) il peso era all'incirca pari a 1,4 g nella media dei portinnesti, per arrivare a 1,8 g alla vendemmia, con un aumento percentuale del 30% circa in 35 giorni. Nel confronto tra i portinnesti, invece, lo Schwarzmann è quello che ha registrato i valori più bassi per tutto il periodo della maturazione, con un peso pari a circa 1,7 g/acino; il 1103 Paulsen e il 140 Ruggeri hanno, al contrario, ottenuto pesi superiori alla raccolta di 0,2 g circa rispetto alle altre 3 combinazioni. Comportamento probabilmente imputabile alla loro maggiore vigoria e resistenza allo stress idrico. Da notare, inoltre, il pronto aumento di peso avvenuto tra il 235° e il 242° giorno, a seguito di un importante fenomeno piovoso (45 mm) avvenuto il 241° giorno (30/08/2022) maggiormente evidenziabile nelle bacche delle piante innestate su 1103 Paulsen e 140 Ruggeri. Differenza che si è poi mantenuta anche la settimana successiva, al momento della raccolta.

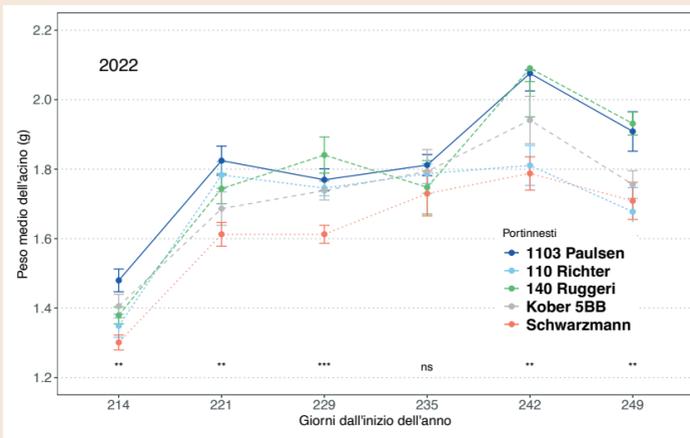
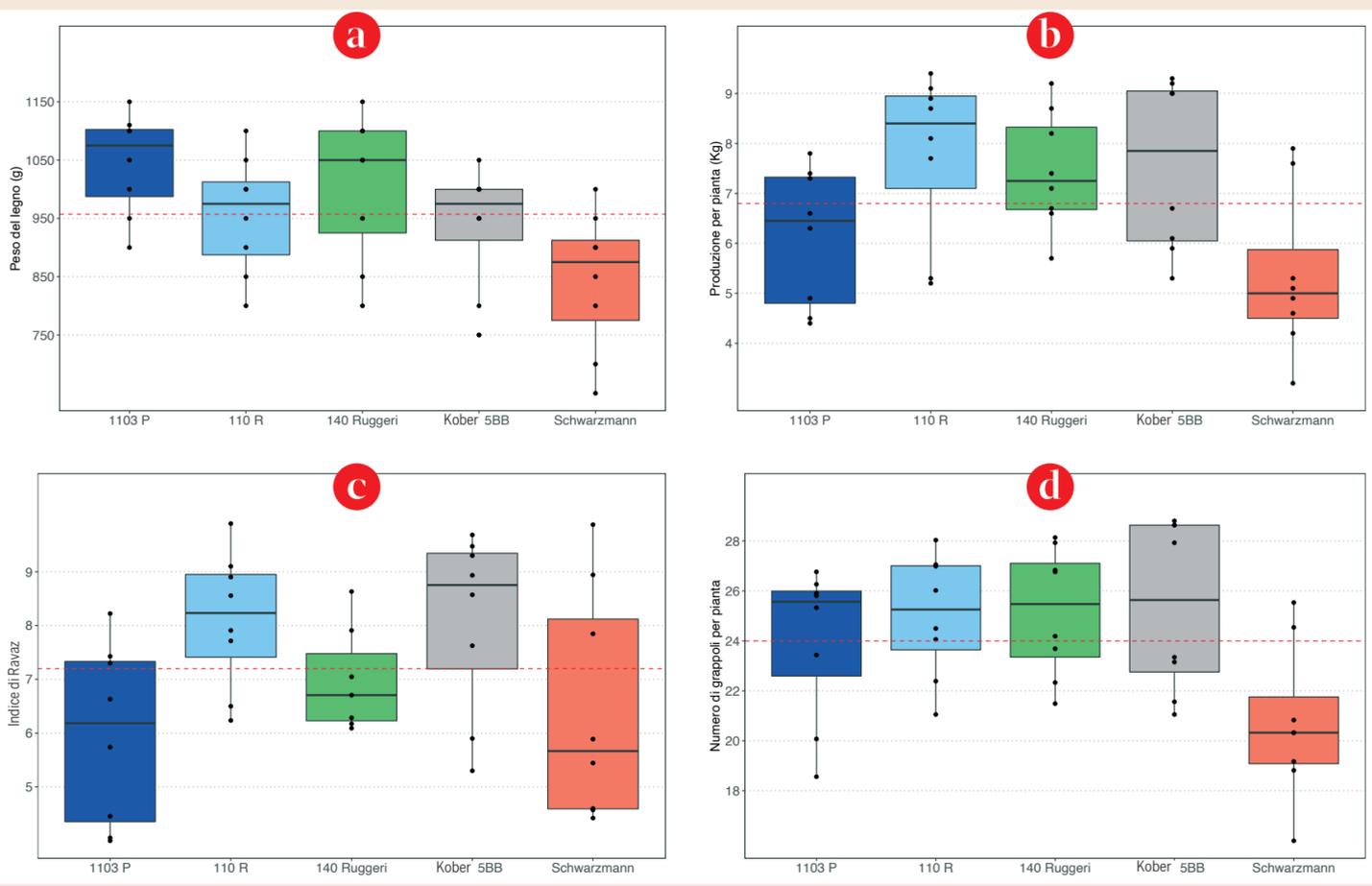
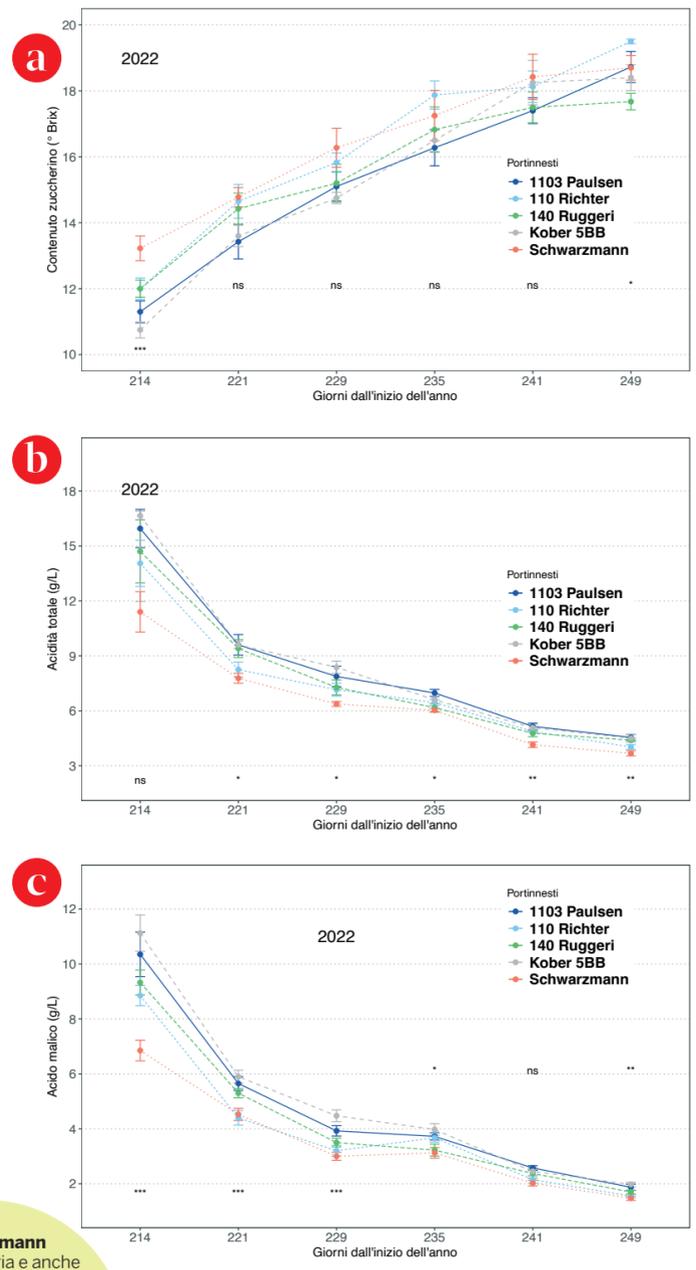


FIGURA 3

Accrescimento del peso dell'acino, dall'inviatura alla raccolta, per tutte le combinazioni tra i diversi portinnesti e la Glera, annata 2022. *, **, *** indicano differenze statisticamente significative tra le tesi con una p = 0,05; 0,01; 0,001; ns indica una differenza non significativa tra le tesi. Le barre verticali invece indicano l'errore standard per ogni punto di prelievo.

FIGURA 4 (a-c)

Accumulo zuccherino e degradazione acidica, dall'inviatura alla raccolta, per tutte le combinazioni di innesto testate, annata 2022. *, **, *** indicano differenze statisticamente significative tra le tesi con una p = 0,05; 0,01; 0,001; ns indica una differenza non significativa tra le tesi. Le barre verticali invece indicano l'errore standard per ogni punto di prelievo.



Effetto del portinnesto sulla qualità dell'uva

Le differenze osservate non hanno riguardato solamente l'equilibrio vegeto-produttivo, ma anche la qualità. Difatti, le analisi chimiche sui campioni di uva raccolti dall'inviatura alla vendemmia, per le diverse combinazioni di innesto, hanno mostrato un effetto importante del portinnesto sulla maturazione tecnologica. **ZUCCHERI.** Il momento della raccolta, coinciso con il 249° giorno (07/09/2022) dall'inizio dell'anno, è stato deciso al raggiungimento di un contenuto zuccherino minimo delle uve di 17,0° Brix per tutte le combinazioni di innesto. Come si osserva in Figura 4a, contrariamente al contenuto in acidi, l'accumulo degli zuccheri non ha mostrato una netta differenza tra i diversi portinnesti. Solo al momento della raccolta c'è stata una differenza statisticamente significativa, con il 110 R che è risultato quello con gli accumuli maggiori. La curva di maturazione ci permette di trarre ulteriori considerazioni: per tutta la durata della maturazione, Schwarzmann e 110 R sono quelli che hanno indotto un maggiore accumulo in zuccheri nella Glera; il 1103 Paulsen è quello, invece, con l'accumulo più lento per quasi tutto il decorso della maturazione, tranne che nell'ultima settimana dove si è osservato un repentino aumento; il 140 Ruggeri è quello che, invece, ha avuto un comportamento intermedio all'inizio della maturazione, ma, allo stesso tempo, un vistoso rallentamento nelle ultime due settimane prima della raccolta (appena 1° Brix di aumento). **ACIDITÀ TOTALE.** Sin dal momento dell'inviatura lo Schwarzmann è quello che ha mostrato un calo più importante nella componente acidica, a differenza del 1103 Paulsen e del Kober 5BB che invece hanno mantenuto quantitativi più elevati. Intermedio invece il comportamento degli altri due portinnesti (Figura 4b). Differenze che si sono comunque confermate significative dal secondo sino all'ultimo prelievo. **ACIDO MALICO.** È sicuramente l'acido organico più importante, soprattutto per i vini bianchi base che verranno successivamente spumantizzati. A inizio maturazione, l'acido malico presentava valori variabili dai 7 agli 11 g/L (Figura 4c), per arrivare poi, al momento della vendemmia, a valori attorno ai 2 g/L. Lo Schwarzmann è quello che ha indotto i quantitativi più bassi nel nastro sin dall'inviatura, Kober 5BB e 1103 Paulsen invece hanno preservato maggiormente il malico. Nella curva notiamo inoltre che, in generale, tra il 229° e 235° giorno c'è stato un rallentamento della degradazione (appiattimento della curva), con la sola eccezione del 110 Richter. Il risultato va probabilmente attribuito agli eventi piovosi e alla conseguente diminuzione di temperature del 18 e 19 agosto (229° e 230° giorno), essendo l'acido malico notoriamente sensibile alle condizioni ambientali (Castellarin et al., 2011; Conde et al., 2007).

Conclusioni

I risultati della prova hanno confermato l'importanza della scelta del portinnesto nel determinare la qualità delle uve Glera, permettendoci di trarre alcune interessanti conclusioni, utili per indirizzare il viticoltore verso scelte agronomiche.

1103 P
Buona vigoria, produzione leggermente inferiore alla media, così come l'accumulo zuccherino, ma preserva meglio l'acidità, in particolare quella malica, in quanto è portinnesto che induce un ritardo nella maturazione.

Kober 5BB
Di media vigoria e di buona produzione, garantita più dal maggior numero di grappoli piuttosto che dal peso dell'acino. Accumulo zuccherino nella media, buona la capacità di preservare l'acidità totale, in particolare quella malica.

140 Ruggeri
Buone la vigoria e la produzione, grazie soprattutto a un maggiore peso dell'acino; dotato anche di un maggiore equilibrio vegeto-produttivo. Si differenzia dagli altri per il minor accumulo zuccherino, nella media invece la velocità di degradazione acidica.

110 Richter
Buona la produzione, favorita più da una buona fertilità che dal peso dell'acino. È risultato il portinnesto con la maggiore velocità di accumulo degli zuccheri, in particolare nella seconda parte della maturazione. Nella media, invece, la velocità di degradazione acidica.

Schwarzmann
Bassa la vigoria e anche la produzione per pianta, risultati imputabili sia al minore peso dell'acino che alla bassa fertilità. Accumuli zuccherini elevati, al pari con il 110R, mentre scarsa è risultata la capacità di preservare il contenuto acidico nelle bacche.

RINGRAZIAMENTI

Si ringrazia l'Azienda Agricola Dal Cin Martina per la collaborazione alle sperimentazioni.



**PER TUTTA LA VENDEMMIA
I PREZZI DELLE UVE**

Sul sito dell'Osservatorio del Vino - www.osservatoriodelvino.it - per tutto il periodo vendemmiale vengono quotate ogni giorno le principali uve italiane, dalle piazze di Treviso-Verona alla Romagna, per arrivare ad Abruzzo, Puglia Nord e Sud.

Un servizio esclusivo, unico in Italia, reso possibile dalla collaborazione con gli agenti di Med.&A., che forniscono anche le quotazioni dei vini e mosti, sempre consultabili sull'Osservatorio con lo storico dei prezzi dal 2010 e la possibilità di costruire ricerche personalizzate, elaborare tabelle e grafici.

**Per informazioni sulle tariffe di abbonamento,
consultare il sito o inviare una mail a
segreteria.osservatoriodelvino@uiv.it**

**MERCATI
VINICOLI**

**QUOTAZIONI E ANDAMENTI
DEL VINO SFUSO
SITUAZIONE AL 21 SETTEMBRE 2023**

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

Le quotazioni dei vini di Trentino Alto Adige non hanno evidenziato variazioni rispetto alla precedente pubblicazione; riprenderanno nelle prossime settimane.



rilevazioni a cura di MED.&A.

P I A Z Z A A F F A R I

PIEMONTE

Alba	Vino Dop (litro)				
Barbaresco	2020		nq		nq
Barbera d'Alba	2022		3,00		3,20
Barolo	2019		nq		nq
Dolcetto d'Alba	2022		2,00		2,20
Nebbiolo d'Alba	2022		3,00		3,20
Roero Arneis	2022		3,00		3,10

Alessandria	Vino Dop (litro)				
Dolcetto del Monferrato	2022		1,20		1,30
Dolcetto di Ovada	2022		1,20		1,30
Piemonte Barbera	2022		1,10		1,25
Piemonte Cortese	2022		nq		nq

Asti	Vino Dop (litro)				
Barbera d'Asti	2022	13	1,35		1,45
	2022	13,5	1,45		1,75
Barbera del Monferrato	2022	12-13,5	1,20		1,30
Grignolino d'Asti	2022		1,30		1,40
Piemonte Barbera	2022		1,10		1,25
Piemonte Cortese	2022		nq		nq
Piemonte Grignolino	2022		1,20		1,30

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

FRIULI - VENEZIA GIULIA

Vino Dop annata 2023 (litro)					
Friuli Cabernet Franc	12-12,5	nq		nq	
Friuli Caribernet Sauvignon	12-12,5	nq		nq	
Friuli Chardonnay	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Friulano	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Merlot	12-12,5	nq		nq	
Friuli Pinot bianco	12-12,5	0,90		1,00	
Friuli Pinot grigio	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Pinot nero	12-12,5	1,10		1,20	
Friuli Refosco	12-12,5	nq		nq	
Friuli Ribolla	12-12,5	0,80		1,10	
Friuli Sauvignon	12-12,5	1,20		1,50	
Friuli Verduzzo	12-12,5	0,80		0,90	
Pinot grigio delle Venezie	12-12,5	1,05		1,15	

Vino Igp annata 2023 (litro)					
Venezia Giulia Ribolla	12-12,5	0,80		1,10	
Venezia Giulia/Trevezie Cabernet Sauvignon	12-12,5	nq		nq	
Venezia Giulia/Trevezie Chardonnay	12-12,5	0,75		0,85	
Venezia G./Trevezie Merlot	12-12,5	nq		nq	
Venezia G./Treven. Pinot bianco	12-12,5	0,75		0,85	
Venezia G./Trevezie Pinot nero	12-12,5	0,85		0,95	
Venezia G./Trevezie Refosco	12-12,5	nq		nq	
Venezia G./Trevezie Sauvignon	12-12,5	0,90		1,30	
Venezia G./Trevezie Verduzzo	12-12,5	0,65		0,70	

L O M B A R D I A

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

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

E M I L I A

Vino comune annata 2022 (ettogrado)					
Rossissimo desolforato	11,5-12,5	5,20		5,50	
Rossissimo desolforato mezzo colore	11-12,5	4,00		4,50	

Vino Igp annata 2022 (ettogrado)					
Emilia Lambrusco	10,5-11,5	3,70		3,90	
Emilia Lambrusco bianco	10,5-11,5	4,20		4,40	

Vino Igp annata 2023 (litro)					
Emilia Malvasia	11-13	nq		nq	

Vino Igp annata 2022 (prezzi grado distillazione+zuccheri)					
Emilia Lambrusco bianco frizzantato	10,6-11,5	4,60		4,80	
Emilia Lambrusco rosso frizzantato	10,6-11,5	4,10		4,30	

Mosto annata 2023 (Fehling peso x 0,6)					
Mosto muto Lancellotta	11-12	5,50		6,00	

R O M A G N A

Vino comune annata 2023 (ettogrado)					
Bianco	2023	9,5-11	nq	nq	
Bianco termocondiz.	2023	10,5-12	5,20	5,50	
Bianco term. base spum	2023	9-10	nq	nq	
Rosso	2023	11-12	nq	nq	

Vino Dop annata 2022 (litro)					
Romagna Sangiovese	2022	12-13	0,78	0,88	
Romagna Trebbiano	2022	11,5-12,5	0,58	0,65	

Vino Igp annata 2022 (ettogrado)					
Rubicone Chardon/Pinot	2022	11-12,5	5,20	5,60	
Rubicone Merlot	2022	11,5-12,5	4,80	5,20	
Rubicone Sangiovese	2022	11-12,5	5,00	5,50	
Rubicone Trebbiano	2022	11-11,5	4,40	4,70	

Mosto annata 2022 (Fehling peso x 0,6)					
Mosto muto	2022	9-11	nq	nq	

Mosto (gr. rifr. x 0,6 x q.le)					
MCR	2023	65-67	5,20	4,0%	5,50 5,8%

M A R C H E

Vino comune (ettogrado)					
Bianco	2022	13-13,5	6,50	71,1%	7,00 84,2%
Rosato	2022	11-12,5	nq	nq	
Rosso	2022	13,5-14	6,00	47,4%	6,50 30,0%

Vino comune (litro)					
Montepulciano	2022	14-15	0,70	16,7%	0,80 6,7%

Vino Dop (litro)					
Falerio Pecorino	2022	13-14	nq	nq	
Lacrima di Morro d'Alba	2022	12,5-13	1,55	1,60	
Rosso Conero	2021	13-14	nq	nq	
Rosso Piceno	2021	13-14	0,80	1,00	
Verdicchio Castelli Jesi C.	2022	13	1,30	18,2%	1,40 16,7%
Verdicchio Castelli J.C. sup	2022	13	1,40	7,7%	1,50 7,1%
Verdicchio di Matelica	2022	12,5-13	nq	nq	

Vino Igp (litro)					
Marche bianco	2022	12-13,5	nq	nq	
Marche Passerina	2022	12-13	0,90	12,5%	1,00 11,1%
Marche Sangiovese	2022	13	0,70	16,7%	0,80 14,3%

P U G L I A - Foggia, Cerignola, Barletta, Bari

Vino comune (ettogrado)					
Bianco	2023	10,5-12	4,60	4,80	
Bianco termovinificato	2023	10,5-12	5,00	5,20	
Rosso	2023	10,5-12	4,80	5,00	
Rosso da Lambrusco	2022	12,5-13,5	nq	nq	
Rosso da Montepulciano	2022	11-12	4,50	5,00	

Vino Igp (ettogrado)					
Daunia Sangiovese	2023	11-11,5	5,00	5,20	
Puglia Lambrusco	2022	10-11,5	nq	nq	
Puglia Lamb. frizzant.	2022	10-11	nq	nq	
Puglia Malvasia bianca	2023	12-12,5	nq	nq	
Puglia rosato	2022	11-12,5	4,10	4,60	
Puglia Sangiovese	2023	11-11,5	5,00	5,20	
Puglia Trebbiano	2023	11-12	5,20	5,40	

Vino Igp (litro)					
Puglia Chardonnay	2023	11-12	0,62	0,65	
Puglia Pinot bianco	2023	11-12,5	0,62	0,75	
Puglia Pinot grigio	2023	11,5-12,5	0,85	0,95	
Puglia Primitivo	2022	13-15	0,75	1,05	-8,7%
Puglia Primitivo rosato	2022	11,5-13	0,85	0,95	

Mosto (gr. Bé q.le)					
Mosto conc. tradiz. certif. CSQA per ABM	2023	33-35	5,20	5,50	
Mosto conc. bianco	2023	33-35	5,30	5,50	
Mosto conc. rosso	2023	33-35	5,30	5,50	
Mosto muto bianco	2023	10-11	4,30	7,5%	4,40 4,8%
Mosto muto rosso	2023	11-12	4,00	2,6%	4,20
Mosto muto rosso Lambrusco	2022	12-13	nq	nq	

Mosto (gr. rifr. x 0,6 x q.le)					
MCR	2023	65-67	5,20	4,0%	5,50 5,8%

Mosto annata 2023 (kg)					
Mosto da uve aromatiche Moscato	2023	11-12	0,80	0,85	

P U G L I A - Lecce, Brindisi, Taranto

Vino comune annata 2022 (ettogrado)					
Rosso	12-13	3,70		4,40	

Vino comune annata 2022 (litro)					
Rosso strutturato	14-16	0,85		1,40	

Vino Dop annata 2022 (litro)					
Primitivo di Manduria	14-15	1,90		2,10	
Salice Salentino	13-14	0,80		0,95	

Vino Igp annata 2022 (litro)					
Salento Cabernet	13-14	0,75		0,85	
Salento Chardonnay	13-13,5	0,75		0,85	
Salento Fiano	13-13,5	0,90		1,00	
Salento Malvasia nera	12-14,5	0,75		1,05	
Salento Negroamaro	12-13,5	0,70		0,80	

(segue) VINO IGP annata 2022 (litro)					
Salento Primitivo	14-15	0,75		1,05	
Salento rosato	13-14	0,65		0,75	
Tarantino Merlot	13-14	0,80		0,90	

VENETO

VERONA					
Vino comune (ettogrado)					
Bianco	2022	9,5-12	4,50		5,00
Vino Dop (ettogrado)					
Soave	2022	11,5-12,5	6,50		7,50
Vino Dop (litro)					
Bardolino	2022		1,00		1,05
Bardolino Chiaretto	2022		1,10		1,15
Bardolino Classico	2022		1,15		1,20
Custoza	2022		0,85		0,90
Delle Venezie bianco	2022	12	0,70		0,80
Garda Bianco	2022	12-12,5	0,75		0,80
Garda Chardonnay	2022		0,95		1,00
Garda Garganega	2022	12-12,5	0,75		0,80
Garda Pinot grigio	2022	11-12,5	1,10		1,20
Lugana	2022		3,70		3,90
Pinot grigio d.Venezie	2022	12-12,5	1,00		1,10
Soave Classico	2022	11,5-12,5	1,00		1,15
Valdadige Pinot grigio	2022	12-12,5	nq		nq
Vino atto Amar. e Recioto	2020		11,00		12,00
Vino atto Amar. e Recioto	2021		10,50		11,00
Vinoatto Amar. Cl. e Recioto	2020		11,50		12,50
Vinoatto Amar. Cl. e Recioto	2021		11,00		11,50
Valpolicella	2022		2,20		2,40
Valpolicella Classico	2022		2,30		2,80
Valpolicella Ripasso	2020	13-13,5	3,40		3,60
Valpolicella Ripasso	2021	13-13,5	3,20		3,40
Valpolicella atto Super.	2022		2,30		2,60
Valpol. Classico Ripasso	2020	13-13,5	3,60		3,90
Valpolicella Classico Ripasso	2021	13-13,5	3,60		3,90
Valpol. Cl. atto Super.	2022		2,80		3,10
Vino Igp (ettogrado)					
Merlot	2022	11-12,5	nq		nq
Provincia di VR bianco	2022	10-13	nq		nq
Provincia di VR Merlot	2022	11,5-12,5	5,50		6,00
Provincia di VR rosso	2022	10-12	nq		nq
Vino Igp (litro)					
Chardonnay	2022	10-12	0,85		0,90
Durello	2022		nq		nq

TREVISO

Vino Dop (litro)					
Delle Venezie bianco	2023	12	nq		nq
Piave Cabernet	2023	12-12,5	nq		nq
Piave Merlot	2023	11,5-12	nq		nq
Pinot grigio d.Venezie	2023	10-12	1,05	5,0%	1,15 4,5%
Pinot nero atto taglio Prosecco rosé	2023		1,10		1,20
Prosecco Valdob. Cartizze Docg	2023	9-10	nq		nq
Prosecco Conegliano Valdobbiadene Rive Docg	2023	9,5-10	nq		nq
Prosecco C.Vald.Docg	2023	9-10	2,70		2,80
Prosecco Asolo Docg	2023	9,5-10	nq		nq
Prosecco Doc	2023	9-10	1,90		2,00
Venezia Pinot grigio	2023	11-12	1,05		1,15
Vino Igp (ettogrado)					
Cabernet Franc	2023	10-12	nq		nq
Cabernet Sauvignon	2023	10-12	nq		nq
Chardonnay	2023	10-12	6,20		6,50
Glera	2023	9,5-10	6,00	9,1%	6,50 8,3%
Marca Trevigiana Tai	2023	10,5-12	5,80		6,20 3,3%
Marca Trevig./Veneto/Trevezie rosso	2023	10-11	nq		nq
Merlot	2023	10-12	nq		nq
Pinot bianco	2023	10-12	6,20	3,3%	6,50
Raboso rosato	2023	9,5-10,5	nq		nq
Raboso rosso	2023	9,5-10,5	nq		nq
Refosco	2023	10-12	nq		nq
Sauvignon	2023	10-12	8,00	6,7%	12,00 33,3%
Veneto/Trevezie b.	2023	10-11	5,20	4,0%	5,80 9,4%
Verduzzo	2023	10-11	5,80	9,4%	6,00 3,4%
Vino Igp (litro)					
Pinot nero	2023	10,5-12	0,80		0,90
Mosto (gr. rifr. x 0,6 x q.le)					
Mosto concentrato rettificato Bx 65/68° (origine Italia)	2023	65-68	5,30	10,4%	5,50 7,8%



Vino Dop (litro)					
Rosso Piceno	2021	13-14	0,90		1,10
Rosso Piceno Sup.	2021	13,5-14	1,00		1,20
Montepulciano d'Ab.	2022	13-14,5	1,30		1,40
Trebbiano d'Abruzzo	2022	11,5-12,5	nq		nq
Sicilia Grillo	2022	12-13	0,70		0,75
Sicilia Nero d'Avola	2022	12,5-14,5	0,95		1,15
Pinot gr. delle Venezie TV	2023		1,15		1,30
Pinot gr. delle Venezie VR	2022		1,50		1,60
Prosecco Doc	2023		nq		nq
Soave	2022	11,5-12,5	1,00		1,20
Bardolino Chiaretto	2022		1,50		1,60
Valpolicella atto Ripasso	2021	13-13,5	3,90		4,30
Valpolicella	2022		3,00		3,50
Valpolicella Classico	2022		3,00		3,40

Vino Igp (litro)					
Marche Sangiovese	2022	13,5-14,5	0,90	12,5%	1,00 13,6%
Terre di Chieti Passerina	2023	11-12,5	nq		nq
Terre di Chieti Pecorino	2023	12-13	nq		nq
Terre di Chieti Pinot gr	2023	11,5-13	nq		nq
Puglia Chardonnay	2022	11-12,5	0,85		0,95
Puglia Pinot grigio	2022	11,5-12,5	nq		nq
Puglia Primitivo	2022	13-15	0,95		1,35
Puglia Sangiovese	2022	11-12,5	0,55		0,65
Salento Primitivo	2022	13-15	1,05		1,35
Chardonnay (Sicilia)	2023	12-13	1,00		1,20
Terre Siciliane Pinot g	2023	12-13	1,10		1,20

TOSCANA

Vino Dop (litro)					
Chianti	2020		1,55		1,95
	2021		1,55		1,90
	2022		1,20	9,1%	1,60 6,7%
Chianti Classico	2019		3,10		3,45
	2020		3,10		3,50
	2021		3,10		3,50
	2022		3,10		3,50
Vino Igp (litro)					
Toscana bianco	2022	12-12,5	0,90		1,00
Toscana rosso	2021	12-13	1,00		1,45
Toscana rosso	2022	12-13	0,85		1,30
Toscana Sangiovese	2021	12-13	1,10		1,55
Toscana Sangiovese	2022	12-13	0,90		1,35

UMBRIA

Vino Dop annata 2023 (litro)					
Orvieto	2023	12	0,70		0,80
Orvieto Classico	2023	12	0,80		0,90
Vino Igp annata 2023 (ettogrado)					
Umbria bianco	2023	11-12	5,00		5,50
Umbria rosso	2023	12-12,5	5,00		5,50
Vino Igp annata 2023 (litro)					
Umbria Chardonnay	2023	12-12,5	0,80		0,90
Umbria Grechetto	2023	12	0,70		0,80
Umbria Pinot grigio	2023	12	0,75		0,80

LAZIO

Vino comune annata 2023 (ettogrado)					
Bianco	2023	11-12	5,00		5,50
Rosso	2023	11-12	4,80		5,00
Vino Dop annata 2023 (litro)					
Castelli Romani bianco	2023	11	0,55		0,60
Castelli Romani rosso	2023	12	0,65		0,70
Frascati	2023	12	0,75		0,80
Roma bianco	2023	12	0,80		1,00
Roma rosso	2023	13	1,20		1,40
Vino Igp annata 2023 (ettogrado)					
Lazio bianco	2023	12	5,00		5,50
Lazio rosso	2023	12	5,50		6,00
Vino Igp annata 2023 (litro)					
Lazio Chardonnay	2023	12	0,75		0,85
Lazio Pinot grigio	2023	12	0,80		0,85

ABRUZZO - MOLISE

Vino comune (ettogrado)					
Bianco	2023	10-11,5	nq		nq
Bianco termocondiz.	2023	9,5-13,5	nq		nq
Rosso	2022	11-12	4,50		5,00
Rosso	2022	12,5-13,5	5,20		6,50
Vino Dop (ettogrado)					
Trebbiano d'Abruzzo	2022	11-12,5	nq		nq
Vino Dop (litro)					
Montepulciano d'Abruzzo	2022	12-13,5	0,65		0,70
Vino Igp (ettogrado)					
Chardonnay	2023	10,5-13	5,50	10,0%	5,70 9,6%
Sangiovese	2022	11-12,5	nq		nq
Vino Igp (litro)					
Terre di Chieti Passerina	2023	11-12,5	nq		nq
Terre di Chieti Pecorino	2023	12-13	0,90		0,95
Terre di Chieti Pinot gr	2023	11,5-13	1,00		1,05

SICILIA

Vino comune (ettogrado)					
Bianco	2023	10,5-12	4,20		4,50
Bianco termocondiz.	2023	12-12,5	4,60		4,80
Rosso	2022	12,5-14,5	5,00		7,00
Vino Dop (litro)					
Sicilia Cabernet	2022	13-14,5	1,00		1,20
Sicilia Grillo	2022	12,5-13,5	0,60		0,70
Sicilia Merlot	2022	13-14,5	0,90		1,10
Sicilia Nero d'Avola	2022	13-14,5	0,80		1,10
Sicilia Syrah	2022	13-14,5	0,70		1,00
Vino Igp (litro)					
Cabernet	2022	13-14,5	1,00		1,20
Chardonnay	2023	12,5-13,5	0,90		1,10
Merlot	2022	13-14,5	0,85		1,05
Pinot grigio	2023	12-13	0,90		1,00 5,3%
Syrah	2022	13-14,5	0,68		0,95
Zibibbo	2023	11,5-13,5	nq		nq
Mosto annata 2023 (gr. Babo x q.le)					
Mosto muto bianco 16-17°	2023	15-17	2,50		2,60
Mosto annata 2023 (gr. rifr. x 0,6 x q.le)					
MCR	2023	65-67	5,20	4,0%	5,50 5,8%

SARDEGNA

Vino Dop annata 2022 (litro)					
Cannonau di Sardegna	2022	13-14	1,80		2,10
Monica di Sardegna	2022	13-14,5	1,10		1,40
Nuragus di Cagliari	2022	12-13	0,70		0,90
Vermentino di Sardegna	2022	12-13	1,20		1,40

COMMISSIONE PREZZI MED.&A.

PIEMONTE
Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas)

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

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

TREVISO: Fabrizio Gava (Quotavini srl)

TRENTINO-ALTO ADIGE
Fabrizio Gava (Quotavini srl)

FRILUNI-VENEZIA GIULIA
Fabrizio Gava (Quotavini srl)

ROMAGNA ED EMILIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

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

LAZIO E UMBRIA
Enrico e Bernardo Brecci (Brecci srl)

MARCHE
Emidio Fazzini

ABRUZZO-MOLISE
Andrea e Riccardo Braconi (Braconi Mediazioni Vini sas)

PUGLIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

SICILIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

SARDEGNA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

Dietro un grande Sangiovese ci sono sempre ottimi cloni!

22 cloni VCR di SANGIOVESE per soddisfare le esigenze di tutti i viticoltori in termini di qualità e produttività!



STUDIOFABRO.COM

