



## COVID-19 E MERCATO: IL BILANCIO DELLE FILIERE DI PRODOTTI, MACCHINE E ATTREZZATURE PER LA CANTINA E IL VIGNETO - I PARTE

Il lockdown di marzo, la riapertura e oggi nuove incertezze con la seconda ondata di Covid-19. Come ha reagito la filiera di fornitura dell'enologia e della viticoltura? Come, dal loro punto di vista, sta reagendo il mondo del vino? Quali nuove tendenze l'emergenza sanitaria e le restrizioni che ha imposto, hanno fatto emergere? Con alcune aziende abbiamo provato a stilare il bilancio di questo 2020 e ipotizzato una previsione per il prossimo anno

SPECIALE

Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

# IL CORRIERE VINICOLO

vinitaly

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); 90,00 euro versione on-line (Iva inclusa);  
versione cartacea + on-line 150,00 euro - Una copia 5,00 euro, arretrati 6,00 euro - Area internet: www.corrierevino.com

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

### Torna il dibattito su denominazioni e vitigni in etichetta

# ETICHETTATURA: SALVI GLI 11 VITIGNI "DISTINTIVI". E PER GLI ALTRI...



Dopo un lungo confronto tecnico-normativo, trapela dalle stanze del Mipaaf la nuova bozza del Decreto sull'etichettatura, che reintroduce l'esclusività sull'utilizzo degli undici vitigni "distintivi" delle relative denominazioni. Si salva un patrimonio storico-produttivo grazie a un bel lavoro di squadra della filiera che ha visto in prima fila l'Unione Italiana Vini. "Un risultato importante per il vino italiano", commenta Paolo Castelletti. E si riapre il dibattito su vitigni e territori, tra valorizzazione della biodiversità, caratterizzazione dei vini e tutela dell'origine

DA PAGINA 4



### ANCHE UIV A WINE2WINE PER LA RIPARTENZA DEL VINO ITALIANO

Unione Italiana Vini e Agivi saranno presenti con quattro seminari dedicati a temi d'attualità e progetti per il futuro



Nel ricco palinsesto di eventi della nuova edizione "digital" di wine2wine (in calendario dal 21 al 24 novembre) l'Unione Italiana Vini promuoverà ben quattro appuntamenti dedicati a temi di estrema attualità

del settore. "Un impegno organizzativo importante - ha commentato il presidente di Unione Italiana Vini, Ernesto Abbona - che vuole testimoniare l'importanza che attribuiamo alla nuova edizione di wine2wine, quest'anno interamente digitale, come momento di confronto del nostro settore con i mercati internazionali e ideale punto di ripartenza per il rilancio del vino italiano. Siamo vicini a Veronafiere che continua a essere il punto di riferimento promozionale del nostro settore e vogliamo che continui a esserlo anche in futuro. Superata questa fase drammatica per il mondo intero il vino italiano avrà bisogno di un partner forte e qualificato per recuperare bene quegli spazi di mercato che in questi mesi abbiamo perso. Vogliamo tornare ad essere presenti sui mercati internazionali e vogliamo farlo insieme a Veronafiere che in tutti questi anni ha saputo creare le giuste opportunità e sinergie per il settore". **A pagina 2**

VERONA  
21-24  
NOVEMBRE  
2020

wine2wine **A PAGINA 12**

## AL VIA WINE2WINE 2020: SUPPORTARE LA WINE INDUSTRY NELLE NUOVE SFIDE DEL MERCATO

Il meglio del vino nell'anno peggiore. La "gelata" da lockdown non ha impedito a Veronafiere e a Vinitaly di mettere a punto un evento il cui obiettivo è riposizionare in griglia di partenza una delle bandiere del made in Italy. Al mega forum on-line, tutto ciò che serve fare (e non fare) ora e nel prossimo futuro per garantire al vino italiano un rimbalzo di mercato il più alto possibile. Focus con approfondimenti e indagini su piazze estere e domanda interna, partnership con i principali player globali per degustazioni interattive in quattro continenti, decine di seminari, centinaia di relatori, esperti e buyer connessi in piattaforma con migliaia di operatori, per un evento di servizio che vuole dare una risposta corale a una congiuntura che giocoforza coinvolge direttamente anche il settore del vino. Tutto pronto per la nuova edizione di wine2wine, la tradizionale manifestazione autunnale

*Tutto pronto per la tradizionale manifestazione autunnale di Veronafiere, che quest'anno sarà in chiave totalmente digital. Scenari attuali e futuri al centro di dibattiti e approfondimenti, che avranno tra gli obiettivi anche quello di compattare e sostenere le aziende in un momento di totale stravolgimento del mercato*

di Veronafiere in scena dal 21 al 24 novembre prossimi. Giunta al suo settimo appuntamento, wine2wine 2020 naturalmente quest'anno sarà in chiave totalmente digital.



Il programma ormai è stato definito quasi integralmente e si stanno mettendo a punto i preparativi per la grande piattaforma digitale che ospiterà i seminari e gli incontri previsti. Potrebbero esserci ancora qualche novità delle quali parleremo nel prossimo numero del giornale, ma il palinsesto - ricco come sempre - spazierà su tantissimi temi, a partire naturalmente dalle problematiche globali legate alla pandemia da Covid-19 alla questione dei dazi in Usa, dai mutamenti in atto nel mercato cinese alle questioni legate al turismo del vino e all'ospitalità in cantina, passando attraverso la comunicazione e la vendita attraverso i canali social. Scenari attuali e futuri saranno dunque al centro della due giorni di dibattiti e di approfondimenti che avranno tra gli obiettivi anche quello di compattare e sostenere le aziende in un momento di totale stravolgimento del mercato.

### IL VINO, VENEZIA E LA SUA LAGUNA



Verso un rapporto più stretto con il terroir?

Pag. 20

**SYNCRONCAP™ SERIES**

Noi siamo già nel futuro... E tu?

**norton**  
Passione, tecnologia, innovazione...  
www.norton.it

YouTube, Facebook, LinkedIn icons

wine2wine

➔ Segue dalla prima pagina

QUATTRO I SEMINARI ORGANIZZATI DALL'UNIONE ITALIANA VINI E AGIVI

FOCUS  
UIV

A WINE2WINE

## Osservatorio vino, rosati, sostenibilità e giovani

*Articolata presenza dell'associazione ai seminari di wine2wine 2020 con temi di attualità e progetti per il futuro. Al centro, la presentazione del nuovo Osservatorio del Vino destinato a cambiare il modo di accedere ai dati su produzione e mercato da parte di imprese e Consorzi. Poi, esperienze di sostenibilità per le cantine in vista della nuova norma nazionale promossa dal Ministero, i "vini rosati" come tema dell'anno del nostro giornale nel 2021 e titolo del Simposio mondiale della prossima edizione del Sime. Infine, i giovani di Agivi che parlano di consumi "dal lockdown ad oggi".*

**N**ei seminari proposti da UIV, si presenteranno importanti progetti e iniziative che vedranno la luce nei prossimi mesi, a iniziare dal nuovo Osservatorio del Vino che renderà accessibile, con una modalità "easy" assolutamente innovativa, una grandissima mole di dati sul commercio mondiale del vino, l'andamento delle produzioni, imbottigliamenti e giacenze, le dinamiche del mercato dello sfuso con una sezione, in programmazione, dedicata all'analisi delle performance delle Do-Ig italiane. Poi, si parlerà dei rosati, una tipologia di vino in grande espansione sui mercati e di sostenibilità, un orizzonte di impegno etico ed economico diventato imprescindibile per le aziende vitivinicole che attendono l'emanazione del decreto attuativo della nuova norma nazionale unica promossa dal Ministero e istituita nel "Decreto Rilancio", pubblicato in Gazzetta ufficiale il 27 luglio 2020. I giovani di Agivi (la "giovanile" di UIV) si confronteranno, invece, con gli esperti di Wine Intelligence su come la pandemia ha influenzato il comportamento delle giovani generazioni di consumatori del vino, esperti di mercato che torneranno anche nel focus dedicato ai "vini rosati".

**2021, L'ANNO DEI ROSATI**

Il "terzo colore del vino" che negli ultimi anni si è ormai imposto in maniera stabile sui mercati di tutto il mondo come tipologia con una propria fisionomia e identità definita e che attende, nei prossimi mesi, l'arrivo dell'atteso "Prosecco rosé" destinato a cambiare i numeri e dimensioni del mercato "in rosa", saranno il tema attorno a cui si confronteranno esperti di mercato e produttori al fo-

cus di wine2wine cercando di interpretare quale futuro attende questa tipologia vinicola in quello che sarà il mercato post-pandemico. Numeri e analisi di mercato, presentati da Pierpaolo Penco di Wine Intelligence e Carlo Flamini, dell'Osservatorio del vino di UIV, offriranno lo spunto per capire meglio come si muove l'arcipelago rosati italiani nelle parole del presidente di Rosautoctono - Istituto del Vino Rosa Autoctono Italiano, Franco Cristoforetti, e dell'enoologo-produttore Mattia Vezzola, vicepresidente del Consorzio Valtènesi, moderati dal direttore del nostro giornale, Giulio Somma. Un argomento, quello dei rosati che sarà il "tema dell'anno" del Corriere Vinicolo per il 2021, abbinandosi al titolo del grande Simposio mondiale della prossima edizione del Sime che metterà a confronto esperienze in vigna, cantina e nei mercati di grandi realtà produttive internazionali. Dopo la positiva esperienza di "Vino e legno" e di "Vigneto & climate change" temi dell'anno del nostro giornale nel 2019 e nel 2020 che hanno offerto l'opportunità di approfondire temi molto seguiti dai nostri lettori, nel '21 esploreremo il vasto mondo dei vini rosati. Spazieremo dalla straordinaria biodiversità vitivinicola, grazie alla quale il nostro Paese produce vini rosati, fermi e con le bollicine, molto diversi e con spiccata identità territoriale, alle tecniche viticole e di cantina oggi a disposizione dei produttori per arrivare all'eccellenza qualitativa. Tecniche e pratiche che stanno vivendo un momento di forte innovazione che racconteremo con l'aiuto di scienziati e ricercatori. Il tutto, anche in una prospettiva internazionale: ospiteremo sul giornale interventi di giornalisti di altri Paesi produttori ai quali chiederemo di raccontarci le esperienze più innovative dei

**I seminari UIV e Agivi a wine2wine**

23 novembre ▶ h. 10.00/10.30  
Vino e sostenibilità in cantina.  
Esperienze internazionali a confronto

23 novembre ▶ h. 11.00/11.30  
L'Italia alla prova del rosé, tra nuove bollicine e mercati

23 novembre ▶ h. 11.45/12.15  
Diamo i numeri: giovani, vino e mercato dal lockdown ad oggi

23 novembre ▶ h. 14.00/14.30  
L'Osservatorio del Vino UIV: verso un innovativo sistema di condivisione dei dati

rispettivi Paesi nella produzione di una tipologia di vino che sta conquistando fasce crescenti e consumatori. Un confronto internazionale che approderà al Simposio mondiale del Sime, la più importante fiera al mondo di tecnologie e prodotti per l'enologia, che nel 2021 sarà attraversata da un "seduzione rosa", una frontiera produttiva e commerciale di grande interesse per l'industria più avanzata della filiera delle forniture per il nostro settore che troverà, nuovamente, al Sime un'ampia e nutrita rappresentanza.

**IL NUOVO OSSERVATORIO DEL VINO DI UNIONE ITALIANA VINI**

Commercio mondiale di vino, produzioni, imbottigliamenti e giacenze, mercato dello sfuso. Una piattaforma digitale avanzata, un unico centro di raccolta dati, con infinite possibilità di interrogazione. Sono queste le fondamenta su cui poggiano i pilastri della piattaforma Osservatorio del Vino di Unione Italiana Vini, un'infrastruttura digitale che è nata per aggregare e omogeneizzare dati provenienti da fonti diverse e consentire alle imprese di effettuare ricerche su più livelli, dal più generale a quello di massimo dettaglio. Osservatorio ha infatti sviluppato innovativi strumenti di inter-

lazione, incrocio ed estrazione del dato che garantiscono per la prima volta di avere velocemente a disposizione su un vassoio virtuale le informazioni strategiche necessarie per conoscere lo stato della situazione, presente e storica, e disegnare scenari di medio termine, premessa indispensabile per elaborare strategie di successo.

Nel corso dell'incontro promosso a wine2wine, dopo la presentazione della piattaforma a cura di Carlo Flamini, coordinatore tecnico dell'Osservatorio UIV, a commentare l'iniziativa, soffermandosi sull'importanza per il sistema vino di poter contare su un sistema di conoscenza delle performance sempre più puntuale e mirato, saranno: Luca Giavi, direttore generale del Consorzio Prosecco Doc; Antonio Rallo, ad di Donnafugata e presidente del Consorzio di tutela vini Sicilia Doc; Sandro Sartor, managing director - senior vice presidente di Ruffino Group, moderati da Giulio Somma, direttore del giornale. Si affronterà anche il tema di come strutturare un sistema di condivisione dei dati delle denominazioni di origine italiane, al fine di costruire una piattaforma integrata di confronto che possa colmare le lacune tuttora presenti sul mercato italiano e su quello internazionale.

**SOSTENIBILITÀ:****ESPERIENZE A CONFRONTO IN VISTA DELLA NUOVA NORMA UNICA NAZIONALE**

Anche in Italia negli ultimi anni il tema dello sviluppo sostenibile ha acquisito un ruolo maggiore, tanto più nel settore vitivinicolo dove già da tempo sono presenti norme volontarie per la certificazione dei prodotti e delle organizzazioni. Il 16 luglio 2020 con il Decreto Rilancio è stata approvata la norma nazionale che istituisce il sistema di certificazione della sostenibilità della filiera vitivinicola, come l'insieme delle regole produttive e di buone pratiche definite con uno specifico disciplinare di produzione. Sostenibilità economica, ambientale e sociale si traducono in specifiche modalità produttive e gestionali, sottoposte a monitoraggio. In attesa dei requisiti completi e di linee guida applicative, Unione Italiana Vini, forte dell'esperienza decennale nella sostenibilità, mette a confronto esperienze di aziende diverse, durante l'incontro di wine2wine, per sensibilizzare ulteriormente il settore verso questa strada virtuosa. Moderati da Valentina Ellero, responsabile dell'Area Consulenza e Formazione di Unione Italiana Vini Servizi, intervengono Davide Tommasi, Group quality assurance and control manager e Integrated management system manager di Cantine Settesoli, che descriverà i punti di forza dell'azienda raggiunti attraverso una visione sostenibile e condividerà gli obiettivi futuri; Eva Plazas Torné, enologa di Caves Vilarnau, Spagna, che esporrà le buone prassi sostenibili applicate dall'azienda giunta alla quinta generazione; infine Katerina Marozava, EHS & sustainability manager di Ruffino Srl, che racconterà l'esperienza dell'azienda attraverso gli indicatori di Agenda 2030. Il confronto di tutte queste

esperienze dimostrerà come le aziende italiane siano, ormai, pronte ad accogliere un sistema nazionale di certificazione della sostenibilità, che avrà tanto più successo quanto maggiore sarà il numero di aziende aderenti.

**I NUMERI DI... AGIVI**

L'Associazione giovani imprenditori vinicoli italiani (Agivi) "darà i numeri" in occasione del wine2wine. "Diamo i numeri: giovani, vino e mercato dal lockdown ad oggi" è infatti il titolo del focus promosso da Agivi che affronterà in che modo la pandemia ha influenzato il comportamento delle giovani generazioni di consumatori di vino. "In molti mercati chiave il vino italiano continua a essere un 'beneficiario' di blocchi e restrizioni, con i consumatori che apprezzano sempre di più il vino in una più ampia gamma di occasioni a casa - spiega la presidente di Agivi, **Violante Gardini Cinelli Colombini** - la nostra volontà è quella di capire meglio in che modo la pandemia abbia influenzato il comportamento delle giovani generazioni di consumatori di vino e dare così alle aziende dati da utilizzare per creare apposite strategie di marketing e di vendita mirate a queste categorie di clienti". Il tema sarà affrontato con l'aiuto di Pierpaolo Penco, Country manager Italia per Wine Intelligence, affiancato dalla presidente di Agivi, che sulla base dei dati raccolti da Wine Intelligence tra i bevitori abituali di vino in diversi mercati cercherà di raccontare le tendenze dei consumatori di vino nel periodo del Covid-19, con un focus particolare su Millennials (25-41 anni di età) e Generazione Z (21-24 anni di età). Sulla base dei dati presentati si tenterà di tracciare il cambiamento del consumo e come affrontare il consumatore dal punto di vista della promozione e della comunicazione.

# Il tuo vino guarda lontano.



## MBE Wine

Con MBE puoi contare su un partner specializzato nella spedizione del vino in Italia e all'estero capace di rispettare il prodotto e di gestire gli aspetti burocratici delle spedizioni e delle esportazioni.



Spedizioni & Imballaggio

Soluzioni su [mbe.it](https://mbe.it)



**MAIL BOXES ETC.**

**#PeoplePossible**

©2020 MBE Worldwide | I Centri MBE sono gestiti da Affiliati imprenditori indipendenti che operano sotto il marchio MBE per effetto di un contratto di franchising. Non tutti i servizi e i prodotti offerti da Mail Boxes Etc. sono disponibili presso ciascun Punto Vendita MBE. Il servizio è soggetto a termini e restrizioni.

TORNA IL DIBATTITO SU DENOMINAZIONI E VITIGNI IN ETICHETTA

# Etichettatura: salvi gli undici vitigni “distintivi”. E per gli altri...

GLI 11 ALFIERI DEI VITIGNI “DISTINTIVI” DELLE DO

	Nome della Dop o Igp	Nome della varietà o suoi sinonimi
1	Romagna Albana	Albana
2	Bianchetto del Metauro	Bianchetto (sinonimo di Biancame)
3	Cannonau di Sardegna	Cannonau, Cannonao
4	Girò di Cagliari	Girò
5	Nasco di Cagliari	Nasco
6	Nuragus di Cagliari	Nuragus
7	Sardegna Semidano	Semidano
8	Erbaluce di Caluso	Erbaluce
9	Ormeasco di Pornassio / Pornassio	Ormeasco (sinonimo di Dolcetto)
10	Ruchè di Castagnole Monferrato	Ruchè
11	Montefalco Sagrantino / Sagrantino di Montefalco	Sagrantino



Dopo un lungo confronto tecnico-normativo, trapela dalle stanze del Mipaaf la nuova bozza del Decreto sull'etichettatura, che reintroduce l'esclusività sull'utilizzo degli undici vitigni “distintivi” delle relative denominazioni. Si salva un patrimonio storico-produttivo grazie a un bel lavoro di squadra della filiera che ha visto in prima fila l'Unione Italiana Vini. “Un risultato importante per il vino italiano”, commenta Paolo Castelletti. E si riapre il dibattito su vitigni e territori, tra valorizzazione della biodiversità, caratterizzazione dei vini e tutela dell'origine

di GIULIO SOMMA e FABIO CIARLA

**V**itigno, origine geografica ed etichetta sono la terna di elementi sui quali si gioca la partita della identità di gran parte dei vini italiani, una partita fondamentale per il settore perché tocca direttamente la caratterizzazione delle nostre produzioni e, quindi, il loro destino commerciale. Se la diffusione geografica dei vitigni, così come di ogni coltura arborea, può essere condizionato solo da limiti fisici, pedo-climatici o culturali, non certo giuridici, e se, per altro verso, la tutela normativa dell'identità dei vini, per una scelta ormai consolidata dell'unione europea, è oggi legata esclusivamente all'origine geografica del prodotto, è altrettanto indubbio che alcuni vitigni - e ne esistono molti soprattutto in Italia - hanno ancora una forte caratterizzazione territoriale. Il legame di questi vitigni con altrettanti territori, sia esso dovuto a una più o meno accertata storia genetica o a un felice adattamento pedo-climatico legato alla pressione selettiva operata dall'uomo, è indubbio che rimane, in molti casi di successo, un elemento determinante della caratterizzazione organolettica ma anche commerciale (quindi competitiva) del vino e, pertanto, un patrimonio valoriale da difendere.

Tema complesso, sul quale la filiera del mondo vinicolo italiano si confronta da tempo, combattuta tra la necessità di norme flessibili sulla produzione per favorire ricerca e innovazione continua, elementi indispensabili per affrontare mercati globali sempre più competitivi e, da altra parte,

la consapevolezza dell'importanza di valorizzare l'estrema ricchezza della nostra biodiversità (altro fattore competitivo su scala globale), con tanti vitigni che possono rappresentare anche un timbro identitario di vini e territori. L'occasione per affrontare sulle pagine del nostro giornale questo argomento - se volete spinoso ma altrettanto importante nel disegno futuro del vino italiano - ci è stata offerta dalle vicissitudini normative delle undici denominazioni per le quali era previsto, fino a ieri, il diritto esclusivo di citare il vitigno in etichetta e che rischiavano di perdere questa “riserva”.

Una vicenda che si trascina da molto tempo e sulla quale da diversi mesi si è concentrata una forte azione sinergica di tutta la filiera - con in prima fila l'Unione Italiana Vini - e che proprio mentre stiamo scrivendo sembra essere orientata a risolversi con un lieto fine. Una storia che vi racconteremo attraverso le testimonianze dirette dei produttori, ma che potrebbe essere paradigmatica anche per affrontare il tema più ampio degli altri vitigni - che potremmo sommariamente definire identitari - di cui torneremo a parlarne in futuro.

#### GLI 11 ALFIERI DEI VITIGNI “DISTINTIVI” DELLE DENOMINAZIONI

Tirano un sospiro di sollievo, per quanto non ancora definitivo, le undici denominazioni nate con il diritto esclusivo di citare il vitigno in etichetta (vedi tabella in alto), una tutela grazie alla quale queste Do sono cresciute e si sono affermate, ma che ha rischiato di infrangersi sull'ultimo regolamento

europeo, forse anche perché frutto di un lavoro poco organico, come vedremo.

Ad essere caduto sotto la scure europea era stato il termine “distintivo”, relativo appunto ai vitigni intesi come parte delle denominazioni stesse, sul quale era basato il fondamento giuridico della tutela. Una impasse normativa che rischiava di cancellare questa riserva esclusiva, verso la quale la filiera vitivinicola italiana si è mossa nei confronti del Ministero delle Politiche agricole, presentando in opposizione un proprio parere, suggerito dall'ufficio giuridico di UIV. “Come è noto, questi particolari nomi di varietà - si legge nel parere della filiera presentato al Ministero - sono caratterizzati da un'accentuata distintività per via del loro forte legame con il territorio e, conseguentemente, con le denominazioni di origine cui sono tradizionalmente associati; non ultima ragione, sono spesso stati valorizzati dall'azione di produttori di una determinata area, rafforzando ancor più il legame territoriale”. Una valutazione che il Ministero delle Politiche agricole - pur se chiamato ad adeguarsi alla legislazione comunitaria - ha accolto (a quanto apprendiamo mentre scriviamo queste righe) reintroducendo la protezione e il diritto all'esclusività, almeno a livello nazionale, non potendo agire a livello comunitario, nella bozza di Decreto applicativo della Legge 283/206 su etichettatura e presentazione vini. Nello specifico si ribadisce come i vitigni che costituiscono anche parzialmente il nome di una Denominazione di origine protetta italiana, il cui uso rientra nella tradizione già normata



a livello nazionale e comunitario precedentemente all'entrata in vigore del Regolamento n. 607/2009, continueranno a essere riservati in etichetta in modo esclusivo per le denominazioni corrispondenti.

Frutto di una storia complicata, legata ad una normativa frastagliata, con sovrapposizioni tra ambito nazionale e comunitario, che abbiamo cercato di raccontare nell'intervento del servizio giuridico di UIV (vedi box a pag. 6) la vicenda delle undici denominazioni protagoniste della tutela massima, ovvero l'esclusività di utilizzo in etichetta del nome del vitigno di riferimento, si allarga a coinvolgere, seppur in termini diversi, anche un secondo elenco, quello più ampio, contenente specifiche disposizioni per 57 vitigni che è invece possibile utilizzare nelle Dop/Igp ma in un ristretto numero di regioni. Ma di questo ne parleremo in futuro.

“La difesa di queste 11 denominazioni da parte di tutta la filiera testimonia la sensibilità del mondo produttivo verso un tema, il legame vitigno-territorio, che rappresenta la base della caratterizzazione e quindi della distintività dei vini italiani - ha affermato Paolo Castelletti, segretario generale dell'Unione Italiana Vini - . Apprezzeremo la disponibilità del Ministero ad aver accolto il nostro parere e attendiamo l'approvazione del decreto per chiudere positivamente

una vicenda che si trascina da molto tempo. Siamo convinti che la tutela delle produzioni debba passare attraverso l'origine geografica ma ritenga-

mo, altresì, che la valorizzazione della biodiversità viticola italiana, che tutto il mondo ci invidia, rappresenti un asset competitivo di grande importanza per il vino italiano. Che dobbiamo tutelare”.

Il tema tuttavia, come si evince anche dalle parole di Castelletti, non può essere affrontato solo a livello normativo, perché l'elemento “distintivo” al quale si fa riferimento è in realtà, a livello potenziale, di due tipi. Da una parte culturale e identitaria, con grandi possibilità di dimostrare legami e patrimoni condivisi; dall'altra scientifico, affrontando una volta per tutte la questione dei vitigni cosiddetti “autoctoni”. Con i protagonisti delle undici denominazioni a rischio siamo andati ad affrontare il tema dell'identità e della caratterizzazione esclusiva prevista dal legame vitigno-territorio (vedi pag. 6-7). Il professor Attilio Scienza, invece, ci ha guidato verso l'individuazione di una cornice di riferimento del tema più ampio dei vitigni autoctoni, partendo dai concetti di luogo e tempo, fino ad arrivare ad una possibile soluzione che leghi il vitigno non solo alla tradizione ma anche ai risultati ottenuti, quindi al suo radicamento sul territorio (vedi pag. 8). Un cerchio che potrebbe concludersi dando ulteriore spinta alla ricerca scientifica sul tema, approfittando delle nuove scoperte per avviare uno studio sulla caratterizzazione molecolare dei vitigni italiani. Una scommessa, questa, sulla quale forse conviene puntare a livello nazionale, così da preservare la ricchezza ampelografica del nostro territorio, ormai universalmente riconosciuta e da molti invidiata.

Federfin Tech è sinonimo di performance di prodotto, innovazione, qualità, soddisfazione per il cliente. Lo stabilimento di Tromello produce tappi in alluminio per bottiglie di vini, liquori, aceto e olio con macchinari di ultima generazione tecnologicamente avanzatissimi.

La linea **Starvin** è la capsula in alluminio a vite sviluppata per il mercato del vino che si distingue per la sua praticità di apertura e chiusura e per la facilità di personalizzazione.

La nostra gamma presenta svariate tipologie di **guarnizioni e sottotappi** che consentono di chiudere bottiglie per vini fermi e frizzanti.

Complice il **successo dei vini frizzanti** e della capsula in alluminio 30x60 per vini, l'azienda ha sviluppato una serie di nuove guarnizioni specificatamente realizzate per vini frizzanti.

Grazie alla realizzazione di un nuovo tipo di guarnizione in polietilene, in grado di garantire la corretta pressurizzazione dei vini frizzanti, si è accresciuta ulteriormente la molteplicità di utilizzo della capsula a vite in alluminio per vino incrementando la sicurezza e garantendo una sempre miglior efficacia.

La capsula può essere completamente decorata e personalizzata mediante le più avanzate tecnologie di stampa offset, serigrafia, rilievo e tampografia.

La **stampa inkjet** consente di stampare il registro di imbottigliamento anche per quantitativi piccoli e tempi di consegna ridotti: siamo in grado di consegnare in una settimana!

Ultima novità, la **stampa a spray** che permette di stampare qualsiasi colore anche per quantitativi molto ridotti per avere un effetto cromatico unico e distinguibile sul mercato.

A completamento della gamma, Federfin Tech è in grado di fornire anche le **testine capsulatrici \***, appositamente studiate per avere un'applicazione perfetta delle chiusure a vite. Sono realizzate con materiali innovativi e in continua evoluzione e consentono la chiusura dal diametro 18 mm al diametro 43 mm.

Inoltre offriamo **assistenza tecnica e revisione** completa di tutte le marche e modelli di teste capsulatrici, che comporta lo smontaggio, una scrupolosa pulizia e il riassetto completo della testa capsulatrice con eventuale sostituzione di tutti i particolari che permettono alla testa di tornare come nuova.

#### **FEDERFIN TECH s.r.l.**

Via Artigianato, 8 • 27020 Tromello (PV)

Tel. +39 0382 809064 • Fax +39 0382 809856

info@federfintech.com

**[www.federfintech.com](http://www.federfintech.com)**

# TAPPI IN ALLUMINIO A VITE PER VINO, OLIO, ACETO e LIQUORI



\*



## III IL PARERE DELL'UFFICIO GIURIDICO DI UIV

# UNA STORIA TORTUOSA CON L'INTRECCIO DI NORME NAZIONALI E COMUNITARIE

Non è semplice districarsi nel complesso di normative italiane e regolamenti comunitari che disciplinano la possibilità di usare in etichetta anche i nomi dei vitigni protetti in quanto tradizionalmente riservati ad alcune denominazioni. Proviamo a capire, ripercorrendo la storia legislativa

**L'**Europa sul tema è sempre stata chiara, si può tutelare il territorio ma non il vitigno. Una liberalizzazione nell'etichettatura dei vini che contrasta con la tradizione italiana di associare spesso, e strettamente, un vitigno a un territorio. Opzione sulla quale negli anni si è incardinata una azione legislativa che - pur lacunosa e disorganica - ha protetto una serie di produzioni e, di conseguenza, di territori. Nello specifico, parliamo degli undici vitigni per i quali è possibile la citazione in etichetta esclusivamente in altrettante denominazioni, seppur il discorso si può allargare anche ad altri elenchi. Ma, rimaniamo sugli undici: come si è arrivati a questo elenco? Ne parliamo con l'Ufficio giuridico dell'UIV partendo da un po' di... storia.

**Quale è stato il percorso che ha portato alla tutela degli undici vitigni e all'elenco di quelli il cui uso in etichettatura è riservato a uno o più Stati membri o Paesi terzi?**

In primo luogo è bene chiarire che si tratta di una materia quanto mai complessa e complicata, ci sono riferimenti giuridici difficili da individuare e, soprattutto, da porre in ordine di importanza. Ad ogni modo volendo risalire la cronologia della tutela, dovremmo partire dal 1995 e successivamente nel 2002, quando a livello nazionale vennero emanati provvedimenti di tutela di alcuni vitigni collegandoli ad alcune denominazioni ritenute evidentemente specifiche o soltanto ad alcune denominazioni di determinati territori. In seguito questi vitigni sono stati inseriti nell'allegato 3 del decreto del Ministero dell'Agricoltura del 3 luglio 2003. Questa tutela nasce come completamento di quanto era già previsto dal regolamento CE n. 753/2002 nell'allegato II, dove erano riportati i nomi delle varietà di vite e i loro sinonimi da utilizzare secondo le condizioni nazionali e comunitarie in vigore al momento dell'emanazione del regolamento stesso. Nel 2003, infine, a fronte di una serie di legiferazioni frammentate, viene elaborato un decreto del Ministero dell'Agricoltura, con data 3 luglio, sull'etichettatura dei vini nel quale compare un primo elenco di vitigni, che possono essere citati in etichetta solo all'interno della denominazione di riferimento, ma sono solo quattro. Nel 2004 l'elenco viene integrato con un quinto vitigno. Lo snodo cruciale è il mese di dicembre del 2009, quando viene emanato un nuovo Decreto del Ministero delle Politiche agricole - poi sostituito nell'agosto del 2012 da un altro decreto ma con la stessa formulazione - nel quale compaiono le due liste aggiornate e tuttora vigenti. In pratica all'interno del decreto del 23 dicembre 2009, viene inserito l'allegato 1. Nel decreto vi è poi un allegato 2 che ha al suo interno due elenchi di vitigni con tutele diverse. Nella parte A è riportata la lista dei nomi delle varietà di vite e loro sinonimi, costituite o contenenti una Dop o Igp, che possono figurare in etichettatura di diversi vini Dop e Igp ma solo in uno o più Stati; mentre nella parte B c'è un elenco più esteso di vitigni e loro sinonimi che sono solo contenuti parzialmente in una denominazione, ma per i quali è consentito l'uso in etichetta solo in uno o più Stati membri o Paesi terzi. Questa formulazione però non è frutto di una visione organica, quanto dell'adeguamento della normativa nazionale a un regolamento europeo, nello specifico il n. 607/2009, che essendo dedicato anche all'etichettatura dei vini aveva al suo interno alcune novità, tra le quali appunto l'allegato XV, parte A e parte B. In pratica con il decreto del 2009 l'Italia conformava la sua legislazione interna a quella europea, esplicitando che in base all'art. 118 ter, par. 2 del reg. CE n. 1234/07 e all'art. 19, par. 3 del reg. CE n. 607/2009 era possibile adottare una protezione esclusiva del vitigno associato a una specifica Dop in quanto considerato elemento distintivo della stessa. Sfruttando questo percorso, il nostro Paese ha così potuto legiferare introducendo oltre ai due elenchi presenti nell'Allegato 15 del Regolamento 607/2009, quello degli 11 vitigni "distintivi".

**Quindi i due elenchi dell'allegato XV presenti nel Regolamento europeo 607 sono ora divenuti l'allegato IV, parte A e parte B, del reg. UE n. 33/2019, e adesso cosa è cambiato?**

Partiamo dal fatto che a livello europeo non è prevista in via generale la possibilità di tutelare nella Ue il nome di un vitigno rendendolo di esclusiva pertinenza, ai fini dell'uso in etichetta, di un singolo territorio o Stato. Si punta cioè a proteggere esclusivamente il nome geografico di un territorio (regione, provincia, comune) all'interno di una denominazione. Il contenuto dell'art. 19, par. 3 non è più presente e il Mipaaf lavorando alla bozza del nuovo decreto deve tenere conto del reg. UE n. 33/2019 e contemporaneamente deve mantenere una specifica tutela degli 11 vitigni contenuti nell'allegato 1 del decreto 13 agosto 2012. L'allegato 1 con gli 11 vitigni viene mantenuto come allegato 2 per riservare l'uso dello specifico vitigno ad una sola e corrispondente Dop come viene previsto nell'articolo 7, par. 2 della bozza di decreto. La salvaguardia del nome di queste varietà di vite viene mantenuta per la tutela di determinati territori che storicamente coltivano questi vitigni il cui uso del nome, per consolidata tradizione, acquisita in conformità alla normativa nazionale e dell'Unione europea preesistente all'entrata in vigore del reg. CE n. 607/2009, è riservato in maniera esclusiva ai corrispondenti vini Dop. L'allegato IV, parte A e parte B del reg. UE n. 33/2019 divengono ora l'allegato 1 e l'allegato 3 parte A, della bozza di Decreto, senza variazioni rispetto all'allegato 2 del Decreto 13 agosto 2012, mentre la novità è rappresentata dall'inserimento di una parte B nell'allegato 3 che riporta 9 vitigni che saranno esclusi dall'uso come varietali per i vini spumanti.

## PARLANO I PRODUTTORI

# VITIGNI "DISTINTIVI" I perché di una difesa ad oltranza



### ALBANA DI ROMAGNA DOCG

**"La prima Docg bianca d'Italia, un'uva importante da sempre diffusa solo in Romagna"**

Risalire alle origini dell'Albana significa tornare agli Etruschi e poi ai Romani, che la consideravano la migliore uva a bacca bianca della zona. Fenomeno poi confermato dalla futura imperatrice Galla Placidia che assaggiando una Albana ne rimase così colpita da esclamare: "Bisognerebbe berti in oro!". Da qui, pare, la scelta di servire Albana alla corte di Ravenna e, inoltre, la nascita del toponimo "Bertinoro". Insomma, il legame storico e unico tra vitigno e territorio è fuori discussione. "L'Albana è sempre stata l'uva bianca per eccellenza della Romagna - conferma Fabio Ravaoli di Poderi dal Nespole, azienda del gruppo Mondodelvino -, parliamo di un vitigno rosso vestito di bianco, estremamente particolare,

tannico, difficile da lavorare, soggetto a ossidazioni. Un'uva capace di dare ottimi risultati in varie forme, inizialmente se ne conosceva la versione dolce, ora quasi scomparsa, negli ultimi tempi invece quella secca sta ottenendo grandi riconoscimenti. Il legame con il territorio è confermato da dati oggettivi, come il fatto che si tratta della prima Docg bianca d'Italia (1987, ndr), ma anche dall'analisi dei vitigni del centro Italia. La Romagna fa un po' da cerniera tra le regioni del nord e quelle del centro, una grande area dominata dal Sangiovese per i rossi e dal Trebbiano per i bianchi, mentre appunto l'Albana è rimasta fino ad ora solo in Romagna. Il non avere più l'esclusiva su questo vitigno in etichetta significherebbe anche mettere a rischio tutti gli investimenti fatti fin qui dal Consorzio e dalle aziende".



**FABIO RAVAIOLI**  
Poderi dal Nespole

### BIANCHELLO DEL METAURO DOC

**"Luogo marchigiano per eccellenza, tradizioni mai abbandonate come testimonia un Disciplinare rimasto uguale in 51 anni"**



**ALBERTO MAZZONI**  
direttore Istituto  
Marchigiano Tutela Vini



Doc dal 1969, il Bianchetto del Metauro vanta una storia lunga più di due millenni. Addirittura sarebbe alla base della vittoria dei Romani sulle truppe cartaginesi e galliche nella storica battaglia del Metauro (207 a.C.). Parte delle truppe guidate da Asdrubale si sarebbero infatti ubriacate con il vino bianco locale, permettendo così il successo di Gaio Claudio Nerone. Una storia poi proseguita nel Rinascimento, con le citazioni di Sante Lancerio, e arrivata fino alla conformazione attuale. "Eliminare il collegamento tra Bianchetto e Metauro sarebbe negativo, fin quasi alla distruzione della Denominazione - esordisce Alberto Mazzoni -. Stiamo parlando infatti di un luogo marchigiano per eccellenza, dove le tradizioni non sono mai state abbandonate. Pensiamo anche al Disciplinare, che in 51 anni non ha mai cambiato la sua base ampelografica fatta al 95% di Bianchetto, resistendo a tutte i cambiamenti delle mode del vino. Tutti i produttori sono convinti della volontà di lasciare le cose come sono, dopo averle blindate per oltre 50 anni, qualcuno è disposto a fare anche le barricate se dovesse servire". Una denominazione che negli anni si è conquistata un proprio spazio, come conferma Mazzoni: "Parliamo sicuramente di una produzione piccola ma ben distribuita sul mercato interno, con qualche punta di uscita all'estero che va dal Giappone ai Paesi Bassi, passando per la Germania. Un vino che, come tutti quelli che si affacciano sul mare, dialoga in modo perfetto con i flussi turistici traendone a sua volta grandi vantaggi".



**CANNONAU DI SARDEGNA DOC, GIRO' DI CAGLIARI DOC, NASCO DI CAGLIARI DOC, NURAGUS DI CAGLIARI DOC, SARDEGNA SEMIDANO DOC**

## “Legame intimo e viscerale dei vitigni con la Sardegna, frutto anche di lavoro e investimenti per il recupero di uve considerate minori”

La Sardegna era la regione più colpita dall'annunciata eliminazione della tutela in etichetta dei vitigni considerati “distintivi” di determinate Denominazioni, degli undici binomi rientranti nell'elenco ben 5 sono sardi. Produzioni spesso minime, Girò e Semidano, ma anche interessanti per l'isola, Nuragus e Nasco, nonché per il mercato nazionale e internazionale, come nel caso del Cannonau. Grazie alla sensibilizzazione promossa fin dal principio da alcuni produttori e dall'Assoenologi Sardegna, che ha messo a conoscenza l'opinione pubblica dei rischi derivanti dalla liberalizzazione dei vitigni sopra indicati, l'intero mondo vitivinicolo sardo si è mobilitato. Protagonista di questa battaglia per la tutela della storia e del legame tra i vitigni e l'isola è sicuramente **Francesca Argiolas**, esponente di una delle famiglie più riconoscibili nel mondo per la produzione dei vini della Sardegna e Consigliere Nazionale di UIV. “La prima reazione a queste notizie è stata quella di un moto d'orgoglio: nessuno tocchi quello che è patrimonio vinicolo della Sardegna. Il Cannonau è conosciuto da tutti ma è intimamente e visceralmente legato alla nostra isola, le due cose sono vincolate l'una all'altra. Penso sia davvero difficile scindere il valore storico e culturale rappresentato da questi vitigni e dal legame con i territori di riferimento. Il Cannonau è considerato una bandiera dell'isola, un ambasciatore della nostra regione. Per noi si tratta di una battaglia fortemente sentita, anche perché le ricadute di una liberalizzazione sarebbero molto dannose soprattutto dal punto di vista economico e di immagine, vanificherebbero infatti i molti sforzi fatti fino ad ora dall'intero comparto. Il Cannonau rappresenta la punta dell'iceberg di un settore che negli anni, attraverso un lavoro di condivisione di tutta la filiera anche con il mondo universitario, ha recuperato e valorizzato un patrimonio vitivinicolo pressoché scomparso. Emblematico in questo



**FRANCESCA ARGIOLAS**  
Cantine Argiolas

senso l'esempio di Nasco e Nuragus per i quali tutti gli operatori si sono spesi in maniera importante. Tra l'altro proprio la varietà di questi vitigni ci rende competitivi sul mercato aumentando la nostra spinta differenziale. Anche Nasco e Nuragus, considerati vitigni minori insieme a Girò e Semidano, rappresentano un unicum che permette alla Sardegna di diversificare le proprie produzioni e di mantenere così una propria specificità. Questi vitigni meno conosciuti del più blasonato Cannonau non sono famosi forse, ma sono legati alla nostra terra”. Il tema è particolarmente sentito in Sardegna sia per il numero di vitigni sia perché il più famoso, il Cannonau appunto, ha diversi fratelli sparsi per l'Italia e in alcune regioni sarebbe già partita la richiesta di utilizzo del nome Cannonau al posto di quello locale. “Credo sarebbe corretto - spiega Francesca Argiolas a tale proposito - che nelle altre regioni continuassero a promuovere i nomi locali, che possono essere sinonimi della stessa uva, ma senza toccare appunto il Cannonau di Sardegna. Capisco l'interesse a utilizzare il nome di un vitigno già noto a livello internazionale, ma non ci dimentichiamo che dietro questo risultato c'è la Sardegna tutta. Il Cannonau è di Sardegna”.

“Per lungo tempo è stata l'unica uva bianca ammessa. In caso di cambiamenti dovremo fare una seria riflessione sui vitigni da piantare”

## ERBALUCE DI CALUSO DOCG



La nascita dell'Erbaluce è addirittura mitologica, il vitigno si sarebbe infatti generato dalle lacrime vivificanti della ninfa Albaluce, nata dall'amore tra il Sole e l'Alba, cadute sul Bric di Caluso. Non mancano tuttavia i riferimenti più prosaici e concreti, come il fatto che si tratti della prima Denominazione bianca del Piemonte. La cantina Orsolani ha come pay-off “Erbaluce dal 1894”, incontriamo la quarta generazione di produttori con **Gian Luigi Orsolani** che ci dice subito: “Sono convinto che la perdita di un diritto sia a prescindere una minus-valenza per il territorio, ma nel nostro caso c'è anche di più. Il legame, storicamente molto antico, tra Erbaluce e Canavese ha un risvolto produttivo di non poco conto. Fino a pochi anni fa, quando la viticoltura era ancora gestita a livello provinciale, qui l'unica uva bianca che era possibile piantare era l'Erbaluce. Logico quindi che in questo vitigno abbiamo investito tutto quello che potevamo, d'altronde non si poteva fare diversamente. Solo da poco, con il trasferimento della competenza alle Regioni, ci è stata data la possibilità di impiantare altre uve bianche, ma tuttora sia per l'Erbaluce di Caluso Docg sia per il Canavese Doc il disciplinare prevede il 100% di Erbaluce. Siamo dunque legati indissolubilmente a questo vitigno e per questo siamo destinati a difenderne la paternità e la possibilità di usarlo anche in etichetta in maniera esclusiva. Qualora dovessimo perdere questa possibilità, dovremmo fare una grossa riflessione sull'apertura ad altri vitigni. Tutto l'anfiteatro morenico del Canavese, con 35 comuni al suo interno, vede primeggiare l'Erbaluce. Qui i produttori come me considerano ormai il vitigno come un patrimonio storico, potremo anche impiantare altre uve ma sarebbe un'operazione solo commerciale e non più culturale. Questi vitigni sono una ricchezza italiana, l'Erbaluce come il Ruchè o il Cannonau, se li consideriamo come marchi registrati saranno sempre un valore per il Paese”.



**GIAN LUIGI ORSOLANI** Orsolani

## ORMEASCO DI PORNASSIO DOC

“Eliminare la tutela non avrebbe senso e creerebbe solo confusione”



**MASSIMO ENRICO**  
presidente Cooperativa Viticoltori Ingauni



Tecnicamente è un Dolcetto, ma a Pornassio diventa Ormeasco. Non si tratta solo di un gioco lessicale, il vitigno rosso che i marchesi di Clavesana - così vuole la tradizione - hanno portato sulle colline della Valle Arroschia nel ponente ligure, era in origine un Dolcetto, che però nei secoli ha preso caratteristiche proprie.

Come ci spiega il presidente della Cooperativa Viticoltori Ingauni di Ortovero, **Massimo Enrico**: “Dal nostro punto di vista l'elemento fondamentale per continuare a definire e identificare un prodotto come l'Ormeasco è proprio il legame con il territorio. A livello ampelografico è un Dolcetto, il fatto però di essere impiantato nella media e alta Valle Arroschia, a 700 e anche 800 metri sul livello del mare, conferisce a questo vitigno e al vino che ne deriva delle caratteristiche uniche e distintive. Siamo in presenza di terreni e microclimi tipici solo di questa zona. Andare a snaturare questo legame con termini e indicazioni specifiche di aree diverse, genererebbe oggi solo grande confusione su un lavoro di comunicazione e divulgazione che portiamo avanti da molti anni ormai. Noi come cooperativa vinifichiamo Ormeasco fin dal 1988, senza contare la storia ben più antica di produttori come Lupi e Guiglierame, veri pionieri della Denominazione, il primo citato anche da Mario Soldati nel suo “Vino al vino”. Se anche ci fossero dunque motivazioni normative per l'eliminazione della tutela - conclude Massimo Enrico - sarebbe un grave danno per tutti noi andare a sradicare una storia lunga decenni creando, tra l'altro, confusione nei consumatori”.

## RUCHÈ DI CASTAGNOLE MONFERRATO

“Il Ruchè ha rivalutato un'area vinicola marginale grazie ad un lungo lavoro: ingiusto vanificare gli sforzi fatti da intere generazioni”



**FILIPPO MOBRICI**  
presidente Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato



Il Piemonte, insieme alla Sardegna, è forse la regione italiana con il più stretto rapporto con i vitigni autoctoni. Il Ruchè è uno di questi, coltivato in una zona piccola e circoscritta, come altre uve italiane ha rischiato di scomparire. A salvarlo ci ha pensato un prete di campagna, don Giacomo Cauda, che negli anni Sessanta del secolo scorso rilanciò la produzione a Castagnole Monferrato. Poi nel 1987 arriva la Doc e nel 2010 la Docg, segno di un cammino di crescita costante, come ci conferma **Filippo Mobrìci**, presidente del Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato. “Il Ruchè è una di quelle uve in grado di rivalutare aree marginali della viticoltura del Monferrato - specifica Mobrìci - grazie a questa Denominazione abbiamo attratto investimenti e riavvicinato tanti giovani alla viticoltura. In queste colline negli ultimi anni hanno aperto ristoranti, strutture ricettive, si fa enoturismo, in pratica è nato un movimento che però sarebbe messo a rischio da una decisione senza logica. Noi abbiamo individuato nel Ruchè di Castagnole Monferrato una concreta possibilità di valorizzazione, ci abbiamo lavorato, e se questo non venisse più tutelato significherebbe vanificare lo sforzo di intere generazioni. Se si voleva liberalizzare allora bisognava farlo prima, nessuno negli anni difficili ci ha dato una mano per la ricerca e la valorizzazione, tutto si è basato sugli sforzi dei produttori e poi delle istituzioni locali, fino ad arrivare a quello che è a tutti gli effetti il “fenomeno Ruchè” che oggi conta circa un milione di bottiglie l'anno, mentre dieci anni fa non arrivava alle centomila. Siamo nella Grande distribuzione e nell'Horeca, esportiamo i nostri vini... Il rischio di non avere più l'esclusiva in etichetta è arrivato come un fulmine a ciel sereno, non capisco il problema di lasciare le cose come stanno. Forse è più evidente il contrario, ovvero che il Ruchè funziona, sta andando bene, è una delle pochissime novità enologiche di successo e questo a qualcuno interessa. Ma oggi il Ruchè è quello di Castagnole di Monferrato, domani aprendo ad altre aree si creerebbe confusione e non è detto che l'operazione avrebbe lo stesso successo”.

**CHIARA LUNGAROTTI**  
Cantine Lungarotti

## SAGRANTINO DI MONTEFALCO DOCG

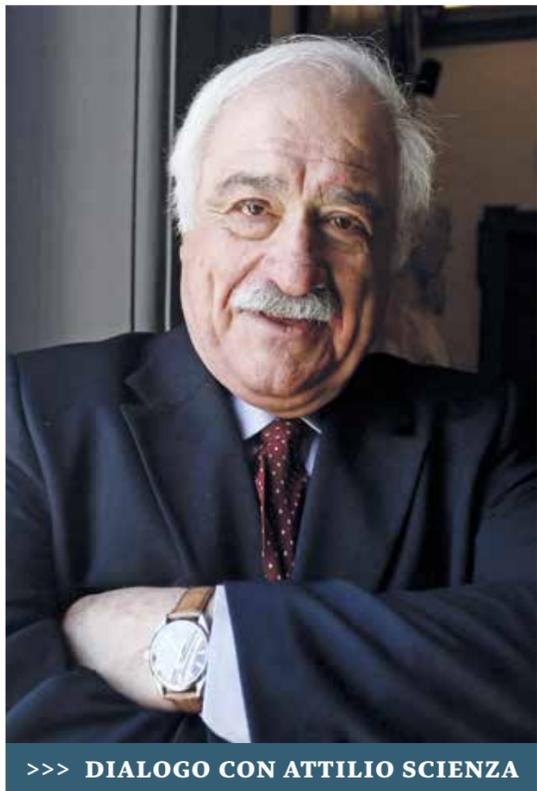
“Eliminare il legame tra Sagrantino e Montefalco sarebbe una follia storica ed economica”



Il Sagrantino è uno dei vitigni italiani che più ha sofferto le sue peculiarità, soprattutto la sua tannicità così difficile da addomesticare. Eppure la sua storia si perde nella notte dei tempi, dalla probabile origine di “vino sacro” perché vino della messa nella versione passita, ai falchi di Federico II che diedero il nome alla città e probabilmente al vino. In pratica “uno è sinonimo dell'altro” ci dice **Chiara Lungarotti**, ad del Gruppo Lungarotti e Consigliere Nazionale di UIV, a proposito di Sagrantino e Montefalco, che poi prosegue: “ci sono documenti d'archivio che dimostrano chiaramente il legame inscindibile e indissolubile che lega questo vitigno al territorio. Sarebbe una follia non soltanto storica ma anche e soprattutto economica dover rinunciare a questo legame. Parliamo tra l'altro di vini di nicchia, nel nostro

caso come in tutti gli altri dell'elenco in questione, gli areali sono ristretti e ben definiti. Spero si prosegua nella volontà politica, sia del Ministero sia di tutte le Regioni coinvolte, di mantenere una tutela che ormai dura da oltre venti anni. Il legame territoriale, rafforzato dall'opera svolta e dagli investimenti degli operatori nel corso di questi anni, ha dato vita nel nostro caso ad un intero territorio. Innanzitutto ne ha fatto una meta turistica, consentendo lo sviluppo di una serie di attrattori culturali, è nata un'intera economia che ruota intorno a questo prodotto. Tutto il sistema enoturistico integrato creato nella zona di Montefalco poggia sul legame indissolubile tra Sagrantino e Montefalco, non si può minare alla base questo binomio. Gli strumenti giuridici per risolvere il problema ci sono, come sembrano dimostrare le ultime notizie, credo che ognuna delle Regioni coinvolte collaborerà per sostenere il Ministero nella battaglia per la protezione di queste produzioni”.





&gt;&gt;&gt; DIALOGO CON ATTILIO SCIENZA

**I**niziamo cercando di fare chiarezza terminologica: cosa si intende davvero quando parliamo di vitigni e biodiversità?

La biodiversità della vite è a tutti gli effetti una risorsa culturale (e non solo culturale) dell'Italia. La diversità biologica della vite coltivata, risultato di migliaia di anni di selezione e determinata dalle mutazioni, dalla ricombinazione genica e dall'effetto delle pressioni selettive operate dal clima e dall'uomo, è un'eredità che la natura e i nostri antenati ci hanno lasciato e che non può essere ricreata in laboratorio: una volta distrutto questo capitale non potrà essere ricostituito e sarà perso per sempre. Se si vuole conoscere la storia di un territorio viticolo attraverso le vicende che hanno accompagnato l'affermazione dei suoi vini, è necessaria una riflessione che parta dai suoi vitigni, perché solo attraverso questi è possibile sviluppare la storia degli uomini, della loro cultura materiale, della loro evoluzione culturale, dei cambiamenti climatici e del sistema sociale in genere. I vitigni infatti sono gli elementi stabili per una infinità di generazioni di viticoltori: gli uomini muoiono ma i nuovi abitanti, pur aggiornando le

abitudini, mantengono e spesso incrementano i vitigni dei loro predecessori.

Prima di questo secolo la vite in Italia presentava un'ampia variabilità, che è peraltro ancora importante e sicuramente ben superiore a qualunque altro Paese al mondo. Fortunatamente in Italia, soprattutto nella sua parte più meridionale, i cambiamenti socio-economici sono avvenuti più lentamente ed hanno evitato una erosione genetica devastante, come invece è avvenuto in altre viticole continentali. Ciò nonostante anche in Italia il ricchissimo patrimonio viticolo descritto dagli ampelografi del '700 e dell'800 si è fortemente ridotto.

L'attuale crisi della biodiversità nelle specie vegetali in genere è stata definita la sesta estinzione e rappresenta solo un

aspetto della attuale tendenza alla semplificazione nelle differenti manifestazioni della vita, dove purtroppo la monocultura della mente è più devastante di quella biologica. Conservare la biodiversità non significa tuttavia mantenere le varietà di vite in una collezione, ex situ, dove raccogliere come in un museo i genotipi a rischio di scomparsa ma, per le profonde connessioni tra vitigno antico e cultura del luogo che lo ha selezionato e coltivato fino ad ora, queste varietà devono ritornare ad essere le protagoniste dello sviluppo agricolo ed economico di quelle popolazioni. Un vitigno autoctono smette di essere una curiosità biologica e diventa cultura nello stesso momento in cui esce da una collezione ampelografica e ritorna ad avere un rapporto con lo spazio. Questo spazio non

è solo un suolo, un clima, una tecnica colturale ma soprattutto un insieme di tradizioni in divenire, un oggetto culturale. Nello sviluppo di un progetto di valorizzazione deve sempre risultare chiara la relazione tra la cultura locale, il vitigno antico e il vino immesso sul mercato. Questi prodotti devono mantenere, quando inseriti nel circuito commerciale, una chiara identità e una protezione. L'Italia ha una grande responsabilità nei confronti della cultura viticola europea: quella di custodire il senso della storia che è insito nella tradizione, di mantenere vivo quel rapporto che esiste tra universalità del mito e tradizione, dove i segni tangibili dei simboli sono veicolati dai vitigni antichi e dai luoghi che li fanno rivivere. La coltivazione delle varietà italiane, va interpretato nel se-

gno della tradizione come "un tradimento fedele" della tradizione stessa, solo se la loro coltivazione e vinificazione non ricalca schemi del passato, ma utilizza correttamente l'innovazione tecnologica per offrire ai consumatori, dei vini moderni, adatti al gusto e alle abitudini alimentari dei nostri giorni.

**Ma come si può definire un vitigno autoctono e quanti sono approssimativamente i vitigni italiani che rientrerebbero in questa accezione? C'è un legame identificabile con i territori dove questi sono coltivati e qual è il rapporto tra i due?**

Gli aggettivi attribuiti ai vitigni come minori o locali o antichi o autoctoni o indigeni sono spesso usati impropriamente per definire solo apparentemente la stessa cosa. Infatti un

vitigno locale non sempre è autoctono, così come un vitigno minore non necessariamente è antico. Di norma una varietà locale è anche antica in quanto coltivata in quel luogo da molto tempo, anche se appare problematico precisare la scala del tempo per l'incertezza nel definire il momento dell'introduzione. Una varietà può essere molto antica ma non locale. Se autoctono è un concetto legato più allo spazio (in quanto quel vitigno è originario di quel luogo), che al tempo (da quanto tempo quel vitigno è coltivato in quel luogo), ci si domanda quanto tempo è necessario affinché un vitigno possa essere considerato espressione di un luogo e quindi in tutto e per tutto autoctono. Probabilmente non è possibile dare una definizione univoca di autoctono per la viticoltura dell'Europa

# Vitigni e biodiversità tra genetica, storia, colture e culture

*La questione delle undici Doc con esclusiva del nome di vitigno riporta l'attenzione sull'importanza della biodiversità sotto diversi punti di vista: genetico, colturale, commerciale ma anche culturale. Abbiamo approfondito la riflessione con il professor Attilio Scienza che a questi temi ha dedicato anni di studio e molte pubblicazioni*

FILTRO UNICO

**QUELLO CHE TI SERVE  
PER AFFRONTARE  
OGNI SFIDA. TUTTO IN  
UN'UNICA SOLUZIONE**

Un UNICO sistema di filtrazione per vini e feccia che riduce la flora microbologica preservando tutte le caratteristiche organolettiche del prodotto. I vantaggi: nessun coadiuvante di filtrazione, ridotte perdite di prodotto, bassa ritenzione di colore e struttura, possibilità di filtrare vini spumanti.

Scopri di più: [www.vlstechologies.it](http://www.vlstechologies.it)



Follow us:



Velo Acciai S.r.l. - Via San Lorenzo, 42, 31020 San Zenone degli Ezzellini (TV) - Italy  
T. +39 0423 968966 - [info@veloacciai.com](mailto:info@veloacciai.com) - [www.vlstechologies.it](http://www.vlstechologies.it)

**VLS**  
Technologies



occidentale, se non forse per quei vitigni derivati dalla domesticazione delle viti selvatiche locali (come ad esempio il Lambrusco di Sorbara, il Lambrusco a foglia frastagliata o Enanzio, il Savagnin) o per le varietà da esse ottenute per introgressione genetica (il vitigno dell'antica Pannonia, il Gouais nella creazione dei vitigni dell'Europa continentale). Appare più corretto quindi parlare di vitigni antichi o minori che non di varietà autoctone. In questi anni sull'onda del rinnovato interesse per questi vitigni, si è discusso molto sulla definizione di autoctono. Al di là della origine greca del termine, *kthothon*, che significa "originario di quella terra", il vero significato da attribuire a vitigno autoctono è quello riferito al luogo dove questi vitigni si esprimono al meglio. Un esempio può chiarire questa affermazione. Il Sangiovese, vitigno originario dell'Italia meridionale, come ha dimostrato l'analisi del suo DNA, dà il meglio di sé in Toscana e nessuno mette in dubbio che questo vitigno, nell'accezione comune, non sia autoctono di questa regione. Ci si chiede allora quanto tempo è necessario per considerare autoctono un vitigno coltivato in un luogo. E ancora, è necessario conoscere

l'origine geografica di un vitigno per definirlo autoctono? A rigore di logica si dovrebbero definire autoctoni solo quei vitigni derivati dalla domesticazione delle viti selvatiche del luogo dove sono attualmente coltivati. In Italia forse cinque o sei vitigni potrebbero appartenere a questa categoria. Molto meglio sarebbe sostituire la parola autoctono con quella di antico, locale e italico.

**Riportando il discorso sul piano pratico della tutela delle produzioni vitivinicole, come si può conciliare la valorizzazione del vitigno con la normativa comunitaria che prevede invece la sola protezione del territorio?**

Ai consumatori è stata data in questi anni la possibilità di accedere a un numero un tempo impensabile di etichette, ma a ciò non ha corrisposto la nascita di nuovi linguaggi del vino capaci di comunicare con efficacia a un mondo che non conosce i valori della nostra civiltà mediterranea, i contenuti non solo organolettici di una bottiglia ma anche l'immaginario che da essa si sprigiona quando viene assaggiata. I vini dalle caratteristiche sensoriali che si discostano da quelle normate dai modelli gustativi delle riviste americane, anche se ca-

ricchi di storia, sono ignorati dal grande pubblico, rimangono nell'ombra.

La querelle ancora irrisolta sulla primazia del vitigno sull'ambiente e viceversa, appartiene ormai alla storia della viticoltura, e ha visto fino all'"epoca dei lumi" il prevalere del luogo di produzione su quello dei vitigni. Guyot per primo nel 1868, alle soglie della crisi fillosserica, rompe questo assioma con l'affermazione rivoluzionaria "il genio del vino è nel vitigno". Il ritorno sullo scenario mondiale dei vitigni antichi o autoctoni ha riportato in auge il ruolo cruciale del vitigno nella comunicazione del vino. Dopo circa quattro lustri di grande interesse per i vitigni autoctoni da parte delle aziende viticole, della ricerca e dei consumatori, facendo un bilancio dei risultati raggiunti in termini di ricadute economiche, si deve purtroppo constatare che in termini di valorizzazione dei vitigni e dei territori interessati, questi non appaiono particolarmente esaltanti. Anche se si devono fare delle doverose distinzioni, che vedono alcuni vitigni (pochi) raggiungere buoni risultati ma purtroppo molti altri rimanere nell'oblio. È quindi necessario disaggregare le considerazioni anche per meglio indirizzare gli sforzi in futuro. In sintesi, dei 1.000 e

più vitigni autoctoni italiani, quelli di qualità (almeno per la produzione di un vino destinato a un consumatore moderno) sono molto pochi, forse non più di un centinaio. Questo non toglie che tutti abbiano un grande valore per la conservazione della biodiversità e per un impiego nei programmi di miglioramento genetico. Alla base di questa complessa fenomenologia vi è inoltre la polarizzazione della viticoltura italiana, che è passata in questi ultimi anni, per effetto della globalizzazione dei mercati, da una realtà diffusa rappresentata da una molteplicità di piccole Denominazioni dove erano i vitigni autoctoni l'elemento qualificante dei vini, a una viticoltura polarizzata a imitazione di quella francese, dove 5-6 Denominazioni note soprattutto all'estero, rappresentano gran parte del vino italiano di qualità.

**In questo senso quindi cosa pensa della norma del Testo Unico sul vino che prevede l'istituzione di un Albo nazionale dei vitigni autoctoni?**

Alla luce delle recenti scoperte, il termine "autoctono" - che i ricercatori sono di norma costretti ad attribuire ai vitigni storicamente legati al territorio italiano - può tornare ad acqui-

stare valore. L'idea che esistano delle differenze così marcate nella strutturazione del genoma dei singoli vitigni stimola l'investigazione, tramite tecniche di sequenziamento di nuova generazione, dei genomi dei vitigni più interessanti dal punto di vista storico e produttivo. Le caratterizzazioni molecolari realizzate finora tramite marcatori microsatelliti verrebbero in aiuto permettendo di selezionare in maniera attenta e ragionata i vitigni su cui procedere; evitando la selezione di sinonimi e inserendo nelle analisi quelle varietà che abbiano effettivamente mostrato, tramite lo studio delle relazioni di parentela che li riguardano, una vera connotazione con il territorio italiano.

Il nostro Paese ha ricevuto in eredità dai popoli che l'hanno abitata nell'antichità vitigni diversi, inoltre la presenza di popolazioni di vite selvatica, apre all'ipotesi che la Penisola sia un centro di domesticazione secondario per la specie. L'Italia è pertanto una buona candidata per descrivere e caratterizzare la biodiversità insita nella specie che mantiene alti i livelli di eterozigosi e che ha grandi potenzialità (fenotipi resistenti/tolleranti a stress biotici e abiotici) ad oggi inesplorate. Nonostante gli sforzi profusi e gli ingenti capitali investi-

ti nella ricerca, molto rimane ancora da fare soprattutto per utilizzare i dati ottenuti dalla ricerca di base a fini più applicativi. Tra questi: riclassificare con precisione il germoplasma coltivato e selvatico, caratterizzare e individuare con certezza i cloni delle varietà coltivate, e valutare quali siano le differenze a livello di genoma e/o di epigenoma alla base delle variazioni fenotipiche nei cloni di una medesima varietà, individuare i tratti genetici responsabili di caratteristiche di qualità e resistenza, attuare il miglioramento genetico assistito. L'ambizione di questa idea-progetto è quella di offrire un contributo tangibile alla viticoltura italiana e alla valorizzazione e tutela dei prodotti autoctoni e tradizionali.

Obiettivo primario è contribuire alla comprensione dei meccanismi di selezione dell'attuale piattaforma ampelografica italiana, colmando le lacune esistenti; e contribuire alla descrizione dei geni coinvolti nella definizione di fenotipi di interesse agrario e/o enologico. In questo contesto, le ricerche consentiranno di ottenere fingerprint molecolari basati su marcatori più facilmente standardizzabili e riguarderanno un set di varietà selezionate a partire da banche dati e collezioni di germoplasma.

## MADE TO BE OPENED

Progettiamo piccoli capolavori di design dedicati al premium beverage combinando sostenibilità ambientale, innovazione, bellezza e esclusività.

Creazioni studiate per conservare e personalizzare l'eccellenza, rendendola memorabile.

Chiusure esclusive, fatte per essere aperte, "Made to be opened".

**Tapi** | UNIQUENESS INSIDE  
BEAUTY ON TOP

COLLECTION | SIGNATURE | REVÒ

tapigroup.com





wine2wine

Dal 21 al 24 novembre  
l'edizione 2020  
che sarà totalmente

digital

NETWORK

EVENTS

BUSINESS  
MATCHING

EXPERIENCE

➔ Segue dalla prima pagina

# Supportare la wine industry nelle nuove sfide del mercato

Il programma ormai è stato definito quasi integralmente e si stanno mettendo a punto i preparativi per la grande piattaforma digitale che ospiterà i seminari e gli incontri in calendario. Scenari attuali e futuri saranno dunque al centro di dibattiti e approfondimenti che avranno tra gli obiettivi anche quello di compattare e sostenere le aziende in un momento di totale stravolgimento del mercato



## ANCHE OperaWine DIVENTA DIGITALE

Anche OperaWine, l'evento nato nel 2012 dalla collaborazione tra Verona Fiere, Vinitaly e la prestigiosa rivista americana Wine Spectator diventa digitale. I 100 grandi produttori italiani selezionati dagli esperti della testata statunitense per il prossimo anno saranno presentati sabato 21 novembre dalle 15.00 alle 16.00. In questa stessa finestra si terrà una sessione di Q&A con Bruce Sanderson, Thomas Matthews e Alison Napjus aperta a tutti e gratuita. I produttori OperaWine 2020 saranno protagonisti di alcune attività a loro dedicate in esclusiva; tra queste, nelle giornate di lunedì e martedì si terranno gli OperaWine Seminar in collaborazione con Wine Spectator. Nei seminari di lunedì 23, si parlerà di Piemonte (15:00-16:30) e dell'Italia del Nord Est (16:30-18:00). Martedì 24 sarà la volta dei vini del Nord d'Italia, di quelli delle isole e dei vini sparkling (15:00-16:30) e poi della Toscana (ore 16:30-18:00). Infine, alle 16.30 l'Italia del Centro e del Sud sarà protagonista dell'ultimo seminario, dalle ore 18 alle 19.30.

Le foto  
in queste pagine  
degli eventi  
in presenza  
si riferiscono  
a edizioni  
precedenti

L'edizione di wine2wine che sta per prendere il via si pone l'obiettivo di supportare le aziende vitivinicole nella fase di ripresa dall'emergenza sanitaria che ha segnato il 2020. Nello scenario post Covid-19, l'industria del vino si trova infatti davanti a una sfida impegnativa: costruire un nuovo modo di fare business. E dovrà necessariamente essere un business che funzioni bene. L'edizione 2020 di wine2wine punterà i propri riflettori proprio su questo stimolo, dedicando il Focus al wine business nell'era post Covid-19 per accompagnare le aziende nella complessa impresa di gettare le basi della wine industry che verrà.

In realtà, l'orientamento alla produzione e alla vendita di vino è già cambiato, visto che durante il lockdown molti imprenditori si sono visti costretti a rivoluzionare i propri piani commerciali e di comunicazione. Ma all'indomani dell'emergenza, questi stessi schemi devono essere nuovamente modificati. Il processo di riapertura va dunque considerato come un'occasione per scuotere un'industria che per decenni è stata definita "immobile". Per questo il settore deve, fin da subito, concentrare particolare attenzione su due aspetti fondamentali: la ricerca di possibilità di guadagno e la maggiore riduzione possibile dei costi di produzione. In entrambi i contesti è necessario assumere un approccio energico ma razionale, evitando di compiere scelte che guardino solo all'immediato senza considerare i possibili risvolti a lungo termine.

Nel periodo Covid-19, gli imprenditori hanno avuto modo di constatare il peso dell'immagine aziendale sul proprio business. Al contempo, i consumatori hanno prestato grande attenzione all'aggiornamento dei brand durante la situazione di crisi e hanno sviluppato esigenze inedite. Hanno manifestato l'esigenza di riprendere le interazioni con i brand e, in alcuni casi, hanno espresso chiaramente il bisogno di ritrovare fiducia nei confronti di prodotti, servizi e aziende. Anche nel caso, dunque, che il prodotto con subisca mutamenti, il modo di parlare ai consumatori dovrà essere senza dubbio adattato al nuovo scenario.

E ancora: il digitale è stato grande protagonista dell'emergenza Covid-19. Durante il lockdown internet e i dispositivi a esso connessi si sono dimostrati di vitale importanza per comunicare con i clienti, per vendere i prodotti e per far lavorare i propri dipendenti. Il Forum wine2wine ha sempre dedicato ampio spazio a questa tematica connettendola al wine business e adesso la rinnovata consapevolezza raggiunta fornirà il contesto ideale per proseguire la riflessione.

### I CONVEGNI

I lavori si apriranno sabato 21 novembre alle 10.30 con un international summit on line intitolato "Il futuro del vino: visioni differenti, unica prospettiva. Scenari attuali e possibili sfide del prossimo decennio" (vedi box). Il live talk, organizzato da Verona Fiere,

Vinitaly e wine2wine, sarà un momento fondamentale di confronto tra i principali attori della wine industry su temi strategici per il futuro del comparto. In una fase così delicata come quella che stiamo vivendo, Verona Fiere ha voluto organizzare questo momento di riflessione e testimonianza con l'obiettivo di sviluppare e rafforzare un dialogo concreto tra mercati e operatori di settore. Allo stesso tempo, l'incontro sarà utile a individuare strumenti e soluzioni innovative per affrontare la sfida del cambiamento che la nuova normalità sta comportando a livello planetario.

Alla Gdo italiana è invece riservata la tavola rotonda di lunedì 23 novembre alle ore 11.00 intitolata "Vino e grande distribuzione di fronte al cambiamento", moderata dal giornalista specializzato Luigi Rubinelli. All'interno dell'incontro l'istituto di ricerca Iri presenterà una ricerca sul mercato del vino nella grande distribuzione nei primi 10 mesi del 2020. La ricerca prende in esame l'andamento delle tipologie vendute all'interno della Gdo (vini a denominazione di origine, vini comuni, brick e altro), del Prosecco, dello spumante, del vino biologico e infine di quello a marchio del distributore. I partecipanti alla tavola rotonda cercheranno di individuare i trend di acquisto dei consumatori, gli elementi utili alla ripartenza, le possibili sinergie tra cantine e insegne della Gdo per favorire l'aumento dei consumi e infine le dinamiche dell'export del vino italiano nella grande distribuzione internazionale. Parte-

**L'evento di apertura della kermesse digital di Veronafiere****Il futuro del vino: visioni differenti, unica prospettiva. Scenari attuali e possibili sfide del prossimo decennio**

**W**ine2wine si aprirà la mattina di sabato 21 novembre con un importante convegno, in streaming, organizzato da Veronafiere, Vinality e wine2wine per promuovere un'occasione di confronto tra i principali attori della wine industry al fine di condividere testimonianze e discutere su temi strategici del comparto per il futuro. Il programma prevede due tavole rotonde in cui si affrontano gli scenari attuali e l'evoluzione che il settore del vino sta affrontando e dovrà affrontare nel prossimo decennio: la prima sessione sarà di respiro internazionale, la seconda invece verterà sul mercato interno. A completare le testimonianze di alcune delle voci più autorevoli del comparto, una ricerca realizzata da Wine Monitor Nomisma per Osservatorio Vinality che fornirà i dati del mercato nell'anno più complesso di sempre, il 2020, e che illustrerà un'indagine condotta sulle aziende italiane per tracciare il profilo del wine business nell'era post Covid.

Interverranno autorevoli esponenti del mondo vitivinicolo, italiani e internazionali, di fronte a una platea, virtuale, di produttori, giornalisti, professionisti ed opinion leaders del settore.  
Appuntamento sabato 21 novembre alle 10.30

ciperanno rappresentanti di Unione Italiana Vini, Federvini, Carrefour, Conad, Coop Italia e Gruppo Selex.

Ancora lunedì 23 novembre, dalle 12.30 alle 13.30, si terrà il convegno in streaming moderato da Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere, dal titolo "Il vino nello scenario globale che cambia: le sfide della filiera". Al live talk parteciperanno i rappresentanti del mondo associativo - tra cui il presidente di Unione Italiana Vini, Ernesto Abbona - per indagare sul futuro del vino

italiano e sul ruolo delle categorie rappresentative in questa fase così impattante anche economicamente.

wine2wine inoltre ospita la **Giornata Congressuale Assoenologi 2020**, che a causa dell'emergenza Coronavirus non è stato possibile organizzare in presenza. Assoenologi ha comunque deciso di non rinunciare a un momento di incontro e formazione organizzando un appuntamento on line domenica 22 novembre con inizio alle ore 10.00. Il presidente Assoenologi, Riccardo Cotarel-

la, aprirà i lavori che si svolgeranno lungo due diverse tavole rotonde entrambe moderate dal giornalista Bruno Vespa e dedicate, rispettivamente, a "Vino & salute" e al "Prosecco: un fenomeno tutto italiano". L'incontro di Assoenologi si chiuderà alle ore 17.00 e nel corso dell'evento sarà presentata la nuova rivista "L'Enologo" e sarà assegnato il premio "Personaggio dell'Anno 2021". I lavori saranno intercalati dalla presentazione delle aziende partner di Assoenologi che hanno aderito alla campagna "2020 insieme per ripartire".

**ONLINE MEETING****Programma:**

- Ore 10.30** Saluto del presidente **Maurizio Danese**
- Ore 10.40** Presentazione ricerca Wine Monitor Nomisma per Osservatorio Vinality  
**One-to-one tra Giovanni Mantovani e Denis Pantini a commento della ricerca che illustrerà le risposte dei produttori vinicoli italiani sull'impatto Covid-19 e sulle previsioni future, con un focus sui principali mercati internazionali in termini di consumo e import.**
- Ore 11.10** Tavola rotonda: **Come vedete il vino e il suo futuro dal vostro angolo di mondo?**  
A parlare di mercati, prodotti, viticoltura e futuro intervengono in collegamento dal Colorado, **Jon Moramarco** a parlare di mercato americano da Londra, **Nick Bielak** per il mercato inglese da Shanghai, **Michelle Liù** per parlare di Cina dal Giappone, **Thierry Cohen** per il mercato nipponico da Torino, **Donato Lanati** tratterà il tema dell'impatto del cambiamento climatico sulla viticoltura e della trasformazione tecnologica applicata alla viticoltura dagli Usa, **Heini Zachariessen**, fondatore di Vivino, con una testimonianza sulla digitalizzazione del comparto dalla Russia, **Nikolay Chashchinov**, ambassador VIA per il mercato russo
- Ore 11.50** Intervento del direttore Ismea, **Raffaele Borriello**
- Ore 11.55** Intervento del presidente Ice, **Carlo Ferro**
- Ore 12.00** Il punto di vista dei produttori italiani  
Intervengono **Dominga Cotarella, Josè Rallo, Lamberto Frescobaldi, Marco Nannetti, Ettore Nicoletto e Riccardo Pasqua**
- Chiusura lavori da parte della ministra dell'Agricoltura **Teresa Bellanova**  
Modera: **Gianluca Semprini**



*Ce n'est pas un simple bois*

**NON È UN SEMPLICE LEGNO.**

Selezioniamo con esperienza e passione materie prime d'eccellenza, per offrire i migliori legni enologici per i vostri vini.

**I-OAK®**

OENOLOGICAL WOOD EXPERIENCE



Immagini Veronafiere - foto Ennevi

## ➔ GLI EVENTI E LE SESSIONI DI APPROFONDIMENTO

### IL MERCATO USA

Gli Stati Uniti sono da sempre il più importante mercato di riferimento per i vini italiani e wine2wine dedica agli Usa varie sessioni di approfondimento.

Lunedì 23, dalle 9.15 alle 9.45 si terrà l'incontro **"Come concentrare la tua attività di marketing sul mercato America più efficacemente?"**, relatore il professor Armando Corsi - team leader Wine business. Come si fa a sapere che il vino inserito nel portfolio di importatori e distributori o quello che i rivenditori decidono di tenere in magazzino è lo stesso che i consumatori vogliono? Questa sessione mostrerà come le preferenze dei consumatori statunitensi, nel settore del vino, siano allineate a quelle degli operatori commerciali, e come si può migliorare l'efficacia delle proprie strategie di marketing, nel mercato statunitense, attraverso un nuovo strumento: il "US Wine Marketing Tool".

### Vitaly International Academy Advance Seminar International grape varieties in Italy

Lunedì 23 novembre alle 12.30 il professor Attilio Scienza svilupperà il tema dei vitigni internazionali in Italia attraverso quattro-cinque casi studio (il Trentino Alto Adige con S. Michele e Foianeghe, la Toscana con l'esperienza Antinori e Sassicaia, la Lombardia, il Veneto e il Friuli con il ruolo ricoperto da alcune aziende e dalla scuola di Conegliano, il basso Lazio e la Campania con l'Irpinia ed il Frusinate. Saranno descritte le premesse culturali (il ruolo della Francia) e quelle legate alla viticoltura cosiddetta "moderna", nata con la ricostruzione post fillosserica.

Dalle 16.00 alle 17.00 si parlerà invece del problema dei dazi in Usa. **"Il futuro delle tariffe doganali americane: un fenomeno trumpiano o di lungo termine?"**, questo il titolo della sessione condotta da Harmon Skurnik, importatore di vini e superalcolici dall'Unione europea. Con l'avvio da parte dell'amministrazione Trump di una guerra commerciale globale, la minaccia ai produttori europei di vini e superalcolici si è concretizzata nell'ottobre 2019, con la così detta controversia Airbus, che ha imposto una tariffa del 25% sui vini spagnoli, francesi e tedeschi. In futuro si prospettano ulteriori imposizioni tariffarie dovute principalmente alla proposta dell'Ue di introdurre le Digital Services Taxes, che il governo statunitense definisce come "discriminatorie nei confronti delle aziende americane". Questa situazione potrebbe portare a delle tariffe maggiorate fino al 100% su tutti i vini e superalcolici europei e interessare così anche l'Italia. In qualità di membro fondatore della United States Wine Trade Alliance, un gruppo di settore che sta cercando di fare tutto il possibile per bloccare l'imposizione di nuove tariffe e di rimuovere quelle vecchie, Harmon è la persona più preparata per dare gli ultimi aggiornamenti su questa fragile situazione e per poter illustrare un possibile scenario futuro.

In contemporanea, dalle 16.30 alle 17.00, un approfondimento sul tema della valuta statunitense nella sessione **"Il dilemma del dollaro: vino, tassi di cambio e globalizzazione post-Covid"**. Un risvolto inaspettato della pandemia infatti è stato il drammatico declino del valore di cambio del dollaro americano. Perché è accaduto? Come va a influenzare il settore del vino globale? E cosa implica per il futuro del vino?

Il Covid ha travolto anche il mondo dei media e di questo si parlerà nella sessione **"Media**

**digitali e mondo del vino: l'evoluzione di Wine Spectator nel 2020 e oltre"**, in programma sempre lunedì 23 novembre dalle 18.00 alle 18.30. Le guerre commerciali, il Covid e il conseguente lockdown, un'economia traballante, le proteste, gli incendi dolosi... l'anno che sta finendo è stato tanto tumultuoso per il mondo del vino quanto per quello dei media. In che modo Wine Spectator ha adattato le sue proposte digitali a un'audience che ormai è in continua evoluzione? Durante la sessione verrà spiegato come i nuovi contenuti e le nuove strategie - dai video home made alle live chat - abbiano portato i wine lovers a interagire maggiormente con la rivista e sarà illustrato come questi approcci potrebbero essere utilizzati e adattati dalle cantine italiane.

Gli approfondimenti sugli Usa proseguono martedì alle 16.30 con la sessione intitolata **"Il futuro del mercato statunitense: parliamone"**, tenuta da Nunzio Castaldo, presidente di Panebianco Wines Import. La pandemia in fondo ha solo accelerato alcuni cambiamenti già in atto nel mondo del business del vino. Saranno affrontate le tematiche relative a questi cambiamenti e a come le aziende dovranno reagire e riassetarsi. La sessione illustrerà quanto appreso nel corso della pandemia per poi passare alle questioni chiave che le aziende si trovano ad affrontare mentre si affidano alle risorse e alle comunità per ricostruirsi all'interno di un panorama prospero e pieno di creatività e opportunità.

Infine, dalle 17.15 alle 17.45, il caso del Pinot grigio chiuderà gli interventi sul mercato statunitense. **"Da commodity a vino domestico: il successo del Pinot grigio in Usa nell'era del lockdown"**: questo il titolo della sessione proposta dal Consorzio Doc Delle Venezie che analizzerà con dati di mercato e interventi di autorevoli

esponenti della distribuzione e della produzione di Pinot grigio il miracolo del successo di questo vino negli Stati Uniti durante il lockdown. Un caso unico, in controtendenza mondiale, che racconta quanto le strade del mercato e dei consumatori siano spesso imprevedibili.

### IL MERCATO CINESE

La Cina, il cui mercato del vino è ripartito, continua a rappresentare una grande prospettiva per i produttori italiani, ma è anche un mercato per molti versi ancora da conoscere e che ha subito importanti mutamenti in seguito al Covid-19. Si parte proprio da questo punto lunedì 23 dalle 10.00 alle 10.30 con la sessione **"Come il Covid-19 ha cambiato il comportamento dei consumatori cinesi"**.

La sessione, curata da Natalie Wang, giornalista ed editrice di "Vin Joy News", sarà dedicata all'impatto della pandemia sul mercato del vino cinese e sui comportamenti dei consumatori e dimostrerà che il Covid ha accelerato alcuni trend del mondo del vino come le vendite on line, i live streaming e il social media marketing. Alcune case study illustreranno come queste tendenze abbiano influito sulle vendite.

A seguire, alle 11.45, il mondo della ristorazione cinese sarà il protagonista della sessione **"Come inserire il tuo vino nelle wine list dei ristoranti cinesi"**. Con la rapida crescita e l'internazionalizzazione dei ristoranti fine dining cinesi, sapere presentare il proprio vino è diventata una skill imprescindibile. In questa sessione Yang Lu - consulente per Shangri-La Group - illustrerà come fare di questo trend un vantaggio per la propria azienda.

Ma la Cina è anche un Paese di grandi consumatori di fine wines, e di questo si parlerà martedì

di 24 alle ore 9.15 nella sessione **"L'impatto del Covid sui consumatori di fine wines cinesi"**. La Master of Wine Jeannie Cho Lee farà un'ampia panoramica sulle abitudini di consumo di 24 collezionisti cinesi di fine wines con base a Hong Kong, Shanghai e Pechino. I dati dell'overview sono stati raccolti nel corso di alcune interviste tenute negli ultimi tre mesi.

A seguire, alle ore 10.00, la sessione **"Un viaggio nei social media del mercato del vino cinese"** che spiegherà come i social media abbiano in Cina preso forme uniche che non sono state adottate in nessun'altra parte del mondo. I relatori Lin Liu (manager di Wine Maniacs Company) e Ghus Zu (Wine Educator) dimostreranno come i social media si siano integrati nella cultura e nel lifestyle cinese. L'industria del vino naturalmente non fa eccezione, e anche in questo settore i social media sono diventati cruciali a tutti i livelli di interazione, sia tra i professionisti che tra i consumatori.

### UNO SGUARDO SUL MONDO

La vera e propria esplosione dei vini rosé sui mercati internazionali è al centro della sessione di lunedì 23 alle ore 11.45 intitolata **"Come possiamo imparare dalla Provenza? La prospettiva del rosé"**. In 30 anni infatti la Provenza è riuscita a passare dall'essere una regione del vino semi sconosciuta e produrre solo vini particolarmente "rustici", all'essere un'area vitivinicola di enorme successo con un forte mercato estero e un altissimo profilo che continua a crescere. La giornalista e Master of Wine Elisabeth Gabay spiegherà come ci è riuscita e come potrebbe cambiare ancora la situazione nei prossimi anni.

Due sono le sessioni riservate



**MANNOSTAB**  
PATENT N° 2726284

**stabilab®**  
NATURAL STABILITY OF WINES

## La scelta naturale

Per la stabilizzazione tartarica dei tuoi grandi vini

- Formulazione originale.
- Disponibile sia in forma liquida che granulare.
- Utilizzabile nel Bio.
- Interferisce positivamente con la stabilità del colore.
- Non interferisce negativamente con le filtrazioni.
- Migliora l'impatto gustativo.
- Partecipa alla globale stabilità colloidale.
- Per il trattamento di vini bianchi, rosati e rossi.



**LAFFORT**  
l'œnologie par nature



al mercato russo. La prima si terrà **lunedì 23 alle 15.45** con il titolo **“Il futuro delle vendite di vino on line in Russia: lo sviluppo della professione del Cavist nel paese”**. In Russia, da anni ormai si discute sulla legalizzazione delle vendite di alcolici on line. Il Ministero del Commercio supporta il sollevamento delle restrizioni, ma il Ministero della Salute e la polizia si oppongono alla decisione, sostenendo che potrebbe causare un aumento del numero dei crimini dovuti al consumo di alcol, lo sviluppo di un mercato illegale e un maggior rischio di vendita ai minori. La Russia è stata più restia ad adattarsi al commercio digitale rispetto ad altri Paesi, nonostante le vendite on line siano obiettivamente più tracciabili e trasparenti dal punto di vista fiscale. Durante questa sessione saranno portati esempi di come altri paesi si siano comportati con le piattaforme digitali e le rispettive regolamentazioni. Queste le domande alle quali la sessione risponderà: che futuro c'è per la vendita di vino on line in Russia? Le tecnologie digitali sostituiranno i consulenti dei negozi fisici? Quale direzione prenderà la professione del Cavist? La seconda sessione sarà invece un **incontro con alcuni tra i maggiori importatori russi**: Vinicom, Fort Wine and Spirits, Luding e Marine Express, e si terrà **martedì 24 alle ore 14.45**. Anche il continente africano avrà due sessioni dedicate, entrambe **martedì 24**. La prima, alle ore 10.00, si intitola **“Il vino italiano in Africa. Possibilità, opportunità e informazioni utili su come approcciare il mercato”**, relatore l'italian wine ambassador della Vinitaly Wine Academy, Kodjo Adovor. Offrendo una grande varietà di opportunità grazie alle sue diverse culture e cucine, l'Africa costituisce un grande mercato per i vini italiani. La sessione approfondirà il tema del crescente mercato dei vini

italiani in Africa, i diversi segmenti di mercato e le opportunità per raccontare la storia dei vitigni autoctoni italiani. Alle 11.00 invece la sessione **“Capire la cultura del vino in Africa”** farà una panoramica sul mercato del vino locale in Zimbabwe e nel resto del continente, e illustrerà il recente sviluppo del mercato di importazione. Il focus sarà soprattutto incentrato sulle abitudini e sulle tendenze.

Dall'Africa all'Asia con il **caso di Almaty**, la città del Kazakistan considerata la futura capitale del vino dell'Asia centrale. Di questo parlerà Artem Lebedev, presidente dell'Associazione Sommelier del Kazakistan nella sessione di **martedì 24 alle ore 9.15**. Nonostante la ricca tradizione vinicola, l'Asia centrale rimane una delle regioni al mondo meno sviluppate e più sottostimate per quanto riguarda sia la produzione che il consumo del vino. Nel corso della sessione saranno illustrati il passato, il presente e il futuro di questa città destinata a giocare un ruolo strategico per il vino in Asia centrale.

Anche il Sud Africa ha subito il lockdown in maniera forte, e di questo parlerà la sessione di **martedì 24 alle ore 15.45** intitolata **“South Africa: un racconto proibizionista”**, curata dall'enologo Richard Kershaw. Il seminario illustrerà come il paese ha vissuto il divieto totale durante il lockdown, la lezione appresa e come stiano andando avanti in questa nuova versione della realtà.

Si torna in Europa con la sessione di **martedì 24 alle ore 11.45**, incentrata sulla Polonia: **“Esplora il mercato polacco: come lavorare con importatori e aziende di vendita al dettaglio piccole e medie”**, curata da Sławomir Komiński, fondatore di MineWine.pl, che offrirà una panoramica sul mercato del vino polacco e sugli elementi essenziali che lo influenzano. Si parlerà di come si differenzino le abitudini dei

consumatori e si forniranno i fattori chiave per ottenere successo nelle vendite. Il seminario è indirizzato a tutti i produttori italiani che intendano iniziare il proprio business in un paese ricco di opportunità insegnando loro come districarsi tra gli aspetti giuridici relativi all'export di vino in Polonia e come comprendere al meglio il lavoro quotidiano dei piccoli-medi importatori.

Alle 14.45 di **martedì** sarà la volta della Svezia con la sessione **“Il mercato svedese dopo il Covid-19”**, tenuta da Ulf Sjödin, manager del Systembolaget, che presenterà i cambiamenti avvenuti nel consumo di vino nel paese scandinavo. I confini chiusi e la diminuzione delle vendite on trade ha cambiato il consumer behaviour in molti modi. Una situazione così non si era mai vista prima. Quali di questi cambiamenti rimarranno parte del “nuovo normale” dopo la pandemia? E poi, come sarà, questo “nuovo normale”? Gli approfondimenti su vari mercati internazionali si chiuderanno con il Canada, **martedì 24 alle ore 18.00**, con la sessione **“Il Canada ha un nuovo codice del vino: opportunità e cambiamenti del mercato canadese post-Covid”**. L'incertezza che avvolge le tariffe americane e il Regno Unito post Brexit ha spinto i produttori di vino a valutare altre opportunità commerciali come quelle offerte dal mercato canadese. La sessione - tenuta dalla wine writer ed educator Michaela Morris - identificherà le principali possibilità del Paese e spiegherà come la pandemia di Covid abbia influenzato il cambiamento di regolazioni e trend.

#### COVID E POST COVID

La pandemia naturalmente è al centro di varie sessioni di wine2wine, che affronteranno le tante tematiche e i molti mutamenti che questa ha por-

tato con sé. Si comincia **lunedì 23 alle 12.30** con la sessione che affronterà **le sfide della filiera vino in uno scenario globale profondamente cambiato**, per poi proseguire alle 14.45 con la sessione **“What's next for wine education”**. In questa sessione, il ceo del Wine & Spirit Education Trust (Wset), Ian Harris presenterà un excursus sui cambiamenti subiti dalla wine education negli anni e su quelli avvenuti negli ultimi sei mesi, che influenzeranno pesantemente il prossimo futuro dando alla wine education un ruolo più importante che mai.

Alle ore 18.00 sarà la volta di una **sessione che cercherà di mettere in luce i lati positivi della pandemia**. Stephanie Gallo, cmo della più grande cantina a conduzione familiare del mondo, spiegherà come l'adozione di un approccio agile ed empatico durante una situazione di crisi possa aiutare il settore vino a diventare più forte. Alcuni lati positivi sono emersi dalla pandemia globale che abbiamo vissuto e Stephanie porterà degli esempi concreti dal mondo reale per provare quanto la mentalità del “bicchiere mezzo pieno” possa gettare le fondamenta ideali per il successo dell'industria nei prossimi anni.

Si riprende **martedì 24 alle 11.45** con la sessione **“Adattamento o morte: il wine marketing nella nuova normalità”**, curata dalla manager di Sforests Wine Business Consultancy Polly Hammond e dal giornalista e consulente editoriale di Meininger's Wine Business Robert Joseph. È la prima volta che il mondo del vino affronta un cambiamento così rapido quanto a esperienze, aspettative e comunicazione. Il sistema vino stesso e le richieste dall'esterno richiedono ad oggi la massima attenzione, e il mondo del vino deve stare al passo. Questa sessione aiuterà a definire un budget appropriato per il digital marketing,

identificare oneri occulti che potrebbero minare il successo dell'investimento indipendentemente dalla cifra spesa, interpretare correttamente i dati, porre le premesse per un wine marketing resiliente e proficuo, adatto allo scenario post pandemico.

Di sostenibilità e di resilienza si parlerà alle 16.30 di **martedì**, per cercare di capire **come adattarsi al nuovo clima**. Nel 2019, seguendo la spinta degli anni precedenti, gli sforzi si erano concentrati sul diffondere e adattarsi al tema del cambiamento climatico. Alla fine dello stesso anno però, la coscienza collettiva si è focalizzata sulla crisi creata dal Covid-19, ma il problema dei cambiamenti climatici continua a toccare da vicino e ogni produttore di vino dovrebbe conoscere le eventuali conseguenze di questo fenomeno. Il successo di un vino dipende ormai anche dal business model che l'azienda produttrice utilizza, un business model che deve fare riferimento proprio ai cambiamenti che il clima avrà nei prossimi anni. Quali sono i passi che l'industria del vino dovrà prendere per adattarsi al meglio? Ne parleranno Remi Cohen, chief executive officer del Domaine Carneros e Sandra Taylor, ceo di Sustainable Business International LLC.

#### GIOVANI, DIVERSITÀ E INCLUSIVITÀ

Si parla spesso di scelte di genere e questo naturalmente riguarda anche il mercato del vino. La sessione di **lunedì 23 alle ore 14.00** si incentra proprio su questo e sulle sfide commerciali che comporta. E se cominciassimo a **vendere il vino sulla base del genere** dei nostri consumatori? Sarebbe una mossa da considerare? Come possiamo capire meglio i pregiudizi di genere e sfrut-

tarli per approcciare al meglio i consumatori e la commercializzazione del vino? Queste sono le domande alle quali la sessione risponderà.

Subito dopo, alle 14.45, un'altra sessione indagherà appunto i **benefici di una wine industry più diversificata**, capace di reinventarsi e modernizzarsi, promuovendo il vino al pubblico dei più giovani. La birra e il mondo dei liquori in generale hanno saputo adattarsi molto più facilmente alle caratteristiche della moderna società. Se è difficile per il vino competere con la facilità di produzione della birra e con la versatilità degli alcolici come ingredienti per i cocktail e se è vero che i giovani considerano il vino ancora come la “bevanda di papà”, la wine industry deve reagire e smettere di trattare il vino come un club d'élite ampliando e diversificando la propria audience.

Ma come si sono comportati i giovani durante il lockdown? A questo darà risposta **l'indagine** che sarà presentata **lunedì alle 11.45** e condotta **su Millennials (25-41 anni) e Generazione Z (21-24 anni)** da Wine Intelligence nel corso dell'incontro promosso da Agivi (vedi pag 2).

I giovani saranno al centro anche della sessione di **martedì 24 alle ore 15.45** intitolata **“Vino e Hip Hop: l'evoluzione di una sofisticata cultura”**, tenuta da Jermaine Stone, fondatore di Cru Luv Wine. Dai riferimenti nei testi delle canzoni, ai brand creati da alcuni artisti, la musica hip hop ha accolto a braccia aperte la cultura del vino. Queste due industrie si sono incontrate in molteplici e diversi modi. Il seminario racconta come è nata questa storia, del perché l'hip hop è uno strumento efficace nella promozione del vino e dei modi in cui la sua influenza lo sta diversificando.

Alle donne è invece dedicata la sessione delle 17.15 di **martedì** curata dalla giornalista Laura

Segue a pagina 15 ➔



# In Vinoflex

# veritas!

PHTHALATES FREE

FOOD VINO FLEX

Con IVG la qualità dei tuoi prodotti passa attraverso VINO FLEX, la nuova generazione di tubi **senza ftalati** per il passaggio di vini pregiati e alcool a 96°.

A basso coefficiente di attrito, dotata di **sistema Easysshell**, questa innovativa tipologia di tubi soddisfa le richieste dei mercati più esigenti ed è progettata per **l'industria vinicola, per cantine, imbottigliatori, birrerie e distillerie**.

Una soluzione rigorosamente Made in Italy che, oltre ad essere riutilizzabile e di facile impiego, offre un risparmio davvero concreto.



**ivg colbachini spa**

via Fossona, 132 • 35030 Cervarese S. Croce • PD • Italy  
Tel. +39 049 9997311 • Fax +39 049 9915088  
e-mail: [marketing@ivgspa.it](mailto:marketing@ivgspa.it) • [www.ivgspa.it](http://www.ivgspa.it)

Molte volte le idee nascono dai sogni...  
E a volte i sogni diventano realtà...

**Noi ci siamo riusciti**

# **SYNCROCAP™ SERIES**

## **Distributore capsule a gestione completamente elettronica**

Grazie ad un innovativo progetto mecatronico (FEDS Technology), il nuovo distributore SYNCROCAP riesce ad adattarsi automaticamente alle diverse capsule da lavorare riducendo così i tempi di cambio formato fino all'80% e le imperfezioni dovute all'intervento umano.

Il nuovo sistema di distribuzione prevede un funzionamento mecatronico perfetto, dove meccanica ed elettronica sono progettate e fuse per creare una simbiosi unica: gestione, movimentazione e settaggio vengono gestiti e controllati da servo azionamenti in grado di autoregolarsi in funzione del tipo di capsula da lavorare.

Inoltre il nuovo sistema è assolutamente orientato al futuro poiché rappresenta un ulteriore passo in avanti nell'era della digitalizzazione industriale e un reale dispositivo utilizzabile in un sistema di lavoro con standard Industria 4.0.



**CHANGE THE RULES...**

**Noi siamo già nel futuro... E tu?**



Passione, tecnologia, innovazione...

[www.nortan.it](http://www.nortan.it)

Seguici su



➔ continua da pagina 13

Donadoni: **"#meteo nel settore del vino: cosa è successo e cosa possiamo fare per cambiare la cultura sessista online e sul luogo di lavoro"**. Il focus sarà posto sulle sfide che le freelance devono affrontare e sulle modalità con le quali è possibile assicurarsi il rispetto e il supporto nell'industria. In questo senso, ci sarà fatta anche una riflessione sui social media e sul ruolo che essi svolgono. Sarà anche trattata l'importante tematica delle critiche e degli attacchi online, soffermandosi in particolare sul modo in cui le parole vengono usate più facilmente in modo virtuale che di persona.

Dalle donne ai gruppi etnici e alle comunità Lgbt: la sessione delle **18.45 di martedì** spiegherà **come la diversità, l'equità e l'inclusione facciano bene al wine business**. Negli ultimi mesi, gli Stati Uniti hanno assistito ad un secondo movimento per i diritti civili. Appoggiare cause come questa può avere un impatto positivo anche per la tua azienda. I consumatori di vino vanno differenziati per età e gruppo etnico. Ad oggi, la wine industry deve cambiare la sua percezione del consumatore tipo e capire che, rendendosi ambasciatrice di cause sociali, potrà non solo attirare nuovi consumatori, ma anche riuscire ad ispirarli. Ne parleranno il wine writer Julia Coney ed Elaine Chukan Brown.

## MARKETING E COMUNICAZIONE

Mai come in questo momento gli attori del mondo del vino sentono il bisogno di cambiare le proprie strategie di marketing e di comunicazione. La pandemia ha messo in evidenza alcune esigenze dei consumatori che durante il lockdown si sono rafforzate: dalla volontà di contatti diretti a quella di maggiore trasparenza. E proprio di trasparenza parleranno Felicity Carter, editor di Meiningers Wine Business International, e Rebecca Hopkins, di Folio Wine Partners, nella sessione delle **ore 9.15 di lunedì 23**, che affronta le moderne tendenze del wellness e dei nuovi consumatori che chiedono maggiori indicazioni in etichetta. Una nuova ondata di venditori ha cavalcato questa tendenza per creare una nuova categoria di prodotto, il così detto **"clean wine"**, che usa il linguaggio dell'industria del wellness denigrando quella del vino. La vendita di vino online è diventata durante il lockdown l'unica possibilità di sopravvivenza per molte cantine, e la sessione delle **ore 11.00 di lunedì** esplorerà appunto le tematiche legate **all'apertura di un wine shop online**. Vendere

vino online è solo una delle molte opportunità disponibili per una cantina che vuole diventare digital. In questa sessione si parlerà appunto dell'esplorazione di nuovi canali e di come sviluppare quelli già esistenti, di come adattare le informazioni della cantina per il digitale e creare delle partnership online: tutti elementi fondamentali per una strategia digitale di successo. In contemporanea la case history di Santa Margherita nella sessione **"È davvero possibile vendere vino nei Caraibi?"**. Attraverso la storia di Santa Margherita la sessione esplorerà il modo di comprendere i bisogni dei consumatori e insegnerà a esaudire le loro richieste. Un'eredità da condividere e far fruttare, non una risorsa inerte da tenere in cassaforte. Di **comunicazione digitale** parlerà la sessione delle **15.45 di lunedì 23**, che affronterà il tema dell'aggiornamento del sito aziendale per aiutare i giorna-

listi a raccontare in maniera adeguata la storia della cantina. Meg Maker, esperta giornalista e veterana di digital design, presenterà i migliori modi per raggiungere i media attraverso la comunicazione digitale. Condividerà i dettagli di ciò che i giornalisti cercano, basandosi sulle informazioni raccolte direttamente dai migliori scrittori e critici di vino internazionali e fornirà i migliori esempi di siti di cantine che sono riuscite a fare un ottimo lavoro nel rendere accessibili le loro risorse, i dati e i documenti. **Martedì 24 alle 9.15** Wine People presenta **Wine Village**, il virtual game che consente di realizzare un'analisi dell'azienda partendo da quelle che sono considerate le principali problematiche. La tipologia del game è quella dei giochi di ruolo, dove i personaggi sono quelli del "Villaggio del vino", dallo sciamano al custode del fuoco. Scopo finale dell'esperienza è scoprire quali siano le figu-

re professionali che mancano all'interno dell'azienda.

**"Il virtuale non basta: vince l'enoturismo en plein air"**: questo il titolo della sessione delle **ore 10.00 di martedì** che spiega come il reale e il virtuale debbano avere ruoli diversi e separati. Due espe-

rienze dell'estate appena passata - "Donne del Vino Camper Friendly", creato con Touring Club Italia e che ha coinvolto 57 cantine, e "Italian Wine Tour", che ha visto Wine Meridian visitare cantine in tutte le regioni italiane - permettono di comprendere le potenzialità di un nuovo approccio basato sulla "wine experience", sulla relazione diretta con imprese, produttori e territori di produzione al fine di vivere sensazioni nel reale.

Alle **ore 11.00** invece si parlerà del ruolo di **punteggi e competizioni nell'epoca dei social media**. Negli ultimi 30 anni, l'industria del vino globale, si è molto, forse troppo, concentrata su numeri e medaglie. Alcuni negozi negli Stati Uniti si sono rifiutati di mettere in lista vini con meno di 87 punti, altri nel Regno Unito pretendevano almeno una medaglia di bronzo. Poi, quasi da un giorno all'altro, il segreto di come vada venduto il vino è passato allo storytelling e

alle immagini patinate di Instagram. I produttori di vino hanno tutto il diritto di sentirsi confusi. In questa sessione, Polly Hammond, manager di 5forests Wine Business Consultancy, e Robert Joseph, giornalista e consulente editoriale di Meiningers Wine Business, cercheranno di dare un senso a questo risvolto.

La trasformazione digitale è diventata dopo il lockdown un imperativo imprescindibile, e la sessione delle **16.30 di martedì** aiuterà le cantine ad accelerare questo processo. Paul Mabray, ceo di Emetry, condiderà i passi fondamentali che una cantina deve adottare per **migliorare vendite digitali e marketing**. La sua sessione si focalizzerà sulle strategie e le tattiche che ogni azienda vitivinicola dovrebbe conoscere per diventare più agile e adattarsi al meglio alla nuova realtà digitale.

Per concludere, uno sguardo al **ruolo degli immigrati italiani che hanno diffuso la Dolce Vita nel mondo** con la sessione di **martedì alle 18.00** condotta da Laura Catena, pronipote di Nicola Catena, un marchigiano emigrato in Argentina nel 1898. Laura Catena invita un gruppo di donne di discendenza italiana, impegnate nel settore del vino, ad esplorare come le proprie radici familiari abbiano influenzato il loro percorso enologico nel Nuovo Mondo.



# ERO



**Qualità, redditività e comfort made in Germany.**

### ERO-GRAPELINER 7000



### ERO-GRAPELINER 5000



**PACK 4.0 READY!\***

\*Ordina la tua Grapelinier entro il 31/12/2020 e approfitta del Credito d'Imposta 4.0 e del Contributo Sabatini 4.0 con i nostri pacchetti finanziari.

**Vi interessa saperne di più? Contattateci: Luca Peretto (area centro-nord), cell.: 348 - 310 89 71, luca.peretto@ero.eu**

**Giancarlo Maggi (area centro-sud), cell.: 339 - 609 60 14, giancarlo.maggi@ero.eu**





«Se è Diam, dico Sì!»

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

[www.diam-cork.com](http://www.diam-cork.com)

Jean-Claude Mas, Viticoltore Proprietario, Domaines Paul Mas.



**DIAM**

Il garante degli aromi

**DIAM SUGHERI** · Regione San Vito 88 · 14042 Calamandrana. At. Italia · tel. 0141/769149 · fax 0141/769536 · [diam-cork.com](http://diam-cork.com)  
**BELBO SUGHERI** · Regione San Vito 90/P · 14042 Calamandrana. At. Italia · tel. 0141/75793 · fax 0141/75734 · [info@belbosugheri.it](mailto:info@belbosugheri.it)

Il recente rinnovo del Direttivo del Consorzio si è posto nuovi obiettivi: primo, la valorizzazione di questo vino che necessita anche di un'importante campagna di comunicazione per raccontare le sue specificità uniche. L'obiettivo primario, in questo momento, è concentrato sulle enormi potenzialità di crescita sul mercato interno, soprattutto eoliano. Principali destinatari dell'azione di promozione, gli operatori del settore turistico e gastronomico



#### DATI DI PRODUZIONE 2019 Doc Malvasia delle Lipari

79 ETTARI  
superficie

49.000 KG  
uva rivendicata

342 HL  
vino prodotto

#### Igt Salina

333 ETTARI  
superficie

239.000 KG  
uva rivendicata

1.915 HL  
vino prodotto

Il vitigno Malvasia di Lipari è un vitigno dalla resa bassa, circa 50 q/ha. Nel 2020 la vendemmia è stata leggermente superiore in termini quantitativi, ma senza significativi scostamenti rispetto all'annata precedente.



Vigneto sull'isola di Salina  
(Tasca d'Almerita)

# IL NUOVO SLANCIO DELLA MALVASIA DELLE LIPARI

di ANTONELLA GENNA

**N**on chiamatela semplicemente Malvasia. Perché è proprio quel suo essere "delle Lipari" che la rende speciale, quel privilegio di crescere nell'incantevole arcipelago delle Eolie, al largo della Sicilia settentrionale, a circa 40 km da Messina. Dichiarato dall'Unesco Patrimonio dell'Umanità, l'arcipelago è composto da sette isole di origine vulcanica e comprende due vulcani attivi - Stromboli e Vulcano - oltre a fenomeni di vulcanismo secondario. Un aspetto che influisce anche sulle caratteristiche del suo vino simbolo: in pochi chilometri, si trova una varietà enorme di tipologie di terreno, colate laviche, condizioni di esposizioni, tempi di raccolta e di appassimento eterogenei che regalano ai consumatori esperienze variegate. Alcuni vigneti si trovano a livello del mare, altri anche oltre i 400 metri di altitudine. Le aziende sono tutte mediamente piccole: da uno ettaro ad un massimo di circa 10 ettari di superficie vitata. Il Disciplinare della Doc ne consente la produzione su tutte le sette isole ma la concentrazione maggiore si trova tra Salina, Lipari e Vulcano. Colore giallo-dorato o ambrato, aromatico al naso, sapore dolce, morbido ed armonico, la Malvasia delle Lipari è un vino che è storia ma che, allo stesso tempo, oggi sembra rinato grazie all'impegno di alcuni produttori, alcuni dei quali arrivati da lontano e rimasti incantati dal fascino di questi territori. Quello che colpisce è il legame univoco vitigno - territorio che nel tempo è stato la gioia e il dolore di queste isole. Il suo massimo exploit risale all'800. Le isole vissero allora un periodo di enorme ricchezza. La produzione arrivò a circa 10.000 ettolitri, con esportazioni anche all'estero. L'invasione della fillossera provocò poi grossi danni trascinando le isole verso serie difficoltà economiche. Nel 1973, la Malvasia delle Lipari venne riconosciuta come Doc.

#### L'inizio della rinascita

La vera rinascita comincia proprio tra gli anni

60 e 70 quando alcuni produttori puntarono al rilancio del prodotto. Uno di loro fu Carlo Hauner che fondò a Salina l'omonima azienda. Nel 2016, suo figlio, **Carlo Hauner jr**, che oggi porta avanti l'azienda di famiglia, è stato fra i promotori della rinascita del Consorzio Malvasia delle Lipari Doc e Igt Salina e suo primo presidente. Il suo vice era Mauro Pollastri, titolare dell'azienda Punta Aria sull'isola di Vulcano, che dallo scorso luglio ha assunto invece l'incarico di presidente. "Ci eravamo resi conto che era fondamentale avere un consorzio operativo che ci rappresentasse, tutelasse la Malvasia delle Lipari e la promuovesse - spiega Hauner -. C'era la forte volontà delle aziende, anche con esperienze diverse fra loro, di lavorare insieme. Avevamo i numeri e abbiamo deciso di farlo. Alla fine, si sono aggregati quasi tutti i produttori. È stato un grande risultato".

**CARLO HAUNER JR  
E IL FIGLIO ANDREA**  
dell'omonima azienda di famiglia;  
è stato il primo presidente  
del Consorzio



Otto le aziende che ne fanno parte per la Malvasia delle Lipari Doc e nove per l'Igt Salina: Carlo Hauner, Punta Aria, Tasca d'Almerita, Barone di Villagrande, Caravaggio, Virgona, Fenech, Colosi e Salvatore D'Amico. Lo statuto è stato riformulato e il Consorzio ha ottenuto il riconoscimento da parte del Ministero. "Sono stati anni impegnativi sia per me che per Mauro Pollastri che è stato di grande aiuto, grazie anche alle sue precedenti esperienze amministrative", racconta Carlo Hauner che fin da subito aveva annunciato di limitare il proprio mandato ai primi 3 anni. "Avevo in mente di metterlo in piedi, di realizzare gli obiettivi prefissati e poi lasciare spazio a un nuovo Consiglio di amministrazione - spiega Hauner -. Siamo in pochi, è giusto coinvolgere tutti nella gestione". Tra gli obiettivi del primo triennio, entrambi raggiunti, c'erano l'ottenimento dell'Erga Omnes e la nomina di un agente vigilatore riconosciuto dal relativo Albo. "All'inizio non è stato semplice - racconta Hauner -. Poi è arrivata la convenzione con l'Icqrf e con il vigilatore Rino Nicolosi che si è già attivato per i primi controlli sul territorio. Non abbiamo intenzione di mettere in atto una politica di repressione, ma d'informazione. È importante far comprendere che c'è attenzione su quello che viene prodotto sull'isola. Si sta lavorando per tutelare una delle Doc più piccole ma di più grande prestigio".

#### Valorizzazione (e comunicazione) delle specificità

Lo scorso 17 luglio, l'assemblea dei soci ha scelto il nuovo Cda e qualche giorno dopo, all'unanimità, è arrivata la nomina di Pollastri come nuovo presidente. Tra gli aspetti più importanti su cui il nuovo direttivo intende lavorare c'è la valorizzazione del suo prodotto

►► continua a pagina 19



**CONSORTIUM**  
VITICOLTURA



**gli specialisti in viticoltura**



PALI IN ACCIAIO

FILI INOX

FILI BEKAERT

ACCESSORI

ANCORAGGI ATTREZZATURE

**CONSORTIUM SpA**

Via dell'Industria, 26 - 37038 SOAVE (VR)

Tel. 045 6102888 r.a. - Fax 045 6102877 - [consortium@consortiumspa.net](mailto:consortium@consortiumspa.net)

[www.consortiumspa.net](http://www.consortiumspa.net)



**Enoitalia lancia la vendita online  
ENOWINERY.IT: DALLA CANTINA A CASA**

Enoitalia lancia il suo e-commerce con Enowinery.it. Una scelta, la vendita on-line, guidata dalle numerose richieste da parte dei consumatori che non sempre riuscivano a reperire in Italia i vini che l'azienda distribuisce prevalentemente all'estero e nel canale ristorazione. Con la volontà di ridurre i costi ed ottimizzare la gestione logistica in Enowinery è stata pensata la formula di vendita a cartone misto da 6 bottiglie. L'esperienza di acquisto è accompagnata da consigli e suggerimenti. All'interno di Enowinery sono state create inoltre delle selezioni speciali dedicate al mondo biologico o alla presentazione di kit di degustazione.



© Benedetto Tarantino

➔ Segue da pagina 17



principe. Ma non solo. "Malvasia è un termine generico che può originare equivoci. Ne esistono una dozzina diffuse in tutta l'area mediterranea e hanno poco in comune fra loro. Il vitigno Malvasia di Lipari, che dà vita alla Malvasia delle Lipari, è uno di questi ma ha caratteristiche specifiche. Va messa in atto dunque un'importante campagna di comunicazione per raccontare le sue specificità e informare il consumatore finale. Le idee ci sono. Si tratta ora di mettere in campo le iniziative, definire i budget, individuare i bandi giusti", spiega **Mauro Pollastri**.

**Il mercato e la promozione**

Il principale mercato di riferimento della Malvasia delle Lipari in questo momento è l'Italia che assorbe circa l'80% della produzione, soprattutto nel canale Horeca. Il prodotto è comunque conosciuto anche all'estero, soprattutto negli Usa, in Nord Europa, in Francia e in Giappone. Sull'estero il Consorzio pensa di poter fare ancora molto ma l'obiettivo primario, in questo momento, è concentrato sulle enormi potenzialità di crescita dello stesso mercato eoliano. È proprio lì, a pochi passi dai propri vigneti, che le aziende hanno bisogno di penetrare il mercato. Com'è noto, le isole Eolie sono una gettonata meta turistica ed è proprio a questo consistente bacino che il Consorzio intende raccontarsi. "Vogliamo riappropriarci del nostro mercato naturale e riequilibrare le vendite potenziando questa zona, legandole al turismo e alla gastronomia", dice Pollastri. "Esiste già una clientela esperta che viene in cantina o che ordina la Malvasia delle Lipari al ristorante, ma c'è rischio di confonderla con una Malvasia generica", aggiunge Hauner. In questi primi mesi di lavoro, il Consorzio ha iniziato a lavorare sul fronte della promozione, approfittando anche dell'esperienza nel settore del vicepresidente **Ivo Basile**, responsabile della comunicazione per Tasca D'Almerita. È stato realizzato il marchio e creata una piattaforma web che racconterà i territori con la loro diversità e storia. Si pensa anche, per il periodo estivo, alla possibile realizzazione di un punto informativo o di un momento di confronto con il consumatore finale. Ma i primi e più importanti interlocutori del Consorzio saranno gli operatori del settore turistico e gastronomico. "Ristoratori ed enotecari sono i primi ambasciatori dei vini, sono loro che raccontano ai consumatori delle nostre aziende: dobbiamo prima di tutto presentare loro le nuove produzioni", evidenzia Basile.

**L'Igt Salina**

All'interno dell'Igt Salina è consentito utilizzare le uve Malvasia di Lipari anche vinificate in secco. Il prodotto funziona bene sul mercato ed è commercializzato da molte delle stesse aziende produttrici di Malvasia delle Lipari Doc, garantendo un riscontro immediato e un recupero veloce della liquidità rispetto ai lunghi tempi della Malvasia delle Lipari.



Dall'alto:  
**MAURO POLLASTRI**  
titolare dell'azienda Punta Aria  
e presidente del Consorzio

**IVO BASILE**  
responsabile della comunicazione  
per Tasca d'Almerita e da luglio  
vicepresidente del Consorzio

La Malvasia secca ha avuto anche il pregio di riaccendere un faro sulla varietà Malvasia di Lipari, mettendone in risalto le diverse possibilità di utilizzo. Sull'isola, si è discusso anche della possibilità di creare una Doc a parte. Ma nella recente assemblea dei soci, l'indirizzo dato dai produttori è stato chiaro. Non è emerso interesse nel creare una versione secca della Malvasia delle Lipari Doc. Tutti concordano invece sulla volontà di valorizzare ulteriormente l'Igt Salina e i vini eoliani nel loro complesso. L'intenzione del Consorzio sarebbe quella dare la possibilità d'inserire in etichetta la dicitura "Isole Eolie" e l'indicazione dell'isola di provenienza. A breve sarà avviato il necessario iter burocratico. La Malvasia delle Lipari Doc rimarrebbe così il prodotto simbolo del territorio ma supportata e contornata da una più ampia gamma di vini caratterizzati territorialmente. Il Consorzio vorrebbe inoltre sostituire l'attuale versione con una versione spumantizzata, che darebbe un maggiore valore aggiunto al prodotto. Un aiuto importante alla promozione può arrivare anche dal Malvasia Day, evento promosso ogni anno, da 10 anni, per raccontare la di Lipari in tutte le sue forme, attraverso seminari, studi e degustazioni alla presenza anche della stampa straniera. Il Malvasia Day è stato anche uno dei primi momenti d'incontro e confronto fra i produttori da cui poi è scaturita l'idea di far ripartire il Consorzio.

**Il futuro**

Sul futuro, il Consorzio si dice ottimista: "Coltivare la vite qui è una scelta di vita.

Viviamo ogni giorno difficoltà nei trasporti, nei lavori di manutenzione. Ma i clienti lo capiscono: fa parte della bellezza delle isole. Abbiamo piccoli appezzamenti, terrazzamenti, lavorazioni esclusivamente manuali, la resa è bassa. La Malvasia di Lipari è una delle uve più care d'Italia, dai 3 ai 3,5 euro al kg - racconta Hauner -. Ma le soddisfazioni ci sono. Negli ultimi anni, i vini dolci hanno subito una battuta d'arresto ma noi stiamo lavorando molto bene. C'è stato un momento in cui il mercato si era saturato e inquinato. Adesso dobbiamo perseguire la strada della qualità, ribadire il valore aggiunto delle nostre bottiglie. Credo in un nuovo rinascimento dei vini dolci. "In generale, ritengo che i vini dolci hanno grandissime potenzialità. Spesso sono relegati come vini da fine pasto ma sono ottimi anche da accompagnare a formaggi stagionati o prodotti come il capperone o l'acciuga sottosale, una serie di abbinamenti che possono trasformarsi in opportunità", dice il presidente Pollastri. "Le Eolie stanno vivendo una fase di crescita in valore, sia dal punto di vista turistico che vitivinicolo. È un bellissimo mix di turismo, enogastronomia, natura. Adesso dobbiamo lavorare per alzare ulteriormente il posizionamento, puntiamo sulla qualità", aggiunge Basile. Come gran parte delle aziende legate al canale Horeca, le cantine eoliche hanno vissuto le difficoltà legate al lockdown. Ma nel periodo estivo, la ripresa del turismo ha dato loro nuovo respiro.

Antonella Genna

# ROLL SELECTO VEGA 15R

## SELEZIONE AUTOMATICA DEGLI ACINI VELOCE ED EFFICACE

[www.puleoitalia.com](http://www.puleoitalia.com)
Seguici su:

**PULEO**  
LEADING WINERY MANUFACTURER.

Esistono da anni produttori che puntano su questi vini. Ed esiste il Consorzio Vini Venezia che sullo studio del germoplasma di piccoli e antichi vigneti sparsi tra conventi, broli e giardini veneziani e sulla riscoperta degli autoctoni, ha indicato una prospettiva imprenditoriale. Tutti, più o meno, vorrebbero evidenziare in etichetta il legame con questo areale particolare. Come? Magari una nuova denominazione "lagunare", appunto, o una o più menzioni toponomastiche aggiuntive alla Doc Venezia



# Il vino, Venezia e la sua laguna: VERSO UN RAPPORTO PIÙ STRETTO CON IL TERROIR?

di OMAR BISON



**V**ino e Venezia un connubio lungo nei secoli. Un legame sociale e culturale destinato a superare gli enormi interessi mercantili, esercitati dalla Serenissima su questo prodotto, tra le sponde del Mediterraneo e dell'Adriatico. La Repubblica di San Marco sul vino ha fatto scuola, costruito corporazioni, regolamentato i commerci, il trasporto, il travaso e l'imbotigliamento, la vendita, la distribuzione, la mescolta e il consumo di vino nelle Malvasie e nei Samarchi. E i lasciti sono dietro a ogni calle, oltre ogni ponte, si chiamano "riva del vin", "ponte de la malvasia vecchia", magazzini, bastioni ecc. Ma oltre un passato glorioso, c'è una città d'arte ammirata nel mondo che fa della gastronomia

tradizionale e del suo rilancio in tutta la laguna, isole comprese, un tratto distintivo. Soprattutto oggi che il turismo di massa a causa della pandemia ha subito una drammatica battuta d'arresto. E c'è una ristorazione giovane e bramosa di riscoprire le tradizioni della Venezia nativa e che vuole riproporla e raccontarla attraverso i menù e le carte dei vini col linguaggio del pescato e dell'orticoltura, ma anche del vino, di laguna. Quale vino di laguna? Esistono da anni produttori conosciuti e rinomati che hanno modellato vini rivendicati in buona parte come "Vino da Tavola" e fatto impresa. Ed esiste un Consorzio, il Consorzio Vini Venezia, titolare, tra le altre, della "Doc Venezia" il cui areale di pertinenza si estende a tutto il perimetro cittadino e lagunare, che

dal 2010 sullo studio del germoplasma di piccoli e vecchi vigneti sparsi tra conventi, broli e giardini veneziani e sulla riscoperta degli autoctoni, ha pubblicato testi magnifici e indicato una prospettiva imprenditoriale. Tutti più o meno vorrebbero evidenziare in etichetta il legame con Venezia e il "terroir" per quanto possibile. La sintesi? Una nuova denominazione "lagunare" o una o più menzioni toponomastiche aggiuntive, cosiddetta "vigna", alla Doc Venezia: "Laguna" per tutti o "Mazzorbo", "Torcello", "Sant'Erasmus", "Vignole" ecc.

#### Venissa e Dorona

Nel 2002 l'imprenditore trevigiano Gianluca Bisol ha iniziato a scavare nella storia e nella tra-

Matteo Bisol





**VALOGA**  
Bulgaria

**TONNELLERIE VALOGA**

Un'impresa familiare e indipendente, con una lunga storia e grande esperienza. Tonnellerie Valoga è la **PRIMA E UNICA** azienda al mondo che produce **BOTTI E ALTERNATIVI IN PERO SELVATICO** per vini bianchi e distillati.

LA NOSTRA GAMMA DI PRODOTTI COMPRENDE:

- » Botti & Barriques
- » Tini
- » Fermentatori
- » Alternativi di botti (polvere, chips, blocchi e doghe) di rovere, ciliegio selvatico, acacia e pero selvatico provenienti dalle nostre foreste della Bulgaria.



**CONTATTI**

Chiama il +39 346 6214907 per ricevere maggiori informazioni.

**VALOGA LTD**

73A Tzar Osvoboditel str.  
2160 Trudovec, Bulgaria

Mail: [info@valogabarrels.com](mailto:info@valogabarrels.com)  
[www.valogabarrels.it](http://www.valogabarrels.it)  
[www.valogabarrels.com](http://www.valogabarrels.com)





Vigneti dell'azienda vitivinicola Venissa a Mazzorbo e altre foto relative a questa cantina



Qui a fianco: veduta delle isole di Burano e Mazzorbo



photo ©Nevio Doz



Stefano Quaggio

### L'attività di ricerca del Consorzio Vini Venezia

Una ricerca abbastanza recente dell'Università di Padova e Milano, del Consorzio Vini Venezia e del Centro di ricerca per la viticoltura di Conegliano (Tv) mirata al recupero, alla caratterizzazione, salvaguardia e valorizzazione della biodiversità viticola veneziana ha permesso di recuperare materiali viticoli ricampionati per la realizzazione di due vigneti, uno a Torcello (Baslini) e uno nel brolo della chiesa dei Carmelitani Scalzi. Due le ricognizioni svolte nel 2010 e nel 2012 per definire la provenienza, l'identità e l'entità del germoplasma viticolo della laguna di Venezia. Undici le località coinvolte tra la laguna nord (Torcello, Vignole, Sant'Erasmo), Venezia e laguna sud (Lido Alberoni, San Lazzaro degli Armeni e Pellestrina). Da questa ricerca sono stati ottenuti 26 profili molecolari 23 dei quali corrispondono a varietà già identificate (21 di Vitis Vinifera). Prevalenti quelle a bacca bianca: Albana, Dorona, Garganega, Glera, Malvasia Istriana, Moscato Giallo, Tocai Friulano, Trebbiano Toscano, Trebbiano Romagnolo, Verduzzo Trevigiano e Vermentino; a bacca nera: Marzemino, Merlot, Raboso Veronese. "Questo recupero - sottolinea **Stefano Quaggio**, direttore del Consorzio - effettuato su viti trovate e recuperate che venivano allevate per scopi quasi esclusivamente ornamentali, è servito per capire la storia e la provenienza di quanto avevamo in casa. Credo che oggi, esempi ci sono, ci sia modo di fare impresa anche all'interno delle isole di Venezia sapendo che bisogna puntare sulla qualità e sull'immagine più che sulle quantità. Ci sono tutte le possibilità per valorizzare queste piccole superfici e per trovare insieme e all'interno della Doc Venezia una nomenclatura con menzioni, previste dalla normativa (vigna, ndr), che identificano con più precisione il luogo di provenienza dell'uva e del vino sia esso 'Torcello', 'Sant'Erasmo', 'Mazzorbo' o altro.

Produttori della terraferma veneziana ce l'hanno già chiesto. Un'altra strada come la creazione di una nuova Doc o Docg 'lagunare', pur praticabile, la vedo complessa da percorrere".

dizione veneziana del vino e individuato alcune viti della varietà a bacca bianca Dorona. "In particolare - sottolinea **Matteo Bisol**, figlio e direttore del ristorante e dell'azienda vitivinicola Venissa a Mazzorbo - ha approfondito lo studio della produzione vinicola veneziana e appreso che, pur parlando di piccole produzioni, la maggior quantità di uve veniva coltivata e vinificata nelle isole della laguna nord, fuori dal centro cittadino più dedito all'amministrazione, al commercio e alle attività artigianali. Volendo raccontare e contribuire alla conservazione di questa storia e di queste tradizioni cresciute in simbiosi con una città unica e irripetibile altrove, siamo partiti con l'attività rilevando la cantina "Scarpa Volo" all'isola di Mazzorbo, e abbiamo dato vita progressivamente all'attuale impianto di 0,8 ettari di Dorona". Un'uva che nella prima cernita viene trasformata in Venissa, tremila bottiglie da 0,50 l di vino tendenzialmente orange e ossidato, complesso e impegnativo, frutto di una lunga macerazione sulle bucce (tra i venti e i trenta giorni) e destinato ad affinarsi almeno quattro anni. E nella seconda selezione diventa Venusa bianco,

3.000 bottiglie da 0,75 l., vino più conviviale, semplice di beva, ottenuto con una macerazione di un paio di giorni e che sta in affinamento due anni. A queste si aggiunge il Venusa rosso, uvaggio di uve a bacca rossa, in particolare Merlot, lavorate su una superficie vitata di due ettari e mezzo nell'isola di Santa Cristina. Il problema dell'acqua alta ha trovato per loro una duplice risposta: "Un muro che circonda l'impianto a Santa Cristina - sottolinea Matteo Bisol - e la Dorona, varietà particolarmente resistente che pur sommersa dall'acqua di mare resiste molto bene. La capacità di assorbire poco il sodio è una sua caratteristica e anche con l'ultima acqua alta alla fine abbiamo dovuto sostituire pochissime piante, sempre a piede franco. Parliamo di vigneti resilienti". Entrambi gli impianti, secondo Bisol, non sono espandibili, ma esistono zone tra Venezia e isole che potrebbero essere destinate a vigneto. "Le isole di Venezia hanno tutte una loro storia ed evoluzione geologica particolare, con conformazioni e caratteristiche diverse da terreno a terreno. Per noi zone vitabili potrebbero essere alcune della cosiddetta 'Venezia nativa', com-

sa tra le isole di Mazzorbo, Torcello, Sant'Erasmo e Vignole. Sempre e comunque spazi limitati e iter amministrativi impegnativi. L'importante è che siano frutto di un'agricoltura sostenibile. Il nostro vino viene rivendicato 'Vino da Tavola', aspetto non così importante per il mercato e per il brand che abbiamo adottato. Sarebbe bello però che un giorno ci potesse essere una denominazione d'origine specifica per Venezia e laguna, a salvaguardia della sua storia e tutelando in primis chi il vino a Venezia e isole lo produce veramente. Credo ne gioverebbe anche la ristorazione che in questi anni ha visto accrescere il livello generale ed è molto attenta alle produzioni locali a partire dalle verdure fino al pescato. Per quanto ci riguarda, al momento vinifichiamo nei Colli Euganei anche se il nostro progetto è la costruzione di una cantina in laguna sul lato della terraferma. Stiamo cercando".

Continua a pagina 23



Vigneto sperimentale a Torcello

**SIPREM INTERNATIONAL**

LA TECNOLOGIA ITALIANA PER I VINI DI QUALITÀ

Gold Medal - Revelation Sauvignon from Italy 2020 Friuli 2019

**Siprem International & Cabert di Bertiole**

Quando la tecnologia premia la tradizione.

Via Lazio 8 - 61122 PESARO Italia  
Tel. +39 0721 451258  
e-mail: siprem@siprem.it

**www.siprem.it**

# VALORITALIA: UN MODELLO TUTTO ITALIANO.

Valoritalia è la più grande realtà di certificazione nel settore vitivinicolo in Italia. Dal 2009 mette in campo la sua esperienza, passione e professionalità per garantire ai consumatori la qualità e la provenienza dei vini a Denominazione di Origine. Le nostre metodologie costituiscono un punto di riferimento per gli operatori internazionali, perché assicurano la tracciabilità dei prodotti e il rispetto degli standard previsti dai Disciplinari di Produzione.

**Valoritalia. Valore aggiunto. Per tutti.**



VALORITALIA.IT

**Donnafugata e Dolce&Gabbana  
TANCREDI 2016 EDIZIONE LIMITATA E NUMERATA**

Tancredi, lo storico rosso di Donnafugata, si rinnova e indossa la creatività Dolce&Gabbana, in un'edizione limitata e numerata della vendemmia 2016, da 8.013 bottiglie. Un packaging che unisce tradizione e modernità: l'oro, il blu e le linee d'ispirazione barocca rimandano al prestigio dell'aristocrazia, mentre il rosso, il verde e le geometrie rievocano i valori rivoluzionari che si affermarono in Sicilia dopo l'Unità d'Italia. Tancredi va ad arricchire l'offerta di vini nata dalla collaborazione tra Dolce&Gabbana e Donnafugata, dopo Rosa, inedito vino rosato dai profumi fruttati e floreali. L'edizione limitata di Tancredi, oltre ai vitigni originari (Nero d'Avola e Cabernet Sauvignon), vede anche l'apporto di pregiate uve Tannat.



Qui sopra, Michel Thoulouze e alcune immagini relative all'azienda vinicola L'Orto di Venezia sull'isola di Sant'Erasmo

◆ Segue da pagina 21

**L'Orto di Venezia**

Sant'Erasmo ha una storia di produzioni orticole rinomate da secoli e i contadini del posto hanno continuato a produrre verdure come un tempo, secondo tradizione, e il carciofo violetto, che è la produzione più rinomata, ne è esempio radioso. "È un posto meraviglioso - sottolinea Michel Thoulouze, titolare dell'azienda vinicola L'Orto di Venezia -. Per acquistare l'attuale proprietà, quindici anni fa circa, con l'immobile da restaurare profondamente abbiamo impiegato tre anni. Ma ero convinto ci fossero tutte le condizioni per fare un gran vino in questi terreni che in vecchie mappe del Settecento venivano definiti "vigna del nobil'uomo". Il terroir, sostiene Michel, è la grande risorsa di quest'isola, con suoli particolari "nei quali ho ricostruito il sistema di drenaggio e piantato le viti a piede franco". Produce un vino bianco da uve Malvasia Istriana (soprattutto) e Vermentino, persistente e di pro-

fonda mineralità, con sentori iodati, di salsedine, in un terreno argilloso e calcareo con sedimenti marini (conchiglie, ecc.) e dolomitici. Un uvaggio che sta dieci mesi in acciaio e due anni in bottiglia prima dell'immissione sul mercato. "Ci piace lavorare bene in vigna senza forzare e trattare. Se la uva è bella il vino sarà buono". La resa su quattro ettari è di 35 ettolitri per ettaro, per un numero di bottiglie che varia dalle 12 alle 15.000 a seconda delle annate; a queste si aggiungono trecento bottiglie circa di magnum che vengono lasciate affinare per 5 anni dentro a un sandalo (tipica imbarcazione veneziana), affondato in un punto segreto sul fondale della laguna. Per quanto riguarda la possibile rivendicazione a Doc invece che "Vino da Tavola" non credo - sostiene - aggiungerebbe qualcosa di così significativo alla nomea e riconoscibilità del mio vino".

**Laguna nel Bicchiere**

Renzo De Antonia, architetto e insegnante in pensione, è il presidente di un'associazione culturale che si chiama "Laguna nel Bicchiere". Fondata nel 2008, si occupa del recupero delle vigne abbandonate in laguna affidate da privati o istituzioni pubbliche. Non hanno vigneti di proprietà, e vinificano nell'isola di San Michele nella vecchia cantina del millecinecento dei frati francescani. "L'associazione nasce da un'esperienza scolastica del vecchio fondatore e presidente Flavio Franceschet, mancato tre anni fa, al quale sono subentrato in quanto vice. Si trattava di una scuola media dove insegnavamo entrambi e insieme ai ragazzi, quasi per gioco, si faceva il vino pigiato con i piedi. Lo scopo era far capire ai ragazzi di Venezia che in laguna non c'erano solo mare e pietre ma anche orti e campagne. Nel 2008 Flavio ebbe contatti con i tre frati rimasti nell'isola di San Michele, che gli comunicarono che l'Ordine aveva deciso di chiudere il convento e che per questo cantina e vigneto sarebbero stati abbandonati. A quel punto, assunta una veste giuridica idonea, Fabio fece domanda al Comune per avere in concessione cantina e vigneto cosa che accadde e da allora continua". Alla fondazione dell'associazione parteciparono anche viticoltori e ristoratori e con l'apporto di questi personaggi la qualità del vino è sempre aumentata. In seguito hanno preso in gestione altre vigne oltre a San Michele dove coltivano vigne piuttosto vecchie e producono vino bianco pigiando coi piedi o con una piccola raspatrice, soprattutto da uve Dorona, Malvasia Istriana e Glera. Altre vigne si trovano all'isola della Giudecca all'interno della casa di riposo (vino rosso soprattutto da uve Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Lambrusco Marani), una a Malamocco (vino rosso soprattutto da Merlot e bianco da Bianchetta Trevigiana), una all'isola delle Vignole (vino bianco soprattutto da Verdizzo, poi Glera e Dorona) e una a Sant'Elena nel vecchio convento francescano, che gestiscono da quest'anno, senza sapere ancora con esattezza le varietà, per quanto predomini la bacca rossa. "Le barbatelle le facciamo da talea piantata così com'è nel terreno e con queste, a piede franco, sostituiamo quello che è mancato e penso in particolare ai danni avuti con l'acqua alta del 2019. Sono tutti vigneti molto piccoli, dai quali si ricava una botte da trecento ettolitri l'una,

Qui sotto, alcune immagini relative all'associazione culturale Laguna nel Bicchiere



nelle annate buone. Non esiste il monovigneto e vinifichiamo in uvaggio con quello che c'è. Non trattiamo con niente se non pochissimo rame e propoli e in fase di vinificazione lasciamo fare ai lieviti indigeni e alla fine non aggiungiamo solforosa. Se un anno va male amen. Tutto il vino che produciamo non è soggetto a vendita e viene consumato dagli associati o lo utilizziamo nei nostri eventi per promuovere le adesioni. Va sottolineato che Venezia è piena di giardini diversamente a quanto solitamente si pensa e spesso in questi si trovano vigne, anche di uva da tavola. E ci sono diverse realtà che storicamente fanno il vino, penso alle suore e ai frati della Giudecca, ma poi ci sono realtà più note e consolidate come i francescani di San Francesco della Vigna (il vigneto più antico di Venezia oggi gestito dai Marzotto di Santa Margherita) o i carmelitani scalzi della Chiesa di Santa Maria di Nazareth a Cannaregio". La loro attività resta ancora molto didattica, tant'è vero che ogni anno lavorano con oltre duecento bambini su programmi pluriennali dove si occupano di agricoltura, in particolare vite, olio, pane, erbe aromatiche. "Un'altra cosa che ci riempie di orgoglio è l'essere stati soci fondatori di un'associazione che si chiama Urban Vineyards Association nata per promuovere i vigneti di città (si veda il servizio pubblicato sul Corriere Vinicolo n° 38/2019). Per ora sono solo realtà italiane e francesi. Quelle italiane, tra gli altri, siamo noi, San Francesco della Vigna con Santa Margherita, poi c'è la vigna di Leonardo a Milano, la Vigna della Regina a Torino, una Vigna a Siena e la Vigna del Gallo nell'orto botanico di Palermo. In Francia il Clos Montmarat a Parigi, la vigna dei papi di Avignone e la vigna del Clos de Canuz di Lione. Il Covid ha bloccato questa attività che presto però riprenderà ed è previsto l'ingresso di Berlino ed Amsterdam. Due gli obiettivi di questa realtà: farci conoscere per poter accedere a finanziamenti europei e poi, considerato che il turismo legato ai prodotti agroalimentari, vino in primis, sta aumentando, ci piacerebbe costruire degli itinerari europei che contemplassero la visita alle città e ai vigneti urbani. Il vino di Venezia e isole può avere un senso e una prospettiva anche perché il nome Venezia ha un richiamo che fa vendere qualsiasi cosa. Se poi parliamo di dove recuperare superficie vitata, penso a Sant'Erasmo dove ci sono ettari di terreni abbandonati e qualcosa alle Vignole. Che i vini di laguna possano avere uno spazio nelle carte della ristorazione che conta lo dimostrano due imprenditori privati i cui prodotti vanno nel mondo. Il nostro compito rimarrà sempre e solo quello di tenere in piedi questa cultura e questa tipicità sperando che produttori e imprenditori ne vedano il potenziale e possano investirci in maniera adeguata e rispettosa. Un contributo a Venezia per aiutarla a scoprire potenzialità che esulino dalla monocultura turistica".

Una storia di successo: Azienda Agricola Ciccio Zaccagnini s.r.l.

# Vino di qualità, elevata produttività

**Luogo:**  
Bolognano (PE), Italia

**Sfida:**  
Mantenere alti livelli qualitativi attraverso una filtrazione efficace del vino che renda al tempo stesso il processo più efficiente e produttivo

**Soluzione:**  
Sistema di filtrazione con cartucce filtranti di profondità BECO PROTECT PP Pure™ 0,6 µm per la fase di pre-filtrazione

**Risultato:**  
Oltre 2,83 milioni di litri di vino filtrati con successo

**Le cartucce filtranti di profondità BECO PROTECT PP Pure consentono una pre-filtrazione del vino più efficace e allungano la vita dell'intero sistema filtrante**

**Zaccagnini, produttore di vini di fama internazionale, si è affidato alle soluzioni pre-filtro BECO PROTECT PP Pure di Eaton per garantire la qualità e la sicurezza dei propri prodotti. Lo sviluppo di un processo di filtrazione e rigenerazione più efficienti hanno contribuito a migliorare la produttività della cantina.**

**Retrosce**  
Qualità totale, dal grappolo al vetro. È questo il motto della cantina Zaccagnini, un'azienda vinicola abruzzese che da oltre quarant'anni fa della qualità il proprio punto di forza. Pur rimanendo una realtà a conduzione familiare, l'azienda, nata nel 1978 a Bolognano (PE), è cresciuta fino a diventare un produttore di fama internazionale.

Zaccagnini attualmente gestisce più di 300 ettari di vigneti e produce oltre 3 milioni di bottiglie (2,25 milioni di litri) all'anno, il 70 % delle quali sono destinate alle esportazioni in ben 45 paesi, dal Giappone fino al Sud Africa.

**Sfida**  
**Rigenerazioni frequenti e complesse riducono la produttività**

La garanzia della qualità del gusto del prodotto finale di Zaccagnini dipende in larga misura dalla filtrazione. Questo processo consente infatti di rimuovere tutti quei microorganismi che potrebbero compromettere la stabilità microbiologica del prodotto e la sua limpidezza, preservandone al tempo stesso le caratteristiche organolettiche.

Per un'azienda fortemente votata all'esportazione come Zaccagnini, il raggiungimento di questi obiettivi diventa fondamentale. Eventuali problematiche a livello di stabilità microbiologica comporterebbero infatti notevoli costi oltre a danneggiare la reputazione dell'azienda a livello internazionale.

È proprio per far fronte a questi rischi che Zaccagnini utilizza un processo di filtrazione altamente sofisticato.



Le cartucce filtranti BECO PROTECT PP Pure constano di un materiale filtrante in polipropilene pieghettato che garantisce una ritenzione di altro livello, affidabile e costante nel tempo.



La soluzione filtrante BECO PROTECT PP Pure di Eaton recentemente installata presso lo stabilimento produttivo di Zaccagnini ha già filtrato con successo più di 2,83 milioni di litri di vino.

Prima di essere imbottigliato, il vino viene sottoposto ad un processo di pre-filtrazione, che ha lo scopo di trattenere eventuali particelle solide sospese. Inoltre, la struttura colloidale del vino, dalla quale dipendono in larga misura le caratteristiche organolettiche, deve essere anch'essa sottoposta a filtrazione in modo da preservare il più possibile le caratteristiche organolettiche e prevenire ostruzioni nel mezzo filtrante a valle del processo. Pertanto, la fase di pre-filtrazione è fondamentale, non soltanto a livello di garanzia della qualità e sicurezza del prodotto, ma anche di protezione delle cartucce di filtrazione a membrana che entrano in gioco prima dell'imbottigliamento.

È proprio nella fase di pre-filtrazione che Zaccagnini si trovava a far fronte ad alcune sfide legate alla limitata capacità di accumulo delle cartucce filtranti utilizzate. Il materiale con carica superficiale del mezzo filtrante finiva infatti per saturarsi rapidamente, richiedendo quindi rigenerazioni frequenti, che finivano a loro volta per ridurre la vita delle cartucce stesse. Inoltre, la struttura e il materiale filtrante delle cartucce comportavano operazioni di lavaggio particolarmente lunghe e complesse, riducendo ulteriormente la produttività. Al fine di risolvere queste problematiche, Zaccagnini ha deciso di affidarsi al parere esperto di Eaton.

**Soluzione**  
Ritenzione affidabile ed efficace e portata maggiore aumentano la produttività

Al fine di sviluppare una soluzione adatta alle esigenze del cliente, Eaton ha condotto un'analisi dettagliata dell'intero

processo di filtrazione. Successivamente, è stato svolto un test comparativo tra il sistema filtrante esistente e la nuova soluzione proposta da Eaton.

"Eaton si è fin dall'inizio dimostrata estremamente disponibile e attenta alle nostre esigenze, prendendo in esame non soltanto il sistema filtrante ma l'intero processo, aiutandoci a migliorare l'efficienza delle diverse fasi della filtrazione e rigenerazione," ha commentato Concezio Marulli, direttore di Zaccagnini. "La possibilità di testare la nuova soluzione Eaton in stabilimento, a fianco della soluzione esistente, ci ha permesso di individuare rapidamente i punti deboli del processo di filtrazione e mettere in atto strategie migliorative."

La soluzione proposta da Eaton consiste in un housing da 30 cartucce filtranti di profondità BECO PROTECT PP Pure con un grado di separazione nominale di 0,6 µm (con un coefficiente β superiore a 5000 ed un'efficienza di ritenzione del 99,98 %). Queste cartucce constano di un materiale filtrante in polipropilene pieghettato che garantisce una ritenzione di altro livello, affidabile e costante nel tempo. Offrono inoltre una portata elevata grazie ad un'ampia superficie filtrante. Di conseguenza, hanno una capacità di accumulo decisamente maggiore e richiedono lavaggi molto meno frequenti rispetto alla soluzione utilizzata precedentemente da Zaccagnini.

Il design robusto delle cartucce garantisce un'alta stabilità meccanica e termica che le rende resistenti ai lavaggi, anche a pressioni

e temperature elevate. La pressione massima durante il lavaggio è 0,6 bar a 80 °C mentre la temperatura massima durante la sterilizzazione a vapore può raggiungere 121 °C. Il materiale filtrante in polipropilene al 100 % consente inoltre un'elevata resistenza a vari detergenti chimici utilizzati durante il lavaggio. Tutte queste caratteristiche fanno sì che le cartucce BECO PROTECT PP Pure possano essere rigenerate e riutilizzate in tempi brevi, offrendo al tempo stesso una vita produttiva più lunga. Tutto ciò chiaramente si traduce anche in un consumo ridotto di acqua e detergenti.

Grazie alla loro capacità di trattenere gran parte delle sostanze che potrebbero causare ostruzioni nei filtri a valle del processo, le cartucce BECO PROTECT PP Pure rappresentano la soluzione ideale a protezione delle cartucce di filtrazione a membrana, permettendo di ridurre i cicli di rigenerazione e allungandone la vita produttiva.

**Risultato**  
Filtrazione più efficiente, produzione ottimizzata

La soluzione filtrante BECO PROTECT PP Pure di Eaton ha conseguito risultati positivi a livello di produttività, avendo già filtrato con successo più di 2,83 milioni di litri di vino.

La possibilità di rigenerare il sistema filtrante in modo più semplice e veloce ha inoltre permesso a Zaccagnini di passare più rapidamente dalla filtrazione del vino rosso a quella del vino bianco (e viceversa) utilizzando sempre le stesse cartucce. In questo modo l'azienda ha potuto dimezzare il numero di cartucce utilizzate passando da due a

un solo housing, contribuendo quindi ad una maggiore efficienza nel processo produttivo.

"Eaton ha dimostrato una competenza davvero senza eguali, permettendoci di analizzare e migliorare il nostro processo di filtrazione e rendendo l'intero processo più efficiente e produttivo," ha commentato Marulli. "Abbiamo apprezzato molto anche la grande trasparenza dell'azienda che ha sempre condiviso con noi tutti i dati raccolti durante le varie analisi, permettendoci di trovare la soluzione ottimale."

L'esperienza positiva di Zaccagnini ha inoltre portato ad una continuazione della collaborazione e ad un ampliamento del progetto. L'azienda ha cominciato ad utilizzare le cartucce filtranti di profondità BECO PROTECT PP Pure anche in un altro stabilimento e sta inoltre testando una nuova soluzione Eaton con cartucce filtranti a membrana nella fase finale della filtrazione.

**Autore**



**Lorenzo Pierantoni**  
Senior Application Engineer,  
Eaton Filtration Italy s.r.l.  
[LorenzoPierantoni@eaton.com](mailto:LorenzoPierantoni@eaton.com)



Concezio Marulli, enologo, direttore dell'azienda Zaccagnini.



Zaccagnini vanta più di 300 ettari di vigneti e produce oltre 3 milioni di bottiglie all'anno, il 70 % delle quali sono destinate alle esportazioni in ben 45 paesi.



Le cartucce filtranti di profondità BECO PROTECT PP Pure di Eaton stanno aiutando l'azienda a mantenere la propria "qualità totale, dal grappolo al vetro" migliorando al tempo stesso efficienza e produttività.



**INCHIESTA  
TRA I FORNITORI  
DI PRODOTTI,  
MACCHINE  
E ATTREZZATURE  
PER L'ENOLOGIA  
(prima parte)**

# Il mercato non si è fermato, ma cresce l'incertezza per il 2021

di ROSSELLA CONTATO

**Gli ordini acquisiti in precedenza coprono l'anno, il contraccolpo della pandemia per ora non si è avvertito e comunque le aziende hanno puntato su reattività, flessibilità, diversificazione produttiva, cercando di ovviare il più possibile alla difficoltà o addirittura impossibilità a viaggiare e spostarsi. Ma la seconda ondata di Covid-19 e gli effetti di un nuovo lockdown potrebbero impattare sul prossimo anno**

**I**n questo momento dell'anno viene spontaneo tracciare un bilancio dei mesi precedenti, elaborare previsioni su come si concluderà il 2020 e cercare di capire cosa ci riserva il 2021, sebbene l'attuale situazione sanitaria, purtroppo tornata prepotentemente a destare preoccupazione, renda molto complicato fare congetture sul futuro prossimo. Abbiamo intervistato diverse aziende che forniscono macchine, attrezzature e prodotti per il settore enologico (e non solo) per cercare di delineare lo scenario attraverso il loro vissuto. Tentando di riassumere quanto emerso, le imprese impiantistiche - protagoniste di questa prima puntata dell'inchiesta (la seconda parte sul prossimo numero del giornale) - non hanno ancora del tutto avvertito i contraccolpi della pandemia in quanto gli ordini acquisiti nel periodo precedente, molto florido per il settore, hanno permesso di lavorare con relativa tranquillità coprendo buona parte dell'anno. Questo perché le tempistiche di realizzazione degli impianti sono piuttosto lunghe: dal momento dell'acquisizione alla consegna occorrono mediamente 6 mesi. Per il 2021, invece, traspare incertezza tendente al pessimismo man mano che si avvicina lo "spettro" di un nuovo lockdown. Parallelamente, tuttavia, rimane una certa dose di speranza se si considera che i finanziamenti Ocm stanno sostenendo notevolmente il comparto enologico italiano, che può così investire in nuovi impianti anche in questo momento difficile.

## Essere sempre pronti e reattivi

Lo scenario è estremamente diversificato per le aziende che forniscono più settori oltre a quello enologico, come la TMCI Padovan. "Ciascuna delle nostre quattro divisioni - spiega il responsabile del settore enologia e filtrazione, **Massimo Pivetta** - quest'anno ha avuto un andamento un po' particolare. La storica Padovan, specializzata nella filtrazione e nello scambio termico per vino, alcolici e altri liquidi alimentari, ha registrato un record assoluto di ordinativi, fatta eccezione per il 2015, annata migliore di sempre. L'andamento delle divisioni Chemtech (che si occupa di oli, grassi, margarine e liquidi viscosi) e Blendtech (dedicata ai soft drinks) nel 2020 è parimenti in aumento rispetto agli anni precedenti. Invece la divisione EasyBrau-Velo, rivolta al mondo della birra, ha subito al momento una riduzione degli ordinativi di vendita. Il motivo è facilmente intuibile: gli investimenti nell'impiantistica sono particolarmente onerosi, quindi dipendono molto dai finanziamenti, e il settore della birra non è difeso come quello enologico, che invece gode dei contributi Ocm/PSR ecc. Pertanto nel globale delle varie Divisioni si sono avute minori acquisizioni nel corso dell'anno, ma il fatturato del 2020 risulterà solo marginalmente inferiore a quello del 2019, pertanto guardiamo avanti con ottimismo". Dando uno sguardo a ciò che avviene all'estero, dove TMCI Padovan indirizza circa il 90% delle proprie forniture, il nostro intervistato ci ri-

ferisce che i Paesi dell'Est Europa, Russia, Cina, Estremo Oriente, Oceania e Sudafrica stanno reagendo molto bene, un po' meno gli Stati Uniti, mentre gli affari con il Sudamerica sono calati di molto, a eccezione del comparto dei liquidi viscosi. "Quest'anno - prosegue - abbiamo avuto un notevole incremento di ordini di impianti per la lavorazione della gelatina, sulla scia del dilagare della peste suina (una malattia virale che colpisce i maiali ma fortunatamente non è trasmissibile all'uomo, ndr) in Cina e non solo, un problema che ha indotto diversi Paesi in tutto il mondo a iniziare a prodursi 'in casa' questo prodotto, stante anche l'aumento dei prezzi nel mercato mondiale. La nostra capacità reattiva ci ha permesso di rispondere prontamente al forte aumento della domanda proveniente da questo settore e anche da quello della lavorazione dei carboidrati. Bisogna essere sempre pronti, correre, attivarsi con videoconferenze per entrare in collegamento con tutto il mondo. Noi non ci perdiamo d'animo e facciamo di tutto per acquisire gli ordinativi, anche se poi ci scontriamo con la carenza di manodopera specializzata, un problema che riguarda un po' tutta l'industria manifatturiera italiana".

## Il mercato non si ferma (per ora)

Passando al settore dell'imbottigliamento, **Roberto Azzolini**, direttore commerciale del Gruppo Bertolaso, tira indietro le lancette dell'orologio fino al 2019, un anno decisamente buono, con l'acquisizione di molti ordini che hanno permesso all'azienda di costituire un portafoglio corposo quest'anno. "Abbiamo acquisito commesse piuttosto importanti anche nei primi quattro mesi del 2020 - aggiunge -. Poi c'è stato un rallentamento significativo da maggio a luglio a causa dell'impossibilità di viaggiare per incontrare i clienti, cosa che per noi che vendiamo impianti di grosse dimensioni è essenziale. A partire dal mese di agosto si è notata una discreta ripresa, continuata anche nei due mesi successivi, tut-



**MASSIMO PIVETTA**  
Responsabile divisione  
enologia e filtrazione  
TMCI Padovan

## FOSS

Risparmia tempo con  
**QKit™ 8!**

8 campioni di vino in pratiche ampolle sigillate a lunga stabilità (4 anni), multicomponenti e certificate COFRAC con relativi valori di riferimento scaricabili dal sito FOSS ANALYTICS in base al lotto di produzione. Risultati dei valori di riferimento il più possibile vicini ai valori "reali".

**Parametri confrontabili: Etanolo, GlucFruttosio, pH, AT, AV, Ac. Acetico, Ac. Malico, Densità, Ac. Tartarico, Ac. Lattico.**

Volume campione: 15 ml.

**ANALYTICS BEYOND MEASURE**

[www.foss.it](http://www.foss.it)





I RISULTATI DEL QUARTO SONDRAGGIO COVID DI ANFORMAPE

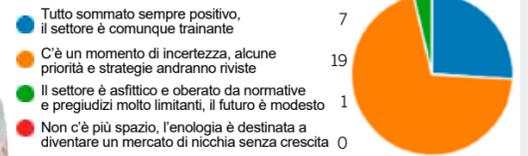
## Cauta fiducia nel futuro

Quadro complessivo migliore rispetto alle fosche previsioni dei primi mesi dell'anno, cauta fiducia nel futuro con prospettive più o meno lunghe per l'uscita dalla crisi, ma previsioni di chiusura dei bilanci nell'annus horribilis del Covid tra lo stabile e il positivo: queste in sintesi le principali conclusioni della quarta edizione del "Sondaggio Covid" promosso da Anformape - Associazione Nazionale Fornitori Macchine Accessori e Prodotti per l'Enologia, che ha raccolto le risposte di circa il 60% degli associati relativamente all'andamento della loro attività e alle prospettive future alla luce della situazione pandemica attuale.

"Le imprese della filiera enologica, collegate al settore delle bevande e quindi alimentare - commenta il presidente di Anformape, **Marzio Dal Cin** - soffrono in effetti meno di altre la crisi generata dalla pandemia, anche se devono fare i conti con la tenuta finanziaria delle proprie attività e con l'andamento economico del settore vitivinicolo, che oltre al virus deve fronteggiare molte altre incognite (Brexit, dazi USA, ecc.), ma è indubbio che la tenuta generale del comparto fino ad oggi sia una realtà. Saranno determinanti i prossimi mesi, con le politiche e le decisioni governative che seguiranno in base all'evoluzione della pandemia, per verificare se tale visione in chiaro-scuro della filiera enologica potrà definitivamente virare decisamente

al chiaro e consentire un graduale ritorno alla normalità per tutti". Scendendo più in dettaglio, rispetto ai precedenti sondaggi emerge una volontà più diffusa di sfruttare il "lavoro agile" (smart working), tuttavia il 30% delle aziende intervistate prevede la presenza completa dei propri dipendenti in azienda nei mesi a venire, una scelta che gli autori dell'indagine ascrivono principalmente alle realtà di più piccole dimensioni, per le quali risulta più complessa l'organizzazione del telelavoro da casa per i propri dipendenti. Per quanto concerne il giro d'affari la maggioranza degli intervistati rileva una certa sofferenza, mentre il 30% è ottimista e pensa di chiudere l'anno con un fatturato simile se non addirittura superiore al 2019. Se anziché il fatturato si considera il MOL (Margine Operativo Lordo), un dato che rispecchia in modo più realistico la redditività dell'azienda, la percentuale di pessimisti e ottimisti arriva grosso modo a equivalersi. Sul fronte dei pagamenti da parte dei clienti non emergono particolari criticità, indice che il settore enologico nel complesso non sembra avere particolari problemi di liquidità. In linea con quanto emerge anche da un recente rapporto di Prometeia-Intesa Sanpaolo (ottobre 2020), la metà delle aziende intervistate da Anformape si aspetta un

Qual è il "clima di fiducia" che si respira nella tua azienda in merito al futuro del settore enologico in generale, anche alla luce delle criticità emerse con la pandemia?



ritorno alla normalità non prima del 2022, mentre per il 18% la crisi si risolverà entro la fine del prossimo anno. Misurando il clima di fiducia che si respira nelle aziende, un quarto del campione confida nella forza trainante del comparto enologico, anche se la maggioranza (74%) è convinta di dover rivedere alcune priorità modificando le proprie strategie di approccio al mercato.



Marzio Dal Cin



tavia non sono certo che arriveremo a raggiungere il nostro obiettivo di fatturato per il 2020, che era di eguagliare o addirittura superare i 54 milioni di euro raggiunti nel 2019". Ad avere inciso negativamente è stata soprattutto la chiusura di tutte le attività dell'azienda per qualche settimana quando è iniziato il lockdown, una chiusura dovuta alla necessità di organizzare le operazioni di sanificazione e di messa in sicurezza del luogo di lavoro, cosa che è avvenuta con

una grande collaborazione dei lavoratori e delle forze sindacali. "Per quanto riguarda il mercato - prosegue Azzolini - quello enologico italiano, per noi molto importante, quest'anno non è assolutamente fermo se si considerano i grossi gruppi, mentre vedo un po' più prudenti le cantine di piccole dimensioni, che probabilmente stanno valutando cosa fare anche alla luce della situazione attuale. Per noi è rilevante anche il settore, estremamente dinamico, degli spirits, nel quale abbiamo acquisito ordini importanti, che incidono positivamente sul bilancio del 2020". Sul fronte delle consegne e dei pagamenti l'intervistato non rileva particolari problemi, a parte qualche piccolo slittamento per andare incontro alle necessità del cliente. "Tuttavia lavoriamo sempre in tensione, con la preoccupazione per il virus e le difficoltà a viaggiare. Prevedere come andrà il 2021 è molto difficile, ci vorrebbe una sfera di cristallo - conclude -. Il mercato sta andando avanti, i grossi gruppi investono. Ci sono arrivati ordini persino da Paesi molto in affanno sotto il profilo sanitario, come Cile e Stati Uniti. Abbiamo acquisizioni anche per il prossimo anno, quindi non lo inizieremo in ambascia, ma nemmeno con lo stesso ottimismo che avevamo a gennaio 2020. Le fiere vengono cancellate o posticipate e già questo è indice di una situazione estremamente incerta. Ovviamente tutto dipende da come evolverà la situazione sanitaria: se continuerà a peggiorare faccio fatica ad avere una visione positiva per l'anno prossimo, se invece dovesse in qualche modo rientrare credo che potrà riprendere lo slancio come una molla compressa che viene liberata. Ma al momento chi lo sa?".

**GUGLIELMO GAI**  
Amministratore delegato di GAI Macchine Imbottigliatrici. Sotto, gli interni dell'azienda



Continua a pagina 29



**ROBERTO AZZOLINI**  
Direttore commerciale del Gruppo Bertolaso. Sopra, una veduta aerea dell'azienda

una grande collaborazione dei lavoratori e delle forze sindacali. "Per quanto riguarda il mercato - prosegue Azzolini - quello enologico italiano, per noi molto importante, quest'anno non è assolutamente fermo se si considerano i grossi gruppi, mentre vedo un po' più prudenti le cantine di piccole dimensioni, che probabilmente stanno valutando cosa fare anche alla luce della situazione attuale. Per noi è rilevante anche il settore, estremamente dinamico, degli spirits, nel quale abbiamo acquisito ordini importanti, che incidono positivamente sul bilancio del 2020". Sul fronte delle consegne e dei pagamenti l'intervistato non rileva particolari problemi, a parte qualche piccolo slittamento per andare incontro alle necessità del cliente. "Tuttavia lavoriamo sempre in tensione, con la preoccupazione per il virus e le difficoltà a viaggiare. Prevedere come andrà il 2021 è molto difficile, ci vorrebbe una sfera di cristallo - conclude -. Il mercato sta andando avanti, i grossi gruppi investono. Ci sono arrivati ordini persino da Paesi molto in affanno sotto il profilo sanitario, come Cile e Stati Uniti. Abbiamo acquisizioni anche per il prossimo anno, quindi non lo inizieremo in ambascia, ma nemmeno con lo stesso ottimismo che avevamo a gennaio 2020. Le fiere vengono cancellate o posticipate e già questo è indice di una situazione estremamente incerta. Ovviamente tutto dipende da come evolverà la situazione sanitaria: se continuerà a peggiorare faccio fatica ad avere una visione positiva per l'anno prossimo, se invece dovesse in qualche modo rientrare credo che potrà riprendere lo slancio come una molla compressa che viene liberata. Ma al momento chi lo sa?".

### Diversificare la produzione

"Abbiamo aperto l'anno molto bene, con grandissimo entusiasmo - esordisce Guglielmo Gai, ad di GAI Macchine Imbottigliatrici -. Il nostro obiettivo di fatturato, piuttosto ambizioso, era di superare i 52 milioni di euro, contando che nel 2019 ne avevamo totalizzati

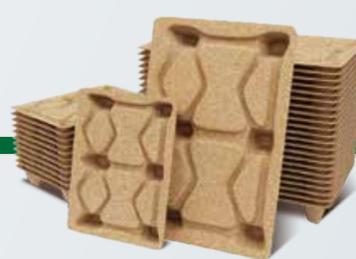


## DIVERSE ESIGENZE, TANTE SOLUZIONI

**IDEALI PER OGNI TIPO DI SPEDIZIONE**  
Non tutte le esigenze hanno un'unica soluzione, scegliere la migliore vuole dire risparmiare su costi e spazio, garantire igiene e sicurezza e fare una scelta sostenibile per l'ambiente. Corno Pallets è in grado di offrire soluzioni ideali per ogni tipo di spedizione, sia per il mercato nazionale che internazionale.



LEGNO



LEGNO PRESSATO



PLASTICA

Corno Pallets s.r.l. - Via Revello 38, 12037 Saluzzo (CN) - Tel. +39 0175 45531 - info@cornopallets.it - www.cornopallets.it



IT-01-007



PNV COMMUNICATIONS.IT

VISITA IL NUOVO SITO  
**CORNOPALLETS.IT**

PURE-LEES™

# LONGEVITY

Pure anticipation

Lievito inattivo specifico per la protezione dei vini bianchi e rosati durante le fasi di affinamento e stoccaggio

- Protezione contro ossidazione e imbrunimento
- Alto potenziale di consumo dell'ossigeno
- Miglior controllo della fase di affinamento
- Basi spumante e rifermentazione in autoclave

In collaborazione con



LIEVITI  
ENOLOGICI



BATTERI  
ENOLOGICI



NUTRIENTI  
E PROTETTORI



LIEVITI  
INATTIVI SPECIFICI



ENZIMI



CHITOSANO



SOLUZIONI  
PER IL VIGNETO



LALLEMAND OENOLOGY

Original **by culture**

➔ Segue da pagina 27

#### Adattarsi ai cambiamenti

Durante questo difficile e anomalo 2020 la MBF Spa, specializzata in macchine per l'imbottigliamento, è riuscita, nonostante tutto, a lavorare con regolarità e soddisfazione grazie ad un buon portafoglio ordini raccolto nel 2019 e durante i primi mesi dell'anno. "Anche nel corso del lockdown di marzo - riferiscono **Antonio Bertolaso** (ceo), **Anita Bertolaso** (cfo) e **Giuliano Boscaro** (operating manager) - pur riducendo per un breve periodo una parte delle risorse, abbiamo continuato a lavorare e servire i clienti, mettendo in atto tutte le pratiche di sicurezza anti-Covid per il personale e riorganizzando alcune procedure di lavoro per ottimizzare al meglio le varie attività. A causa del rallentamento che si sta registrando in questo ultimo mese, e che probabilmente continuerà fino a fine anno, il 2020 si chiuderà con un fatturato in leggera flessione rispetto al 2019 ma soddisfacente visti i tempi". L'azienda attualmente ha varie trattative in corso sia in Italia sia all'estero, e sta ancora incontrando una certa ricettività del mercato, anche se quest'ultimo inizia a mostrare segnali di incertezza. "Per il 2021 - sottolineano i nostri intervistati - abbiamo in essere un discreto portafoglio ordini e ci stiamo preparando con vigore e costanza nel miglioramento organizzativo e del prodotto, pur con la consapevolezza realistica che nel breve periodo non si presenteranno grandi prospettive. In questi momenti, tuttavia, è fondamentale affrontare con professionalità il mercato senza perdere l'entusiasmo. Stiamo quindi lavorando al meglio sia internamente, con l'obiettivo di essere ancora più snelli e pronti ad adattarci rapidamente ai continui e improvvisi mutamenti esterni di questo periodo, sia verso l'esterno cercando



**ANTONIO BERTOLASO** (primo a destra) **ANITA BERTOLASO** **E GIULIANO BOSCARO**, rispettivamente ceo, cfo e operating manager della MBF. Sotto, una veduta dell'azienda



**HICHAM** (a sinistra) **E ADIL BARIDA**, titolari dell'azienda Barida, e gli uffici dell'azienda

abbiamo subito il contraccolpo di tutte le nazioni che, rispetto all'Italia, erano in ritardo di qualche settimana nella curva di contagi. Inutile dire che il calo di fatturato c'è stato e ancora oggi non è possibile prevedere i reali tempi di ripresa". Nello stesso tempo i mesi di lockdown sono serviti all'azienda di Canelli per riorganizzare alcuni reparti, perfezionando i cicli produttivi per migliorare il servizio ai clienti. "Se da un lato c'è stato un calo del fatturato, dall'altro abbiamo avuto la forza di andare avanti cercando di proporre novità che potessero attrarre un nuovo target di clientela o consolidare i clienti già in portfolio - sottolineano i titolari -. Ci dobbiamo ritenere comunque fortunati poiché, di fronte ad altre aziende che hanno subito perdite tali da non riuscire a riaprire, noi, rimboccandoci le maniche e lavorando sodo, siamo riusciti a fidelizzare i clienti e a ottenere buoni risultati acquisendo nuovi ordini addirittura in Paesi che prima ci era difficile raggiungere. Le acquisizioni in atto riescono a garantirci il lavoro fino ai primi mesi dell'anno nuovo". Ora i fratelli Barida sono preoccupati per le conseguenze economiche e sociali di un possibile nuovo lockdown: "Ormai, in attesa del vaccino, sembra una resa incondizionata che ci sta cambiando giorno dopo giorno, quasi assuefacendoci. C'è sempre la speranza che si riescano a sbloccare fondi europei volti ad aiutare le piccole realtà che potrebbero così permettersi di investire nell'acquisto di attrezzature per automatizzare l'imbottigliamento".

#### Smart working: non sempre possibile

Il 2020 è iniziato positivamente anche per Nortan, azienda specializzata nella produzione di capsulatrici, gabbiettrici, e slevatrici. "Il Sime 2019 ci ha aiutato a crescere tanto - dichiara il direttore **Marco Tandetti** -. Eravamo molto lanciati, c'era voglia di investire, si pensava solo di crescere, fino a quando è scoppiata la pandemia e ci siamo bloccati per due mesi. Poi abbiamo fatto richiesta alla Prefettura, come tutti, e ripreso a lavorare ma con le difficoltà legate alla forte riduzione del personale presente in azienda. Per noi lo smart working è difficilmente attuabile soprattutto per i disegnatori, che utilizzano programmi molto pesanti. In funzione dell'andamento della pandemia valutavamo tutti insieme il da farsi. Da maggio siamo finalmente rientrati alla normalità. Nel corso dell'anno qualche ordine l'abbiamo preso, diciamo che si lavora ma con ritmi ben diversi da quelli precedenti alla pandemia. Alcuni clienti ci hanno chiesto di posticipare le consegne. Per fortuna non abbiamo problemi di spazio grazie al nuovo capannone di 1.500 metri quadrati dove sposteremo tutta la zona di montaggio". Il mercato principale di Nortan è l'Italia che, come ci conferma Tandetti, sta andando meglio dell'estero potendo contare sugli incentivi Ocm: "Le cantine vogliono investire, soprattutto quelle più grandi che si rivolgono alla Gdo, dove si è registrata la tenuta del mercato del vino con indicatori in crescita. Situazione diversa per le aziende molto esposte nell'HoReCa, soprattutto di medio piccole dimen- ➔

**NORTAN**, distributore di capsule Syncrocap e, nel tondo, l'ingresso dell'azienda



di essere presenti laddove nascono nuove occasioni anche anticipando il cliente, proponendo soluzioni interessanti di upgrade su impianti esistenti". Anche in MBF si avvertono le conseguenze negative della difficoltà a viaggiare: "Il rapporto umano è sempre un fattore importantissimo e l'impossibilità di incontrarsi di persona con il cliente è una grande limitazione per noi e per il cliente stesso. Inoltre, per quanto riguarda il service, non sempre si può intervenire con l'assistenza remota via web. In molte zone abbiamo sopperito con il personale tecnico delle nostre filiali ma non è sufficiente". E dal punto di vista finanziario? "L'azienda gode di liquidità - dicono i nostri interlocutori - ma questo non ci esime dall'analizzare con estrema accuratezza quanto offerto dal sistema bancario e da una gestione accurata del patrimonio aziendale. Siamo sempre stati abituati ad agire con la prudenza del 'buon padre di famiglia'. Quindi se ci sono strumenti atti a mettere ancora di più in sicurezza l'azienda, siamo pronti a valutarli. Abbiamo un dialogo molto aperto e costruttivo con il sistema bancario locale, mentre siamo moderatamente aperti al sostegno dello Stato che molto spesso si presenta tortuoso e burocraticamente ostile".

#### Lavorare sodo per fidelizzare i clienti

Rimanendo nel settore delle macchine per l'imbottigliamento, per Barida International il 2020 è iniziato "col botto", per usare le parole dei titolari, i fratelli **Hicham e Adil Barida**. "Gli ordini in arrivo - raccontano - erano in linea con l'anno precedente e le fiere precedentemente programmate e svoltesi prima della pandemia si sono concluse con contatti davvero interessanti". Meno rosea la situazione nel secondo trimestre, più colpito dagli effetti del lockdown, durante il quale l'azienda ha subito il blocco della produzione e si è dovuta riorganizzare, attivando lo smart working ove possibile. "Questo ci ha permesso di continuare a essere presenti e attivi nell'assistenza post-vendita - affermano gli intervistati - ma ha ovviamente rallentato il resto delle attività a causa dell'impossibilità di mandare avanti la costruzione e il montaggio delle macchine in ordine. Durante la fase 2 della pandemia abbiamo ricominciato gradualmente, ma lavorando molto con l'estero





**MAS PACK**  
Una veduta aerea dell'azienda



sioni, che stanno soffrendo la chiusura del canale ristorazione". E le previsioni per il futuro? "In termini di fatturato chiuderemo l'anno probabilmente con un calo contenuto, intorno a -10%, ma la vera sfida è la prossima primavera - dichiara -. Al momento riusciamo a fare previsioni solo fino a fine inverno, sulla base degli ordini che abbiamo in casa, comunque non siamo pessimisti".

**La difficoltà a viaggiare penalizza**

"Prima della pandemia il 2020 era impostato con una buona crescita sostenibile, non avremmo mai pensato di avere problemi", esordisce **Fabio Porto**, responsabile commerciale di Mas Pack, azienda astigiana che produce macchine e impianti di confezionamento (forma-cartoni, chiudi-cartoni, incartonatrici, pallettizzatori). Come per le altre aziende impiantistiche che abbiamo intervistato, l'acquisizione di ordini con molti mesi di anticipo ha garantito una copertura per buona parte del 2020. "Chiuderemo l'anno in sintonia con le nostre previsioni, più o meno ricalcando il fatturato del 2019 - rivela Porto -. Per il prossimo anno, invece, ci aspettiamo dei problemi per le difficoltà legate alla situazione sanitaria, in primis l'impossibilità di recarsi di persona presso i clienti, solo in parte ovviata con i collegamenti tramite piattaforme on-line. Non è che abbiamo smesso del tutto di muoverci nel mondo, però è più complicato, tanto che non abbiamo avuto modo di sfruttare fino in fondo la possibilità di generare nuovi progetti con i contatti raccolti durante la fiera Simei, nella quale abbiamo investito molto. Ci stiamo comunque rivolgendo a Consolati e Ambasciate in giro per il mondo per organizzare trasferte in sicurezza per i nostri tecnici in modo da riuscire a continuare ad of-

frirli assistenza ai nostri clienti. Il tutto è molto burocratico ma procede, mentre è più problematico riuscire a trovare interlocutori presso i nostri clienti all'estero in grado di interfacciarsi con i nostri tecnici". I settori trainanti per Mas Pack sono l'enologico e quello dei superalcolici, poi contribuiscono in parte al fatturato anche le macchine per imballare scatolame e altri prodotti alimentari per la grande distribuzione, come farine e zucchero. "Normalmente - aggiunge - vendiamo per il 60% all'estero e il 40% in Italia, ma nel 2021 probabilmente le percentuali si invertiranno perché il mercato interno sta tenendo di più. Ora, con la seconda ondata di Covid-19, è ancora più difficile fare previsioni. Sul tavolo abbiamo tanti progetti, abbiamo continuato a lavorare e il mercato continua a muoversi, anche se più lentamente". L'ad di Mas Pack **Gianluca Scaglione** ribadisce: "Quest'anno siamo più o meno in linea con il fatturato del 2019, perciò sono molto contento. Per il prossimo anno vedremo come evolverà la situazione giorno per giorno, non possiamo fare diversamente".

**Preoccupazioni per il settore ristorazione**

Per "tastare il polso" al comparto dei produttori di botti in legno abbiamo intervistato **Piero Garbellotto**, ad dell'omonima azienda di famiglia: "Il 2020 era iniziato molto bene, avevamo definito ordini importanti sia per l'Italia che per l'estero. Poi a causa della crisi sanitaria si è raffreddato, ma nel complesso è un anno discreto. La nostra azienda ha dovuto chiudere per tre settimane durante il lockdown, quindi abbiamo subito un relativo calo, ma abbiamo

continuato a investire, completando il nuovo stabilimento Intelligenza Artigianale di Sacile dove i robot affiancano i bottai per progettare nel futuro un mestiere antico. Abbiamo una programmazione degli ordini fino in primavera, quindi non ci lamentiamo. La nostra azienda in 245 anni di storia ha superato di tutto, comprese due guerre mondiali, passerà anche questa". L'intervistato prevede maggiori difficoltà nel 2021, quando arriverà "l'onda lunga" della crisi. "A farne le spese - afferma - è principalmente il settore Horeca, trainante per l'Italia e per i nostri clienti. Ci aspetterò un anno difficile. Noi viviamo anche l'estero dove abbiamo delle aziende e vediamo che la gestione è più razionale, senza tanti proclami, con chiusure o restrizioni solo dove e quando necessario, limitate a città o regioni e non per intere nazioni. In Italia, invece, con l'ultimo Dpcm si mettono in ginocchio due settori che ci hanno resi famosi nel mondo: cultura ed enogastronomia".



**PIERO GARBELLOTTO**  
ad Garbellotto e, sopra,  
una veduta dall'azienda



**Il Mosto cristallino perfetto per ogni vino.**

**MCRS**  
PREMIUM CRYSTALLINE MUST GRAPE

**Naturalia Wine**

**Naturalia Ingredients Srl**  
Stabilimento produttivo: Via Avv. Ballatore, 5 - 91026 Mazara del Vallo (TP) - Italy  
Sede Commerciale: Via degli Agresti, 6 - 40123 Bologna (Bo) - Italy  
Ph. +39 051 0227300 - Fax +39 051 3780728 - info@naturaliaingredients.com  
www.naturaliaingredients.com - www.naturaliawine.it

**Un nuovo modo di fare vino.**

MCRS, il mosto cristallino d'uva di Naturalia Wine è il primo e unico mosto concentrato rettificato solido per tutte le applicazioni di cantina: arricchimento, dolcificazione e frizzantizzazione. Facile da usare e da dosare, garantisce elevata purezza e stabilità microbiologica, con tutto il valore aggiunto di una filiera naturale e senza nessun effetto di diluizione, grazie alla sua forma cristallina. **MCRS, il mosto cristallino d'uva.**

NESSUN EFFETTO DILUIZIONE  
FACILE DA USARE  
FACILE DA DOSARE  
ELEVATA PUREZZA  
STABILITÀ MICROBIOLOGICA  
100% NATURALE

INCHIESTA TRA I FORNITORI DI PRODOTTI, MACCHINE E ATTREZZATURE PER LA VITICOLTURA

# Scenario in chiaro scuro, ma non mancano i segnali di ottimismo

di PATRIZIA CANTINI

**A** distanza di otto mesi da quel fatidico 8 marzo che bloccò l'Italia immergendola in un lockdown pressoché totale, le aziende fornitrici di attrezzature per i vigneti e quelle di agrofarmaci sono in grado di stilare un bilancio di questo periodo, che tutto sommato non è andato male e che in alcuni casi ha anche messo in evidenza alcune tendenze destinate con tutta probabilità a rafforzarsi nell'immediato futuro.

All'inizio c'è stata naturalmente incertezza, e non pochi sono stati gli stabilimenti che hanno dovuto chiudere, almeno fino a quando i successivi Dpcm di marzo e aprile non hanno fatto chiarezza sulle aziende che - facendo parte della catena agroalimentare - potevano con le dovute accortezze riaprire i battenti e riprendere la produzione. È il caso per esempio della *Pellenc* di Colle Val d'Elsa, filiale italiana della casa madre francese che produce e commercializza nel nostro Paese attrezzature per la potatura dei vigneti e degli oliveti e per la cura del verde in generale. Il suo amministratore delegato **Paolo Salvestrini** ci dice che sono rimasti chiusi solo una settimana: "Avevamo bisogno di capire se potevamo mandare avanti la nostra produzione oppure no, perché all'inizio c'era abbastanza confusione. Ci siamo poi resi conto che la nostra azienda poteva, mettendo in atto tutte le normative di protezione, andare avanti e così abbiamo riaperto. Ci siamo affidati a ditte esterne per l'organizzazione dei distanziamenti e di tutte le altre precauzioni anti contagio, e abbiamo comunque aderito alla cassa integrazione a turno per tutti e allo smart working. Prima del lockdown eravamo 25, e purtroppo per tre di noi con contratti in scadenza la casa madre ha deciso di non rinnovarli".

Una settimana di fermo è toccata anche a *Martignani*, l'azienda ravennate produttrice di nebulizzatori che in Italia vende soprattutto alle aziende vitivinicole e che ha una quarantina di dipendenti nello stabilimento di Sant'Agata sul Santerno. L'amministratore e vice presidente **Stefano Martignani** si è poi rivolto alla Prefettura per avere l'autorizzazione alla ripresa dei lavori. "Per noi il lockdown è arrivato quando eravamo in piena campagna, visto che i mesi di punta per le nostre vendite sono proprio marzo, aprile e maggio. Iniziano i produttori siciliani e poi via via fino al nord. Gli ordini in realtà erano stati già fatti prima dell'arrivo della pandemia e quindi dovevamo solo consegnare. E per fortuna non ci sono state flessioni particolari, anche se all'inizio i timori sono stati tanti."



**PAOLO SALVESTRINI**  
ad Pellenc



**STEFANO MARTIGNANI**  
ad e vicepresidente Martignani



**ANTONIO SALVATERRA**  
direttore marketing Argo Tractors



**ALESSANDRO VALENTE**  
ad Valente

*Il lockdown di marzo, poi la riapertura e oggi in vista nuove restrizioni con il ritorno prepotente dell'emergenza sanitaria. Con alcune aziende della filiera di fornitura del vigneto abbiamo provato a stilare il bilancio di questo 2020 che, tutto sommato, non è andato male e che in alcuni casi ha anche messo in evidenza alcune tendenze destinate con tutta probabilità a rafforzarsi nell'immediato futuro*

Anche la *Argo Tractors* - l'azienda che progetta, produce e distribuisce in tutto il mondo i trattori a marchio Landini, McCormick e Valpadana - è stata costretta a chiudere il 12 marzo perché la produzione non rientrava nei codici Ateco autorizzati a continuare le attività. Parte della produzione ha potuto riprendere solo il 26 aprile e il 4 maggio tutti i 1.600 dipendenti del gruppo sono rientrati definitivamente al lavoro. "Solo il magazzino ricambi è sempre stato aperto, come pure l'assistenza tecnica e commerciale da remoto ha continuato la normale attività - dice il direttore marketing **Antonio Salvaterra** - Al momento della riapertura era già attiva una task force interna anti Covid che ha anche realizzato un video in modo che tutti i dipendenti sapessero quali comportamenti seguire per riprendere le attività in totale sicurezza. La tutela della salute dei dipendenti, clienti e partner è da sempre un impegno primario di Argo Tractors, nonché parte della mission aziendale."

Più breve è stata la chiusura di *Valente*, l'azienda padovana che fornisce pali di cemento e di metallo per i settori ortofrutticolo e viticolo. L'amministratore delegato **Alessandro Valente** si è rivolto ad Assoindustria che nel giro di una decina di giorni ha chiarito che l'azienda, rientrando nella catena agroalimentare, poteva continuare il lavoro. "Ci siamo organizzati internamente e naturalmente abbiamo chiamato una ditta esterna per la sanificazione dei locali - dice Valente - e siamo ricorsi alla cassa integrazione per quelle due settimane di chiusura per gli addetti al reparto produttivo. La nostra azienda ha 40 impiegati più 13 addetti commerciali, e al momento della riapertura tutti sono rientrati al proprio posto di lavoro." *Continua a pagina 33* ➔

## WINE BY NUMBERS

BY IL CORRIERE VINICOLO



PROSSIMO AGGIORNAMENTO: DICEMBRE 2020

PRENOTA IL TUO SPAZIO **per informazioni: [corrierevinicolo@uiv.it](mailto:corrierevinicolo@uiv.it)**





Prodotto autorizzato dal Ministero della Salute. Usare i prodotti fitosanitari con precauzione. Prima dell'uso leggere sempre l'etichetta e le informazioni sul prodotto con particolare attenzione alle prescrizioni supplementari, ai pictogrammi e le frasi di pericolo per un uso sicuro del prodotto.

# MAVRIK® SMART Lo specialista gentile.



ADAMA



**MAVRIK® SMART,**  
nuova formulazione ottimizzata  
per una miglior miscibilità, miglior  
bagnatura, continuando ad agire  
in maniera gentile nei confronti  
degli insetti utili.



INSETTICIDI



Prodotto fitosanitario autorizzato dal Ministero della Salute. Usare i prodotti fitosanitari con precauzione. Prima dell'uso leggere sempre l'etichetta e le informazioni sul prodotto con particolare attenzione alle prescrizioni supplementari, ai pictogrammi e le frasi di pericolo per un uso sicuro del prodotto.

# FOLPAN® GOLD Sei sulla strada della qualità.



ADAMA



**FOLPAN® GOLD,**  
parti sereno nel tuo viaggio  
con noi. La certezza di scegliere  
la giusta via per la produzione  
di uve di qualità, ieri, oggi  
e domani.



FUNGICIDI



**CAMPAGNOLA**  
Veduta aerea degli stabilimenti



**LUCA PERETTO** (a destra)  
responsabile vendite  
per il centro-nord Italia  
di Ero Binger



➔ Segue da pagina 31

Infine, ha dovuto chiudere i due stabilimenti emiliani anche Campagnola, l'azienda che produce attrezzature per la potatura e la legatura delle viti, oltre che abbacchiatori per la raccolta delle olive. Ma anche in questo caso, come ci racconta il direttore generale **Andrea Armaroli**, "l'assistenza tecnica non ha mai smesso di operare, come pure la spedizione dei ricambi. Siamo ricorsi alla cassa integrazione solo per il periodo della chiusura, poi il nostro organico di 54 dipendenti è rientrato al lavoro."

Diverso è il caso di **Luca Peretto**, responsabile vendite per il centro-nord Italia di **Ero Binger**, azienda tedesca con sede vicino a Francoforte: "Il nostro magazzino di Faenza per i ricambi e l'assistenza non ha mai chiuso, ma io e il mio collega che si occupa delle vendite nel centro-sud d'Italia siamo stati costretti a fermarci per 40 giorni. I concessionari potevano fare solo assistenza meccanica e quindi sono state settimane difficili e alla ripartenza ci siamo trovati di fronte e non poche difficoltà, prima tra tutte quella di dover rientrare in sede ogni sera e non poter riuscire a stare dietro a tutti gli appuntamenti. Gli alberghi e i ristoranti erano ancora chiusi ed era gioco forza il dover rientrare a casa."

Non ha chiuso mai invece **Isagro**, l'azienda con 350 dipendenti e 4 stabilimenti in Italia che produce agrofarmaci e biosoluzioni per i vigneti e altre colture e che esporta il 70% della propria produzione. "Non ci siamo mai fermati - racconta il responsabile vendite Italia **Giulio Maggiorotto** - ma per noi i rapporti umani restano fondamentali. Non si vende un prodotto, soprattutto se destinato alla lotta integrata e quindi molto tecnico, se non lo si spiega di persona. Sono prodotti che i viticoltori devono saper utilizzare correttamente, altrimenti il rischio è di fare peggio che meglio. Un po' come è accaduto per i generi alimentari, anche noi all'inizio abbiamo assistito al fenomeno di acquisti importanti da parte sia di distributori che di consorzi, che hanno deciso di fare un po' di stock per paura di restare senza. E infatti poi nella seconda parte dell'anno abbiamo venduto un po' meno; tuttavia in generale non abbiamo assistito a cali. Casomai la chiusura delle frontiere ci ha creato qualche problema con l'export, ma contemporaneamente siamo cresciuti in Italia".

#### Come sono andate le vendite?

Ma cosa è accaduta nelle vendite di prodotti e attrezzature per la vigna durante tutti questi mesi? "Abbiamo perso buona parte delle vendite last minute - dice Peretto di Ero Binger e penso anche che ci sia stata una preferenza all'acquisto di prodotti italiani - . Noi per altro siamo in una fascia di prodotti di alta gamma, certamente i più penalizzati in questo periodo. Per questo abbiamo deciso di fare uno sforzo nei confronti dei nostri concessionari, prolungando gli extra sconti che di regola riserviamo alle vendite stagionali". Anche Campagnola ha assistito a un lieve calo nella richiesta di prodotti di fascia di prezzo alta, come quelli per la lavorazione interceppe. "Sono prodotti - dice Armaroli - di prezzo alto. Noi distribuiamo in Italia i macchinari di Arizza, che ha sede in Abruzzo, e questi sono destinati a cantine di una certa importanza. Probabilmente i viticoltori hanno preferito aspettare prima di fare un investimento di una certa entità e molti si sono visti costretti a ricorrere al diserbo chimico, che ha chiaramente costi inferiori. Per quanto riguarda invece le attrezzature per la potatura del vigneto, il lockdown è arrivato quando



**Giulio Maggiorotto**  
responsabile vendite Italia  
di Isagro



la nostra campagna vendita era già conclusa, e quindi non ne abbiamo assolutamente risentito. Nella seconda metà dell'anno poi abbiamo assistito a un forte incremento, del 20-25%, nella vendita di attrezzi per la raccolta delle olive, quest'anno molto abbondante". Anche la Pellenc ha vissuto il medesimo fenomeno e Salvestrini ritiene che le problematiche collegate alla mancanza di mano d'opera per la raccolta delle olive abbia spinto anche i privati, quelli che magari hanno solo una dozzina di olivi, a investire in attrezzature. E Maggiorotto di Isagro aggiunge una riflessione interessante a riguardo: "Durante il lockdown la gente ha avuto più tempo, e ne ha investito una parte per leggere, studiare, informarsi. In seguito a una nostra campagna pubblicitaria on line, siamo stati quasi inondati di domande, soprattutto in merito ai prodotti della linea biologica, che per noi rappresenta il 20% della produzione. Magari chi possiede qualche pianta, qualche filare di vite o qualche olivo che finora non aveva mai preso troppo in considerazione ha deciso di dedicare loro del tempo e ha acquistato quei prodotti di lotta integrata che non hanno bisogno di patentino per essere utilizzati. La gente ha cucinato, ha fatto l'orto e ha ripreso contatto - o anche preso contatto per la prima volta - con la terra e con le piante in generale."

#### Investimenti "frenati" ma c'è ottimismo

Se è vero che il lock down ha portato con sé un rafforzamento dell'attenzione verso i prodotti agroalimentari in generale e dunque anche verso le tematiche legate al mondo del biologico, è altrettanto vero che l'incertezza sul futuro ha messo un freno agli investimenti da parte degli imprenditori. Ne è testimone Valente, che vede il settore vitivinicolo italiano sostanzialmente fermo. "La nostra azienda - spiega Valente - produce pali al 60% per il settore frutticolo e al 40%

per quello viticolo. Con l'arrivo della pandemia non abbiamo avuto disdette da parte dei clienti e non ci sono state richieste di posticipo negli ordini già fatti. Quindi i produttori hanno proceduto con gli investimenti già programmati, e spesso collegati a incentivi dei vari Psr. A settembre sembrava che il mercato italiano si stesse un po' riprendendo, ma adesso vediamo che i nuovi impianti di vigneti sono veramente pochi. Allo stesso tempo i proprietari di frutteti hanno subito una primavera problematica e anche loro hanno rallentato gli investimenti. All'estero - dove mandiamo il 50% della nostra produzione - le cose vanno meglio, anche se ogni nazione ha realtà diverse. In generale, l'Europa è quella più problematica, ma anche tutte le trattative che avevamo in corso negli Stati Uniti sono attualmente congelate".

Stefano Martignani ha assistito a un forte incremento di ordini da parte di Paesi come l'Australia e il Sud Africa, mentre ce ne sono stati altri come il Perù nei quali erano state chiuse anche le aziende agricole, e dunque in questi casi il mercato si è praticamente fermato. "Esportiamo il 60% della nostra produzione in una trentina di nazioni - dice Martignani - e ogni Paese ha fatto storia a sé. Per noi in Italia l'onda lunga del Covid è arrivata a luglio, e abbiamo effettivamente assistito a un calo di domanda per fortuna compensata dall'export. Ma da quando si è chiusa la vendemmia, diciamo nelle ultime due settimane, stiamo assistendo a un buon arrivo di commesse da parte di produttori vitivinicoli che ci fa ben sperare".

E in questa situazione di generale incertezza e di timori per ulteriori chiusure, i segnali positivi non sembrano mancare, tanto che gli operatori del settore non sembrano particolarmente pessimisti. La Argo Tractors ha iniziato a percepire i primi segnali di ripresa già a giugno-luglio, anche grazie agli incentivi attualmente presenti in Italia. I dati elaborati da FederUnacoma (Federazione Nazionale Costruttori Macchine per l'Agricoltura) sulla base delle immatricolazioni registrate dal Ministero dei Trasporti, dicono che a settembre si è assistito a un incremento del 20,7% nelle trattative rispetto allo stesso mese del 2019. Tuttavia, i primi nove mesi dell'anno invece hanno fatto registrare un -11,9% rispetto al medesimo periodo del 2019. "Già nel corso dell'anno passato - racconta Salvaterra - il mercato domestico era stazionario. Il Covid ha chiaramente aggravato la situazione e nei primi 6 mesi del 2020 si è registrato un -18% nelle immatricolazioni di trattori. In Europa le dinamiche commerciali sono state fortemente compromesse dalle politiche anti Covid adottate dai singoli Paesi e tutti i mercati, con l'eccezione della Polonia, hanno archiviato delle perdite. Tuttavia, nel medio termine, guardiamo al mercato mondiale con ottimismo e con la volontà di perseguire gli investimenti in processi e prodotti innovativi. Per quanto riguarda l'Italia, sarebbe auspicabile che i vari incentivi in atto diventassero strutturali e parte integrante di una strategia di crescita del sistema Paese."

Salvestrini della Pellenc ritiene che con l'arrivo, a inizio 2021, della fase di potatura delle vigne si assisterà con tutta probabilità allo stesso fenomeno che si è verificato al momento della raccolta delle olive. D'altra parte, afferma Salvestrini "quest'anno siamo comunque riusciti a raggiungere quel budget che ci eravamo prefissato, ossia il +4% rispetto al 2019. In effetti quando è arrivato il lock down avevamo deciso di abbassarlo

a un -10% rispetto all'anno scorso, ma ci siamo per fortuna dovuti ricredere. Auspicio di poter incrementare nuovamente il numero delle risorse umane nei vari settori, dal magazzino all'amministrazione, dal commerciale al servizio assistenza cercando di vedere il futuro con un certo ottimismo".

"Avevamo ricevuto segnali di ripresa - dice Armaroli di Campagnola - ma con questi nuovi provvedimenti sui ristoranti temo che il settore viticolo si fermi di nuovo. Nonostante il 2020 si stia chiudendo con un +20% in più di fatturato per noi, penso che il settore delle macchine per la lavorazione interceppe non riprenda a breve. L'incremento nel nostro fatturato è dovuto soprattutto al settore olivicolo e alla messa in catalogo di macchinari veramente innovativi".

La Ero Binger si avvicina al periodo di vendite stagionali, che va da metà novembre a fine gennaio e Luca Peretto ci dice che l'azienda "ha una buona richiesta di attrezzature, soprattutto di quelle supportate dagli incentivi Industria 4.0. La Ero nel complesso ha fatto registrare un fatturato in linea con quello del 2019 ma è stato il mercato tedesco a compensare i cali di quelli esteri per effetto degli acquisti patriottici che hanno premiato le vendite di prodotti made in Germany. In Italia siamo a quasi un -10% rispetto all'anno scorso ed è difficile per me fare previsioni su cosa accadrà nei prossimi mesi. Se la durata della crisi si limiterà a un arco temporale di 1-2 anni le aziende avranno la forza di venire fuori come già accaduto in passato. Ma abbiamo bisogno che il nostro settore venga supportato in maniera reale."

Piuttosto ottimista è Maggiorotto, che ritiene che il Covid abbia creato anche nuove opportunità: "Le aziende vitivinicole hanno saputo in buona parte organizzarsi con le vendite on line, e non dobbiamo dimenticare che la gente a casa ha bevuto lo stesso. Noi abbiamo assistito a un vero e proprio boom nella richiesta da parte di cantine del sud, ma anche del centro Italia, di prodotti per la lotta integrata, e la nostra azienda è destinata a crescere rapidamente in questo settore. All'inizio avevo fatto delle previsioni peggiori, ma poi ho visto che il mondo del vino ha reagito, e anche i nostri dati sono positivi. Abbiamo spinto molto sulla nostra italianità, e abbiamo verificato che questo ha fatto presa. La natura va avanti, la vigna va avanti e io sono ottimista".

"Abbiamo dovuto cambiare strategia di marketing - dice Stefano Martignoni - soprattutto per quanto riguarda il mercato estero viste le difficoltà a viaggiare. Video conferenze e marketing on line sono gli strumenti maggiormente utilizzati, mentre in Italia abbiamo deciso di portare da 2 a 4 i nostri area manager che operano in altrettante macro regioni, in modo da andare a colmare alcune lacune che avevamo. Tutto sommato l'anno non è stato negativo e lo stiamo chiudendo solo con un piccolo calo rispetto al 2019, ma abbiamo buone previsioni per quella che sarà la prossima campagna ordini, quindi fino a tutto febbraio prossimo."

In definitiva, il Covid non pare aver creato grossi problemi al comparto e nonostante il perdurare del periodo di crisi e incertezza gli imprenditori mostrano un cauto ottimismo. Certo è che attendono dal Governo segnali importanti a sostegno del settore agricolo, esattamente come li attendono i produttori di vino, che non possono essere lasciati soli sui mercati con l'unica prospettiva di cercare nuovi canali di vendita.

## L'ETICHETTA FA LA DIFFERENZA

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

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

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

PROGETTAZIONE

PRE-STAMPA

STAMPA

IMBALLAGGIO



**gb**

gb grafiche baglio srl

soluzioni per il progetto e la stampa di etichette

www.grafichebaglio.it

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

Torrevilla, lettera aperta alla ministra Teresa Bellanova  
**LA FILIERA NON VA LASCIATA SOLA**

Massimo Barbieri, presidente di Torrevilla, associazione di viticoltori nell'Oltrepò Pavese, scrive alla ministra e si fa portavoce dei 250 soci e di tutte quelle aziende, vinicole e non solo, della filiera che alimenta il settore Horeca e fa grande il Made in Italy nel mondo. "La filiera produttiva non va lasciata sola. (...) Siamo consapevoli vadano adottate importanti misure per far fronte a questa crisi, ma a rimetterci non può essere tutto il

## La guida firmata Ferraro-Gardini punta al green e fa il pieno di vendite

a cura di GIULIO SOMMA e FABIO CIARLA

L'azione  
"verde"  
dei vignaioli  
fa della  
sostenibilità  
la novità più  
importante  
de "I migliori  
100 vini  
e vignaioli  
d'Italia 2021"

**N**on abbiamo mai venduto tanto come quest'anno", Luciano Ferraro commenta così i primi dati sulla diffusione de "I migliori 100 vini e vignaioli d'Italia 2021", la guida edita dal Corriere della Sera che realizza ormai dal 2013 insieme al sommelier e comunicatore Luca Gardini. Un volume da sempre diviso in due parti, da un lato i vignaioli e le loro storie, dall'altro i vini recensiti con i relativi punteggi. Un doppio binario al quale si è aggiunto, in questa edizione, il fattore sostenibilità. Ai protagonisti della prima parte è stato infatti chiesto di raccontare la loro "azione verde", un modo per sottolineare l'impegno di tutto il comparto per l'ambiente e le sue ricadute: "Il 2020 sembrava dover essere l'anno di Greta, della grande coscienza ambientale soprattutto nelle nuove generazioni. Siamo partiti così all'inizio dell'anno e poi ci siamo accorti che il tema andava mantenuto, perché più si studia il virus e più si capisce che è in qualche modo anch'esso collegato con il disastro ambientale". Il vino come elemento che va ben oltre il settore di riferimento dunque, sarà forse anche per questo che il volume sta riscuotendo tanto successo, passando oltre anche rispetto ad alcune polemiche relative ai premi speciali che hanno attraversato i social.

Luciano Ferraro, dopo ormai diversi anni di esperienza nel settore, dal tuo punto di vista ha ancora senso oggi scrivere una guida dei vini?

Penso di sì, ha ancora senso, però non sotto forma enciclopedica come erano quelle tradizionali. Noi crediamo abbia un senso uscire, come nel nostro caso, con una selezione molto forte che racchiude la classifica dei migliori 100 vini e 100 storie dei produttori italiani. Insomma non una mappa dell'esistente, piuttosto una indicazione per il consumatore che ha anche voglia di conoscere chi sta dietro la bottiglia. Suggestioni su cosa comprare ma anche sulle storie da scoprire.

La critica forse più frequente sul tema è che alla fine si parla sempre delle stesse etichette, voi siete riusciti a sfuggire a questo rischio?

Diciamo che per quanto riguarda le storie dei produttori abbiamo realizzato un turnover di circa la metà delle persone protagoniste della prima parte. Nella seconda, ovvero la classifica dei migliori vini, purtroppo è più difficile fare rotazioni perché l'eccellenza non è che c'è

un anno e poi sparisce, i migliori in assoluto lo sono oggi, lo erano probabilmente ieri e in alcuni casi lo saranno anche domani.

### I PREMI SPECIALI

**Vignaiolo dell'Anno**  
Claudio Tipa  
(Gruppo ColleMassari)

**Vignaiola dell'Anno**  
Camilla Lunelli  
(Cantine Ferrari)

**Vignaiolo Verde dell'Anno**  
Pasquale Forte (Podere Forte)

**Vignaiolo Straniero dell'Anno**  
Marjan Simcic (Slovenia)

**Giovani Vignaioli dell'Anno**  
I fratelli Davide e Massimo  
Lorenzi (Enio Ottaviani)

Il tema dei prezzi dei vini segnalati vi colpisce? Le vostre segnalazioni sono tutte legate a etichette costose o coprono le diverse fasce di prezzo?

No, assolutamente, abbiamo in classifica anche diversi produttori che fanno vini buoni che costano intorno ai 10 euro, o addirittura sotto quella soglia. Per esempio Davide e Massimo Lorenzi, dell'azienda Enio Ottaviani, sono stati premiati come giovani vignaioli dell'anno e fanno vini dal rapporto qualità-prezzo veramente straordinario.

Ma la vera novità di questa edizione in realtà è un'altra...

Quest'anno abbiamo cercato di dare alla guida un'impronta green, dando a tutte le aziende recensite uno spazio per raccontare la loro "azione verde" in vigna, in cantina o anche nelle pratiche commerciali. In sostanza abbiamo chiesto ad ognuno di loro cosa stessero facendo per la sostenibilità, per inquinare meno o comunque per ottenere un vino più sano possibile. Il 2020 sembrava dover essere l'anno di Greta, della grande coscienza ambientale soprattutto nelle nuove generazioni. Siamo partiti così all'inizio dell'anno e poi ci siamo accorti che il tema andava mantenuto, perché più si studia il virus e più si capisce che è in qualche modo anch'esso collegato con il disastro ambientale.

sistema vino - scrive -. Tutte quelle aziende che, durante la prima ondata, si sono fatte carico delle spese - a fronte di un contributo insufficiente - sostenendosi con spalle robuste e voglia di fare. Aziende che non potranno reggere in queste condizioni per tutto un inverno. Aziende che chiuderanno. Aziende che hanno bisogno non di più attenzione, ma dell'attenzione che meritano". Il Governo, conclude Barbieri, "non deve dimenticare la sofferenza di quelle che restano in piedi".



Massimo Barbieri,  
presidente di Torrevalle,  
e la ministra  
Teresa Bellanova



Luciano Ferraro

**E quali sono le azioni raccontate dai produttori?**

Tante e anche diverse, da chi fa sovescio a chi riutilizza l'acqua di cantina in una certa maniera, da chi ha cambiato il packaging a chi ha ridotto il peso delle bottiglie. Ognuno ha la sua visione, per molti questa coincide con una delle varie certificazioni presenti in Italia e in Europa.

Parlando di certificazioni hai toccato un tema, come sai, che nel nostro settore è molto delicato e importante. Perché la sostenibilità è diventata un driver non solo di conduzione delle aziende ma anche di valore per il consumatore, che

è sempre più attento quando sceglie un vino. In questi anni abbiamo assistito ad aziende che hanno deciso di intraprendere il percorso difficile, e anche oneroso economicamente, della certificazione della sostenibilità, insieme però a tante altre che hanno puntato solo sulla "autocertificazione". Il nostro settore su questo tema è molto attento perché evidentemente non si può arrivare al consumatore mettendo sullo stesso piano chi investe e decide di farsi controllare e, invece, chi sceglie semplicemente di autocertificarsi o autoraccontarsi. Anche alla luce delle testimonianze che avete raccolto, cosa pensi di questa problematica?

Penso che i manifesti, come quello appena promosso da Slow Food, siano molto interessanti per dare una cornice anche etica e politica alla propria azione verde e sostenibile, ma quello che è più importante di tutto il resto sono le certificazioni. Perché prevedono controlli in fase di ingresso e per il mantenimento dello status, a differenza della semplice adesione

ai manifesti che non prevedendo verifiche: sono in fondo più simili a una autocertificazione di intenti. A mio parere le cantine che vogliono intraprendere la corretta strada della sostenibilità devono entrare in un circuito di certificazione, così anche il consumatore sarà più sicuro della sua scelta in base ai simboli dei vari standard presenti in etichetta.

Come sai è finalmente diventata legge dello stato l'istituzione dello standard unico nazionale di sostenibilità, che sarà regolato da un decreto del Ministero dell'Agricoltura di prossima emanazione. Abbiamo lavorato in questo senso come Unione Italiana Vini perché ritenevamo fondamentale dare alle aziende la possibilità di certificarsi con uno

standard minimo che fosse sostenibile per tutti anche economicamente. Come vedi questa iniziativa?

Mi sembra un primo passo importante, adesso bisognerà aspettare e vedere sia il Decreto che i successivi regolamenti attuativi, perché spesso è lì che si nascondono i problemi. Purtroppo in questi ultimi sei mesi, ad esempio, c'è stata una grandiosa attività di legiferazione, molto minore invece per quanto riguarda la parte attuativa. Stiamo aspettando moltissimi regolamenti attuativi di tanti decreti che sono stati emanati per affrontare l'emergenza Covid, con il rischio di perdere fondi proprio perché mancano i riferimenti operativi. Insomma ben venga questo primo passo, speriamo che la spinta sia davvero concreta e che le aziende capiscano la necessità di procedere in questa direzione collettiva pubblica. Credo ci sarà qualche resistenza perché ad alcuni sembrerà un ulteriore controllo tra i tanti che già vengono svolti nelle aziende, ma se l'iniziativa verrà spiegata bene e sarà agevolata la partecipazione delle imprese con poche regole chiare e semplici, potrà essere un'operazione decisiva per il futuro.

In chiusura citiamo una piccola polemica sorta online e relativa ai premi speciali, in particolare quelli di vignaiolo e vignaiola dell'anno. Per qualcuno il termine vignaiolo non sarebbe adeguato alle persone premiate in quanto le stesse non si occupano direttamente della vigna, cosa rispondi?

Non ho dato molto peso alla polemica, però consiglieri a chi ha dei dubbi sulla cosa di andarsi a rileggere i libri di Luigi Veronelli "I vignaioli storici" e controllare chi c'è nella lista stilata più di 30 anni fa. Per me vignaiolo è chi si dedica principalmente all'attività di produrre vino, ma non serve che vada con gli stivali in vigna tutti i giorni. Secondo Veronelli non si determina da quel dettaglio l'essere o non essere vignaiolo, ma dalla passione e dall'attività imprenditoriale che si porta avanti nel settore. In pratica io mi ispiro a Veronelli più che alle polemiche sui social.

**IL CORRIERE VINICOLO**

**DIRETTORE EDITORIALE**  
ERNESTO ABBONA

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
GIULIO SOMMA g.somma@uiv.it

**CAPOREDATTORE**  
CARLO FLAMINI c.flamini@uiv.it

**REDAZIONE**  
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it

**HANNO COLLABORATO:**  
Rossella Contato, Patrizia Cantini, Fabio Ciarla,  
Antonella Genna, Diego Tomasi, Davide Boscaro,  
Omar Bison

**GRAFICA**  
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

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

**PROMOZIONE & SVILUPPO**  
LAURA LONGONI, tel. 02 72 22 28 41, l.longoni@uiv.it

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana

Grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

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



**Onda**  
NEW TECHNOLOGY

**MALOLATTICA NEI ROSSI & OSSIGENO**

**1 SOMMINISTRARE ARIA E MODULARE IL POTENZIALE REDOX**

- rapida degradazione dell'acido malico;
- maggior intensità colorante, più alta frazione di pigmenti polimerici non sensibili al pH e alla solforosa;
- miglior evoluzione del profilo sensoriale.

**2 INSUFFLARE DAL BASSO GAS INERTE**

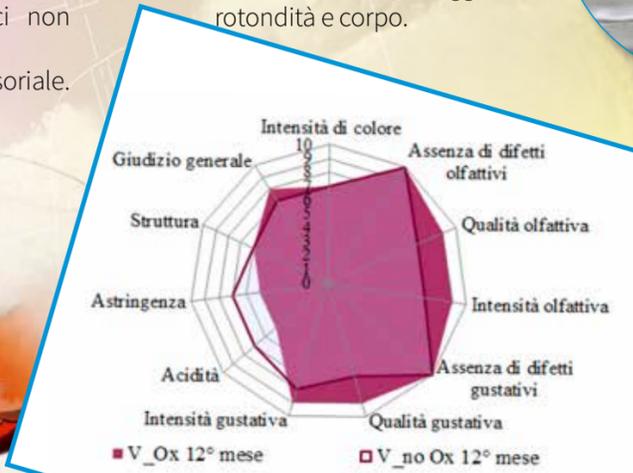
- per risospendere le fecce fini conferendo maggior rotondità e corpo.



Insufflazione  
Inflation



Ossigenazione  
Oxygenation



**SISTEMA AUTOMATIZZATO DI INIEZIONE GAS TECNICI, GESTITO DA UN QUADRO DI COMANDO POSTO SUL VINIFICATORE ONDA**



**Ghidi**  
PROGETTIAMO E REALIZZIAMO  
Serbatoi in acciaio inox

GHIDI METALLI Srl  
Via Circonvallazione, 64  
51011 Borgo a Buggiano (Pistoia) Italia  
sales@ghidimetalli.it  
Tel. 0572 32216 - Fax 0572 30887  
www.ghidimetalli.it



**A novembre si è tenuta la versione digitale  
MERANO WINEFESTIVAL POSTICIPATO A MARZO 2021**

In conseguenza alle nuove ordinanze per l'emergenza Covid, il Merano WineFestival si è svolto in versione digitale dal 6 al 10 novembre scorsi sulla piattaforma WineHunter Hub e ha spostato le date dell'evento nelle consuete location meranesi dal 26 al 30 marzo 2021. "Il periodo primaverile - ha detto il patron, The WineHunter Helmuth Köcher - è un momento molto favorevole per Merano e dintorni. Un momento di rinascita che vorremmo vivere insieme con i produttori e con tutti gli amici ed estimatori di Merano WineFestival".

# Le Denominazioni di Origine italiane un modello di certificazione della qualità che fa scuola all'estero

I risultati ottenuti con la ristrutturazione normativa del settore, sommata a una politica di valorizzazione del sistema delle DO, sono stati il motore della rinascita del vino italiano. Ma il fattore decisivo, quello che ha consentito al nostro sistema di acquisire un ruolo internazionale di primo piano, è stata la scelta di rendere trasparente il mercato, di "modernizzarlo", introducendo meccanismi di verifica sistematici e continuativi che riguardassero tutta la filiera. Il ruolo di Valoritalia, l'ingresso nel board di DNV GL e l'apertura all'internazionalizzazione

a cura di **BIANCA BOVE**

**P**er comprendere appieno cos'è diventata la vitivinicoltura italiana e quali traguardi può porsi per l'immediato futuro è necessario guardare alla sua storia recente, alle difficoltà che è stata capace di superare ed ai risultati che ha ottenuto. In poco più di trent'anni il mondo del vino italiano si è completamente trasformato, convertendo in opportunità un pesantissimo scandalo che nel 1986 mise a nudo quelle che allora erano le debolezze più evidenti del nostro sistema: scarsa trasparenza delle regole, poca attenzione alla qualità e una pressoché inesistente attività di sorveglianza delle Istituzioni, che in quegli anni detenevano la completa titolarità dei controlli. Davanti al baratro aperto da uno scandalo che provocò il crollo delle vendite di vino italiano in tutto il mondo, oltre ad un pesante danno di immagine che per molto tempo ha gravato come una cappa sulle imprese, la nostra viticoltura ha saputo reagire facendo proprie due fondamentali linee di intervento: da un lato ricostruendo la fiducia dei consumatori, adottando regole chiare, meccanismi trasparenti e un controllo puntuale sulla filiera produttiva; dall'altro aumentando la qualità dei prodotti, con il proposito di migliorare l'immagine percepita e acquisire nuovi e più remunerativi segmenti di mercato. Tutto questo in un contesto socio economico che in poco meno di 20 anni ha determinato - in Italia ma non solo - un calo di oltre il 50% del consumo pro-capite dei vini riducendo drasticamente gli spazi di mercato. Successivamente è stato avviato un percorso decisionale che in poco più di un ventennio ha trasformato completamente tanto

le basi giuridiche della viticoltura italiana (e comunitaria), quanto lo stesso modo di agire delle imprese. Un percorso che ha visto come principali protagonisti tanto i Consorzi di tutela e Federdoc, la loro federazione, quanto l'Istituzione, intesa nella sua dimensione più ampia, che ha tradotto in norme una richiesta di chiarezza che veniva da imprese e consumatori. Tuttavia non dobbiamo trascurare il fatto che le maggiori pressioni per adottare una normativa più efficace, incentrata su un sistema organico di controlli - a cominciare da quelli fondamentali in vigneto su fallanze e base ampelografica - sono state promosse proprio da quelle imprese determinate a produrre vini di qualità; imprese consapevoli che un sistema sano è in grado di fornire garanzie a tutti, ai consumatori come agli operatori, consapevoli della necessità di porre tutte le aziende sullo stesso piano, eliminando furbizie e scorciatoie; consapevoli che un mercato "opaco" rappresenti un danno per tutti e un vantaggio per pochi.

**Una viticoltura trasparente solida e ben strutturata**

Oggi la viticoltura italiana appare, nel suo complesso, trasparente, solida, ben strutturata e qualitativamente all'avanguardia: un esempio di come la volontà sia capace di superare difficoltà che sembrano insormontabili, oltre che pregiudizi e atteggiamenti consolidati dall'abitudine. I risultati ottenuti con la ristrutturazione normativa del settore, sommata a una politica di valorizzazione del sistema delle Denominazioni d'Origine, sono stati il motore della rinascita del vino italiano. Ma il fattore decisivo, quello che ha consentito al nostro sistema di acquisire un ruolo internazionale di primo piano, è stata la

scelta di rendere trasparente il mercato, di "modernizzarlo", introducendo meccanismi di verifica sistematici e continuativi che riguardassero tutta la filiera. I Consorzi hanno avviato un processo innovativo, i cui principi guida sono stati recepiti e confermati da Regolamenti Comunitari e leggi dello Stato. I successivi passaggi delle funzioni di controllo dallo Stato ai Consorzi e da questi a soggetti terzi - gli Enti di Certificazione - hanno rappresentato l'inevitabile conclusione di un percorso di adeguamento del comparto a quello di più maturi settori economici. Si è affermato il principio di indipendenza tra controllati e controllori, ma ancor di più si è affermato il diritto dei consumatori a ottenere la totale garanzia che ciò che si consuma corrisponda a ciò che si dichiara di produrre. Principi di modernità e, soprattutto, di civiltà. Nel 2009, a seguito dell'adozione di un Regolamento Comunitario che imponeva l'affidamento dei controlli delle Denominazioni di Origine ad Enti terzi di Certificazione, venne costituita Valoritalia, società nata per iniziativa di Federdoc nel compito di assorbire l'esperienza e il know-how maturato in precedenza dai Consorzi. Una missione che la società ha svolto con passione e dedizione, fino a ottenere una posizione di assoluta leadership in Italia nella certificazione dei vini di qualità. L'attività che Valoritalia svolge quotidianamente rappresenta certamente il mezzo per verificare il rispetto delle norme contenute dai disciplinari, la qualità e la tracciabilità dei prodotti immessi sul mercato, ma al contempo costituisce anche uno strumento posto a garanzia di produttori e consumatori. I primi sanno di muoversi all'interno di regole comuni alle imprese

che utilizzano quella denominazione; i secondi hanno la garanzia che il vino acquistato rispetti gli standard previsti dal disciplinare. La certificazione non è e non dev'essere considerata un onere burocratico che si somma a tutti quelli che già normalmente un'azienda deve sopportare; è viceversa un valore aggiunto, perché tutela un patrimonio che appartiene all'intera comunità dei produttori, al territorio ed ai consumatori.

**Il sistema italiano di certificazione**

Il sistema italiano di certificazione poggia oggi sull'assunto implicito che l'osservanza coattiva delle regole dispone tutte le aziende nelle medesime condizioni, garantendo che la competizione si manifesti sul terreno che le è proprio, ovvero sulla qualità e l'originalità dei prodotti, sui costi e sui prezzi, sugli investimenti e l'innovazione. Solo rispetto a vent'anni fa si è prodotto un mutamento radicale del contesto di mercato, anche se non si è trattato di una trasformazione indolore: passare da un controllo saltuario operato da Istituzioni il più delle volte assenti, a un sistema organico di verifiche gestito da organismi indipendenti e professionali, ha significato soprattutto imporre alle imprese un salto culturale, tecnico e organizzativo. Nonostante le inevitabili difficoltà di percorso, la viticoltura italiana ha oramai acquisito una modernità che la rende del tutto analoga ad altri settori maturi dell'industria e del terziario, con imprese che com-

petono in un mercato governato da regole comuni, con procedure di controllo e verifica che assicurano la completa tracciabilità e un insieme di garanzie che tutela operatori e consumatori. Per la sua complessità, puntualità e articolazione, il sistema vitivinicolo italiano è diventato un "modello" di riferimento internazionale, nel quale le componenti fondamentali sono rappresentate dalla struttura delle Denominazioni di Origine e dal processo di certificazione. Per la nostra viticoltura si tratta di un riconoscimento importante, perché dimostra la capacità delle sue strutture associative - in primo luogo dei Consorzi di Tutela e di Federdoc - di adottare una politica coerente anche nel lungo termine e di ottenere risultati molto importanti. Un "modello", per l'appunto, che può essere esportato e che consentirebbe ai vini italiani di godere, su molti mercati, di un significativo valore aggiunto.

**Favorire l'internazionalizzazione: l'ingresso di DNV GL**

Queste considerazioni hanno condotto Federdoc - la Federazione italiana dei Consorzi di Tutela - a scegliere un partner di levatura mondiale che en-

trasse nella compagine sociale di Valoritalia, con l'obiettivo specifico di favorirne l'internazionalizzazione e promuovere il modello nazionale di organizzazione e gestione della vitivinicoltura di qualità. La scelta è ricaduta su DNV GL, società multinazionale di certificazione con base in Norvegia di proprietà di una Fondazione, molto attiva in Italia e con 350 filiali in oltre 100 Paesi, alla quale Federdoc ha ceduto il 2% delle quote consentendole di entrare nel board di Valoritalia. D'altra parte, l'ingresso del colosso scandinavo nei vertici societari è una concreta dimostrazione di come il modello italiano di certificazione rappresenti un punto di riferimento a livello internazionale. Questa partnership permetterà a tutti i soggetti coinvolti di ottenere consistenti vantaggi: a Valoritalia di internazionalizzare metodi e servizi di certificazione in contesti europei ed extra europei nei quali la viticoltura di qualità svolge un ruolo importante; a DNV GL di acquisire know-how e di ampliare i propri orizzonti operativi; a Federdoc di promuovere il modello italiano di gestione vitivinicola. Esportare il "Modello Italia" significa, in definitiva, consolidare la reputazione internazionale delle nostre Denominazioni, rafforzare il posizionamento delle nostre imprese e garantire al contempo i consumatori. Un compito ambizioso ma necessario.



# La soluzione? Palletways.

LL Communication

## Il tassello mancante per il tuo business.

Grazie all'implementazione di nuove tecnologie e alla profonda capillarità sul territorio con 20 Hub, oltre 400 Concessionari in Europa e una copertura in 20 nazioni, Palletways, il Network di trasporto espresso di merce pallettizzata, ti garantisce un servizio di trasporto veloce e affidabile: **In vino veritas, in delivery Palletways!**



// Network espresso per merce pallettizzata

Trova il tuo Concessionario di zona su  
[www.palletways.com](http://www.palletways.com)



Palletways Plus



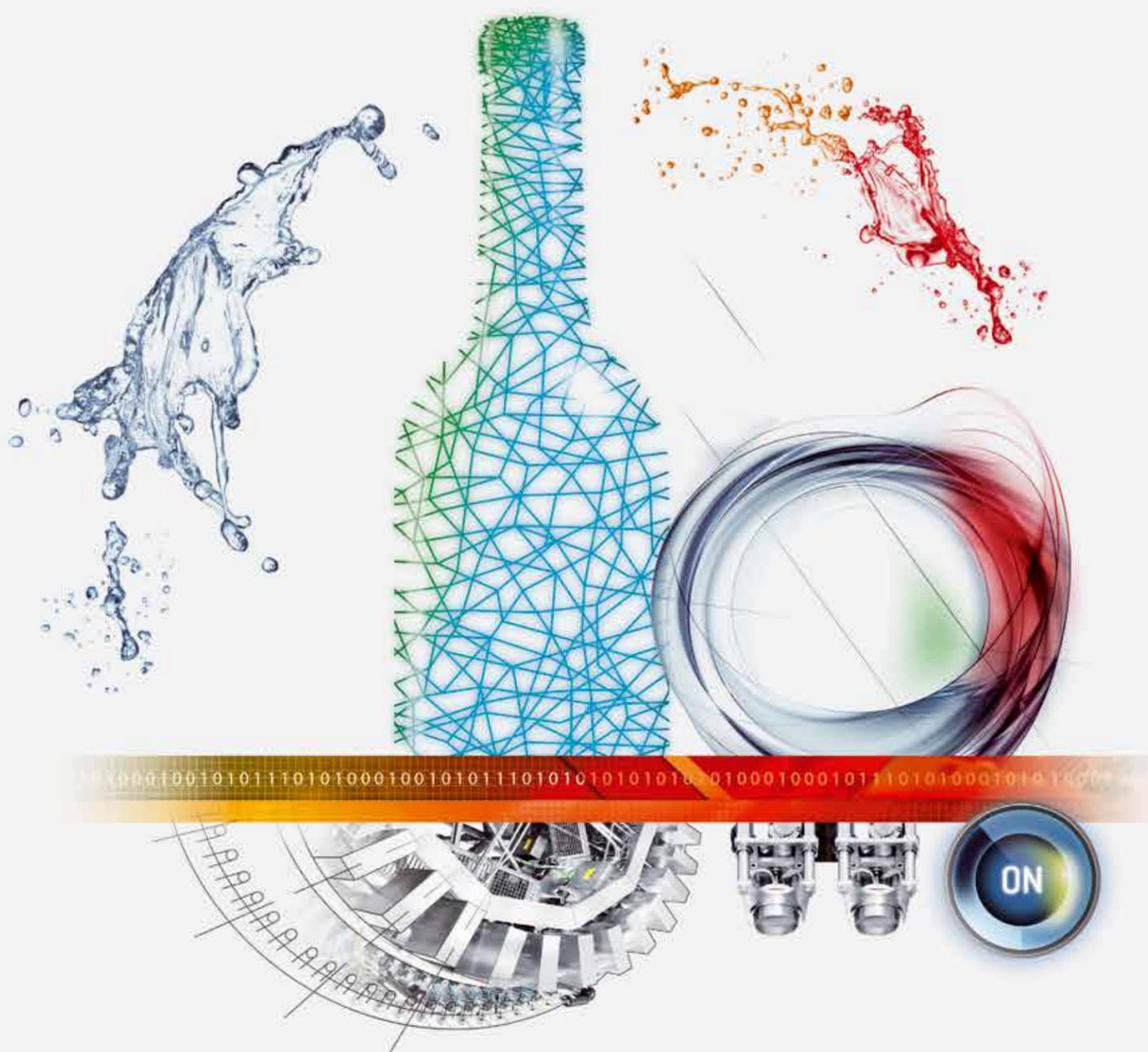
[portal.palletways.com](http://portal.palletways.com)



an **Imperial**™ company

SALONE  
INTERNAZIONALE  
MACCHINE PER  
ENOLOGIA E  
IMBOTTIGLIAMENTO

**SIMEI**



**LEADER IN WINE & BEVERAGE TECHNOLOGY**

ORGANIZED BY



UNIONE ITALIANA VINI

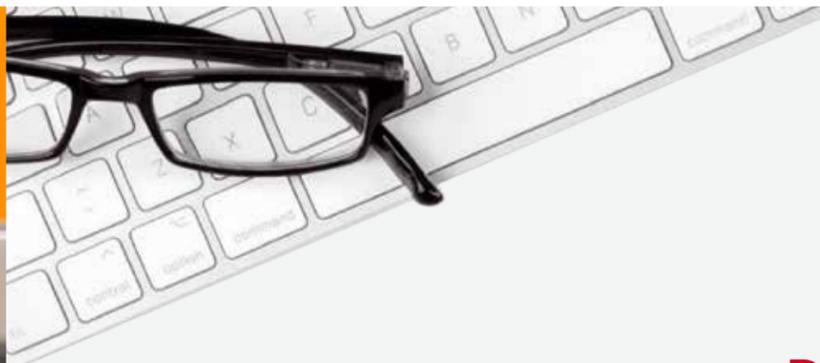


FIERA MILANO

**29<sup>a</sup> EDIZIONE**

**16-19 Novembre 2021**  
**Fiera Milano (Rho)**

info@simei.it / simei.it

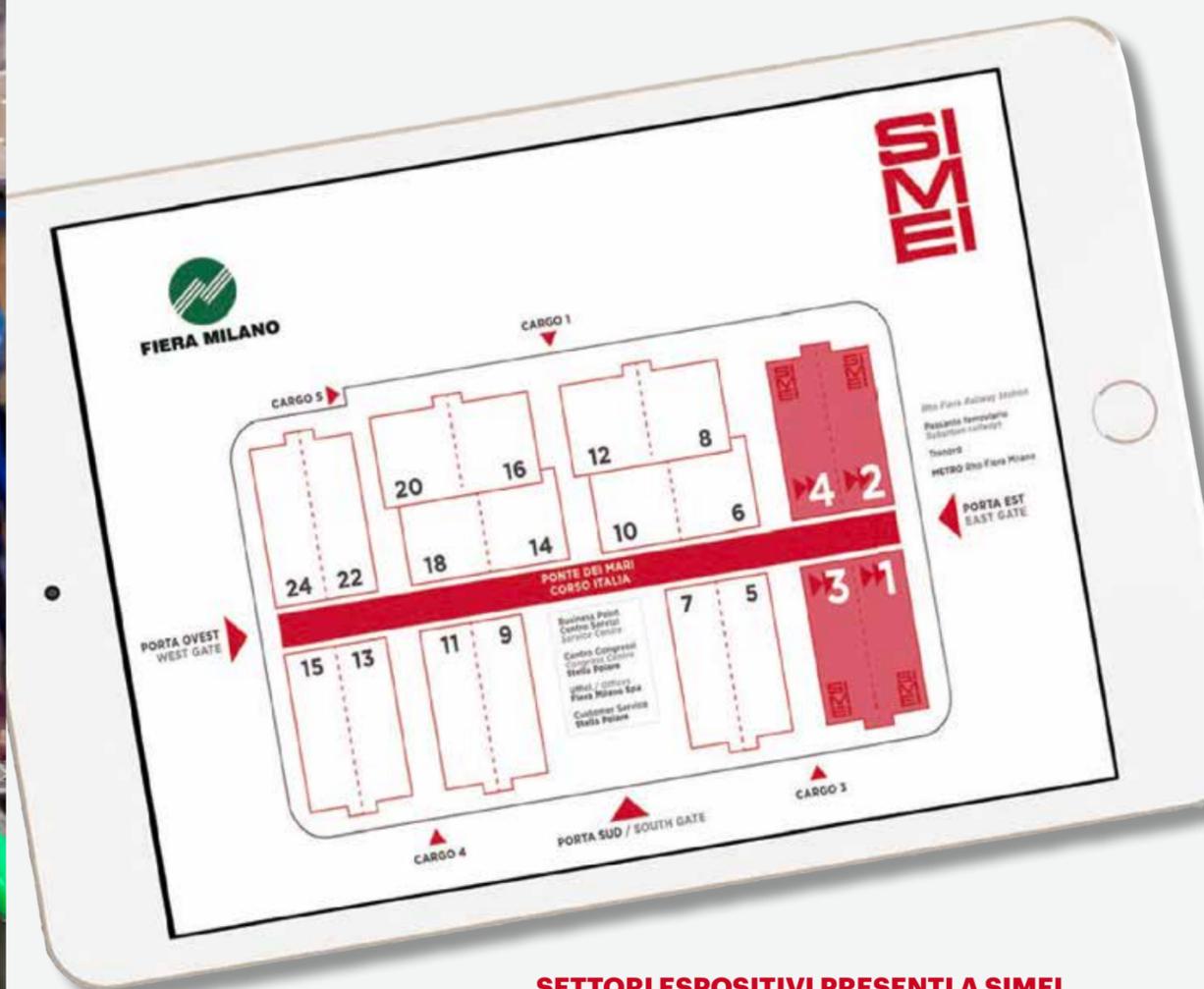


**OLTRE  
31.000  
VISITATORI  
DA 90 PAESI**

**LA PIÙ  
IMPORTANTE  
VETRINA  
INTERNAZIONALE  
DEDICATA ALLE  
TECNOLOGIE E AI  
PRODOTTI PER IL  
WINE & BEVERAGE**

**600  
ESPOSITORI  
DA 25 PAESI**

**70.000 MQ  
DI SUPERFICIE  
ESPOSITIVA**



#### **SETTORI ESPOSITIVI PRESENTI A SIMEI**

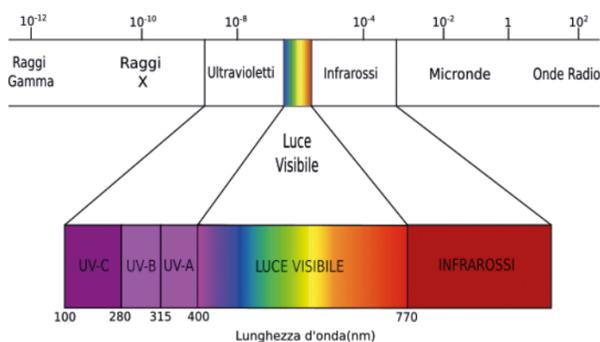
- Materie prime, prodotti chimici e biologici
- Impianti di produzione e tecnologie di processo
- Contenitori di fermentazione e invecchiamento
- Filtri e impianti per la filtrazione
- Ispezionatrici, selezionatrici e attrezzature di controllo
- Prodotti e macchine per il lavaggio
- Prodotti e attrezzature di misura
- Imbottigliamento e riempimento
- Macchine chiuditrici
- Contenitori
- Prodotti per la tappatura
- Etichettatura e sistemi di stampa
- Confezionamento e trasporto interno aziendale
- Attrezzature e prodotti trasversali
- Servizi



**Chianti**  
CONSORZIO VINO CHIANTI

**Toscana  
AS.CO.T VINCE BANDO PSR PER LA PROMOZIONE**

Un finanziamento da 200mila euro per la promozione, la partecipazione a fiere internazionali e l'organizzazione di importanti eventi. As.Co.t-Associazione Consorzi Toscani per la qualità Agroalimentare, costituita da Consorzio Vino Chianti e Consorzio del Morellino di Scansano, si è aggiudicata il bando 3.2 del Psr della Regione Toscana. Vinexpo Paris 2021 sarà il primo appuntamento internazionale, con un'area espositiva istituzionale. Attesissima anche la presentazione delle anteprime con la nuova edizione di Chianti Lovers.



**I tre tipi di raggi ultravioletti**

Banda UV	Lunghezza d'onda (nm)	Descrizione
UV-A	400-315	Onde lunghe UV; 99% degli UV che arrivano alla superficie terrestre; responsabili dell'abbronzamento della pelle
UV-B	315-280	Onde medie UV; solo 1% arriva alla superficie terrestre
UV-C	280-100	Onde corte UV; vengono assorbiti dall'ozonofera non arrivando alla superficie terrestre; hanno azione germicida



**Presentato il robot Icaro X4 predisposto per il trattamento in totale autonomia dei vigneti con i raggi ultravioletti, con lo scopo di contenere le principali malattie (peronospora, oidio e botrite) attraverso l'azione "killer" di questi raggi**



di **DIEGO TOMASI e DAVIDE BOSCARO**,  
CREA-VE Centro Ricerca Viticoltura ed  
Enologia - Conegliano (TV)

# SPERIMENTAZIONE AL CREA - VE

## Contro oidio, peronospora e botrite, entrano in vigneto i raggi UV

**È** stato nel cuore produttivo della Doc Prosecco, precisamente a San Polo di Piave, che ai primi di ottobre si è tenuta la presentazione, da parte della start-up innovativa Free Green Nature Srl di Colle Umberto (Tv), del robot Icaro X4 predisposto per il trattamento in totale autonomia dei vigneti con i raggi ultravioletti (UV). Il robot è infatti in grado di trattare le piante con delle lampade UV opportunamente tarate nella regione UV-C (100-280 nm), con lo scopo di contenere le principali malattie (peronospora, oidio e botrite) attraverso l'azione "killer" di questi raggi. L'idea di creare questo dispositivo nasce da Valter Mazzarolo, Guido Tarticchio e Roberto Arato, i quali hanno intuito la possibilità di applicare tale trattamento, oggi comunemente diffuso per la sanificazione degli ambienti e la depurazione dell'acqua, anche in campo agricolo. Forte di alcuni brevetti acquisiti e depositati, Mazzarolo ha iniziato i lavori nel lontano 1992, quando lo studio di tale applicazione era ancora ai primordi. Negli anni a seguire, con l'aumento delle conoscenze e stante la necessità di trovare alternative sostenibili all'impiego dei fitofarmaci, si è potuto arrivare alle prime conclusioni che vedono i raggi UV in grado di contrastare con buona certezza le malattie fungine della vite sopra ricordate. Infatti, secondo alcune sperimentazioni da parte della Cornell University statunitense situata a Ithaca, nello stato di New York, si è dimostrato che è possibile abbattere totalmente l'oidio in vigneto con i raggi UV-C in modo analogo rispetto a quello operato con i prodotti fitosanitari; queste applicazioni si sono dimostrate altrettanto efficaci nei confronti della botrite. Tale risultato deriva dalle capacità germicide di questi raggi, i quali sono in grado di danneggiare il DNA di microrganismi, batteri e funghi. Quando i danneggiamenti al DNA vanno oltre certi limiti di esposizione, questi possono portare alla morte o mutazione (cancro) cellulare.

Continua a pagina 42 ➡

**NERI**

MACCHINE ENOLOGICHE INDUSTRIALI



Climatizzatore mod. MYR S

La NERI FILIPPO e C. snc, ditta molto dinamica ha continuato a migliorarsi e rinnovarsi. Le continue ricerche e lo sviluppo di nuove tecnologie hanno portato ad avere dei macchinari innovativi che seguono le esigenze logistiche dei propri clienti dalla MICROCANTINA, vedi il nuovissimo ed ECONOMICO NRO MINI (orientatore di tappi fino a 1.800 t/h), fino alle più importanti realtà del beverage, che richiedono velocità maggiori.

Gli **ORIENTATORI AUTOMATICI** di tappi sono stati completamente rinnovati sia con una struttura esterna più compatta, sia con l'uso di alte tecnologie ottimizzando così i tempi di produzione.

Gli **ORIENTATORI** di ultima generazione sono elettro/pneumatici con il cuore di una CPU estremamente veloce e affidabile e dotati di pannelli di controllo per la gestione e la diagnostica. Vari sono gli accessori abbinabili come ad esempio un'apparecchiatura a telecamere "intelligenti" capace di selezionare e orientare i tappi in sughero di vini PREGIATI, l'aspiratore e il dispositivo di spazzolatura polveri tappi, il tubo riscaldante, il deviatore per lo svuotamento diretto della tubazione...

Gli **ALIMENTATORI INCANALATORI** sono stati studiati per eliminare le tramogge in alto dei tappatori, dando sicurezza di assoluta igiene e funzionalità. Le produzioni vanno dai 7.000 del NR MI MINI di nuovissima concezione fino ai modelli che raggiungono fino a 30.000/h. I **CLIMATIZZATORI AUTOMATICI ANTICONDENSA**, altamente innovativi, riescono sia ad eliminare in maniera definitiva la condensa con tempi molto ridotti rispetto ad altri impianti simili, sia ad ottenere

un risparmio energetico quantificabile in circa il 50-70%.

Le bottiglie si trovano a volte in magazzini con una temperatura inferiore a quella dell'ambiente. Si crea così una condensa che può compromettere la perfetta etichettatura e di conseguenza provocare il formarsi di muffe all'interno dei cartoni di confezionamento. Le bottiglie escono dal ciclo lavorativo dei **CLIMATIZZATORI** perfettamente asciutte ed idonee ad essere etichettate senza problemi.

Nella sua sede vengono ideati, realizzati e poi commercializzati in tutto il mondo **IMPIANTI ALL'AVANGUARDIA** che migliorano le condizioni delle bottiglie piene durante il loro confezionamento.

Le **LAVASCIUGATRICI AUTOMATICHE** della ditta NERI FILIPPO lavano perfettamente sia il collo sia il corpo che il fondo (a seconda delle necessità del cliente) togliendo qualsiasi impurità dall'esterno del collo e del fondo delle bottiglie piene. Nella seconda fase le bottiglie umide vengono perfettamente asciugate eliminando qualsiasi residuo di acqua dall'esterno delle bottiglie stesse.

Impianti standard, ma progettati e costruiti in base alle necessità di ogni singolo cliente.

È possibile fornire tutto il gruppo composto da **LAVATRICE, CLIMATIZZATORE, ASCIUGATRICE**, oppure il cliente può scegliere quali e quante di queste macchine sono utili alle proprie esigenze.

Gli **ELEVATORI AUTOMATICI** sia nella versione standard sia nella versione verticale (che si adattano alle diverse lunghezze e altezze della linea del cliente) offrono un valido aiuto per alimentare tappi, capsule...



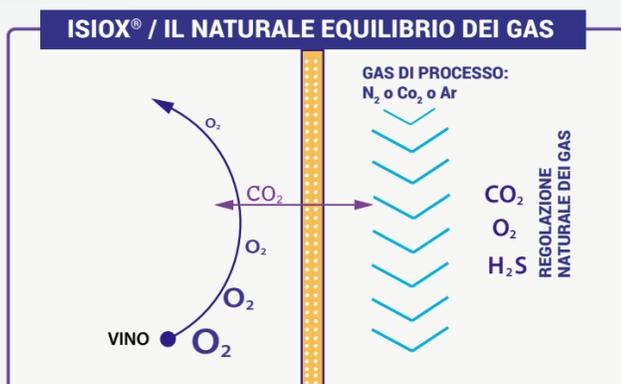
Orientatore di tappi mod. NRO Mini



Alimentatore di tappi mod. NR MI Mini



# PIÙ VITA AL TUO VINO



**Gestire la CO<sub>2</sub>:** come, quando e perché. L'ossigeno è il principale nemico della serbevolezza dei vini. **ISIOX® la protegge.**

Riduzione in O<sub>2</sub> disciolto  
**- 95÷97%**

Arricchimento in CO<sub>2</sub>  
**+ 12 g/l**

Riduzione in CO<sub>2</sub>  
**- 70÷80%**

Riduzione H<sub>2</sub>S  
**-90%**

Le performance

## IL NATURALE EQUILIBRIO DEI GAS

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

## LE PRINCIPALI APPLICAZIONI PRATICHE DI ISIOX®

- ✓ **Togliere ossigeno** durante un travaso, allo scarico di cisterne stradali, dopo la stabilizzazione tartarica o una filtrazione (anche preimbottigliamento) per **migliorare la conservabilità dei vini**.
- ✓ **Togliere, mantenere o aggiungere CO<sub>2</sub>** fino a 12 g/l (6 bar) per modificare l'impatto gustativo secondo le preferenze dei clienti o i gusti tipici dei mercati (- CO<sub>2</sub> = + morbidezza; + CO<sub>2</sub> = + vivacità).
- ✓ **Togliere acido solfidrico** (anche se presente al di sotto della soglia olfattiva) per prevenire o eliminare i fenomeni di riduzione ed avere miglior pulizia olfattiva, anche dopo la presa di spuma.
- ✓ **Regolare la pressione di CO<sub>2</sub>** di vini frizzanti e spumanti fino a 6 bar sia per avere un dato preciso ed omogeneo dalla prima all'ultima bottiglia, sia per evitare lo scoppio di bottiglie.
- ✓ **Togliere CO<sub>2</sub>** prima del confezionamento in contenitori flessibili (BiB e Tetra Pack) per **evitarne la deformazione**.
- ✓ **Diminuire l'aldeide acetica** come dimostrato in recenti studi in collaborazione con l'Università di Napoli.

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

**CONTATTACI PER UN TEST IN AZIENDA**

ISIOX® è un'idea di **TEBALDI.IT** Risorse per l'enologia tel. 045 7675023 [www.tebaldi.it](http://www.tebaldi.it)

**Tebaldi.it**



**Previsione di chiusura d'anno in positivo  
LUGANA, SBLOCCO DELLO STOCCAGGIO 2019**

In attesa della nuova annata, prevista per i primi mesi del 2021, il Consorzio del Lugana ha deliberato lo sblocco dello stoccaggio 2019. Il Lugana Doc sta registrando una ripresa, con una crescita che sfiora l'11% rispetto all'anno precedente, nonostante la flessione delle vendite nei mesi di lockdown, con una previsione di chiusura d'anno in positivo. "Con questa decisione - afferma il presidente Ettore Nicoletto - verranno immessi complessivamente al consumo poco meno di 6.000 ettolitri di Lugana Doc, destinati prevalentemente a Italia, Germania e Usa. Una decisione importante anche al nostro interno, un'iniezione di fiducia e ottimismo per l'intera filiera del Lugana".

➔ *Segue da pagina 40*

Proprio per questo motivo i raggi UV-C risultano essere cancerogeni (gruppo 1 IARC) e dannosi anche per la pelle e gli occhi umani.

**Oidio e peronospora**

L'oidio, dovendo sviluppare il suo ciclo biotrofico all'esterno della lamina fogliare, risulta essere suscettibile quando esposto ai raggi UV-C, soprattutto quando l'irradiazione avviene dopo almeno quattro ore di oscurità in quanto, stando sempre alle ricerche operate dalla Cornell University, di notte i meccanismi di difesa del fungo verso la luce UV naturale risultano essere disattivati e il DNA non è più in grado di riparare eventuali danneggiamenti.

Diverso invece il caso della peronospora, la quale per poter svolgere il suo ciclo, necessita di incistarsi negli stomi fogliari "vivendo" a scapito della foglia. In questo caso l'azione UV risulterebbe venire meno in quanto il patogeno risulterebbe "protetto" dalle cellule del mesofillo e i raggi UV, a differenza dei raggi X o gamma non sono in grado di penetrare all'interno dei corpi. Tuttavia,

sempre dalle sperimentazioni della Cornell University, è stato possibile verificare che su Chardonnay dosi di raggi UV-C comprese tra i 100 e i 200 J/m<sup>2</sup>, riescono a sopprimere gli attacchi fogliari di peronospora in modo quasi paragonabile a quello dei fungicidi tradizionali. Il meccanismo da attribuire a tale controllo, secondo le prime sperimentazioni di laboratorio, sembrerebbe derivare parzialmente da un effetto diretto sul microrganismo, ma anche da una forte attivazione delle difese da parte della vite indotte proprio dagli UV. Si aggiunge che per poter usufruire al meglio dell'impiego di questa tecnologia, soluzioni di lampade applicate a robot risultano essere la migliore via percorribile, anche per garantire l'irraggiamento in qualsiasi condizione atmosferica. Proprio per questo, nelle ultime sperimentazioni, i ricercatori della Cornell stanno ipotizzando di usare dei robot in grado di scavallare la parete fogliare e irradiarla.

**Il robot Icaro X4**

In anticipo sugli altri, la Free Green Nature ha presentato il robot Icaro X4, che va sicu-

ramente verso questa direzione. Equipaggiato da una struttura portante con telaio monoscocca poggiante su 4 ruote sterzanti a sospensioni indipendenti, mosso da un motore elettrico la cui carica viene generata da un motore endotermico fornito dalla Kohler (429cc, 14 CV) e con un peso totale di 980 kg, il rover è in grado di portare due grossi pannelli equipaggiati con lampade UV-C in modo autonomo (guida basata su sistemi GPS RTK con precisione di 2,5 cm e radar) e sicuro per l'operatore all'interno dei vigneti. Difatti, il robot è dotato di 4 sistemi di sicurezza basati su termocamere e sensori ad ultrasuoni in grado di riconoscere la presenza umana a una distanza di 10 metri e di interrompere le eventuali operazioni di irradiazione qualora vi sia un pericolo di avvicinamento imminente, risultando quindi del tutto sicuro per il viticoltore. A maggiore prova della sua sicurezza, il robot già dispone delle certificazioni necessarie per il suo utilizzo in campo (compresa quella CE).

L'intenzione della Free Green Nature è comunque quella di impiegare la stagione 2021 solo

a fini sperimentali necessari a testare il sistema fortemente innovativo nel panorama viticolo e a diffondere tale tecnologia tra i viticoltori. L'acquisto del robot potrebbe comunque essere agevolato per le aziende agricole che vogliono investire in questa tecnologia attraverso gli incentivi Industria 4.0 o PSR.

Il prototipo della Free Green Nature comunque risulta essere il più avanzato nel panorama internazionale, anche rispetto allo stato delle ricerche della Cornell, della Panasonic (Giappone), che nel 2009 ha depositato un brevetto proponendo un trattamento alle piante con tecnologia UV-C pulsata, o quello dell'Università di Shandong (Cina), rivolto al controllo dell'oidio nel cetriolo sempre con raggi UV-C.

Altri esempi a livello europeo riguardano l'azienda CleanLight™ (Olanda), nata dalla collaborazione con l'Università di Wageningen e già attiva nella commercializzazione di macchinari per il trattamento UV delle piante, sia in campo aperto (es. fragole), che di semi e bulbi. Infatti, una delle ulteriori applicazioni della tecnologia potrebbe riguarda-

re l'impiego nella fase di post-raccolta sui semi o frutti al fine di aumentarne la shelf-life.

**La sperimentazione**

Tornando a Icaro X4, restano da verificare alcuni aspetti sulla diffusione di questa tecnologia in vigneto, come ad esempio gli impatti che i raggi UV potranno avere sulla fauna utile presente nei vigneti (es. fitoseidi). Le prime risposte arrivano già da alcuni studi, i quali sembrerebbero dimostrare come le piante siano in grado di tollerare senza cali di produttività o altre conseguenze medie dosi di UV-C, dosi che solitamente vengono impiegate per i trattamenti, mentre per gli insetti utili resta da verificare la loro tolleranza ai raggi UV-C abbinate però a dei ventilatori che dovrebbero favorirne il loro allontanamento al sopraggiungere del robot.

Quella della Free Green Nature resta un'idea sicuramente interessante e innovativa nell'attuale panorama, che se correttamente applicata e dovutamente sperimentata, potrebbe portare a una graduale riduzione dell'impiego di fitofarmaci in vigneto, con conseguenti benefici ambientali e

sociali, dei quali oggi più che mai, la viticoltura abbisogna. Proprio per gli stessi obiettivi si stanno proponendo anche nuove varietà resistenti a peronospora e oidio, nuovi induttori di resistenza naturali in grado di potenziare le autodifese della vite e nuovi principi attivi derivanti da biomolecole per il trattamento del vigneto. La tecnologia a raggi UV si pone come elemento assolutamente innovativo e dalle grandi aspettative. Proprio per verificare quanto potenzialmente intuito e parzialmente verificato all'estero, Icaro X4 verrà testato e sperimentato dal CREAVE di Conegliano, incaricato dalla Free Green Nature di testare non tanto l'affidabilità del robot, altamente ingegnerizzato, quanto piuttosto le epoche, dosi, frequenze e tempi di applicazione degli UV-C per raggiungere l'obiettivo della riduzione dei trattamenti e dei relativi carichi di prodotti crittogamici. L'interesse è tale che già alcune aziende vitivinicole hanno messo a disposizione i loro vigneti per la fase sperimentale, mentre altre realtà si sono rese disponibili a finanziare la sperimentazione.

Diego Tomasi e Davide Boscaro

skyline

VDGLASS  
DESIGN & TECHNOLOGY

VDGLASS.IT | SALES@VDGLASS.IT | 0521 990911

20  
2000  
2020  
ANNIVERSARY

# wine2wine exhibition

RIDE THE  
WAVE OF  
BUSINESS

22

23

24

NOVEMBRE  
2020  
VERONA

DOMENICA 22 NOVEMBRE  
INGRESSO APERTO  
ANCHE AI WINE LOVER.  
CONSENTITA LA VENDITA DIRETTA.

LUNEDÌ 23 E  
MARTEDÌ 24 NOVEMBRE  
INGRESSO RISERVATO  
AGLI OPERATORI.

[www.wine2wineexhibition.com](http://www.wine2wineexhibition.com)

**mipaaf**  
ministero delle politiche  
agricole alimentari e forestali



Ministero degli Affari Esteri  
e della Cooperazione Internazionale

**ITCA**  
ITALIAN TRADE AGENCY

**vinitaly**

IN CONTEMPORANEA CON

wine2wine  
business forum

23 - 24 Novembre

**B/OPEN**  
Bio foods  
& natural self-care  
trade show

23 - 24 Novembre

OperaWine

Finest Italian Wines:  
100 Great Producers  
selected by Wine Spectator

21 Novembre



**Il progetto solidale di Ais Veneto ALBA VITÆ: UN VINO ESCLUSIVO PER I DIECI ANNI**  
Ais Veneto ha presentato Lavica 2017, il nuovo vino creato dall'azienda Dal Maso di Montebello Vicentino (VI) per celebrare il decennale dell'iniziativa solidale Alba Vitæ. Di Lavica 2017 saranno disponibili solamente 700 bottiglie in formato magnum, acquistabili nello shop online di Ais Veneto (store.aisveneto.it - al costo simbolico di 55 euro), e il ricavato andrà a Vicenza For Children.



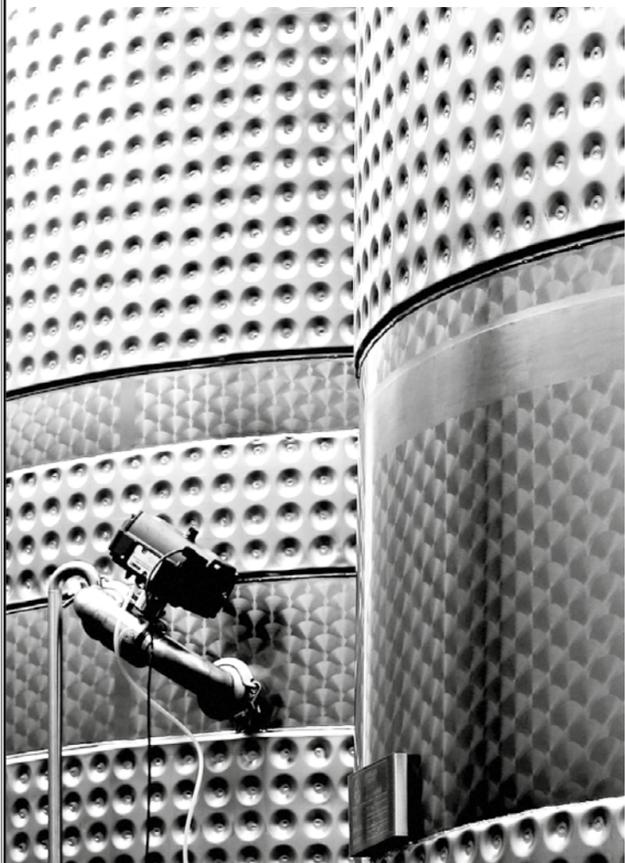
**Lettera aperta alla ministra Bellanova CHIARA SOLDATI (LA SCOLCA): "INTERVENTI URGENTI E CONCRETI, SUBITO"**



# Mercati vinicoli

QUOTAZIONI E ANDAMENTI  
DEL VINO SFUSO

SITUAZIONE AL 5 NOVEMBRE 2020



## COMMISSIONE PREZZI MED.&A.

### PIEMONTE

Carlo Miravalle  
(Miravalle 1926 sas)

### LOMBARDIA

a cura di Med.&A.

### VENETO

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

TREVISO: Fabrizio Gava  
(Quotavini srl)

### TRENTINO ALTO ADIGE

Fabrizio Gava (Quotavini srl)

### FRIULI VENEZIA GIULIA

Fabrizio Gava (Quotavini srl)

### ROMAGNA ED EMILIA

Andrea Verlicchi (Impex srl)

### TOSCANA

Federico Repetto (L'Agenzia  
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

Domenico Colucci, Andrea  
Verlicchi (Impex srl)

### SICILIA

Antonino Panicola  
(Rappresent. Enot. Salvatore  
Panicola sas)

Andrea Verlicchi (Impex srl)

### SARDEGNA

Andrea Verlicchi (Impex srl)

### ANDAMENTO DEI MERCATI

I simboli riportati accanto alle regioni indicano la percezione dell'andamento dei mercati espressa dagli operatori di Med.&A., che hanno modo di osservare dal vivo e rilevare puntualmente le tendenze di ciascuna piazza, determinate dall'interesse e dal fabbisogno dei clienti, dalla disponibilità e dalla qualità dei prodotti, dal rapporto fra la domanda e l'offerta e l'andamento degli scambi, indipendentemente dal rialzo o dalla diminuzione dei prezzi dei singoli prodotti.

Mercato attivo / scambi sostenuti

Mercato stazionario / scambi regolari

Mercato debole / scambi ridotti

NOTA: tutti i prezzi sono espressi in euro. Tra parentesi sono riportate le variazioni percentuali rispetto alle precedenti rilevazioni.



pagine a cura di MED.&A.



NORD

## PIEMONTE

### Asti

Piemonte Barbera Dop 2019 80,00 - 90,00	Barbera d'Asti Docg 2019 13° 100,00 - 110,00
Piemonte Cortese Dop 2019 70,00 - 80,00	Barbera del Monferrato Dop 2019 12-13,5° 95,00 - 105,00
Piemonte Grignolino Dop 2019 100,00 - 110,00	Grignolino d'Asti Dop 2019 115,00 - 125,00
Barbera d'Asti Docg 2019 13,5° 115,00 - 125,00	Mosto da uve aromatiche Moscato 2020 55,00 - 65,00

Prezzi q.le partenza.

### Alessandria

Monferrato Dolcetto Dop 2019 90,00 - 100,00	Piemonte Cortese Dop 2019 70,00 - 80,00
Piemonte Barbera Dop 2019 80,00 - 90,00	Ovada Dolcetto Docg 2019 90,00 - 100,00

Prezzi q.le partenza.

### Alba

Barbaresco Docg 2018 540,00 - 580,00	Barolo Docg 2017 640,00 - 810,00
Barbera d'Alba Dop 2018 n.q.	Nebbiolo d'Alba Dop 2018 240,00 - 270,00
Roero Arneis Docg 2018 n.q.	Dolcetto d'Alba Dop 2019 160,00 - 175,00

Prezzi q.le partenza.

## LOMBARDIA

### Vino Igp:

Chardonnay Pv 2019 11,5° 0,80 - 0,85	Pinot nero 2019 vinific. in rosso 12° 0,90 - 0,95
Croatina Pv 2019 12° 0,70 - 0,75	Prezzi kg partenza.
Barbera Pv 2019 11,5° 0,70 - 0,75	Lambrusco Mn. 2019 11,5° 4,80 - 5,00
Pinot grigio Pv 2019 0,85 - 0,90	Prezzi gr. q.le partenza.

### Vino Dop:

Barbera O.P. 2019 12° 0,80 - 0,85	Moscato O.P. 2019 1,10 - 1,20
Pinot nero 2019 vinific. in rosso 12° 0,90 - 0,95	Malvasia O.P. 2019 11,5° 0,80 - 0,85
Pinot nero 2019 vinific. in bianco 11,5° 0,90 - 0,95	Buttafuoco-Sangue di Giuda O.P. 2019 11,5° 1,00 - 1,10
Pinot grigio O.P. 2019 1,00 - 1,05	Bonarda O.P. 2019 12,5° 0,80 - 0,85

Prezzi kg partenza.

## EMILIA

### Vino comune:

Rossissimo desolfato 2020 8,20 - 8,50	Mosto muto Ancellotta 2020 7,00 - 7,50
Rossissimo desolfato mezzo colore 2020 5,50 - 6,00	Prezzi gr. q.le Fehling peso x0,6
Prezzi gr. q.le partenza.	Filtrato dolce di Ancellotta Emilia 2020 8,50 - 8,70 (Prezzi grado Bé.)

### Vino Igp:

Rosso Lambrusco Emilia 2020 4,50 (-4,26) - 4,70 (-6,00)	Lambrusco bianco Emilia frizzantato 2020 4,80 - 5,00
Bianco Lambrusco Emilia 2020 4,40 - 4,60	Prezzi grado distillazione+zuccheri.
Prezzi gr. q.le partenza.	Malvasia Emilia 2020 60,00 - 70,00
Lambrusco rosso Emilia frizzantato 2020 4,90 (-3,92) - 5,10 (-5,56)	Prezzi q.le partenza

## ROMAGNA

### Vino comune:

Bianco 2020 9,5-11° 3,10 (-3,13) - 3,30 (-2,94)	Prezzi gr. q.le partenza.
Bianco TC base spumante 2020 9-10° 3,40 (-2,86) - 3,60 (-2,70)	Mosto muto 2020 3,00 - 3,20 (pr. Fehling peso x 0,6)
Bianco TC 2020 10,5-12° 3,40 (-2,86) - 3,60 (-2,70)	MCR 2020 3,30 - 3,40
Rosso 2020 11-12° 4,00 - 4,50	Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo

### Vino Igp:

Rosso Sangiovese Rubicone 2020 11-12° 5,00 - 5,50	Merlot Rubicone 2020 5,00 - 5,50
Bianco Trebbiano Rubicone 2020 11-11,5° 3,70 - 3,90	Chardonnay/Pinot Rubicone 2020 5,50 - 6,00

Prezzi gr. q.le partenza.

### Vino Dop:

Romagna Sangiovese 2019 12-13° 70,00 - 80,00	Romagna Trebbiano 2020 11,5-12,5° 46,00 - 52,00
----------------------------------------------	-------------------------------------------------

Prezzi hl partenza.

## ABRUZZO - MOLISE

### Vino comune:

Bianco 2020 n.q.	Rosso 11-12° 2019 3,50 - 4,00
Bianco TC 2020 2,85 - 3,00	Rosso 2019 12,5-13,5° 4,20 - 5,50
Mosto Muto 2019 n.q. (gr. compless. in peso)	Prezzi grado hl partenza.

### Vino Igp:

Sangiovese 2020 4,00 - 4,20	Chardonnay 2020 4,50 - 5,00
-----------------------------	-----------------------------

Prezzi gr.hl partenza.

### Vino Dop:

Montepulciano d'Abruzzo 12-13,5° 2019 5,20 - 5,50	Trebbiano 2019 11-12,5° 3,50 - 4,00
---------------------------------------------------	-------------------------------------

Prezzi gr.hl partenza.

## PUGLIA - FOGGIA, CERIGNOLA, BARLETTA, BARI

### Vino comune:

Bianco 2020 10,5-11,5° 2,80 - 3,00	Mosto muto rosso 2020 11-12° 2,30 (-4,17) - 2,50 (-3,85)
Bianco termovinif. 2020 10-11,5° 2,90 (-3,33) - 3,10 (-6,06)	Mosto muto rosso da uve Lambrusco 2020 12-13° 6,00 - 6,30
Rosso 2020 10,5-12° 3,00 (-6,25) - 3,50 (-2,78)	Mosto concentrato bianco 2020 33-35° 3,30 - 3,50
Rosso da uve Montepulciano 2020 11-12° 3,60 - 4,00	Mosto concentrato rosso 2020 33-35° 3,50 - 3,70
Rosso da uve Lambrusco 2020 12,5-13,5° 5,50 - 6,00	Mosto conc. tradiz. certif. CSQA per ABM 2020 33-35° 3,30 (-2,94) - 3,50 (-2,78)
Prezzi gr. q.le partenza.	Prezzi gr. Bé x q.le partenza.
Mosto muto bianco 2020 10-11° 2,10 (-4,55) - 2,30	MCR 2020 65-67° 3,30 - 3,40 (Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo.)

### Vino Igp:

Pinot Bianco 2020 11-12,5° 50,00 - 60,00	Chardonnay Puglia 2020 11-12° 50,00 - 60,00
------------------------------------------	---------------------------------------------

Prezzi hl partenza.



SUD

Chiara Soldati, ceo de La Scolca di Gavi, ha scritto alla ministra Teresa Bellanova perché "la crisi in corso rischia di far abbattere una pericolosa deriva di impauverimento, che potrebbe portare molte aziende a scelte sbagliate o addirittura alla chiusura". E auspica una serie di interventi: temporanea revisione delle aliquote Iva sul vino; misure concrete e tempestive per un piano di sostegno e rilancio internazionale del made in Italy vitivinicolo e agricolo; misure che aiutino le imprese a non vanificare sforzi e investimenti fatti negli anni; misure che aiutino, all'indomani di questa emergenza, a essere competitivi e vincenti con azioni di promozione finalizzate al mercato internazionale; riconoscimento di premialità alle aziende virtuose che hanno già investito in un percorso di ecosostenibilità e incentivi per chi deve intraprenderlo; supporto all'internazionalizzazione accompagnato da investimenti per la diffusione di competenze digitali e garanzia d'accesso a infrastrutture per una transizione rapida all'agricoltura 2.0.

**VENETO - VERONA E TREVISO****Vino comune:**

Bianco 2020 (rilev. Verona) 9,5-12° 3,50 - 4,00 (ettogrado partenza) } Mosto concentrato rettificato 2019 65/68 Bx 3,40 - 3,60  
Rosso 2020 (rilev. Verona) 3,50 - 4,00 (ettogrado partenza) } Prezzi gr. rifr. x 0,6 x q.le arrivo.

**Vino Igp:**

Bianco Veneto/Trevenezie 2020 (rilev. Tv) 10-11° 4,00 - 4,30 } Tai Marca Trevigiana 2020 10,5-12° 5,00 - 5,50  
Rosso Marca Trev./Veneto/Treven. 2020 (rilev. Tv) 10-11° 4,70 - 5,20 } Glera 2020 9,5-10° 4,20 - 4,50  
Bianco Verona 2019 10-13° n.q. } Merlot (rilevaz. Verona) 2019 n.q.  
Rosso Verona 2019 10-12° n.q. } Merlot (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 5,20 - 5,80  
Pinot bianco (rilevaz. Verona) 2019 12° n.q. (pr./litro) } Cabernet Franc 2020 10-12° 6,00 - 6,50  
Pinot bianco (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 5,80 - 6,20 } Cabernet Sauvignon 2020 10-12° 5,80 - 6,30  
Chardonnay (rilevaz. Verona) 2020 12° 0,68 - 0,72 (pr./litro) } Raboso rosso 2020 9,5-10,5° 6,00 - 6,50  
Chardonnay (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 5,50 - 6,00 } Raboso rosato 2020 9,5-10,5° 6,20 - 6,70  
Verduzzo (rilevaz. Treviso) 2020 10-11° 5,20 - 5,60 } Refosco 2020 10-12° 5,50 - 6,00  
Sauvignon (rilevaz. Treviso) 2020 10-12° 7,00 - 10,00 } Prezzi ettogrado partenza.  
Durello 2019 n.q. (pr./litro) } Pinot nero 2020 10,5-12° 0,95 - 1,10 (pr./litro)

**Vino Dop:**

Soave 2020 11-12,5° 6,50 - 8,00 (ettogrado partenza) } Amarone e Recioto 2018 7,00 - 7,50  
Soave Classico 2020 12,5-13° 1,00 - 1,15 } Lugana 2019 1,80 (+20,00) - 2,10 (+16,67)  
Soave classico superiore 2017 12,5-13° n.q. } Garganega Garda 2019 n.q. (prezzi ettogr. partenza)  
Bardolino 2019 0,95 - 1,05 } Pinot grigio Garda 2019 n.q.  
Bardolino Chiaretto 2019 n.q. } Valdadige rosso 2019 n.q.  
Bardolino Classico 2019 n.q. } Valdadige bianco 2019 n.q.  
Valpolicella 2019 1,10 - 1,50 } Pinot grigio Valdadige 2019 11-12° 1,40 - 1,50  
Valpolicella atto a ripasso 2019 2,40 - 3,00 } Custoza 2019 n.q.  
Valpolicella Classico 2019 1,30 - 1,60 } Prosecco 2020 9-10° 1,55 - 1,60  
Valpolicella Classico atto a ripasso 2019 2,50 - 3,00 } Pinot Nero atto al taglio di Prosecco Rosé 2020 1,45 - 1,60  
Valpolicella 2018 n.q. } Conegliano V. Prosecco Docg 2020 9-10° 1,95 - 2,05  
Valpolicella Classico 2018 n.q. } Conegliano V. Prosecco Docg Sup. Cartizze 2020 9-10° 6,20 - 6,80  
Valpolicella atto a superiore 2018 n.q. } Bianco delle Venezie 2020 12° n.q.  
Valpolicella Classico atto a superiore 2018 n.q. } Pinot grigio delle Venezie 2019 10-12° 0,80 - 0,95  
Valpolicella atto a ripasso 2018 2,40 - 3,00 } Pinot grigio delle Venezie 2020 10-12° 0,80 - 0,95  
Valpolicella Classico atto a ripasso 2018 2,50 - 3,00 } Pinot grigio Venezia 2020 11-12° 0,80 - 0,90  
Amarone e Recioto Docg 2016 7,00 - 7,50 } Merlot Piave 2020 11,5-12° 0,75 - 0,85  
Amarone e Recioto Classico Docg 2016 n.q. } Cabernet Piave 2020 12-12,5° 0,85 - 0,95  
Amarone e Recioto Docg 2017 7,00 - 7,50 } Prezzi al litro.  
Amarone e Recioto Classico Docg 2017 n.q.

**TOSCANA****Vino Igp:**

Rosso toscano 2019 12-13° 0,70 - 0,95 } Sangiovese Toscana 2019 2019 litro 0,95 - 1,10  
Bianco toscano 2019 0,80 - 1,00 } Vermentino Toscana 2019 litro 1,20 - 1,50

**Vino Docg:**

Chianti 2019 0,85 (-5,56) - 1,35 (-3,57) } Chianti Classico 2017 2,60 (-1,89) - 3,10 (-3,13)  
Chianti 2018 1,05 (+1,45) } Chianti Classico 2018 2,40 (-4,00) - 3,10  
Chianti 2017 1,25 - 1,60 } Chianti Classico 2019 2,30 - 3,10

## Prezzi al litro.

**UMBRIA****Vino Igp:**

Bianco Umbria 2019 12° 3,00 - 4,00 } Chardonnay Umbria 2019 12-12,5° 65,00 - 75,00  
Rosso Umbria 2019 12-12,5° 4,00 - 4,50 } Grechetto Umbria 2019 12° 70,00 - 80,00  
Prezzi ettogrado partenza. } Pinot grigio Umbria 2019 65,00 - 75,00  
Prezzi q.le partenza.

**Vino Dop:**

Orvieto 2019 70,00 - 80,00 } Orvieto classico 2019 75,00 - 85,00  
Prezzi quintale partenza.

**LAZIO****Vino comune:**

Bianco 2019 11-12° 3,00 - 3,50 } Rosso 2019 11-12° 3,80 - 4,50  
Prezzi gr. q.le partenza.

**Vino Igp:**

Bianco 2019 3,50 - 4,00 } Chardonnay Lazio 2019 13° 65,00 - 75,00  
Rosso 2019 4,00 - 4,50 } Pinot grigio Lazio 2019 65,00 - 75,00  
Prezzi gr. q.le partenza. } Prezzi q.le partenza.

**PUGLIA - FOGGIA, CERIGNOLA, BARLETTA, BARI (segue)****Vino Igp:**

Sangiovese Daunia 2020 11-11,5° 3,50 - 3,90 } Lambrusco Puglia frizzantato 2020 10-11° n.q.  
Sangiovese Puglia 2020 11-11,5° 3,50 - 3,90 } Prezzi gr. q.le partenza.  
Trebiano Puglia 2020 10-11° 3,30 - 3,60 } Pinot grigio Puglia 2020 11,5-12,5° 75,00 - 85,00 (q.le partenza)  
Lambrusco Puglia 2020 10-11,5° n.q. } Primitivo Puglia 2020 13-15° 135,00 - 155,00 (hl partenza)  
Mosto varietale di uve Moscato 2020 60,00 - 70,00 (pr. q.le partenza)

**LECCE, BRINDISI, TARANTO****Vino comune:**

Bianco 2020 10-10,5° 3,00 - 3,20 } Prezzi gr. q.le partenza.  
Rosato 2020 12-13° 3,50 - 3,60 } Rossi strutturati 2020 14-15° 150,00 - 160,00 (q.le partenza)  
Rosso 2020 12-13° 3,50 - 3,60 } Mosto muto 2020 10-10,5° 2,20 - 2,40 (prezzi gr. Bé x q.le partenza)

**Vino Igp:**

Bianco Malvasia Puglia 2020 12-12,5° 3,80 - 4,00 } Primitivo Salento 2020 13,5-14° 150,00 - 160,00  
Rosso Sangiovese Puglia 2020 12-12,5° 3,50 - 3,80 } Fiano Salento 2020 13-13,5° 110,00 - 115,00  
Rosato Puglia 2020 12,5-13° 4,00 - 4,50 } Chardonnay Salento 2020 13-13,5° 110,00 - 115,00  
Rosato Salento da Negroamaro 2020 13-14° 7,20 - 7,30 } Prezzi q.le partenza  
Negroamaro Salento 2020 12-12,5° 6,80 - 7,00 } Merlot Tarantino 2020 13-14° 5,00 - 5,20  
Prezzi gr. q.le partenza. } Cabernet Salento 2020 13-14° 6,00 - 6,10  
Prezzi gr. q.le partenza.

**Vino Dop:**

Primitivo Manduria 2020 14-15° 200,00 - 210,00 } Prezzi q.le partenza.  
Primitivo Manduria 2019 14-15° 200,00 (+11,11) - 210,00 (+13,51) } Salice 2020 13-14° 8,00 - 8,20  
Primitivi strutturati 2020 17-20° 200,00 - 210,00 } Prezzi gr. q.le partenza.

**FRIULI VENEZIA GIULIA****Vino Igp Venezia Giulia e Igp delle Venezie:**

Chardonnay 2020 12-12,5° 70,00 - 78,00 } Pinot nero 2020 12-12,5° 90,00 - 100,00  
Pinot bianco 2020 12-12,5° 70,00 - 80,00 } Merlot 2020 12-12,5° 65,00 - 70,00  
Sauvignon 2020 12-12,5° 90,00 - 130,00 } Cabernet Sauvignon 2020 12-12,5° 70,00 - 75,00  
Verduzzo 2020 12-12,5° 65,00 - 70,00 } Refosco 2020 12-12,5° 75,00 - 85,00  
Ribolla 2020 12-12,5° 65,00 - 70,00 } Prezzi ettolitro partenza

**Vini Friuli Dop:**

Friulano 2020 (Tocai) 12-12,5° 100,00 - 110,00 } Verduzzo 2020 12-12,5° 75,00 - 85,00  
Pinot bianco 2020 12-12,5° 90,00 - 100,00 } Merlot 2020 12-12,5° 75,00 - 85,00  
Chardonnay 2020 12-12,5° 90,00 - 100,00 } Cabernet Franc 2020 12-12,5° 85,00 - 95,00  
Ribolla 2020 12-12,5° 80,00 - 90,00 } Cabernet Sauvignon 2020 12-12,5° 85,00 - 95,00  
Pinot grigio delle Venezie 2020 12-12,5° 80,00 - 95,00 } Refosco 2020 12-12,5° 85,00 - 95,00  
Pinot grigio 2020 12-12,5° 88,00 - 105,00 } Pinot nero 2020 12-12,5° 110,00 - 120,00  
Sauvignon 2020 12-12,5° 110,00 - 130,00 } Prezzi ettolitro partenza

**TRENTINO ALTO ADIGE****Vino Igp Vigneti delle Dolomiti:**

Chardonnay 2020 n.q. } Merlot 2019 0,80 - 1,00  
Müller Thurgau 2020 n.q. } Teroldego novello 2020 1,85 - 2,00  
Pinot grigio 2020 1,45 - 1,90 } Schiava 2020 1,30 - 1,50

**Vini Trentino Dop:**

Chardonnay 2020 1,55 - 1,85 } Nosiola 2020 1,60 - 1,95  
Pinot bianco 2020 1,60 - 1,95 } Sorni Bianco 2020 n.q.  
Riesling 2020 1,90 - 2,25 } Sorni Rosso 2019 1,85 - 2,00  
Müller Thurgau 2020 1,50 - 1,65 } Cabernet Sauvignon 2019 1,70 - 2,10  
Pinot grigio 2020 1,85 - 2,10 } Marzemino 2019 1,50 - 1,80  
Traminer 2020 3,60 - 4,10 } Pinot nero 2019 2,70 - 3,50  
Moscato 2020 1,90 - 2,10 } Lagrein 2019 1,80 - 2,20  
Sauvignon 2020 2,20 - 3,00 } Merlot 2019 1,30 - 1,70  
Prezzi litro partenza.

**Altre Dop:**

Trento 2020 2,00 - 2,30 } Valdadige Schiava 2020 1,45 - 1,65  
Pinot nero base spum. Trento 2020 2,60 - 2,90 } Teroldego Rotaliano 2019 1,85 - 2,00  
Lago di Caldaro 2019 1,60 - 1,85 } Lagrein rosato Kretzer 2020 1,60 - 1,80  
Prezzi litro partenza.

**LAZIO (segue)****Vino Dop:**

Frascati 2019 80,00 - 90,00 } Castelli Romani bianco 2019 11-11,5° 3,60 - 4,00  
Roma bianco 2019 95,00 - 115,00 } Castelli Romani rosso 2019 11,5° 4,20 - 4,50  
Roma rosso 2018 100,00 - 130,00 } Prezzi ettogrado partenza.  
Roma rosso 2019 100,00 - 140,00 } Prezzi q.le partenza.

**MARCHE****Vino comune:**

Feccia liquida denaturata 2020 0,30 - 0,30 (ettogrado sul talquale) } Rosso 2020 12-12,5° 4,00 - 4,00  
Bianco Fiore 2020 n.q. } Prezzi ettogrado partenza.  
Bianco fermentazione controllata 2020 10,5-11° n.q. } Montepulciano 2020 14-15° 1,00 - 1,00  
Bianco fermentazione controllata 2020 11,5-12,5° n.q. } Prezzi al litro.  
Rosato 2020 11-12,5° n.q.

**Vino Igp:**

Marche Sangiovese 2020 11-12° n.q. } Marche Bianco 2020 11,5-12,5° n.q.  
Marche Sangiovese Bio 2020 12-13,5° 0,60 - 0,60 } Marche Passerina 2020 12-13° n.q.  
Marche Trebbiano 2020 12-12,5° n.q. } Prezzi al litro.

**Vino Dop:**

Verdicchio Castelli Jesi cl. 2020 12-13° 0,85 - 0,90 } Rosso Piceno 2020 12-13° 0,80 - 0,90  
Verdicchio Matelica 2017 12-12,5° 1,00 - 1,00 } Rosso Piceno Bio 2020 13-14° 1,00 - 1,10  
Rosso Conero 2020 13° 1,00 - 1,20 } Rosso Piceno superiore Bio 2019 13,5-14° 1,05 - 1,15  
Falerio Pecorino 2020 12-13° 1,10 - 1,10 } Lacrima di Morro d'Alba 2020 12,5-13° n.q.  
Prezzi al litro.

**SICILIA****Vino comune:**

Bianco 2020 10,5-12° 2,80 (-3,45) - 3,00 (-9,09) } Mosto muto bianco 2020 15-17 Babo 1,50 - 1,70  
Bianco TC 2020 12-12,5° 3,30 (-2,94) - 3,70 (-2,63) } Prezzi gr. Babo x q.le partenza.  
Rosso 2020 12,5-14,5° 6,50 - 7,50 } MCR 2020 3,30 - 3,40  
Prezzi gr. q.le partenza. } (Prezzi Brix x 0,6 x q.le arrivo.)

**Vino Igp:**

Inzolia 2020 11,5-12,5° 3,70 - 4,10 } Zibibbo 2020 11,5-13,5° 0,90 - 1,00  
Catarratto 2020 3,70 - 4,10 } Cabernet 2020 13-14,5° 0,85 - 1,15  
Grecanico 2020 3,70 - 4,10 } Merlot 2020 13-14,5° 0,85 - 1,15  
Prezzi gr. q.le partenza. } Syrah 2020 13-14,5° 0,85 - 1,15  
Chardonnay 2020 13,5° 0,80 - 0,90 } Prezzi al litro  
Pinot grigio 2020 12-13° 0,90 - 1,00

**Vino Dop:**

Bianco Grillo Sicilia Dop 2020 12,5-13,5° 0,58 - 0,68 } Merlot Sicilia 2020 13-14,5° 0,90 - 1,10  
Rosso Nero d'Avola Sicilia Dop 2020 13-14,5° 0,90 - 1,10 } Syrah Sicilia Dop 2020 13-14,5° 0,90 - 1,10  
Cabernet Sicilia Dop 2020 13-14,5° 0,90 - 1,10 } Prezzi al litro.

**SARDEGNA****Vino Dop:**

Vermentino di Sardegna 2019 12-13° 140,00 - 160,00 } Monica di Sardegna 2019 13-14,5° 100,00 - 130,00  
Cannonau di Sardegna 2019 13-14° 170,00 - 190,00 } Nuragus di Cagliari 2019 12-13° 90,00 - 110,00  
Prezzi hl partenza.



A cura di  
**FRANCESCO  
E. BENATTI**

## Una “cronaca critica” del mondo del vino

TITOLO: ESSENZE LEGGENDE E STORIE  
AUTORE: ANDREA ZANFI  
EDITORE: ANDREA ZANFI EDITORE  
ANNO DI PUBBLICAZIONE: 2020  
PAGINE: 422  
PREZZO: € 30,00

“È possibile una coscienza critica del vino italiano... un punto di vista diverso?”. Con queste parole si apre la prefazione di Giulio Somma ad “Essenze leggende e storie dell'anno zero del vino italiano” di Andrea Zanfi, un viaggio tra testimonianze, raccolte dall'autore dalla viva voce di tanti importanti attori-protagonisti, che negli ultimi cinque decenni hanno contribuito a disegnare le sorti, buone od avverse, del comparto vitivinicolo italiano. Il libro si colloca

a pieno titolo nella politica editoriale del suo editore (lo stesso Zanfi con la sua ZE, Andrea Zanfi Editore - Editoria diffusa), un progetto che ha lo scopo di “far circolare il pensiero, rendendolo vivo, creativo e desideroso di trasferire il presente in cui è nato un futuro lontano che va oltre la vita”. Nelle oltre quattrocento pagine della pubblicazione troviamo un'appassionata, talvolta intima, recensione delle esperienze di vignaioli, imprenditori, enologi, giornalisti e consulenti

che si s'interrogano sulle responsabilità del loro agire nel comparto vitivinicolo nazionale, sul loro operare nel contesto degli eventi, delle scelte politiche, delle occasioni colte o perdute, del mercato e delle normative in evoluzione. Quarantatré testimonianze orali fissate ora in volume (ci sono Ambrogio Folonari, Riccardo Cotarella, Piernicola Leone De Castris, Vittorio Moretti, Ernesto Abbona, ed ancora Attilio Scienza, Fausto Maculan, Bruno Vespa, Emilio Pedron, Vittorio Frescobaldi, e ci spiace non poterli citare qui tutti) e che dispiegano un “film scritto a cento mani”. Sono Essenze, leggende e storie che portano quel “punto di vista diverso” sul settore vitivinicolo italiano e sulla società che il vino lo beve, lo critica e lo decanta.

Andrea Zanfi

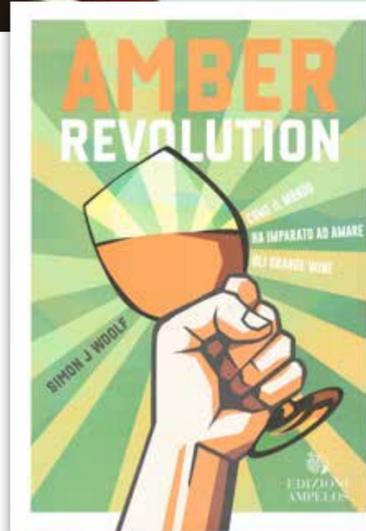


**ESSENZE  
LEGGENDE  
E STORIE**  
dell'anno zero del vino italiano



## Amber revolution: storia del declino e della rinascita degli orange wine

TITOLO: AMBER REVOLUTION  
AUTORE: SIMON J. WOOLF  
EDITORE: EDIZIONI AMPELOS  
ANNO DI PUBBLICAZIONE: 2020  
PAGINE: 311  
PREZZO: € 30,00



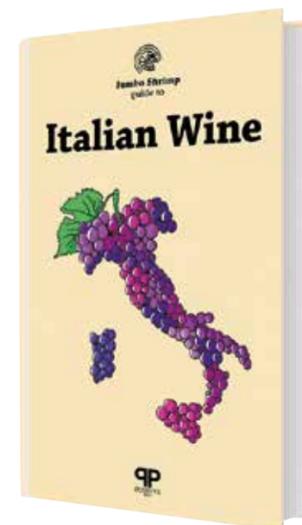
I vini bianchi macerati sulle bucce, caratterizzati da un colore ambrato e spesso definiti nel contesto internazionale con la locuzione orange wine, hanno un secolare tradizione in Italia e oggi sono nuovamente oggetto di nuove attenzioni da parte di diversi appassionati nel mondo, trovando così spazio sugli scaffali delle enoteche, dietro ai banconi dei locali alla moda e nelle carte dei vini dei migliori ristoranti.

Quasi dimenticati a partire dalla prima metà del secolo scorso, la loro fortuna è stata travagliata nel nostro Paese, anche a causa di una legislazione che non sempre è stata capace di valorizzarli a pieno, a partire da un nome loro assegnato che è stato nel tempo oggetto di ripetute controversie (vini ambrati / vini macerati sulle bucce ecc.), come ricordato da Simon J. Woolf, autore di Amber Revolution, volume da oggi disponibile anche in edizione italiana, per i tipi di Ampelos Edizioni (titolo originale “Amber Revolution: How the world learned to love orange wine”, Northampton - Interlink Books, Amsterdam, The Morning Claret, 2018).

Il volume si propone di colmare il vuoto dato dall'ancora diffusa scarsa conoscenza di questa tipologia di vino tra i consumatori, e di superare le “superstizioni” che gravano sulla loro popolarità. Amber revolution è dunque un tentativo di correggere quanto di non corretto si dice e si pensa (ancora oggi) sugli orange wine, attraverso le storie dei produttori e dei territori in cui questi vini vengono vinificati e affinati: il Friuli Venezia Giulia, la Slovenia, il Caucaso e la Georgia. Già definito “attualissimo e molto interessante” da Hugh Johnson, il volume trova nella sua edizione italiana una prefazione di Attilio Scienza e porta altresì un elenco di 180 produttori consigliati (di 20 Paesi) e una guida all'acquisto, al consumo e all'abbinamento.

## Un'agile guida per stranieri al vino italiano

TITOLO: THE JUMBO SHRIMP GUIDE TO ITALIAN WINE  
AUTORI: REBECCA LAWRENCE, JACOPO FANCIULLI, LYKA CAPARAS, LAN LIU, SILVIA ALBANO (ILLUSTRAZIONI).  
EDITORE: POSITIVE PRESS  
ANNO DI PUBBLICAZIONE: 2020  
PREZZO: € 10,00

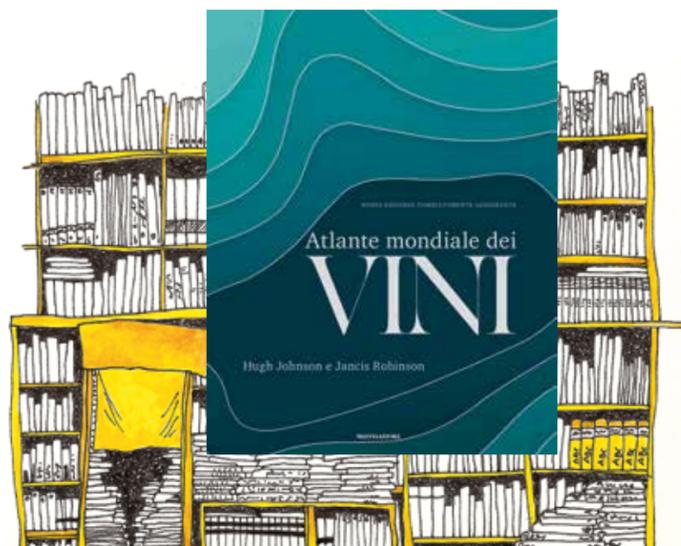


“The Jumbo Shrimp guide to Italian Wine”, è un instant book pubblicato da Positive Press che si presenta come guida tascabile d'introduzione al vino italiano. Il testo, edito in lingua inglese, è destinato a un pubblico di appassionati stranieri che vogliono, in modo semplice e piacevole - “senza incorrere in un mal di testa” - avvicinarsi al complicato e affascinante mondo del vino del nostro Paese, come suggerito nell'introduzione da Stevie Kim, managing director di Vinality International e fondatrice della Vinality International Accademy. L'impostazione leggera del volume, naturalmente, non ne pregiudica la serietà e la ricchezza dei contenuti. Autori di quest'agile strumento sono infatti quattro esperti professionisti: Rebecca Lawrence (wine educator presso la Wine & Spirits Education Trust), Jacopo Fanciulli (wine ambassador della Vinality International Accademy - VIA), Lyka Caparas (wine writer ed esperta di marketing del vino) e Lan Liu (coordinatore della Vinality International Accademy). Illustrato da Silvia Albano, il volume offre dunque ai suoi lettori informazioni essenziali sulle tipologie e sulle provenienze geografiche del vino italiano, sui vitigni e sulle denominazioni, sulle etichette e sugli abbinamenti enogastronomici, oltre a un glossario dei termini notevoli e una sezione di consigli di consumo. “The Jumbo Shrimp guide to Italian Wine” è disponibile anche in formato ebook sulle principali piattaforme.

## World Atlas of Wine: nuova edizione di un grande “classico”, anche in italiano

TITOLO: WORLD ATLAS OF WINE  
AUTORI: HUGH JOHNSON E JANCIS ROBINSON  
EDITORE: OCTOPUS  
ANNO DI PUBBLICAZIONE: 2019  
PAGINE: 416

Annunciata all'inizio dell'anno 2019, l'ottava edizione internazionale del World Atlas of Wine è stata presentata ufficialmente il 24 ottobre 2019 e distribuita nelle librerie e in formato ebook sulle principali piattaforme. L'opera di Hugh Johnson e Jancis Robinson è considerata un classico nel panorama della pubblicistica vitivinicola internazionale e le sue diverse edizioni si sono susseguite fin dal 1971, sempre pubblicate per i tipi dell'editore Mitchell Beazley, oggi parte del gruppo editoriale britannico Octopus. L'opera è stata successivamente tradotta in quindici lingue. L'edizione in lingua italiana (a cura di Lia Orlandi) è stata edita quest'anno da Mondadori Electa ed è disponibile nelle librerie italiane dal 13 ottobre scorso.



L'ottavo World Atlas of Wine (Atlante Mondiale dei Vini, in edizione italiana) conta ora ben 416 pagine e 230 carte geografiche (22 sono nuove).

Principale novità rispetto alla precedente (7a edizione, anno 2013), il fatto che si mettono ora in chiaro le conseguenze del cambiamento climatico sulla coltivazione della vite e sulla produzione del vino. L'effetto più evidente del climate change è certamente il fenomeno dell'anticipo delle vendemmie, che oggi cominciano anche quattro settimane prima rispetto a quanto avveniva in media 20 o 30 anni fa. Il cambiamento climatico ha altresì portato la viticoltura a latitudini dove era prima solo marginale, consentendo anche lo sviluppo di nuove regioni vinicole; nell'Atlante vengono ad esempio trattati i casi di Inghilterra, Germania e Canada, e quelli della nascita di industrie commerciali del vino in Belgio, Paesi Bassi, Danimarca e Svezia. Il riscaldamento globale ha pure già concretamente inciso nelle tradizionali regioni di produzione sia sui metodi di conduzione del vigneto che sulle pratiche enologiche: si pensi ad esempio all'impianto di vigne in quota, o alla necessità di proteggere le viti dal troppo sole nella stagione estiva.

# CERTIFICHIAMO LE DENOMINAZIONI DI ORIGINE ITALIANE CON UN MODELLO DA ESPORTARE.

Valoritalia è la più grande realtà di certificazione nel settore vitivinicolo in Italia. Dal 2009 mette in campo la sua esperienza, passione e professionalità per garantire ai consumatori la qualità e la provenienza dei vini a Denominazione di Origine. Le nostre metodologie costituiscono un punto di riferimento per gli operatori internazionali, perché assicurano la tracciabilità dei prodotti e il rispetto degli standard previsti dai Disciplinari di Produzione.

**Valoritalia. Valore aggiunto. Per tutti.**



VALORITALIA.IT

Beverages are our natural element!

**GORI**  
Wine and spirits logistics

The advanced logistic solution  
for Wines & Spirits

